ISSN 1563-0234
Индекс 75868; 25868

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

География сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия географическая

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

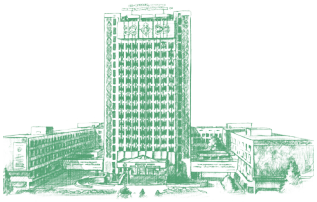
KazNU BULLETIN

Geography series

№1/2 (42)

Алматы
«Қазақ университеті»
2016

ISSN 1563-0234
Индекс 75868; 25868



ХАБАРШЫ

ГЕОГРАФИЯ СЕРИЯСЫ №1/2 (42)

25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінде тіркелген

Куәлік №956-Ж.

Журнал жылына 2 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ
Нысанбаева А.С., г.ғ.к. (*Қазақстан*)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:
Сальников В.Г., г.ғ.д, проф. – ғылыми редактор (*Қазақстан*)
Асылбекова А.А., PhD докторы – ғылыми редактордың орынбасары (*Қазақстан*)
Бексеитова Р.Т., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Бобушев Т., г.ғ.д., Орта Азиядағы Американдық университетінің профессоры (*Қырғызстан*)
Вилесов Е.Н., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Гальперин Р.И., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Ердавлетов С.Р., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Медеу А.Р., г.ғ.д., География институтының директоры (*Қазақстан*)
Молдахметов М.М., г.ғ.к., доцент (*Қазақстан*)
Надыров Ш.М., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Нюсупова Г.Н., г.ғ.д., доцент (*Қазақстан*)
Родионова И.А., г.ғ.д., Экономика жоғары мектебінің профессоры (*Ресей*)
Севастьянов В.В., г.ғ.д., Томск мемлекеттік ұлттық зерттеу университетінің профессоры (*Ресей*)
Таланов Е.А., г.ғ.д., профессор (*Қазақстан*)
Béla Márkus (Белла Маркус), Шығыс-Венгр университетінің профессоры
Burghard C. Meyer (Бургхард Мейер), Лейпциг университетінің профессоры

ҚАЗАҚ УНИВЕРСИТЕТІ
БАСПА ҮЙІ

Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы
Гульмира Шаккозова
Телефон: +77017242911
E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Редакторлары:
Гульмира Бекбердиева, Ағила Хасанқызы

Компьютерде беттеген
Айша Қалиева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші
Мөлдір Өміртайқызы
Телефон: +7(727)377-34-11
E-mail: Moldir.Omirtaikyzy@kaznu.kz

ИБ №9464

Басуға 17.05.2016 жылы қол қойылды.
Пішімі 60x84 $^{1}/_{8}$. Көлемі 21,25 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.
Тапсырыс №1909. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2016

ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящий выпуск содержит материалы VI международной научно-практической конференции «Современные проблемы развития туризма Казахстана», посвященной 75-летию Почетного работника туризма и образования Республики Казахстан, доктора географических наук, профессора Станислава Рамазановича Ердавлетова

Работа конференции планируется по следующим направлениям:

– Научное изучение туризма и развитие науки о туризме;

– Организация туристского движения и туристские маршруты;

– Сельский туризм

– Экологический туризм

– Кластерное развитие туризма

– Туризм на Великом Шелковом пути

– Повышение качества подготовки туристских кадров.

Благодарим всех казахстанских и зарубежных коллег, приславших свои доклады на конференцию.

Организаторы конференции выражают благодарность коллегам: Абишевой З.М., Алиевой Ж.Н., Уваровой А.К., Калимбетову Е.А., Жумадилову А.Р. за помощь в работе над сборником.

Редколлегия журнала
«Вестник КазНУ. Серия географическая»

ПРОФЕССОРУ С.Р. ЕРДАВЛЕТОВУ – 75 ЛЕТ

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

Артемьев А.М.,

заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма КазНУ им. аль-Фараби

ОСНОВАТЕЛЬ КАЗАХСТАНСКОЙ ШКОЛЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА

Станислав Рамазанович Ердавлетов – основатель казах-станской школы географии туризма, первый в Казахстане и Средней Азии доктор наук, защитивший диссертацию по данному научному направлению, профессор; основатель первого в Казахстане факультета туризма в составе университета «Туран» (1992), кафедр туризма АГУ им. Абая (1992) и КазНУ им. аль Фараби (1996), первого в Казахстане диссертационного совета по защите диссертаций по специальности 25.00.24 – экономическая, социальная и политическая география (1998). Руководитель группы по разработке ГОСО группы специальностей «Туризм» для специалитета, бакалавриата, магистратуры и докторантуры PhD. Им подготовлены типовые и рабочие программы, ряд базовых учебных изданий по основополагающим дисциплинам специальности «Туризм».

С.Р. Ердавлетов – автор более 400 опубликованных работ общим объемом свыше 650 п.л.: 300 статей и тезисов, 46 методических разработок, 15 карт, 3 учебников, 21 учебного пособия, 16 монографий, 12 книг и брошюр, в том числе, «Занимательной географии Казахстана» (1973, 1989), «Этот занимательный мир» (на казахском языке, 1983), «Тараз – Аулие-Ата – Джамбул» (1983), «Казахстан туристский» (1989), «Экономическая география полезных ископаемых» (1991), «Основы географии туризма» (1991), «География туризма Казахстана» (1992, 2015), «Экономическая и социальная география Казахстана» (1998), «География туризма: история, теория, методы, практика» (2000, 2010), «История туризма» (2003, 2010), «География международного туризма» (2013), «Туризм Казахстана» (на русском, казахском и английском языках, 2015).

Им подготовлено 10 кандидатов географических наук.

Научные работы С.Р. Ердавлетова публиковались в Казахстане (Алма-Ата, Караганда, Чимкент, Тараз, Павлодар, Петропавловск, Кокчетав, Уральск, Астана), России (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Иркутск, Пермь, Ростов-на-Дону, Грозный, Владикавказ, Томск, Смоленск, Тверь, Улан-Удэ, Барнаул, Казань, Астрахань, Воронеж, Тольятти, Калуга, Ставрополь), Украине (Киев, Харьков, Херсон), Белоруссии (Минск), Узбекистане (Ташкент), Туркменистане (Ашхабад), Польше (Лодзь, Познань), Италии (Турин, Рим), США (Сиэттл, Блумингтон, Боулинг Грин), Франции (Париж), Венгрии (Будапешт), Турции (Стамбул), Таиланде (Бангкок).

Ердавлетов Станислав Рамазанович родился 20 мая 1941 года в городе Джамбуле (ныне Тараз). В 1948 г. поступил в Джамбулскую среднюю школу им. В. И. Ленина, которую окончил в 1958 г. В то время это была лучшая школа города.

Летом 1958 г. переехал на постоянное жительство в Алма-Ату, где в 1959 году поступил на географический факультет КазГУ им. С.М. Кирова. В 1964 году, после окончания отделения экономической географии географического факультета КазГУ, был направлен на работу в ГПИ «Каздорпроект» на должность инженера-экономиста отдела технико-экономических обоснований. В декабре 1964 г. был призван в ряды Советской Армии (спортвзвод дивизии ПВО в г. Алма-Ате), где прослужил до августа 1965 г. Спортивная специализация – гандбол – пригодилась и после службы: характер лидера и спортивные достижения позже позволили Ердавлетову С.Р. возглавить сборную КазГУ по гандболу в качестве капитана.

После демобилизации работал в ГПИ «Каздорпроект» Гушоссдора Казахской ССР в должности инженера-экономиста, старшего инженера. В июне 1967 г. перешел на работу в Южно-Казахстанское геологическое управление (ЮКГУ), затем (с 1 февраля 1969 г.) в Филиал Центра по научной организации труда и управления производством геологоразведочных работ (Филиал Центра НОТ И УПГР) Всесоюзного Института экономики минерального сырья (ВИЭМС).

Работая в этой системе, он в 1970 году успешно защитил диссертацию «Проблемы территориального размещения предприятий минеральных удобрений Казахской ССР (геолого-экономические исследования)» на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Его

научным руководителем был Марат Садыкович Курбанаев, которого можно по праву считать основоположником казахстанской школы геолого-экономического картографирования.

В альма-матер С.Р. Ердавлетов вернулся в 1973 году в качестве доцента кафедры экономической географии. С 1987 по 1992 гг. являлся заведующим кафедрой экономической и социальной географии, с ноября 1988 года по февраль 1989 года исполнял обязанности декана географического факультета.

В 1992-1994 гг. возглавлял впервые созданный в Казахстане в составе университета «Туран» факультет туризма, одним из основателей которого являлся.

Вновь вернувшись в КазГУ в сентябре 1995 года, работал профессором кафедры экономической и социальной географии. В 1996 году по его инициативе на географическом факультете университета впервые было открыто отделение туризма. 1 декабря 1996 года была организована и кафедра туризма, которую он возглавил и руководил ей с момента основания до 2009 года. И ныне, в качестве профессора кафедры рекреационной географии и туризма КазНУ им. аль-Фараби, Станислав Рамазанович вносит огромный вклад в развитие научного, учебно-методического и социально-воспитательного направлений работы кафедры.

Научная деятельность С.Р.Ердавлетова в течение ряда лет связана с проблемой «Территориальной организации общества и его отдельных сфер». Большее количество опубликованных работ посвящено развитию и задачам геолого-экономического картографирования как новому направлению анализа и синтеза в территориальной организации производительных сил. Он является автором серии геолого-экономических карт по оценке минерально-сырьевой базы Казахстана.

В последние годы 25-30 лет акцент в научных интересах С. Р. Ердавлетова сместился в область проблемных и практических вопросов территориальной организации и комплексного развития туризма Республики Казахстан. В это время им созданы первые в Казахстане теоретические работы и учебные пособия по географии туризма. Совместно с учениками разработана методика составления комплекса рекламно-информационных материалов по об-ластям Республики Казахстан, в частности, составления туристских карт по топооснове («Туристская карта Казахстана», 1985; «Туристская карта Джамбулской области», 1991; «Туристский план города Джамбула», 1992; «Атлас туриста города Джамбула», 1992, «Туристская карта Казахстана», 2006, 2009 гг. и др.).

В 1993 году состоялась защита докторской диссертации на тему: «Проблемы комплексного развития и территориальной организации туризма Республики Казахстан» в диссертационном совете при Санкт-Петербургском университете. В работе обобщены теоретико-методологические и методические вопросы географии туризма, проанализировано современное состояние сферы туризма Казахстана, выявлены проблемы и определены перспективы ее развития, разработаны практические рекомендации по созданию в республике современной индустрии туризма.

Заслуга С.Р. Ердавлетова, как ученого, заключается в том, что он, впервые в казахстанской практике, применил географию туризма как главный инструмент исследования туризма страны. Сегодня уже можно говорить о научной школе географии туризма профессора Ердавлетова С.Р. Основанная им кафедра туризма КазНУ им. аль-Фараби превратилась в ведущий центр исследований проблем туризма в Казахстане. Именно здесь, при географическом факультете, в 1998 году впервые в истории страны был создан диссертационный совет по защите кандидатских диссертаций по специальности 25.00.24 – экономическая, социальная и политическая география, отраслевой частью которой является география туризма, новая наука и для СНГ, и для Казахстана. Позже этот совет превратился в докторский. За время работы совета 9 аспирантов С.Р. Ердавлетова защитили кандидатские диссертации по географии туризма Казахстана: К.Н. Мусин (1998), С.А. Шабельникова (2000), Ж.Н. Алиева (2001), М.Д. Мамадияров (2003), К.С. Турсинбаева (2003), Г.Т. Кубесова (2004), М.А. Титова (2007), А.Ю. Подвалов и У.Т. Кошкимбаева (2010).

Благодаря инициативе и организаторскому таланту С.Р. Ердавлетова, кафедрой проведены пять научно-практических конференций: «Современные проблемы теории и практики туризма» (1999), «Проблемы становления индустрии туризма Казахстана» (2002), «География туризма: актуальные вопросы теории и практики» (2006), «Казахстанский туризм: вчера, сегодня, завтра» (2011), «Туризм Казахстана: проблемы и перспективы» (2014).

В 1999 году усилиями кафедры был открыт Учебно-научный центр туризма при КазГУ им.

аль-Фараби. Под эгидой этого центра выполнена 3-летняя тема научных исследований: «Оценка рекреационных ресурсов как основа устойчивого развития индустрии туризма Республики Ка-захстан» (грант Национальной Академии Наук Республики Казахстан), руководителем которой являлся С.Р. Ердавлетов. Позже, коллективом ученых кафедры под руководством Станислава Рамазановича, реализованы грантовые темы фундаментальных научных исследований «Разработка географических основ развития туризма на основе оценки туристско-рекреационного потенциала Казахстана» (2009-2011 гг.), «Разработка концепций регионального развития и территориальной организации внутреннего ту-ризма Республики Казахстан» и «Комплексные исследования туристско-рекреационного потенциала Алакольского бассейна в целях развития рекреации и туризма» (2012-2014 гг.). В настоящее время он руководит грантовой темой кафедры: «Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма» (2015-2017 гг.)

Говоря об истории создания и становлении кафедры туризма КазНУ им. аль-Фараби – детища профессора С.Р. Ердавлетова, которая сегодня называется кафедрой рекреационной географии и туризма, можно процитировать воспоминания самого С.Р. Ердавлетова. Вот его рассказ: «Теперь об открытии кафедры туризма в КазГУ им. аль-Фараби. Но прежде надо напомнить, что до этого мне удалось поспособствовать открытию первого в Казахстане и Средней Азии факультета туризма в составе Независимого университета «Туран», куда я был приглашен деканом этого факультета. Кстати, это был один из четырех факультетов этого университета, которые начали работать одновременно в 1992 году. Кроме факультета туризма, это были: юридический, экономики и финансов, маркетинга и менеджмента. Поэтому на эмблеме университета изображены четыре большие горные вершины и несколько маленьких – это будущие факультеты. Автором эмблемы являюсь я, ее немного «осовременили» в последнее время, добавив лишь надпись на казахском языке – «Туран университеті». Первоначально этих надписей не было. Одно время я являлся председателем совета учредителей этого университета.

По моему же предложению в том же, 1992 году, ректором АГУ им. Абая профессором Т.С.Садыковым было открыто в этом университете отделение туризма, куда я затем пришел заведовать кафедрой туризма. Но по разным причинам ушел оттуда через год.

Мне хотелось открыть отделение туризма в родном для меня КазГУ. Разговор об этом я начал еще с ректором Е. Ергожиным. Но он, как химик, не мог в то время адекватно оценить значения туризма. Он мне говорил: «Вот ты сначала защити докторскую, тогда мы тебе откроем любую кафедру».

Затем ректором стал физик-теоретик М. Абдильдин, который был, кстати говоря, демократическим путем избран коллективом университета. Когда я ему сказал, что надо бы открыть специализацию «Краеведение и туризм» при кафедре экономической и социальной географии, которой я в то время заведовал, как это делается в других университетах, он мне ответил: «Если хочешь готовить туристов, то тогда откажись от выпуска экономико-географов», т.е. весь набор сделай по специализации «Краеведение и туризм». На что я, естественно, пойти не мог. И дело заглохло до прихода нового ректора К. Нарибаева, экономиста.

Ну, думаю, он-то поймет, что университету необходимо начать выпускать специалистов для сферы туризма, которой он, кстати, занимался в Институте экономики АН КазССР до прихода в КазГУ.

Когда я ему сказал об этом (а это было уже после защиты мной докторской диссертации по туризму в Санкт-Петербургском университете в 1993 году, и когда я вновь вернулся в КазГУ, проработав год заведующим кафедрой туризма АГУ им. Абая. Деканом факультета туризма университета «Туран» я работал по совместительству и ушел оттуда по разным причинам в ноябре 1994 г.), он мне ответил, что в классификаторе специальностей нет такой, по которой можно было бы готовить специалистов по туризму (АГУ им. Абая и университет «Туран» готовили соответственно по специальностям: «география и туризм», «международный туризм» и «экономика и территориальная организация туризма», которые они утвердили в индивидуальном порядке). На что я предложил выйти со своим предложением новой специальности как ведущему вузу страны, однако он не захотел этого и предложил еще подождать.

И вот в 1995 г. в классификаторе появилась специальность, малопонятная кому-либо, под названием «Социально-культурный сервис и туризм», которая позволяла, наконец-то, открыть отделение туризма на географическом факультете.

К тому времени, в 1995 году, я работал на кафедре экономической и социальной географии в качестве профессора. И именно тогда мы вместе с деканом М.Х. Сарсенбаевым решили обратиться с ходатайством к ректору К. Нарибаеву об открытии отделения туризма с подготовкой специалистов с высшим туристским образованием по специальности «Социально-культурный сервис и туризм». Руководство университета в лице ректора и проректора по учебной работе М. Орунханова долго сомневалось в необходимости открытия такой специальности. Дескать, не будет желающих обучаться. Понадобились определенные усилия не только с нашей стороны, но и извне. Мне удалось убедить и министра Минмолтурспорта Б.С. Айтимову, и ее заместителя А.Г. Кима написать ректору К. Нарибаеву письмо о необходимости организации подготовки туристских кадров во флагмане казахстанских вузов. Были и другие давления извне, но конкретно об этом я здесь говорить не хочу.

Но как бы то ни было, мне, наконец, дали разрешение составить рабочий учебный план по новой специальности (типового плана, утвержденного минвузом, тогда не было). Имея опыт составления такого плана для специальности «Экономика и территориальная организация туризма» в университете «Туран», мне не составило особого труда этот план составить. При этом мною учитывался опыт их составления во многих университетах, где ранее были специальности или специализации по туризму, – советских, польских, болгарских, а также одного французского (университет Мариньяк) и одного американского (Миннесотский университет).

Итак, к набору студентов 1996 года этот план был утвержден советом университета. И вот начался набор на новое отделение. Вопреки сомнениям руководства университета, успех был полный. Конкурс составил 15 человек на место, это самый высокий показатель после юрфака и экономфака. Скептики были посрамлены! Проректор М. Орунханов был прямо-таки по-ражен. Благодаря высокому конкурсу, были приняты самые лучшие студенты. И они таковыми остались, успеваемость была в последующем высокая у всех. А принято было 60 человек.

Итак набор был сделан, а кафедры туризма не было. Конечно, я и другие преподаватели кафедры экономической и социальной географии старались курировать этих студентов. Непосредственным куратором группы была назначена преподаватель М.Э. Спивак. И все-таки такое количество студентов требовало образования специальной выпускающей кафедры туризма. И поэтому мы с деканом стали ходатайствовать перед руководством университета об открытии такой кафедры.

Но препон было много. И главная из них – это то, что для открытия кафедры требовалось не менее 10 человек. Но нагрузка на первом курсе у такой кафедры, конечно же, невелика из-за того, что читаются в основном общеобразовательные дисциплины. Вышеупомянутые ходатайства писались несколько раз: открыть кафедру с 1 сентября, с 1 октября, с 1 ноября и с 1 декабря. И вот наконец-то с четвертого раза это удалось сделать – кафедра туризма была открыта 1 декабря 1996 года. В ее состав вошли 5 человек с кафедры экономической и социальной географии: С.Р. Ердавлетов – зав. кафедрой, профессор; К.А. Искакова – доцент; Р.К. Утекешева – ст.преподаватель; М.И. Жилкибаева – ст. преподаватель; М.Э. Спивак – преподаватель; с кафедры физической географии – В.Т. Дарьяев, ст. преподаватель; с кафедры геоморфологии – С.Б. Куанышбаев, ст. преподаватель; с кафедры метеорологии – Л.М. Шушарина, ст.преподаватель. Каждый преподаватель был придан кафедре туризма со своей годовой педнагрузкой. И сделано это было, естественно, чтобы выдержать количественный состав. Таким образом, вновь созданная кафедра туризма фактически отпочковалась от кафедры экономической и социальной географии, т.е. своей материнской кафедры. Преподаватели, приданные кафедре со стороны, постепенно заменялись вновь прибывающими преподавателями, которые являлись в основном специалистами – практиками туризма. Среди них – О.Б. Мазбаев, З.В. Тынчерова, А.Г. Ягофарова, В.П. Есафьев, А.А. Чукреев, А.М. Артемьев, И.С. Иванов и др. Кафедра стала пополняться также географами: З.М. Абишева, А.К. Уварова, Ш.Т. Абдреева, А.Г. Аблеева, Ж.Н. Алиева. Затем на кафедре стали появляться и собственные выпускники: А.А. Смагулов, У.Т. Кошкимбаева, Д.З. Сабиров, Ж.К. Тойымбаева, М.Т. Бакбаев. Преподавателям всегда помогали специалисты и лаборанты, которых за 20 лет на кафедре сменилось более 15 человек.

Всего за время существования кафедры в ее коллективе работали преподаватели: С.Р. Ердавлетов, К.А. Искакова, Р.К. Утекешева, М.И. Жилкибаева, З.В. Тынчерова, А.Г. Ягофарова, О.Б. Мазбаев, З.М. Абишева, Ш.Т. Абдреева,

Ж.Н. Алиева, А.М. Артемьев, А.Г. Аблеева, В.П. Есафьев, А.А. Чукреев, И.С. Иванов, А.К. Уварова, А.Р. Жумадилов, В.Т. Дарьяев, С.Б. Куанышбаев, Л.М. Шушарина, М.Э. Спивак, Ж.С. Мухамбетов, А.А. Смагулов, М.А. Тлеуберген, С.А. Шабельникова, Р.А. Колдасбекова, А.С. Актымбаева, А.А. Жакупова, У.Т. Кошкимбаева, М. Ибрагимов, А.Б. Азаматова, С.С. Тугельбаев, Ж.К. Тойымбаева, М.Т. Бакбаев, Д.Е. Молдагалиева, А.К. Сейтжанова, О.Ж. Сагымбай, Д.Б. Вудворд, С.М. Баяндинова, Б.К. Чабаева, Р.В. Плохих, М.К. Назарчук, Г.Р. Айжолова, Р.М. Байбуриев, М.А. Сакыпбек; специалисты и лаборанты Л.С. Пернибекова, Э.Б. Нурланкулова, Ш. Сапаргали, Б.Е. Калмагамбетова, И.В. Ляпунова, Г.С. Абдыхалыкова, А.У. Бекжанова, С.К. Атагельдиева, А.К. Сванбекова, С.Е. Толемисова, Г.Т. Жанпеисова, Т.А. Байхонова, О. Ибраев, С.А. Моминов, А.Н. Бекен.

На кафедре регулярно отмечаются два праздника: 27 сентября – Всемирный День туризма и 1 декабря – День рождения кафедры. При этом, к 27 сентября приурочено торжественное посвящение первокурсников кафедры в студенты. Студенты старших курсов поздравляют тех, кто только поступил в университет на специальность «Туризм», посвящают им номера художественной самодеятельности. Все преподаватели и студенты кафедры собираются на этот праздник. День рождения кафедры – второй большой общий праздник. Обычно в нем участвуют и выпускники прошлых лет».

Ердавлетов С.Р. – известный географ и туризмолог, его труды изданы в странах СНГ, Польше, Италии, Турции, США и др. Он является автором одного из первых в СНГ учебников «География туризма: история, теория, методы, практика» (Алматы, 2000), являющегося базовым для изучения обязательного курса специальности «Туризм» – «Основы туризмологии». Как признание его заслуг в деле развития теории географии туризма следует расценивать участие в работе редакционных советов научных журналов «Туризм» (Лодзинский университет, Польша); «География и туризм», «Географический вестник» (Пермский госуниверситет, Россия); «Вестник КазНУ. Серия географическая» (КазНУ им.аль-Фараби, Казахстан) и «Мир путешествий» (Алматы, Казахстан).

Во время работы в университете С.Р. Ердавлетов плодотворно сочетает научнопедагогическую работу с общественной деятельностью. С 1977 по 1982 гг. он возглавлял профсоюзную организацию географического факультета. Активно участвовал в работе других общественных организаций: был членом Секции экономической и социальной географии Учебно-методического объединения университетов СССР по специальности «География», членом Научно-методического совета Казахского республиканского общества «Знание» по пропаганде наук о Земле и лектором этого общества республиканского значения; членом Ученого совета КазГУ и географического факультета; членом Географического общества Казахской ССР и др.

В 1970-1992 гг. он успешно сотрудничал с алматинскими газетами «Вечерняя Алма-Ата», «Огни Алатау», «Ленинская смена», «Казахстанская правда», «Реклама» и др. Работая внештатным корреспондентом этих газет, им опубликовано на их страницах около 400 статей и заметок.

Плодотворная деятельность С.Р. Ердавлетов отмечена заслуженными наградами: медалями: «XX лет Победы над фашистской Германией» (1965), «10 лет Астаны» (2008), «Серебряная медаль им. А Байтурсынова» (2011), «80 лет КазНУ им. аль-Фараби» (2014); нагрудными знаками: «Отличник высшей школы СССР» (1984), «Почетный работник туризма Республики Казахстан» (2002), «За заслуги в развитии туризма Республики Казахстан» (2008), «Почетный работник образования Республики Казахстан» (2011), «Лучший преподаватель вуза 2012 года» (2012).

В этом году кафедра будет отмечать знаменательную дату – 20-летие со дня основания – и достижения кафедры, студентов, преподавателей на сегодняшний день можно рассматривать как подарок юбиляру, вложившему в свое детище душу и сердце.

1-бөлім
ТУРИЗМДІ ҒЫЛЫМИ ЗЕРТТЕУ ЖӘНЕ ТУРИЗМ ТУРАЛЫ ҒЫЛЫМНЫҢ ДАМУЫ

Раздел 1
НАУЧНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТУРИЗМА И РАЗВИТИЕ НАУКИ О ТУРИЗМЕ

Section 1
SCIENTIFIC STUDY OF TOURISM AND THE DEVELOPMENT OF SCIENCE ABOUT TOURISM

Александрова А.Ю.

Понятие туризма как системы

На основе системного подхода в статье предпринята попытка разработать современную методологию познания туризма, которая может дать наиболее полное и целостное научное представление о нем. Даны системно-элементная, системно-структурная, системно-функциональная, системно-целевая, системно-ресурсная, системно-интеграционная, системно-коммуникационная и системно-историческая трактовки современного туризма. Исследование укореняет парадигму «нового гуманизма» в изучении туристской деятельности. Основное внимание уделяется полиструктурности туристской системы. Охарактеризована географическая структура туристской системы, которая предстает как базовая, и входящие в нее территориальные подсистемы. Социальная структура рассмотрена в контексте приобретения человеком туристского опыта с эффектом накопления. Производственная структура основана на принципе сопроизводства комплексного турпродукта и механизме партнерства. Констатируется циклично-волновой характер развития туристской системы; выделены циклы колебаний туристской активности разной периодичности. Поднимаются проблемы взаимодействия туристской системы и внешней среды.

Ключевые слова: туризм, система, системный подход, методология, структура.

Aleksandrova A.Yu.

The Notion of Tourism as a System

The article presents the attempt to develop modern methodology of tourism knowledge which can give the most comprehensive and integral scientific notion of tourism based on systematic approach. Interpretations of fundamental, structural, functional, target, resource, integrative, communicational and historical systems of modern tourism are discussed. The research supports «new humanism» paradigm in studying tourism activities. The emphasis on multi-structural character of tourism system is made. Geographical structure of tourism system which is presented as a basis and its constituent territorial subsystems are described. Tourism social structure is discussed in the context of obtaining new tourist experience with accumulative effect. Tourism production structure is based on co-production principle of integrated tourism products and partnership mechanisms. Cyclic-wave character of tourism systems is stated, fluctuation cycles of different periodicity in tourism activity are highlighted. The problems of interaction between tourism system and its external environment are pointed out.

Key words: tourism, system, systematic approach, methodology, structure.

Александрова А.Ю.

Туризм жүйе ретінде

Мақалада жүйелік тәсіл негізінде туризм түсінігінің заманауи әдістемесін жасауға қадам жасалған, ол туризм туралы толыққанды ғылыми көзқарасты қалыптастыруға мүмкіндік береді. Заманауи туризмнің жүйелік-элементті, жүйелік-құрылымды, жүйелік-функционалды, жүйелік-мақсатты, жүйелік-ресурсты, жүйелік-интеграциялық, жүйелік-коммуникациялық және жүйелік-тарихы түсіндірмесі бірілген. Зерттеу туристік іс-әрекетті зерттеудегі «жаңа гуманизм» парадигмасын нығайтады. Туристік жүйенің полиқұрылымына ерекше назар аударылады. Негізгі болып табылатын туристік жүйе және оған жататын аумақтық жүйешенің географиялық құрылымы сипатталған. Әлеуметтік құрылымы адамның туристік тәжірибеге ие болу мен жинақталуы мәнмәтінінде қарастырылған. Өндірістік құрылымы кешенді турөнімді бірлесе өндіру қағидасы мен әріптестік механизміне негізделген. Туристік жүйенің дамуының циклді-толқынды сипаты белгіленген; әртүрлі кезеңдерде туристік белсенділіктің ауытқу циклі анықталған. Туристік жүйе мен сыртқы ортаның қарым-қатынасы мәселесі қарастырылады.

Түйін сөздер: туризм, жүйе, жүйелік тәсіл, әдістеме, құрылым.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.482

Александрова А.Ю.

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Российская Федерация, г. Москва
E-mail: analexan@mail.ru

ПОНЯТИЕ ТУРИЗМА КАК СИСТЕМЫ

Введение

Для всестороннего анализа и выработки точного научного определения туризма как сложноорганизованного объекта познания продуктивным может быть системный подход, а также принципы теории систем. Системный подход служит методологической основой современных туристско-рекреационных исследований. В самом общем виде туризм как система представляет собой упорядоченную определенным образом совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях между собой и образующих некую целостность; ее целостность проявляется во взаимодействии с внешней средой.

При системном подходе к изучению туризма используется широкий понятийный аппарат. Первую группу образуют понятия, относящиеся к внутреннему строению системы («связь», «отношение», «элемент», «среда», «целостность», «структура», «организация» и др.). Вторая группа понятий связана с описанием функционирования системных объектов и включает в себя категории «функция», «устойчивость», «равновесие» (в разных его формах), «регулирование», «обратная связь», «гомеостазис», «управление», «самоорганизация» и т.д. Третью группу составляют понятия, описывающие процессы развития системных объектов: «генезис», «эволюция», «становление» и т.п. [1].

Важнейшее значение в теории систем придается категории «связи», в состав которых входят следующие группы: взаимодействия, порождения (генетические связи), преобразования, строения (структурные связи), функционирования, развития и связи управления [2]. Среди всех связей и отношений в сфере туризма выделяется их особый вид – управленческие связи. В процессе осуществления социального управления происходит упорядочение сферы туризма, согласованное функционирование ее элементов, поддержание должного режима их деятельности, а также взаимодействие сферы туризма с внешней средой. Управление обеспечивает надежное существование и устойчивое развитие сферы туризма. Поэтому связи управления носят системообразующий характер и их частичная или полная утрата может превратить сферу туризма в неорганизованную совокупность элементов (разрушить систему).

Понятие структуры является одним из наиболее важных в системном подходе. Структура сферы туризма представляет собой способ ее организации, взаимную связь и упорядоченность элементов. Под структурой туристской системы понимают совокупность наиважнейших организованных устойчивых в пространстве и во времени связей и отношений элементов, технологий и факторов, обеспечивающая ее целостность.

Исходные данные и методы исследования

В статье теория познания и диалектики в форме системного подхода прилагается к исследованию туризма. Системный подход раскрывается посредством освещения восьми главных его аспектов: 1) системно-элементного, или системно-комплексного – выявление элементов, составляющих систему; 2) системно-структурного – выявление внутренних связей и зависимостей между элементами системы, получение представления о строении системы; 3) системно-функционального – выявление функций, которые выполняет система; 4) системно-целевого – определение целей и подцелей системы; 5) системно-ресурсного – выявление ресурсов, необходимых для функционирования системы; 6) системно-интеграционного – определение совокупности качественных свойств системы, обеспечивающих ее целостность и специфику; 7) системно-коммуникационного – определение внешних связей системы с окружающей средой; 8) системно-исторического – выявление условий возникновения системы, современного состояния и перспектив ее развития [3].

Системный подход был и остается приоритетным в советской и современной российской школе рекреационной географии и географии туризма. В конце 1960-х – 1970-е годы коллектив авторов под руководством В.С. Преображенского разработал концепцию территориальной рекреационной системы – социальной географической системы, состоящей из взаимосвязанных гетерогенных элементов: группы отдыхающих, природных и культурных комплексов, технических сооружений, обслуживающего персонала и органа управления [4]. Это означало переворот во всей советской географической науке и способствовало ее «очеловечеванию».

На рубеже XX – XXI вв. последователями В.С. Преображенского были предложены новые концептуальные модели территориальных туристско-рекреационных систем, развивающие геосистемный подход в рекреационной географии применительно к современным условиям. Гипотеза, сформулированная в виде графической «средовой» (адаптационной) модели рекреационной системы, была направлена на преодоление главных недостатков советской концепции территориальной рекреационной системы, а именно ее недостаточной гуманитаризации, подобие техническим системам и жесткого детерминизма. «Средовая» модель исходит из самоорганизации рекреационной деятельности в открытом обществе. В качестве движущей силы самоорганизации выделен процесс адаптации в самых разных формах проявления, в том числе территориальных [5]. Другая модель территориальной туристско-рекреационной системы раскрывает пространственные особенности туристско-рекреационной деятельности. Анализируется структура системы с выделением ряда субсистем (инфраструктурной, организационно-управленческой, природно-рекреационной, рекреационно-деятельностной и др.), а также условия и факторы ее формирования [6].

Результаты и обсуждение

Новое толкование понятия туризма как системы является результатом предшествующей эволюции туристско-рекреационных исследований. Оно, прежде всего, укореняет парадигму «нового гуманизма» в изучении туристской деятельности.

Туристская система носит социальный характер, поскольку в центре ее находится человек. Она формируется в общественно значимых целях. Генеральной целью туристской системы, главным критерием, определяющим эффективность ее работы, а также выполняемые ею разнообразные функции является удовлетворение туристских и связанных с ними потребностей людей. Интересы туристов заключаются в реализации их прав и свобод, в обеспечении в процессе подготовки, организации и совершения путешествий гарантий личной неприкосновенности, неприкосновенности частной жизни, защищенности жизни, здоровья и имущества, повышении уровня их работоспособности, интеллектуального и духовного развития. В конечном счете состояние туристской системы определяет физическое, психо-эмоциональное и духовное здоровье общества. В свою очередь это способствует повышению качества человеческого капитала, росту эффективности общественного производства.

Туристская система имеет несколько взаимосвязанных структур, т. е. характеризуется полиструктурностью.

Географическая структура туристской системы является базовой. Она отражает пространственную сущность туризма, предполагающего свободное, без принуждения перемещение человека в пространстве временно, с возвращением на постоянное место жительства с туристскими целями.

Географическая структура туристской системы включает несколько территориальных подсистем – территорию постоянного проживания посетителя, транзитную территорию и туристскую территорию (дестинацию), которые связаны устойчивыми маршрутами следования посетителей. Такая структура туристской системы была предложена профессором Н. Лейпером (Новая Зеландия) [7].

Из модели Н. Лейпера вытекают следующие важные положения. Во-первых, хотя внимание посетителей сфокусировано на туристской дестинации, и экономические и экологические последствия туристской деятельности наиболее очевидны также в туристской дестинации, полная оценка воздействия туризма требует учета происходящих изменений во всех без исключения территориальных подсистемах туристской системы.

Во-вторых, доступность туристской дестинации – важное условие ее конкурентоспособности. Туристские дестинации имеют неодинаковую доступность для туристов из разных территорий (стран). Следовательно, некоторые дестинации имеют преимущество перед другими на туристском рынке.

В-третьих, регион, генерирующий туристские потоки, транзитный регион и туристская дестинация должны иметь соответствующую инфраструктуру и предприятия туристской индустрии для обслуживания посетителей. Они позволяют посетителям достигать туристские дестинации, осуществлять в них туристскую деятельность и возвращаться на место постоянного проживания. Тем самым обеспечивается перемещение посетителей из одной части туристской системы в другую и достижение ими туристских целей.

Социальная структура туристской системы. Туристская система «наполнена» человеком. Человек с его разнообразными потребностями предстает в качестве примата всей системы, узла, в котором сходятся разные типы отношений. Он является ведущей силой, смысловым и целевым центром туристской системы. Закономерно, что пониманию поведения посетителей уделяется такое большое внимание.

В начале XXI в. ведущие западные исследователи туризма, пытаясь раскрыть мотивации и поведение посетителей, все чаще обращаются к изучению их туристского опыта. Под туристским опытом понимается совокупность впечатлений, сложившихся у посетителя от поездки. Эти впечатления и эмоции определяют отношение посетителя как потребителя к туристской дестинации или компании (бренду).

Туристский опыт складывается из многих компонентов на всех этапах путешествия [8]. Процесс приобретения туристского опыта начинается в регионе, генерирующем туристские потоки, во время подготовки путешествия: анализа информации о туристской дестинации, выбора и покупки тура или бронирования отдельных туристских услуг. Туристский опыт обогащается при переезде к основному месту назначения через транзитную территорию. Наиболее яркие впечатления посетитель получает во время пребывания в туристской дестинации. Не прекращается этот процесс и на обратном пути к месту постоянного проживания. Даже после окончания путешествия посетитель продолжает приобретать опыт, вспоминая и оценивая поездку. Туристский опыт может накапливаться. Это одна из главных его характеристик. Процесс приобретения туристского опыта с эффектом накопления пронизывает туристскую систему насквозь, связывает отдельные подсистемы воедино и придает ей целостность.

Производственная структура туристской системы. Туристский опыт посетители приобретают, вступая в контакт с поставщиками туристских продуктов. В экономике потребительского опыта есть специальное понятие «точки контакта». Их можно условно разделить на две группы: 1) сам продукт, его материальная, инфраструктурная составляющая и 2) то, как он предлагается [9]. Сегодня простого удовлетворения потребностей клиента недостаточно. Необходима сильная эмоциональная связь производителя с потребителем. Человека необходимо удивлять, предвосхищать его ожидания и потребности. На смену традиционным отношениям между компанией и клиентами приходит постановка впечатлений, в которой компания играет роль «режиссера», а клиент становится зрителем, но не пассивным, а полноправным со-производителем продуктов-впечатлений.

Принцип со-производства комплексного турпродукта, когда все участники туристского рынка, включая потребителей, взаимодей-

ствуют между собой, лежит в основе производственной структуры туристской системы. Под производственной структурой понимается совокупность разных по видам деятельности предприятий, связанных между собой единым процессом создания продукта. (Еще раз подчеркнем, что в процесс создания турпродукта вовлечены не только производители, но и потребители). В создании комплексного турпродукта задействованы предприятия многих секторов экономики. Их размещение в рамках географической туристской системы зависит от функции, какую выполняет та или иная территория.

Для региона, генерирующего туристские потоки, важно наличие каналов сбыта туристского продукта и продвижения туристской дестинации, а также транспортной инфраструктуры. Для транзитного региона главным является наличие транспортной инфраструктуры и объектов придорожного сервиса. В туристской дестинации особое значение имеют туристские аттракции, а также наличие собственно туристской инфраструктуры, прежде всего средств размещения и питания, и транспортной инфраструктуры, обеспечивающей местные перевозки (трансфер, экскурсии и пр.). Формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов в дестинации занимается производственно-сбытовой аппарат – туроператоры, турагентства, конвеншн-бюро и т.д. Наконец, эффективное функционирование сферы туризма невозможно без производственной и социальной инфраструктуры общего назначения (помимо транспортной) [10].

В конце XX – начале XXI в. под влиянием информационно-компьютерной революции в производственной структуре туристской системы происходят изменения. Она усложняется и приобретает форму сетевой платформы, которая организуется на трех главных принципах: 1) «все связано со всем», 2) множество участников, 3) еще большее количество связей между ними. В глобальной сети Интернет складывается единая среда совместного ведения бизнеса в сфере туризма. Она обеспечивает одновременную работу всех хозяйствующих единиц и конечных потребителей в режиме реального времени. Глубокие изменения происходят в основе основ производственной структуры туристской системы – создании стоимости. В сети стоимость создается в результате более интенсивного, чем прежде сотрудничества всех ее участников, поэтому для этого процесса так важны наличие связей, их густота и теснота.

Несмотря на то, что для туристских систем характерна значительная роль процессов самоорганизации, важную роль в их формировании, функционировании и развитии играют институты управления. Главной тенденцией последнего времени в управлении туристскими системами стал отход от использования традиционных административных рычагов к механизму партнерства. Во многих странах мира органы управления сферой туризма все активнее привлекают туристский бизнес, его средства и организационные возможности к реализации общественно значимых туристских проектов и программ посредством механизма государственно-частного партнерства. Дальнейшее развитие отношений партнерства видится в расширении круга его участников. Наряду с государственными структурами и частным бизнесом в них все чаще вовлекаются общественные организации. В идеале все субъекты туристской системы должны тесно взаимодействовать между собой в целях эффективного управления туристскими территориями.

Динамические свойства туристской системы. Туристская система находится в постоянном движении. Она обладает способностью к саморазвитию, т.е. изменяться в определенном направлении и принимать качественно новое состояние. Туристская система имеет сложную траекторию развития. В процессе развития туристской системы прослеживаются постоянно повторяющиеся колебания туристской активности – циклы. Эти колебания носят закономерный характер и являются результатом нарушения и восстановления равновесия в туристской системе.

Общее колебание туристской активности имеет сложную внутреннюю структуру. С помощью метода спектрального анализа оно может быть разложено на отдельные виды волн с разным периодом, амплитудой и механизмом колебаний. Выделяется малый цикл продолжительностью 2-5 лет, среднесрочный цикл 6-11 лет, цикл 13-20 лет и длинный цикл с примерно полувековым периодом. В реальной действительности они тесно взаимодействуют друг с другом, переплетаясь и закладываясь один на другой. Кризисы в туристской системе тем глубже, а подъемы тем значительнее, чем синхроннее разные волны достигают соответственно своих низшей и высшей точек [11].

Выявленные закономерности развития туристских систем открывают новые возможности долгосрочного прогнозирования туристской активности.

Туристская система и окружающая среда. Туристская система постоянно обменивается веществом, энергией и информацией с внешней средой. Среда выступает источником появления туристской системы, а в дальнейшем – ресурсом и условием ее функционирования. Внешняя среда неоднородна. В ней выделяются разные сферы – экономическая, экологическая, технико-технологическая, политическая, социальная и др. На изменения внешней среды туристская система реагирует с помощью присущих ей механизмов адаптации. Взаимодействие туристской системы и внешней среды является обоюдонаправленным, с двусторонним движением. Не только общественное окружение накладывает отпечаток на существование и функционирование отдельных подсистем и всей туристской системы, но и туристская система в процессе функционирования способна влиять на внешнюю среду. Причем это влияние имеет не всегда позитивные последствия, но также нейтральные и даже негативные. Их необходимо рассматривать в сложившемся контексте с учетом исходного состояния туристской системы и заложенной будущей ситуации.

Выводы

Системный подход как направление методологии научного познания позволил раскрыть содержание понятия туризма. Туристская система отличается полиструктурностью и включает географическую, социальную, производственную структуры. Их выявление, углубленное изучение каждой в отдельности и вместе с тем в существующих неразрывных взаимосвязях/взаимоотношениях друг с другом позволили по-новому осмыслить туризм, дать сущностную его характеристику, а изучение связей туристской системы с внешней средой – сформировать более полное и целостное научное представление об объекте познания. Такая трактовка понятия туризма как системы относится к XXI в. Она отражает актуальные изменения в поведении всех субъектов туристской деятельности – получение и накопление человеком туристского опыта как суммы впечатлений, создание сетевой организации туристского бизнеса, взаимодействие государства, туристского бизнеса и общественных организаций на принципах партнерства и др. Результаты исследования современной туристской системы как совокупности сущностей и отношений имеют практическое значение для разработки рекомендаций по совершенствованию туризма, в том числе оптимизации территориальной организации туристской деятельности. Системный подход открывает новые перспективы в исследованиях туристской системы.

Литература

1 Писаревский Е.Л. Административно-правовое обеспечение безопасности туризма в Российской Федерации: диссертация на соискание ученой степени доктора юридических наук. – М., 2012. – 496 с.

2 Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. Методологические проблемы современной науки. – М.: Наука, 1978. – 392 с.

3 Осипова С.И., Бутакова С.М., Дулинец Т.Г., Шаипова Т.Б. Математические методы в педагогических исследованиях. Учебное пособие. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. – 264 с.

4 Теоретические основы рекреационной географии / Отв. ред. В.С. Преображенский. – М.: Наука, 1975. – 245 с.

5 Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М. Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем // Вестник Моск. ун-та. Сер. 5 геогр. – 1998. – № 1. – С. 22-27.

6 Мажар Л.Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы: Монография. – Смоленск: Универсум, 2008. – 212 с.

7 Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry // Annals of Tourism Research. – 1979. – V. 6(4). – P. 390–407.

8 Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: an international approach. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. – 378 p.

9 Эль-Кухун Г. Экономика потребительского опыта // Оптимальные коммуникации. Эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ [Электронный ресурс] – URL: http://jarki.ru/wpress/2010/11/15/1412/ (Дата проверки: 02.03.2016).

10 Саранча М.А. Потенциал и организация развития туризма в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка на основе географических информационных систем: Монография. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. – 220 с.

11 Александрова А.Ю. Структура туристского рынка: Монография. – М.: Пресс-Соло, 2002. – 384 с.

References

1 Pisarevskij E.L. Administrativno-pravovoe obespechenie bezopasnosti turizma v Rossijskoj Federacii: dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni doktora juridicheskih nauk. – Moskva, 2012. – 496 c.

2 Judin Je.G. Sistemnyj podhod i princip dejatel'nosti. Metodologicheskie problemy sovremennoj nauki. – M.: Nauka, 1978. – 392 s.

3 Osipova S.I., Butakova S.M., Dulinec T.G., Shaipova T.B. Matematicheskie metody v pedagogicheskih issledovanijah. Uchebnoe posobie. – Krasnojarsk: Sibirskij federal'nyj universitet, 2012. – 264 s.

4 Teoreticheskie osnovy rekreacionnoj geografii / Otv. red. V.S. Preobrazhenskij. – M.: Nauka, 1975. – 245 s.

5 Mironenko N.S., Jel'darov Je.M. Gumanitarnye aspekty issledovanija rekreacionnyh sistem // Vestnik Mosk. un-ta. Ser. 5 geogr. – 1998. – № 1. – S. 22-27.

6 Mazhar L.Ju. Territorial'nye turistsko-rekreacionnye sistemy: Monografija. – Smolensk: Universum, 2008. – 212 s.

7 Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry // Annals of Tourism Research. – 1979. – V. 6(4). – P. 390–407.

8 Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: an international approach. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. – 378 r.

9 Jel'-Kuhun G. Jekonomika potrebitel'skogo opyta // Optimal'nye kommunikacii. Jepistemicheskij resurs Akademii mediaindustrii i kafedry teorii i praktiki obshhestvennoj svjaznosti RGGU [Jelektronnyj resurs] – URL: http://jarki.ru/wpress/2010/11/15/1412/ (Data proverki: 02.03.2016).

10 Sarancha M.A. Potencial i organizacija razvitija turizma v Udmurtskoj Respublike: geograficheskij analiz i ocenka na osnove geograficheskih informacionnyh sistem: Monografija. – Izhevsk: Izd-vo «Udmurtskij universitet», 2011. – 220 s.

11 Aleksandrova A.Ju. Struktura turistskogo rynka: Monografija. – M.: Press-Solo, 2002. – 384 s.

Ердавлетов С.Р.

Еще раз к вопросу науки о туризме

В статье рассматриваются вопросы развития взглядов ученых разных стран мира на науку о туризме, явлении настолько широком и многогранном, в огромной степени влияющем на мировое хозяйство, на поведение людей, на окружающую среду, культурную жизнь общества и на многие другие сферы человеческой деятельности. Показаны взгляды разных ученых из различных стран мира о научном изучении туризма и проблемах, сопутствующих этому процессу.

Основные темы, обсуждаемые также в научных публикациях и на конференциях, касаются предмета, проблематики и методов научных исследований, а также феномена туризма, места этих исследований в системе наук, что именно выражается в несовпадении мнений по вопросу, можно ли сегодня говорить о самостоятельной «науке о туризме», или о «науках, занимающихся туризмом».

Ключевые слова: феномен туризма, наука о туризме, науки о туризме, междисциплинарность исследований туризма, география туризма.

Erdavletov S.

Once More about the Question of Tourism Science

This paper presents the development of the views of scientists from various countries of the world on the science of tourism, this phenomenon is so broad and multi-faceted, greatly affecting to the world economy, to the behavior of people, to the environment, the cultural life of society and to many other spheres of human activity. It shows different views of scientists from various countries on the scientific study of tourism and the problems related to this process.

The main topics, which are discussed in scientific publications and conferences, related to the subject, to the perspective and research methods, as well as the tourism phenomenon, to place these studies in the science, that is reflected in the discrepancy of views on whether it is possible today to talk about an independent «the science of tourism», or the «tourism sciences».

Key words: the tourism phenomenon, tourism science, sciences about tourism, interdisciplinary research of tourism, geography of tourism.

Ердавлетов С.Р.

Туризм ғылымы туралы мәселеге тағы бір оралу

Бұл мақалада туризм туралы әрі жанжақты, дүниежүзілік шаруашылыққа, адамдардың іс-әрекетіне, қоршаған ортаға, қоғамның мәдени өміріне және адам іс-әрекетінің көптеген салаларына әсер ететін ерекше құбылысқа ғылым ретінде қараған дүниежүзі ғалымдарының көзқарасы келтірілген. Дүниежүзінің әртүрлі елдерінің бірнеше ғалымдарының туризммен бірге жүретін мәселелерін ғылыми тұрғыда зерттеуі сипатталған.

Ғылыми басылымдар мен конференцияларда талқыланып жүрген негізгі тақырыптар ғылыми зерттеулердің әдістемесі мен мәселелеріне, сонымен қатар туризм феномені, ғылым жүйесіндегі бұл зерттеулердің орны, көтерілген мәселе бойынша көзқарастардың сай болмауы және қазіргі күні тәуелсіз «туризм ғылымы» туралы, болмаса «туризм мәселелерімен айналысатын бірнеше ғылымдар» туралы сөз қозғау қажеттілігіне қатысты мәселені көтереді.

Түйін сөздер: туризм феномені, туризм туралы ғылым, туризм туралы ғылымдар, туризмді пәнаралық зерттеу, туризм географиясы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.85

Ердавлетов С.Р.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: erdavletov@mail.ru

ЕЩЕ РАЗ К ВОПРОСУ НАУКИ О ТУРИЗМЕ

Введение

В прошлом столетии туризм был назван «феноменом XX века», таковым он остается и в XXI веке. Современное явление, которое мы называем туризмом, понятие настолько широкое и многоаспектное, что трудно определить в какой степени он как специфическое явление выступает самостоятельно рядом с другими феноменами – психологическим, общественным, экономическим, географическом, культурном и др. [1]. Современный туризм в огромной степени влияет практически на все сферы человеческой деятельности.

Явление туризма, в виду своей сложности и многогранности, представляет интерес и выступает предметом исследования многих научных дисциплин как теоретических, так и прикладных. Среди них можно перечислить более 30 (по крайней мере) научных дисциплин, относящихся ко всей гамме наук: гуманитарных, общественных, естественных и технических.

В мире постоянно появляется множество научных работ, описывающих условия его существования, современное состояние, последствия его развития, как природные, так и социально-экономические и это в равной степени происходит как в глобальном, так и национальном, региональном и локальном масштабах. Авторы этих работ представляют разные научные дисциплины, а количество работ указывает на интеллектуальный размах, какой нарастает в настоящие время вокруг поисков места для исследования туризма в системе наук. Свидетельствуют об этом, также, конференции и семинары, проводимые а разных странах, во время которых тематика эта была предметом многих споров и страстных дискуссий.

Исходные данные и методы исследования

Изучение современного состояния исследований туризма показывает огромное разнообразие вопросов и позиций, которые находят выражение, кроме прочих, в так называемых исследовательских подходах. Согласно Р. Макинтошу и Ч. Голднеру (1984), можно выделить, по крайней мере, 9 основных подходов, применяемых в исследованиях туризма: институту-

циональный, посредством турпродукта, исторический, экономический, географический, социологический, организационный, системный и междисциплинарный. Ключевую роль в этих исследованиях играет междисциплинарное сотрудничество, которое способствует укреплению интеграции поля исследования туризма. Суть этого сотрудничества основывается на поиске ответов на одни и те же вопросы, но с точки зрения различных дисциплин.

Анализируя проблему придания туризму статуса самостоятельной научной дисциплины можно заметить много различных и часто противоречивых мнений, высказываемых на этот счет разными группами ученых. Сдается, что возникают они в большой степени, исходя из разных исследовательских традиций (вместе с признанными в их кругах парадигмами), которыми руководствуются отдельные исследователи туризма. Это означает, что, может быть, ключевую роль играет здесь так называемая научная идентичность ученого, которая влияет на его взгляды относительно статуса туризма как научной дисциплины.

Результаты и обсуждения

Можно принять, что проблема туризма как области научных исследований, а также как самостоятельной научной дисциплины появилась в литературе практически почти в тот же период, когда началась научная дискуссия о туризме. Суть этой дискуссии сводилась в основном к вопросу: должна быть одна наука о туризме или мы имеем дело с весьма динамичным процессом становления «наук о туризме».

Основные темы, обсуждаемые, также в научных публикациях и на конференциях, касаются предмета, проблематики и методов научных исследований, а также феномена туризма, места этих исследований в системе наук, что именно выражается в несовпадении мнений по вопросу, можно ли сегодня говорить о самостоятельной «науке о туризме», или о «науках, занимающихся туризмом».

Однако же, несмотря на оживленную дискуссию на эту тему, проблема остается весьма далекой от конечного решения. Причем это касается как англоязычной литературы, так и франкоязычной, а также литературы многих других стран. Одновременно можно отметить три отдельные позиции, презентованные различными группами исследователей: некоторые из них признают «науку о туризме» как самостоятельную научную дисциплину, другие против этого и считают, что туризм должен изучаться системой «наук о туризме»; третья же группа исследователей находятся между этими крайними взглядами. Хотя можно представить и некоторые иные взгляды на проблему, о чем речь будет ниже.

Сторонники единой «науки о туризме», такие, например, как Babu (2008), Goldner, Ritchie (2006), Jovicic (1998), Leiper (1981, 1990, 2000), Page (2003), Ryan (1997, 2001), Viceriat, Origet, du Gluzeau, Balfet (2005), приводят разные аргументы, указывающие на необходимость признания самостоятельной науки о туризме. Некоторые из них предлагали даже названия для этой дисциплины: турология (Leiper, 1981), туризмология (Jovicic, 1998) или туристология (Chlopecki, 2005).

N. Leiper, как один из главных сторонников признания единой науки о туризме, обращает особое внимание на общественную акцептацию этой науки, а также ее хозяйственное и культурное значение. Выражением этого являются программы учебных заведений, готовящих турстские кадры в таких старанах как Австралия, Канада, Франция, Индия, Польша, Великобритания, США, начиная с 60-70 годов XX века. Сюда же мы можем добавить и страны СНГ. Учебным программам в вузах этих стран сопуствуют также программы научные.

Подобных взглядов, хотя и выраженных в несколько иных контекстах, придерживются и такие иследователи, как Ritchie, Sheehan, Timur (2008) или Hall, Williams, Lew (2004) и др.

С другой стороны существует многочисленная группа противников единой науки о туризме. Главным их аргументом являются вопросы методологии исследований. Так, например, Bowedes (1982), Borret (2005), Pearce (1993), Tribe (1997) утверждают, что единая наука о туризме не имеет единой повсеместно признанной дефиниции, или собственной, оригинальной теории, что вызывает главные возражения с онтологической эпистемологической точек зрения. Даже Goldner и Ritchie (2006), которые принадлежат к группе сторонников единой науки о туризме, признают, что нехватка дефиниции становится одной из наиважнейших проблем. Witt, Broke и Buckley (1994) добавляют, что исследования туризма «остаются динамичными, разнообразными, а временами внутренне противоречивыми». Franklin и Crang (2001), анализируя способы расширения знаний на тему туризма, замечают, что исследователи часто поддаются политическим влияниям, либо нахо-

дятся в зависимости от организаций, финансирующих исследование. Lynch и Brown (1999) добавляют, что для факторов политических и деловых теория становится излишним баластом, который не имеет большого веса в контексте практических вопросов организации туристской деятельности. Athiyaman (1997) критикует многих исследователей туризма за отсутствие с их стороны вклада в развитие теории туризма. Meethan (2001) критично оценивает содержание журналов, книг и научных конференций, которые «остаются не теоретизированными, эклектичными и некомпактными». Подобного мнения придерживается Wailer (2003), отвергая мнение J.Jafary якобы исследования туризма нельзя уже упрекнуть в том, что они не имеют теоретических основ. Tribe (2006) утверждает, что «дисциплины могут играть селективную роль, определяя то, чего должны касаться исследования (а чего нет)». Он также приводит проблему «тиранизирующей роли» дисциплины, которая могла бы привести к ослаблению исследований туризма вместо их усиления. Чтобы проиллюстрировать это автор этот упоминает работу Rojek, Urry (1997), а также Franklin и Cranda (2001), в которых указывается на тиранизирующую роль экономики в исследованиях туризма.

Помимо этих взглядов сторонников и оппонентов единой науки о туризме, можно выделить группу исследователей, которые не выражают свои взгляды так однозначно, хотя отмечают вес этой проблемы. Причислить к ним можно, например Ateljevica, Rritcharda , Morgana (2007), Cazesa (2001), Danna, Nasha и Pearcea (1998), J.Jafary (1990, 2001) или Knafou (2005). Они соглашаются, что туризм может трактоваться как область исследований и готовы заакцептовать утверждение, что исследования туризма находится в стадии поиска зрелости. Взгляд этот достаточно хорошо вписывается в модель Kuhna (1996) о фазе предпарадигматичного туризма и что он использует парадигмы других дисциплин. В то же время они признают, что нельзя исключать возможности наступления определенной им научной революции, «в которой группа исследователей ломает дисциплинарные барьеры и начинает работу над особой дисциплинарной матрицей для исследования туризма».

Сдается, что одним из немаловажных сторонников такого мнения является J.Jafary (1990, 2001), который определяет четыре платформы развития исследований туризма и указывает, что платформа, основывающаяся на знании, хронологически является наипозднейшей и наиболее актуальной. Этот автор считает, что в отношении науки о туризме можно сказать: «её научное путешествие в направлении новых границ, новых горизонтов, очевидно, продолжается». Достаточно оптимистичной перспективы придерживаются также Echtner и Jamal (1997), когда предлагают (в оппозицию парадигматичной модели Kuhna) воспользоваться подходом Bernsteina (1994), касающегося методологической взаимозависимости между естественными и общественными науками.

В дискуссии на тему единой науки о туризме, кроме вышеозначенных трех главных позиций можно выделить еще четвертую группу исследователей, которые считают, что исследование туризма должны быть междисциплинарными. К авторам, в большей степени разделяющим такой взгляд, следует отнести Liszewskiego (2010), Pearcea и Batlera (1993), Tribea (2006), а также Witta, Broke и Buckleya (1991). Часть из них считают, что междисциплинарный подход в исследованиях туризма согласуется с постмодернистским взглядом на гибридизацию и постдисциплинарность в науке. Сторонники этого взгляда полагают, что междисциплинарность в исследованиях туризма будет в состоянии лучше ответить требованиями креативности и инновации в туризме.

Kadri (2008) считает, что междициплинарность позволила бы исследованиям туризма уменьшить мотодологичное опоздание со взглядом традиционных дисциплин. Dewailly (2006, 2008), оставаясь скептиком в отношении туризмологии Hoernera, также предлагает междисциплинарность в исследованиях туризма и «федеральную» парадигму, которая могла бы объять отдельные антропологические, географические и исторические аспекты и создать из них базу новой науки. Для некоторых исследователей (Coles,Hall, Duvall, 2005) даже междисциплинарные исследования уже становятся недостаточными и они считают, что в современных условиях исследования туризма «должны отойти от традиционных понятий в направлении более эластичных форм создания знания» и перейти к «гибридному подходу» в исследованиях туризма. Здесь уместно вспомнить знаменитое выражение Н.Бора о том, «что подлинно глубокая новая теория должна в определенном смысле быть сумасшедшей. Она должна порывать с прежним образом мысли, со старыми стандартами мышления».

Дискуссия на тему «науки о туризме» или «наук о туризме» на протяжении нескольких

последних лет, можно сказать, ослабла и даже можно рискнуть сказать, что противники и сторонники единой науки о туризме остаются при своем мнении и ни одна из сторон не готова пойти на уступки.

В связи с этом вызывает интерес статья польского профессора Лешека Бутовски на эту тему, опубликованная в шестом томе «Warsztaty z Geografii Turyzmu» издания Лодзинского университета (2015) [2]. В статье автор задал себе труд исследовать этот вопрос подробнее. При этом, он построил эти исследования в три этапа: 1) обзор литературных источников (главным образом англоязычных и франкоязычных стран, а также Польши и других стран); 2) анкетирование групп исследователей туризма из разных стран Африки, Азии, Австралии и Океании, Америки и Европы (таблица 1); 3) сравнение результатов обзора литературы и проведенного анкетирования.

Таблица 1 – Респонденты, подвергнутые анкетированию [2]

Континент	Страна, регион	Число респондентов
Африка	ЮАР	4
Азия	Китай, Индия, Япония	6
Австралия и Океания		7
Европа	Австрия, Германия, Швейцария	20
	Бельгия, нидерланды	8
	Центральная и Восточная Европа (без Польши)	17
	Франция	13
	Скандинавия	24
	Южная Европа	31
	Великобритания	13
	Польша	89
Америка (Северная)	США, Канада	19

Анкетированием было охвачено две группы респондентов – польские ученые (89 человек), занимающихся этой тематикой и заграничные исследователи туризма (162 человека), всего – 251 респондент. Среди заграничных респондентов 20% – профессора, доктора PhD – 56%, магистры – 24%. Представляли они, главным образом, университеты, а также научные общества и другие исследовательские центры. Польские респонденты были представлены, главным образом, академическими исследовательскими центрами.

Респонденты представляли различные научные дисциплины, такие как: география, экономика, менеджмент и маркетинг, физическая культура, спорт и рекреация, социология и антропология, регионоведение и другие общественные и гуманитарные науки. Среди анкетируемых 73% указали, что исследования туризма являются для них главными, для 27% – исследования туризма являются дополнительной областью исследования.

Результаты анализа анкет зарубежных респондентов позволили сформулировать автору некоторые выводы общего характера: 1) 50% анкетируемых отметили, что проводят исследования туризма, используя парадигмы, признанные «традиционными» научными дисциплинами; одновременно 45% считают, что опираются в своих исследованиях на оригинальные парадигмы, специально принятые для исследования туризма; 2) значительное большинство респондентов (59%) считают себя исследователями туризма, тогда как 39% относят себя к представителями «традиционных» дисциплин; 3) 53% респондентов были готовы признать науку о туризме как новую научную дисциплину, 36% при этом были против этого. Всех «международных» респон-

дентов отличает некоторые непоследовательность, касающаяся методологии и формального статуса науки о туризме. С одной стороны они в большинстве своем готовы признать себя представителями науки о туризме и достаточно легко признают её новой научной дисциплиной. С другой стороны, большая группа респондентов остается привязана к парадигмам «традиционных» наук.

Анализ также показал, что люди, которые получили образование по таким дисциплинам, как: экономика, география или социология более сильно привязаны к парадигмам этих дисциплин и одновременно чаще (чем, например, представители «младших» дисциплин – таких, например, как физическая культура) чувствуют себя представителями этих дисциплин. Большинство лиц (47%) с титулом профессора считали себя противниками автономизации науки о туризме (44% опрошенных профессоров были готовы признать эту науку новой), тогда как представители остальных научных степеней в большинстве своем были за автономизацию науки о туризме.

Среди ученых, которые исследования туризма признали основным своим научным направлением, как это не парадоксально, было больше оппонентов, чем сторонников автономизации науки о туризме. И еще анализ показал, что среди ученых, имеющих большой стаж научных исследований больше оппонентов автономизаци, чем сторонников, в отличие от ученых, имеющих небольшой научный стаж, которые за автономизацию науки о туризме. Среди последних больше, также, готовых признать науку о туризме новой.

В Польше автором было опрошено 89 респондентов с различными научными степенями и учеными званиями, разным научным стажем и опытом, а также разного возраста. Представляли они все важнейшие научные центры страны, занимающиеся исследованием туризма. Проведенное анкетирование позволило профессору Л.Бутовски сделать следующие выводы: 1) только 24% респондентов отметили, что они в своих исследованиях пользуется оригинальными «туристскими» парадигмами; 2) одновременно 41% их считает себя представителями, проводящими научные исследования туризма; 3) и 48% из них были готовы признать туризм как научную дисциплину. Анкетные данные указывают на достаточно большую непоследовательность в области оценки методологии исследования туризма (а также его формального статуса) в Польше. С одной стороны, респонденты на достаточно высоком уровне готовы к автономизации науки о туризме, с другой стороны – они сильно привязаны к парадигмам других наук, исследующих туризм. Если говорить в общем о мнении польских исследователей, в сравнении с представителями других регионов и стран, а также в отношении среднемирового уровня, то их можно признать наиболее консервативными, все данные приводимого ниже рисунка фиксируют наиболее низкие показатели Польши (рисунок 1).

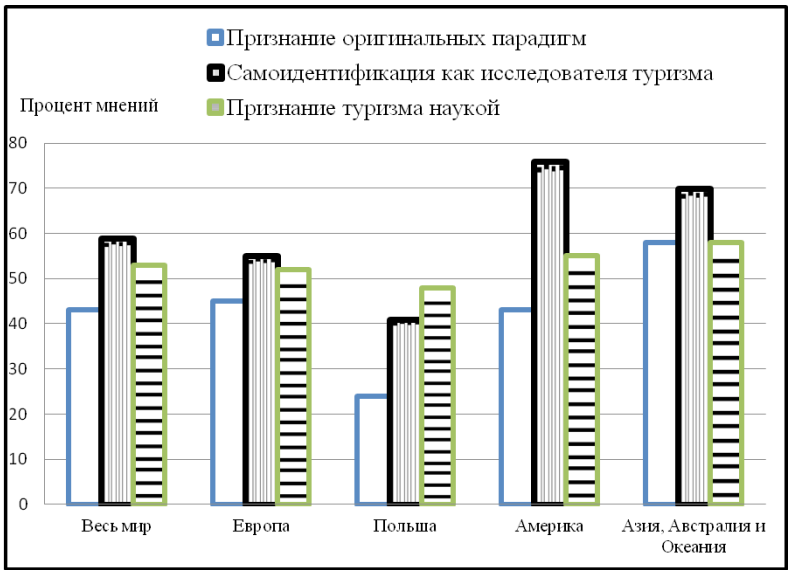


Рисунок 1 – Автономизация науки о туризме в мнении исследователей, представляющих разные регионы мира [2]

Выводы

В ходе дискуссий о современном состоянии и направлениях дальнейшего развития научных исследований туризма часто подчеркивается, что серьезное влияние в этом деле будут иметь концепции, произрастающие из новых тенденций в «философии управления наукой». Сторонники этого утверждения, вероятно, основываются на широте и глубине философской науки, как науки о всеобщих законах развития природы, общества и мышления, как общей методологии познания.

Нам же сдается, что в качестве всеобщей основы познания явления туризма как системы больше подходит география, вернее система географических наук. Во-первых, потому что география столь же обширна, как и философия в познании окружающего мира и имеет конечной задачей комплексное исследование природы, населения и хозяйства и установление характера взаимодействия между человеческим обществом и географической (окружающей) средой; во-вторых, потому что туризм есть ни что иное как «географическое (пространственное) познание Земли», потому что «туризм» и «география» неразрывно связаны, ибо география – именно та наука, которая рассматривает всю совокупность природных и общественных явлений и процессов в их пространственном (территориальном) выражении [3].

Не случайна поэтому все возрастающая роль в исследованиях туризма новой для стран СНГ науки – географии туризма. Это интегрально-синтетическая наука, изучающая пространственную (территориальную) организацию туризма, предмет ее составляют анализ и синтез форм и соотношений пространственных туристских явлений и связанных с ними процессов, изменяющих и преобразующих пространство. В отличие от других наук, география туризма рассматривает туризм как целостную общественно-хозяйственную систему, изучая практически все аспекты туристской деятельности: и природно-географические, и социально-экономические, и экологические, и политические, и исторические, и научно-технические и др. [3].

В заключение хотелось бы высказать одну «крамольную» мысль (кстати, апробированную в кулуарах на одном из лодзинских Warsztatow z Geografii Turyzmu). Мысль эту можно рассматривать как своеобразный итог неоднократных высказываний автора в печати на эту тему. Кстати, автор относит себя к сторонникам автономизации науки о туризме – туризмологии. Так, вот суть этой мысли: все ученые, которые поддерживают идею о единой науке о туризме (под разными названиями, правда), считают что эта наука только формируется и появится только в будущем. Мы же полагаем, что такая наука уже существует в настоящее время и имя ей – география туризма.

Литература

1 Liszewski S. Nauka czy nauki o turystyce // Turyzm. – 2010.– №2 (20).–Lodz, S. 37-45.
2 Butowski L.Turystyka jako dyscyplina naukowa – dylematy teoretyczne versus rzeczywistosc empiryczna/Badania nad turystyka, jeden cel, rozne podejscia/Warsztaty z Geografii Turyzmu, tom 6. – Lodz, 2015. – S.7-24.
3 Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы: Атамура, 2000. – С.4, 5.

References

1 Liszewski S. Nauka czy nauki o turystyce // Turyzm. – 2010.– №2 (20).–Lodz, S. 37-45.
2 Butowski L.Turystyka jako dyscyplina naukowa – dylematy teoretyczne versus rzeczywistosc empiryczna/Badania nad turystyka, jeden cel, rozne podejscia/Warsztaty z Geografii Turyzmu, tom 6. – Lodz, 2015. – S.7-24.
3 Yerdavletov S. Tourism geography: history, theory, methods, practice. –Almaty: Atamura, 2000. – 4.5 p.

Erdavletov S.R., Artemyev A.M., Aktymbaeva A.S., Woodward D.B., Shaken A.S., Sakypbek M.A.

Once More about the Necessity of the System of Scientific Support of Tourism Development in Kazakhstan

The article discusses the causes of inadequate development of tourism in Kazakhstan and the need for the country's system of scientific support for its development and territorial organization. The three main objectives of the establishing modern high-performance tourism industry are analyzed. In particular, the necessary restructuring of tourism management at the state level and the real support of tourism as a promising sector from the State. The second important task is the development of the tourism science and scientific support for the implementation of the System tourism development plans in Kazakhstan, including the territorial organization and infrastructure development. And the third – personnel training, including scientific and pedagogical, capable of ensuring the competitiveness of Kazakhstan's tourism on the international market.

Key words: tourism, tourism sciences, geography of tourism, tourism in Kazakhstan, personnel training for tourism.

Ердавлетов С.Р., Артемьев А.М., Актымбаева А.С., Вудворд Д.Б., Шакен А.Ш., Сакыпбек М.А.

Қазақстандағы туризмді дамытуды ғылыми қамтамасыз ету жүйесін құру

Мақалада Қазақстанда заманауи туризм дамуының жеткіліксіз деңгейі және елде оны дамытуды және аймақтық ұйымдастыруды ғылыми қамтамасыз ету мәселесі қарастырылған. Қазақстанда заманауи жоғары деңгейлі туризм индустриясын құру мәселесінің 3 міндеті сарапталған. Атап айтқанда, бірінші міндетке туризм саласын басқару жүйесін мемлекеттік деңгейде қайта қарастыру және туризмді болашағы бар сала ретінде мемлекеттік тұрғыда қолдау қажеттілігі жатқызылған. Екінші басты міндет туризм туралы ғылымды дамыту және Қазақстандағы туристік саланы жүйелі түрде дамыту жоспарларын ғылыми қолдау, оның ішінде аймақтық даму мен инфрақұрылым дамуы да ескерілуі тиіс. Және үшінші міндетке мамандарды даярлауды жатқызамыз, әсіресе қазақстандық туризмнің дүниежүзілік бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ете алатын ғылыми және педагогикалық мамандар даярлануы керек.

Түйін сөздер: туризм, туризм ғылымы, туризм географиясы, Қазақстан туризмі, туризм мамандарын дайындау.

Ердавлетов С.Р., Артемьев А.М., Актымбаева А.С., Вудворд Д.Б., Шакен А.Ш., Сакыпбек М.А.

Еще раз о необходимости создания системы научного обеспечения развития туризма в Казахстане

В статье рассматриваются причины недостаточности современного уровня развития туризма Казахстана и необходимость создания в стране системы научного обеспечения его развития и территориальной организации. Анализируются три главные задачи решения вопроса создания в Казахстане современной высокоэффективной индустрии туризма. В частности, необходима реструктуризация системы управления туризмом на государственном уровне и реальная поддержка туризма как перспективной отрасли со стороны государства. Второй важной задачей является развитие науки о туризме и научное сопровождение реализации системных планов развития туризма в Казахстане, включая территориальную организацию и инфраструктурное развитие. И третье – подготовка кадров, в том числе научных и педагогических, способных обеспечить конкурентоспособность казахстанского туризма на международном рынке.

Ключевые слова: туризм, наука о туризме, география туризма, туризм Казахстана, подготовка туристских кадров.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

UDC 910:379.85

***Erdavletov S.R., Artemyev A.M., Aktymbaeva A.S., Woodward D.B., Shaken A.S., Sakypbek M.A.**

Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty
*E-mail: erdavletov@mail.ru

ONCE MORE ABOUT THE NECESSITY OF THE SYSTEM OF SCIENTIFIC SUPPORT OF TOURISM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Introduction

In recent years, interest in Kazakhstan as a tourism destination has increased significantly throughout the world. Kazakhstan receives the most numbers of tourists from Germany, Great Britain, Japan, Korea, China, the United States, the Gulf countries. It is not accidently. The Republic of Kazakhstan ranks ninth in the world by territory and is located in the center of Eurasian continent. It represents a special natural complex, which includes the best landscape samples of both parts of the continent. But Kazakhstan is rich not only with the beauty and contrasts of nature, but also with the unique culture and rich historical heritage. But talking about the present day of development of tourism, it must be noted that Kazakhstan has not yet developed the tourism industry with all necessary attributes – advertising, trade services, transport, accommodation, food, communications and others. This is despite the fact that since 1991there is a special department at the government level with the responsibility of managing tourism at the state level. The contribution of the tourism industry to the country's GDP is negligibly small (less than 1%).

The task of establishing a modern high-performance tourism industry in Kazakhstan impeded by a number of reasons both objective and subjective. We will focus on just three of them, which will greatly contribute to this task.

Materials and methods

The current state of tourism studies show a huge variety of issues and positions arising from his study, which finds expression, among others, the so-called research approaches. A key role in these studies plays a systematic approach and interdisciplinary collaboration that strengthen the integration of tourism research field. The essence of this cooperation is based on the search for answers to the same questions, but from the perspective of different disciplines.

At the same time, there are a lot of different and often contradictory views expressed by different groups of researchers and individual researchers. For that they occur to a large extent, on the basis of different research traditions (with recognized paradigms in their circles) that guide individual tourism researchers. This means

that the key role is played by the so-called scientific identity of the scientist, which affects his/her views on the status of tourism as a scientific discipline.

Results and discussion

Organizational issues are of great importance. Tourism in Kazakhstan as well as Russia and other CIS countries, is still the stepchild in the theory of national economy. Tourism exists as a «de facto», but not «de jure.» Although Soviet scientists talked about the need for the tourism industry for a long time.

However, the establishment of such an industry requires some preliminary clarifications. On the basis of the consumption of tangible and intangible consumer values we could include all enterprises whose services are used by tourists in the tourism industry. Many researchers understand under this set a so-called «tourism industry». However, it is necessary to distinguish between the concept of «tourism and recreation sector» and «tourism industry.» Since the objective basis of national economy structure is the social division of labor, and not a sign of consumption, to the extent the latter can serve as a criterion for classifying a number of enterprises not to industry but to the collective term «tourism industry». In other words, the industry realized the primary process, and in the «tourism industry» in addition, and all the real economic relations, arising in organizing service recreants (tourist). If you do not see the difference between the sector and the «tourism industry» and adopt a criterion of forming industries final consumption, this sector will act as a collective sphere, various enterprises of which are scattered on separate branches of national economy. The current practice of the organization of tourist and recreational activities in many countries is based on the concept of «tourism industry», which is dictated by the complex nature of the tourist and recreational use.

Ensuring a coordinated, coordinated functioning of all the elements involved in the tourist and recreational services, is possible only if focused planning and management. Firstly, these are the need to include the sector in the national economic sector planning and material balance of production and distribution. Secondly, there is a need to ensure the unity of management of tourism and recreation industry (tourism industry).

The level of development of tourism in the country to date has generated a lot of problems that can be solved, in the first place, by improvement of management. In addition, there are not enough links with related industries sector, especially through direct contracts. All this leads to serious difficulties in the development of the sector in its current and long-term planning, in operational management, which negatively affects the quality of tourist services, leads to scatteration of resources, to inefficient use of resources. Under the circumstances, the idea of the formation of inter-agency body with functions of planning, coordination and control that would ensure implementation of a uniform policy in the recreation and tourism, unity of management of the tourist industry, is the correct one. Its recommendations and decisions shall be binding to all those involved in tourist and recreational services of the ministries and departments.

At the same time, it is very important that the Ministry of Tourism in terms of organization should exist separately from the sport, physical education, youth affairs, the economy, transport and other departments. That is, it should be the Ministry of Tourism only.

Created, as mentioned above, in 1991 the Ministry of Tourism, Physical Culture and Sports was engaged, unfortunately, not only in tourism, physical culture and sports, but also in youth. Then tourism was merged with transport, health, trade, industry etc. In existence since 2006, the Ministry of tourism and sports has undergone the next (eighth) restructuring, due to which tourism is now driven deep into the bowels of the Ministry of industry and new technologies, and then – the Ministry for investment and development. In the first case it was a committee and now it is a Department.

It should be added, that during the existence of the National Tourism Administration it was never headed by a professional with higher tourism education. Authority was given at the mercy of the athletes, teachers, union workers, builders, etc. Is it possible that tourism, which now officially recognized as a priority sector of the economy, does not deserve to be lead by a tourism specialist.

Another major cause of underdevelopment of tourism in the country is the lack of scientific support for its development. There is no research organizations in the country, that would on an ongoing basis be engaged in the development and the territorial organization of tourism. This is not an accident. After all, none of the programs adopted by the Government of the Republic of tourism development in the country, including the now existing «Concept of development of the tourist industry until 2020», there is no word about the science of tourism, or the necessity of scientific support for its development. No one is engaged in

work on the identification and assessment of tourist and recreational resources for the development of scientific concepts of tourism organization and management. There is only limited experience of scientific research and work on the design of tourist and recreational areas of the country in the State Project Institute «Kazgiprograd», the Institute of Geography of the Ministry of Education and Science, some universities, the Committee on Statistics of the Republic of Kazakhstan and in the National Tourism Administration.

But all this is not done at a high professional level, which is associated with the the absence, until recently, an appropriate training system for the tourism industry, which will be discussed further.

Like any other sector of the economy, tourism can not develop normally in the country without proper research to ensure its development.

Studies conducted by the authors, indicate the presence of a specific reserve, which can form the basis for the creation of the service of scientific support for the development of tourism in Kazakhstan and territorial organization. To date, the country has 8 doctors and about 60 candidates and doctoral PhD, who received their degrees in tourism [1]. And in the ranks of these scientists – representatives of the geographic, economic, educational, and legal sciences.

The government need to find organizational and financial capabilities to create a State Research and Design Institute of Tourism, which would take the issues of scientific support for the development of tourism and territorial organization of the Republic of Kazakhstan. Establishment of the Institute would help to switch in a short period from dispersion and amateurism to concentrated research-based solutions of the problems of tourism in the country.

All understand and speak about the huge potential of Kazakhstan in the development of tourism, but a clear picture about at least one of the resource potential still is not there. One of the first tasks of the Institute of Tourism, therefore, will be a detailed and comprehensive inventory of all available resources in the country and the prerequisites of development of tourism and recreation.

As one of the priority actions in this light should be the creation of regional «tourist-recreational inventories» and on their basis – regional «tourist balances» and then consolidating them into a single Republican «Cadastre of tourist and recreational resources» and «Tourist balance of the Republic of Kazakhstan».

The first of these is a systematic set of data, that includes qualitative and quantitative inventory and assessment of natural and man-made objects and phenomena of tourism and recreation function. It must contain geographical data, socio-economic, environmental and local lore about the current state and dynamics of an object or phenomenon, recommendation on the nature of recreational use, as well as the necessary protection measures.

Territorial «tourist balances (balances of rest)», current and future, should be made in all regions of the country and to hold, on one hand, information on the areas of consumption of rest», broken down within each region for social and age groups and regions» of «production of rest» broken down into the forms and types of tourism – on the other hand.

In addition, it is necessary to develop a scheme of development and territorial organization of tourism in all regions of the country. Among the priority actions for tourism development, as well, it is necessary to reserve the areas that are still unoccupied and are attractive for recreation and tourism, as the potential for the formation of future tourist centers.

Tourism research laboratory should be established in the leading universities of the country that train personnel for tourism. Especially as a precedent in this case was established in the late 2008, when such center was established in the Kazakh Academy of Sports and Tourism, that trains experts in the field of sports tourism.

Training of personnel for the tourism system is one of the three key priorities in Kazakhstan in order to create modern tourism industry. Personnel should be trained not on the basis of immediate requirements of conjuncture, but thoroughly and fundamentally. For it is these professionals who organize the complete system of tourism with all it's attributes, and the gradual transformation into tourism industry. This means that they will have to deal not only with issues of inbound and outbound tourism, but to start from scratch the organization of tourist and excursion services system. That will require, in turn, the organization of the whole complex of works, among which the most important will take research to ensure the long-term development planning and territorial organization of tourism in the country and design projects to develop regions.

Who are the graduates? Given the complete absence, until recently, of training of such personnel, and a very low level of development of tourism in the country, it must be said that university graduates, prepared specifically for the tourism system, must be experts in at least four of the following areas: scientific, planning and surveying, organizational-managerial and pedagogical (to work in educational

institutions within the country's education system).

Until 1992 Kazakhstan had no educational professions related to the preparation of tourism personnel. Pioneers in that field were two universities in Almaty – Abay Almaty State University (ASU) and Turan University, where for the first time tourism departments were established. In this case, in Almaty State University it was organized at the Department of Geography, in Turan it was an independent department of tourism, first in Kazakhstan and Central Asia. However, the qualifications were called differently: at ASU – «Geography and Tourism», «International Tourism» and in Turan University – «Economics and the territorial organization of tourism». Following these universities, training of personnel started in other universities of Almaty. They are – Al-Farabi Kazakh National University, Kazakh University of International Relations and World Languages named after Ablay Khan, Kazakh Academy of Sport and Tourism and others.

Since then, the situation in training of tourism personnel changed and not in a favorable way. Now such training employs 40 universities and their branches [2]. For most of them, there are problems associated with the lack of necessary funds, lack of classrooms, textbooks, teachers, practicum bases practices and so on [3].

Training of personnel for Kazakhstan tourism system is a young initiative, it is about 25 years. The process is still in the stage of development and there is a real danger of an inadequate solution. Moreover, all higher education institutions of the country shifted to a credit system of education in order to merge into a global educational arena.

In our opinion, training of highly qualified tourism personnel should be carried out at the department of geography of universities, as it is done in many European universities.

Geography is a powerful fundamental science much like philosophy. It is these two sciences that view the world in a comprehensive and integrated manner. Modern geography is a science of the laws of spacial-temporal systems, which are formed during the interaction of nature and society, and of the methods of regulation of these systems and their management. It studies the territorial differentiation of the natural, social, cultural, economic, political, demographic, economic and other processes and phenomena on the globe, in some countries and regions.

It is not a coincidence therefore, the emergence of «geography of tourism» science that studies the territorial (spatial) organization of tourism, which constitutes the subject of analysis and synthesis of forms and spatial relationships of tourist phenomena and related processes that modify and transform the space.

Tourism is a very complex, multifaceted, multidimensional phenomenon, including spatial and socio-economic. In this capacity, first of all, it is studied by the geography of the tourism as a discipline of social (socio-economic) geography. This is due to the fact that tourism is closely linked to the geographical environment, with society and its social and socio-economic activities. Tourism is not only a spatial phenomenon, but in many respects «spatial cognition», firmly connected with the country and its individual regions. That is why the concept of «tourism» and «geography» are inseparable.

The importance of the geographical base in training of tourism personnel is due to the fact that the logic of its development and the results of their achievements in geography is more than any other science is able to provide a range of knowledge and skills for future tourism professionals.

Geography is the science that examines natural and socio-economic processes in their spatial terms, and tourism is spatial and socio-economic process. The relation between tourism and geography stems from the broad, synthetic nature of the latter, which studies phenomena and processes at the junction of the natural (the study of the natural geographical environment) and social (economy and life of human society) problems.

That is why the geographer, who can skillfully conduct the analysis and synthesis of spatial phenomena and processes, by relying on the knowledge of the geographical environment, can achieve the most profound interpretation of socio-economic and environmental effects associated with tourism.

As a complex integrated-synthetic science of tourism, tourism geography plays the function of the emerging «tourismology». This is understandable, because, being a branch of social discipline (social and economic) geography, tourism geography covers all aspects of tourism activity, i.e., natural, socio-economic, environmental, political, scientific and technical and other.

Tourism Geography is one of the many disciplines studying tourism as a complex, multifaceted phenomenon. Although it is not officially recognized by the Higher Attestation Committee neither in Russia, nor in Kazakhstan. And in general, currently among the world's scientists and researchers studying tourism there is no officially recognized science of tourism. And

among them there is a continuing debate about whether there should be one science of tourism, or, thanks to its multidimensional characteristics, tourism should be studied by the system of tourism sciences. The dispute comes from the times when science became interested in the phenomenon of tourism. Despite this controversy, tourism continues to grow and has become a worldwide phenomenon, and universities around the world are preparing specialists for the tourism industry. Including in the CIS and in Kazakhstan. The training started in the 1960s of the twentieth century in Western Europe, and it has developed in conditions where no generally accepted theory about tourism has been developed. Higher Education Institutes had to develop the program independently of the training and provide the theoretical basis of tourism. In different universities disciplines that study such bases are titled differently. Taking the CIS, in Russia, for example, the science of tourism is called «tourismology», «turizmovedenie», «Turistika». Here in the State Standard of bachelor of tourism, this discipline is called «The basics of tourismology». And according to these disciplines university students receive ample theoretical understanding of tourism, especially as the spatial socio-economic phenomenon that allows them to work successfully after graduation in the field of tourism activity.

Conclusion

Currently, the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan should take a close look at the issues of systematization of training for the tourism system; take drastic measures to restore an order among universities that educate tourism personnel.

In order to do this, the review of the universities that currently implement such training is needed for the purpose of reduction or merging due to the lack of qualified teachers in this field. Provide, in this connection, the functioning of these public universities in the preparation of tourism personnel: Al-Farabi Kazakh National University, Academy of Sports and Tourism, Eurasian National University (Astana), East-Kazakhstan University (Ust-Kamenogorsk), University of West Kazakhstan (Uralsk), North Kazakhstan University (Petropavlovsk), Karaganda University (Karaganda) and South-Kazakhstan University (Shymkent). After the audit of higher education institutions, it is necessary to maintain previously established specializations (for example, in the Kazakh Academy of Sport and Tourism – Sports Tourism, in the South-Kazakhstan University – cultural and religious tourism, etc.). KazNU can maintain training of multi-discipline personnel that are qualified to work in all the above-mentioned four main areas corresponding to the tasks of creation of modern tourism industry in Kazakhstan.

In addition. Research on the status of tourist business in Kazakhstan show that without support from the state it will not become a profitable branch of the economy. The weak state regulation of tourist activity – one of the main reasons that prevents the development of tourism. It is time for the governing bodies of the country to move from declarative statements about the priority of the tourism industry to the specific measures of the real support the country's tourism. One of them is, for example, the creation of infrastructure support in regional areas of the country.

References

1 Erdavletov S.R. Istoriya turizma. Razvitiye i nauchnoye izucheniye. 2-e izdanie, pererabotannoye i dopolnennoye. – Almaty: Kazak Universiteti, 2010. – Pp.295-299.

2 Turizm Kazakhstana. Statisticheskiy sbornik/ Smailov A.A. – Astana, 2015. – Pp.52.

3 Nikitinsky E.S. Etapy razvitiya i sovremennoye sostoyaniye turistskoy industrii v Respublike Kazakhstan. – Astana, 2008. – 119 p.

Кораблев В.А.

Проблемы современной теории туризма и пути их решения

В настоящее время в теории туризма есть ряд проблем, которые обусловлены недостаточно систематизированными знаниями по выработке понятийного аппарата туризма. Современная теория туризма должна включать четкие, однозначные формулировки понятий, уточнение которых с учетом новых веяний имеет не только чисто теоретическое значение, но и практический, прикладной смысл. Еще большую проблему в теоретике туризма составляет отсутствие единой классификации видов туризма с учетом появления новых видов туризма, включая специальные. Возможные разночтения в толковании терминов отчасти связаны с тем, что наука о туризме постоянно и интенсивно развивается. Идет естественный для каждой отрасли научного знания процесс уточнения, конкретизации ее понятийного аппарата. В статье рассматривается применение неправильных толкований терминов «туризм», «спортивный туризм», «экстремальный туризм», а также недостатки современной классификации специальных видов туризма.

Ключевые слова: понятийный аппарат, классификация туризма, спортивный туризм, экстрим, специальные виды туризма, приключенческий туризм, событийный туризм, круизный туризм, горнолыжный туризм, экологический туризм, инфраструктура туризма.

Korablev V.A.

Problems of Modern Tourism Theory and the Ways of Their Solution

Currently in the theory of tourism there are a number of problems due to insufficient systematic knowledge on the development of the conceptual framework of tourism. The modern theory of tourism should include clear, unambiguous formulation of concepts, the specification of which taking into account new developments has not only theoretical value but also practical, applied sense. An even larger problem in the theorist of tourism is the lack of a unified classification of types of tourism, taking into account the emergence of new types of tourism, including special. Possible differences in interpretation of terms in part related to the fact that science constantly and tourism is developing intensively. Is natural for every branch of scientific knowledge the process of specifying, specification of its conceptual framework.

Key words: conceptual framework, classification of tourism, sports tourism, extreme sports, special interest tourism, adventure tourism, event tourism, cruise tourism, ski tourism, eco-tourism, tourism infrastructure.

Кораблев В.А.

Қазіргі туризм теориясындағы қиындықтар және оларды шешу жолдары

Қазіргі уақытта туризм теориясында туризм ұғымдық аппаратты дамыту үшін жеткіліксіз жүйелі білім туындаған бірқатар проблемалар бар. Қазіргі заманғы туризм теориясында теориялық жаңа үрдістер бар, сонымен қатар практикалық қана емес екенін түсіндірудің маңызы қолданылады, бірегей нақты тілдік ұғымдар қамтылуы тиіс. Туризм теориясында тағы бір үлкен проблеманы ескерсек, оның ішінде туризм жаңа түрлерін пайдалана отырып, туризм түрлері жоқ бірыңғай жіктеу болып табылады. Ішінара байланысты туризм ғылымы үнемі және қарқынды даму фактісі шарттарын түсіндіруінде сәйкессіздіктер бар. Бұл мақалада «туризм», «спорттық туризм», «экстремальді туризм» терминдеріне анықтамалар беріледі, сонымен қатар заманауи туризмнің арнайы түрлерінің классификациясының кемшіліктеріне тоқталады.

Түйін сөздер: түсінік аппараты, туризм классификациялары, спорттық туризм, экстрим, туризмнің арнайы түрлері, шытырман туризм, оқиғалы туризм, круизді туризм, тау шаңғы туризмі, экологиялық туризм, туризм инфрақұрылымы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 795

Кораблев В.А.

Университет «Туран»,
Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: korablev47@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ ТУРИЗМА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Введение

Современный туризм является сложным социальным явлением, которое имеет много граней, поскольку ни одна из существующих наук не может полностью и исчерпывающим образом охарактеризовать его как объект собственных исследований и ни один из существующих социально-экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем. А их накопилось немало. К основным проблемам теории туризма можно отнести еще недостаточно систематизированные знания по выработке понятийного аппарата, классификации туризма в связи с появлением новых видов туризма и устойчивым развитием специальных видов туризма. Нет четкого представления о структуре специальных видов туризма, характеристике территорий и регионов их распространения, раскрытии особенностей практической организации специальных видов туризма, формирования для них турпродуктов.

Исходные данные и методы исследования

Современная теория туризма также как и другие науки, формирует определенный понятийный аппарат. В нем есть основные понятия, которыми оперирует эта наука. Это туризм, турист, тур, инфраструктура туризма и т.д. В задачи ученых входит анализ содержания понятия, выяснение его генезиса, его роли в научном исследовании и значения для раскрытия сущности рассматриваемого процесса. Возможные разночтения и толкования терминов отчасти связаны с тем, что наука о туризме постоянно и интенсивно развивается. Идет естественный для каждой отрасли научного знания процесс уточнения, конкретизации ее понятийного аппарата. К примеру, в научной литературе можно встретить разные позиции по вопросу разделения таких понятий как «путешествие» и «туризм», или относительное единодушие в предпочтительном использовании термина «туристский» вместо «туристский» и т.д.[1, с.113].

В современной отечественной и зарубежной литературе выработано много подходов к определению понятия «туризм». Эти подходы базируются на различных признаках и объедине-

ны в несколько групп. Следует отметить, что в процессе своего исторического развития понятие «туризм», как и понятие «турист», неоднократно претерпевали изменения и дополнения. Как отмечает С.Р. Ердавлетов, с практической точки зрения понятие «турист» требовало более точного определения, нежели «туризм». В последние десятилетия проблема дефиниции «туриста» обсуждалась на совещаниях Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО) (Дублин, 1950); Лондон, 1957), на Конференции ООН по международному туризму и путешествиям (Рим, 1963), конгрессе Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 1989) и др., что свидетельствует о теоретической и практической его значимости, а также стремлении сделать определение более полным и точным с учетом новых тенденций и явлений. В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Римской конференцией 1963 года и одобренное ВТО: «Туристы – это все особы, прибывающие в страну, не являющуюся страной их постоянного местожительства, в каких-либо целях, за исключением совершения оплачиваемой деятельности» [2, с.103-104]. Но как быть с тем, что с учетом реалий лихих 90-х годов перемещение людей, в основном шоп-туристов, из мест постоянного проживания к местам временного пребывания – в Китай, Польшу, Турцию и другие страны за товаром, способствовали совершению их оплачиваемой деятельности уже при возвращении домой.

Еще один пример. Считается, что деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования [3]. Сегодня практикуется в ходе отдельных международных конференций, скажем, в США, выплата гонорара, порядка 300 долларов, за лучшие доклады и научные сообщения. Такой гонорар является всё же формой оплачиваемой деятельности ученых, которые подпадают под понятие «деловые туристы». Вот еще один парадокс с определением «турист». Поэтому говорить о правомерности употребления такого определения в наши дни, когда деловой туризм, а так же шоп-туризм становятся все более и более распространенными, уже проблематично. В связи с этим необходимо усовершенствовать определение «туристы» в соответствии с реалиями сегодняшнего дня.

Проблема предстает еще более важной потому, что современный туризм рассматривается не только как чисто практическое понятие – на первый план выходит туризм как дисциплина теоретическая. Подготовка туристских кадров в высших и средне специальных учебных заведениях также требует создания обширной, единой теоретической базы туризма как науки. Туризмология, недавно выделившаяся как отдельная наука, предусматривает наличие четкого и единого понятийного багажа, необходимого для точного понимания всех аспектов теории науки туризма. К сожалению, многие понятия, введенные в современную теорию туризма, не отвечают этим требованиям, зачастую являясь спорными или попросту устаревшими. Следует согласиться с мнением С.Р. Ердавлетова о том, что в законе «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (2001), даже с учетом недавно принятых поправок, дается ошибочное определение термину «туризм»: – «путешествие физических лиц продолжительностью от 24 часов до 1 года либо меньше 24 часов, но с ночевкой в целях, не связанных с оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания». Как видим, в законе дано определение термина «туристская поездка», но не термин «туризм»[2, с.111-113].

Результаты и обсуждение

Рассмотрим определения и других важнейших понятий. Начнем с дефиниции – «спортивный туризм». Некоторые исследователи полагают, что это понятие имеет отношение к Олимпийским играм и другим спортивным состязаниям в Древней Греции, поскольку на них прибывало огромное количество болельщиков. Так, автор учебника «История туризма и гостеприимства» Л.П. Воронкова, рассматривая «Цели путешествий в древних культурах» и упоминая Олимпийские игры и другие спортивные состязания в Древней Греции, назвала их истоками спортивного туризма [1]. На наш взгляд, отнесение их к понятию «спортивный туризм» также неправомерно. Было бы правильным поездки болельщиков на подобные соревнования, включая и наши дни, называть «туризмом спортивных болельщиков», а не «спортивным туризмом», что будет соответствовать истине.

А.В. Бабкин считает, что сегодня «спортивный туризм предполагает выезд для проведе-

ния спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм». И далее он пишет: «как «специальные виды туризма», нас интересует любительский туризм, который можно подразделить на зимний и летний, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта» [3,с.12]. Здесь налицо полная неправомерность понятия «спортивный туризм» и классификации его видов.

В учебнике «География туризма» коллектива авторов под редакцией А.Ю. Александровой глава 13 названа «Спортивный туризм». В нее включены разделы «Горнолыжный туризм», «Гольф-туризм», «Дайв-туризм», «Экстремальный туризм». По мнению авторов учебника, «наряду с такими классическими разновидностями спортивного туризма, как горнолыжный, в последнее время появились новые экстремальные виды – фрирайд, кайтсерфинг, вота-баг и др.» [4, с.542]. На наш взгляд, эти виды, как и горнолыжный спорт, никогда к спортивному туризму не имели никакого отношения. Отсюда название этой главы является ошибочным, так как спортивный туризм – это походы по маршрутам определенной категории сложности, а также участие в соревнованиях по технике туризма и чемпионатах; разновидность самодеятельного туризма. Так сформулировано это понятие в «Энциклопедии туриста»[5].

В настоящее время в связи с возрастанием значения туризма как одной из наиболее перспективных отраслей экономики, очень остро встает вопрос создания четкой, понятной всем классификации видов туризма, так как отсутствие единой классификации видов туризма составляет еще большую проблему в теоретике туризма. С каждым днем появляется все больше разновидностей туризма, и привести их в единую систему не просто желательно, но и совершенно необходимо. Различные авторские трактовки классификации туризма, к сожалению, содержат большое количество неточностей и откровенно спорных вопросов. Стараясь расширить охват классификации, авторы включают в нее виды спорта или передвижения, которые вряд ли можно использовать в целях туризма. С другой стороны, некоторые авторы, стремясь к лаконичности и оптимальности создаваемой ими классификации, упускают довольно много значительных аспектов туризма. Чаще всего разночтения возникают на базе несоответствия понятий, которыми оперируют теоретики туризма, единому, общепринятому стандарту. И это является еще одним подтверждением того, что необходимо внести максимальную ясность в туристскую теоретику.

При изучении проблемы классификации туризма мы ознакомились с разными классификациями, откуда удалось понять, что базовые понятия не вызывают разночтений у различных авторов – несоответствия возникают в более детальном дроблении видов туризма на составляющие. Некоторые понятия разделяются настолько детально, что в этих раздробленных элементах не остается никакого смысла, а при дальнейшем осмыслении становится понятно, что все эти мельчайшие частицы, по сути, повторяют и дополняют друг друга, что, по сути, дает основание объединить их в одну общую конструкцию. Например, в классификации туризма по С.Р. Ердавлетову, выделяется морской, речной и водно-моторный туризм. На наш взгляд, наличие категории «водно-моторный туризм» в данном случае уже необязательно, ибо «водно-моторная» составляющая присуща, как морскому, так и речному туризму.

Другим аспектом проблемы является недостаточное разделение совершенно или относительно далеких понятий. Например, является ли целесообразным выделение спортивно-оздоровительного туризма в единую категорию? Ведь зачастую в спортивном туризме существует экстрим, грозящий опасностью не только для здоровья, но иногда и для жизни. О какой оздоровительной функции в данном случае можно говорить? Поэтому все же стоит выделить оздоровительный и спортивный туризм в отдельные, независимые категории. Иногда также встречается объединение спортивного и самодеятельного туризма в единое понятие. Но возможно ли считать поездку семьи на отдых, к примеру, на Иссык-Куль без обращения в турфирму, что часто практикуется, с остановкой в первом попавшемся пансионате или у знакомых, спортивным и даже самодеятельным туризмом? Вряд ли. Самодеятельный туризм, основан на полной или преобладающей самостоятельности туристов при организации и проведении различных походов, в том числе походов выходного дня, массовых походов, спортивных (категорийных) походов, турслетов, чемпионатов по туризму и туристских соревнований.

В конце XX века на туристских рынках развитых стран обозначилась тенденция к активному времяпрепровождению на отдыхе. Туризм стал все более интенсивно сращиваться с отдельными

видами спорта. Наряду с классическими разновидностями спортивного туризма, в последнее время появились новые, экстремальные виды спорта – фрирайд, кайтсерфинг, вота-баг и др. Во многих странах мира не только расширяется их география, но и заметен всплеск развития других экстремальных увлечений. Все это требует не только теоретического осмысливания экстремального туризма и экстремальных увлечений, но и практического использования в работе туристских фирм.

Итак, что такое экстрим? Экстрим – слово, которое означает действие на пределе возможного. Экстремал – это человек, который делает для себя нормой то, что другие считают крайностью. Но в английском языке слово extreme имеет еще одно значение – особенный, исключительный, необычный.

Экстрим – выдающиеся, экстраординарные действия, как правило, связанные с опасностью для жизни. Для всех экстремалов экстремальный туризм – это выбор исключительного пути, которым они идут по своей жизни.

Приключенческий туризм – вид туризма, который объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получение новых ощущений, впечатлений, улучшение туристом физической формы и достижение спортивных результатов.

К сожалению, в имеющихся источниках нет четкого понимания понятия «приключенческий туризм» и его отличия от экстремального туризма. По этой причине А.В. Бабкин считает возможным к специальным видам отнести разновидность приключенческого туризма, а именно – экстремальный туризм, набирающий силу во всем мире. Хотя, если разобраться, экстремален каждый день любого спортивного похода. Активные виды туризма – это тоже экстремальный туризм, одновременно и спортивный туризм, который сопряжен с огромными трудностями и опасностями. Приключенческий туризм можно назвать синонимом экстремального туризма. Под ним подразумеваются необычные путешествия, связанные с определенным риском для здоровья и даже жизни путешественников.

Экстремальный туризм – это сочетание активного отдыха и спорта с опасными приключениями, который позволяет туристу испытать свои возможности, преодолеть страхи и эффективно отдохнуть. Сегодня существует множество экстремальных видов спорта и отдыха, экстремального туризма, экстремальных увлечений, которые способны произвести массу неизгладимых впечатлений. Для одних это своеобразный отдых, для других – развлечение, а для некоторых это возможность всегда оставаться в хорошей форме, при этом получая большую дозу адреналина. Активные виды отдыха, а также спортивного туризма приобретают все больше поклонников среди обычных туристов. Это связано с тем, что риск, который сопровождает некоторые экстремальные виды отдыха – есть способ испытать новые или ранее изведанные острые ощущения в жизни.

К сожалению, понятийный аппарат экстремального туризма изобилует ошибками. Авторы его определений не видят разницы между понятиями «спорт», «активный отдых», «увлечения» и «приключения». В результате к экстремальному туризму, например, А.В. Бабкиным, отнесены прыжки с парашютом (классический парашютизм, групповая акробатика и купольная акробатика) и их варианты – скайсерфинг, бейсджампинг, полеты в вингсьюте, прокси-полеты. Хотя, изначально понятно, что это парашютный спорт и его подвиды, не имеют к экстремальному туризму никакого отношения. Кроме того, А.В. Бабкиным к экстремальному туризму отнесены полеты на воздушных шарах и дельтапланеризм, хотя это другие виды спорта.

Аналогично им, к водным видам экстремального туризма отнесены дайвинг, вейкбординг, виндсерфинг, водные лыжи, серфинг. Хотя правильнее эти подвиды следует назвать водными видами экстремальных увлечений, но не водными видами экстремального туризма. То же самое касается наземных видов экстремального туризма, к которым им отнесён маунтинбайкинг. Причем, спелеология тоже отнесена им к наземным видам экстремального туризма, хотя эта наука (плюс спорт) относится к изучению загадочного подземного мира, также как и спелестология – наука об искусственных подземных сооружениях.

Такая же путаница допущена в разделе горные виды экстремального туризма, в который включены альпинизм (совершенно самостоятельный вид спорта), горные лыжи и сноуборд. Отметим, что сноубординг – спуск по снегу с горных склонов на специально оборудованной доске является тоже отдельным видом спорта. Следует иметь в виду, что включенные в этот раздел классификации горных видов экстремального туризма frisking, или Freddie – это спуск по крутым неподготовленным склонам со сложным рельефом; heliskiing – то же самое, но

и с использованием вертолета в качестве средства доставки на гору; ski-touring (randoneeski) – ски-тур, горный туризм с использованием лыж, специальных креплений для подъема в гору; ski-mountaineering (лыжный альпинизм) – восхождение на гору с целью спуститься на лыжах или сноуборде (использование страховки или какого-либо дополнительного снаряжения, кроме лыж, на спуске нарушает «чистоту» такого восхождения); newschool – нечто вроде сноубордического фристайла, которая появилась в последние годы, все они не имеют отношения к туризму, так как являются экстремальными увлечениями, связанными с горными лыжами и сноубордом. Таким образом, во-первых, введение нами понятия «экстремальное увлечение» во многом всё ставит на свои места и не допускает искажения сути того или иного определения. Во-вторых, необходима четкая классификация экстремального туризма.

Одним из первых классификацию экстремального туризма разработал А.В. Бабкин, который взял за основу такой ее признак как среда пространства плюс экзотика, и подразделил ее на водные виды экстремального туризма, наземные виды, горные виды, воздушные виды и экзотические виды экстремального туризма. Но, к сожалению, как было указано выше, допустил неточность в определении понятий «экстремальный туризм», «экстремальные увлечения», «экстремальные виды спорта».

Аналогично допущена ошибка в учебном пособии А.Х. Хасанова «Основы техники и тактики активных видов туризма (теория и практика)», вышедшем в университете «Туран-Астана» в 2007 году. В нем А.Х. Хасанов к активным видам туризма отнес дайвинг, вейкбординг, водные лыжи, каякинг, маунтинбайкинг, спелестологию, Х-гонки, альпинизм, горные лыжи и сноуборд, сноубординг, парашютный спорт, фристайл, скайсерфинг и др. [6, с.24-30]. Чтобы не допускать подобных ошибок, на наш взгляд, классификация должна учитывать как экстремальные виды туризма, так и экстремальные увлечения и основываться по признаку среда пространства – наземный, водный, воздушный. В частности, к экстремальным видам туризма и экстремальным увлечениям можно отнести – наземные виды: экстрим в горах; экстрим на городских улицах; экстрим под землей; водные виды: экстрим на воде и под водой; экстрим в воздухе; экстрим на льду и на снегу. На наш взгляд, этим требованиям полностью отвечает классификация, разработанная автором статьи [7]. Всё это, по сути, является в современной теории туризма научной новизной и одним из важных результатов нашего исследования.

И еще. В научной теории туризма недостаточно четко разработаны вопросы инфраструктуры туризма. Ряд авторов сводит ее к материально-технической базе туризма, а также к транспорту, средствам размещения, средствам питания и досугу, забывая о том, что есть еще и элементы туристского комплекса разного уровня. На наш взгляд, это упрощенное толкование инфраструктуры туризма, которое гораздо шире. Кроме того, эти авторы забывают о том, что классификация видов инфраструктуры туризма достаточно обширна, и она должна включать производственную инфраструктуру туризма, рекреационную инфраструктуру туризма, информационную инфраструктуру туризма, инфраструктуру туроперейтинга, учебную инфраструктуру туризма, научную инфраструктуру туризма, транспортную инфраструктуру туризма, инфраструктуру космического туризма, институциональную инфраструктуру туризма, экологическую инфраструктуру туризма и т.д.

Выводы

В настоящее время вокруг толкования туристских терминов все еще продолжаются дискуссии и споры, которые носят не только чисто теоретический характер. Неразбериха в использовании понятий, их различное толкование, в том числе и ведомственное, приводит к усложнению туристской деятельности, ставит препоны на пути развития туристско-гостиничного бизнеса. В связи с чем, четкие, однозначные формулировки понятий имеют не только чисто теоретическое значение, но и практический, прикладной смысл» [1, с.14]. Поэтому в научном лексиконе специалистов в области туризма должны использоваться не только термины, одинаково понятные для всех, но и оптимальная классификация видов туризма, что позволит теорию туризма поднять на более высокий уровень.

Литература

1 Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – С.13,14, 66.

2 Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000. – С.103-104

3 Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учеб.пособие/ А.В.Бабкин – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – С.12, 152-162.

4 География туризма: учебник/кол. Авторов; под ред. А.Ю.Александровой. – 2-е изд. испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2009. – С.542.

5 Энциклопедия туриста/ Редкол.: Е.И.Тамм (гл. ред), А.Х.Абуков, Ю.Н. Александров и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. – С.115.

6 Хасанов А.Х. Основы техники и тактики активных видов туризма (теория и практика): учебное пособие для вузов. – Астана, 2007. – С.24-30.

7 Кораблев В.А. Экстремальный туризм, его роль и место в современной классификации туризма. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию д.э.н., профессора, лауреата премии им. ШоканаУалиханова Ашимбаевой А.Т., Алматы, Университет «Туран», 14 марта 2015. – С.473-482.

References

1 Voronkova L.P. The history of tourism and hospitality. – M.: FAIR-PRESS, 2004. – P.13, 66 .

2 Yerdavletov S.R. Geography of tourism: The bases of tourismology course tutorial: 2-nd issue, – Almaty: Kazakh university университеті, 2010. – P.111-113.

3 Babkin A.V. Special types of tourism: tutorial/ A.V.Babkin – Rostov: phoenix, 2008. – P.12.

4 Geography of tourism: tutoriam/authors; ed. by A.Y.Alexandrov. – 2-nd issue и – M.: CNORUS, 2009. – P.542.

5 Tourist encyclopedia/ ed.: Y.I.Tamm (head editor), A.X.Abukov, Y.N. Alexandrov and the other. – M.: Russian Encyclopedia, 1993. – P.115.

6 Khassanov A.H. The basis of technics and tactics of active types of tourism (theory and practice): tutorial for high school. – Astana, 2007. – P.24-30.

7 Korablev V.A. Adventure tourism, its role and place in modern classification of tourism. Materials of international scientific research conference, dedicated to the 60th anniversary of doctor of economics, professor, the winner of Shokanualikhanov prize Ashimbayeva A.T., Almaty, Turanuniversity, 14th march 2015. – P.473-482.

Никитинский Е.С.

Тенденции и приоритеты инновационного развития туризма

Форсированное индустриально-инновационное развитие сферы туризма означает не только вливание средств в экономику, которое обеспечивает смену поколений техники и технологий, но и внедрение новых идей на уровне производства, управления или рынка в целом. Индустрия туризма в нашей стране – это приоритетная отрасль экономики, которая не просто открыта для инноваций, но и настоятельно нуждается в них [1]. В передовых туристских компаниях инновации программируются предприятием и являются стандартной составляющей корпоративного принятия решения о распределении ресурсов. Компании резервируют значительную часть своего общего бюджета на исследования и развитие. Инновации становятся предсказуемым и контролируемым процессом, который сейчас является объективным и дополнительным фактором производства.

Ключевые слова: инновации и туризм, перспективы инновационного развития туризма.

Nikitinskiy E.S.

Tendencis and Priorities of Development Innovative Technologies in Tourism

Forced industrial-innovative development of the tourism is not only the infusion of funds into the economy, which ensures the changing of generations of technics and technologies, but also the introduction of new ideas on the level of production, management or market in general. The tourism industry in our country is a priority branch of economy, which is not just open to innovation, but urgently needs them. In leading travel companies, innovations are programmed by enterprises and now it is a standard component of corporate decision-making on the allocation of resources. The company reserves a significant part of its overall budget for research and development. Innovations become predictable and controlled process, which is now the objective and additional factor of production.

Ключевые слова: innovations and tourism, perspectives of innovative development of tourism.

Никитинский Е.С.

Туризмдегі инновациялық технологиялардың даму тенденциялары мен алғышарттары

Туризм саласының жылдамдатылған индустриалды-инновациялық дамуы техника мен технология буынының ауысуын қамтамасыз ететін экономикаға қаржы құйылу дегенді ғана білдірмейді, өндіріс, басқару немесе тұтас нарық деңгейінде жаңа идеяларды енгізуді де білдіреді. Біздің еліміздегі туризм индустриясы – инновация үшін ғана емес, оларға өте мұқтаж болып ашылған экономиканың басым саласы. Жетекші туристік компанияларда инновациялар кәсіпорын тарапынан бағдарланады және қазір ресурстарды бөлу бойынша корпоративтік шешім қабылдаудың стандартты құрамдас бөлігі болып табылады. Компания өзінің жалпы бюджетінің едәуір бөлігін зерттеулер мен даму қоры үшін сақтайды. Инновациялар қазір өндірістің объективті және қосымша факторы болып табылатын, болжамды және бақыланатын үдеріске айналуда.

Түйін сөздер: инновациялар мен туризм, туризмнің инновациялық даму болашағы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.8

Никитинский Е.С.

Университет «Туран-Астана»,
Республика Казахстан, г. Астана
E-mail: nikitinskes@bk.ru

ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Введение

Современные тенденции всеобщей глобализации и транснационализации мирового сообщества, требуют поиска новых форм и способов удовлетворения постоянно изменяющихся и возрастающих потребностей туристов. Вместе с тем побудительным мотивом приоритетного развития инноваций выступает формирующаяся рыночная цивилизация и связанная с ней конкуренция. Поэтому форсированному индустриальному развитию туристской индустрии и максимальной реализации туристского потенциала страны будет способствовать разработка инновационных проектов в сфере туризма. При этом для практической реализации новшеств необходимо обеспечение достаточного объема инвестирования индустриально - инновационного развития туризма. На основе анализа теоретических подходов к раскрытию понятий «туризм» и «инновации» нами определено, что инновации в туристской деятельности, являясь системными преобразованиями, характеризуются качественной новизной и приводят к существенным позитивным сдвигам, обеспечивающим эффективное развитие сферы туризма [2].

Исходные данные и методы исследования

При написании статьи использовались результаты исследований «Теории и практики устойчивого развития туризма и государственного управления туристской деятельностью в Республике Казахстан», изложенные в докторской диссертации автора, проведён анализ статистических данных, современных материалов и научных статей ЮНВТО по вопросам инновационного и интерактивного развития туристской индустрии, а также исследований казахстанских и российских учёных.

Результаты и обсуждение

Результаты исследований мировых туристских брендов в странах с высокими показателями международных прибытий (Франции, Испании, Австралии, США, Англии), наглядно демо-

нстрируют активное применение интерактивных и инновационных технологий в туристской отрасли. Использования Интернета глобальными распределительными сетями в бронировании и приобретении туристских услуг для всех видах транспорта, местах размещения, а также при формировании, продвижении и реализации туристских продуктов. Высокими темпами, растёт число пользователей интернетом среди всех участников туристского рынка. Электронный маркетинг использует разные формы электронной связи для экономичных контактов с партнёрами и клиентами. Ежегодно стремительно растёт количество сайтов в Интернете (в том числе с туристской информацией). Нововведение, в том числе и в международном туризме, представляется комплексным процессом создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для новой (или для лучшего удовлетворения уже известной) общественной потребности.

К сожалению, в Казахстане не все участники туристского рынка привержены к реализации инновационной стратегии. Отсутствует понимание в необходимости внедрения инновационных технологии и преобразований, несмотря на эффективность и рост экономической составляющей туризма. Установлены факторы невосприимчивости туристских организаций к нововведениям.

В свою очередь, инновационное развитие туристского бизнеса невозможно без совместного, активного участия компаний и фирм, занимающихся их предоставлением, а также государственной поддержки органов местного самоуправления, что подразумевает для них и определённые требования. Для инноваций в индустрии туризма они должны быть следующими:

– во-первых, они должны быть научно обоснованы;

– во-вторых, туристская отрасль в регионе должна развиваться, учитывая местные условия и возможности (экономические, природные и др.);

– в-третьих, нововведения должны удовлетворять потребителей в различных видах туризма и отдыха;

– в-четвёртых, инновационные проекты должны быть безопасны не только для самих туристов и отдыхающих, но и для состояния окружающей среды (особенно это касается экстремального туризма и отдыха), то есть должна учитываться экологическая составляющая [3].

Организация туристской деятельности должна использовать инновационные подходы и обеспечить услуги на высшем уровне, что повысит ее доходность и сделает более привлекательной для новых инвестиций. С учетом сказанного, можно выделить несколько основных направлений инновационного развития в сфере туризма и отдыха: развитие сети гостиниц и обслуживающего комплекса, которые сочетали бы в себе мировой уровень комфорта и специфические черты для каждого региона;

– внедрение на рынке туристских услуг новейших технических достижений и развитие существующих проектов;

– вовлечение в туристскую индустрию новых ресурсов, повышение уровня маркетинга и менеджмента;

– разработку и развитие инновационных рекламных стратегий, призванных привлекать к туризму и отдыху в Казахстане максимальное количество наших соотечественников и граждан зарубежных стран.

В настоящее время разработка программ развития туризма в Казахстане ведется на республиканском и региональном уровнях, и предусматривает прежде всего - развитие инфраструктуры гостиничного бизнеса и туристской инфраструктуры. К примеру, в связи с острой нехваткой мест размещения в туристский сезон - гостиницы и места размещения в Щучинско-Боровской курортной зоне, Чимбулаке, Сары-Агаше, Алаколе и других привлекательных местах посещений, уже не справляются с туристскими потоками. Недостаточно развита сеть туристских баз для развития активных видов туризма в горных районах на юге страны, Алматинской, Южно-Казахстанской и Восточно-Казахстанской областях. Однако и здесь мы вправе надеяться на прогресс, и новая государственная программа форсированного индустриально - инновационного развития туризма в Республике Казахстан, должна быть подкреплена достаточной финансовой поддержкой инвесторов, а также средств республиканского и региональных бюджетов.

Основные тенденции и причины развития инноваций на рынке туристских услуг. Туризм является отраслью, составные компоненты которой определяются в момент потребления услуг или товаров посетителями. Посетитель потребляет целый пакет услуг, которые производятся большим количеством поставщиков. Поставщики туристских услуг конкурируют друг с другом. Однако они вынуждены в определенной степени кооперироваться, когда потребитель нуждается в дополнительных услугах или в пакете услуг. Поэтому новые туристские структуры генерируются между конкуренцией и кооперацией поставщиков.

Вместо традиционного туризма появляются его новые формы, включая более инновационные, специализированные, «иммигрантские», созданные на заказ и основанные на опыте. Кроме того, развитие туристского спроса, вызванного информированностью туристов, а заодно и демографические изменения, ускоряют сегментацию и создание новых видов туристских продуктов.

Инновации в туризме приносят на рынки новые идеи, услуги и продукты. Они подразумевают не только приспособление туристской отрасли к изменяющемуся характеру туризма путем применения новых маркетинговых стратегий, но и сама среда, окружающая туризм, благоприятствует появлению новых и новаторских услуг, продуктов и процессов. Следовательно, инновации в туризме должны рассматриваться как перманентный, глобальный и динамический процесс.

Изменяется сам характер и структура туризма. Новые технологии дают возможность гибко и сегментировано организовать проведение отпуска, конкурентоспособного с массовым, стандартным предложением. На смену «массовому, стандартизованному и обязательно комплексному» туризму приходит новый вид туризма, сделанный на заказ, исходя из спроса туристов.

Практика нового туризма взаимосвязана с такими факторами, как демографические изменения, стиль жизни, характер работы и отпуска. Во многих странах население стареет. Старшее поколение туристов («третий возраст») начинает играть все возрастающую роль в формировании туристской деятельности. Отмечается, что пожилые туристы в среднем расходуют больше денег, чем остальные категории путешественников. Это также приводит к инновационным изменениям на туристском рынке.

Эти изменения происходят по инициативе самих туристов, которые непрерывно занимаются поиском нестандартного опыта осуществления путешествий. Растущая осведомленность потребителей, стимулирует туристский бизнес осуществлять инновации и совершенствовать свои действия, исходя из личных представлений туристов об окружающей среде.

Диверсификация туристских продуктов. Как известно, туристский продукт отличается от других производимых продуктов. Его специфические характеристики, часто создают проблемы и служат сдерживающим фактором для роста привлекательности продукта через инновации. Поэтому для туристской отрасли предложение новых туристских продуктов и услуг, которые повсеместно увеличивают рентабельность и способствуют развитию привлекательности и конкурентоспособности дестинации и/или предприятия, является сложной задачей.

Для дестинаций или крупных предприятий решением этой проблемы может являться диверсификация туристских продуктов, однако она нуждается в широком диапазоне их качества, для того, чтобы обслужить разнообразный спрос клиентов и их склонность к изменениям. Туризм, базирующийся на опыте, устойчивый туризм - сегодня является стратегией, являющейся источником многих инновационных продуктов. Он генерируется на основе многочисленных мелких, случайных встречах и взаимодействия туристов с различными людьми, работающими в туристской отрасли. Обретение, создание и производство нового туристского опыта, также может рассматриваться как важная инновация.

К примеру, культурно-познавательный туризм также является важным и растущим сектором, привлекающим относительно состоятельных и образованных посетителей. Некоторые страны принимают активные меры по изменению позиционирования своего культурного и природного наследия, обеспечивая диверсификацию туризма в стране. Туристская отрасль Испании, которая в настоящее время в значительной степени зависит от привлекательности морских курортов, пытается улучшить использование национальных культурных ресурсов, прилагая усилия к изменению туристского предложения. Хорошим примером использования культуры и исторического наследия является созданная в стране государственная система отелей Paradores («постоялые дворы»), аналогов которой нет больше нигде в мире. Из 86 таких средств размещения, почти половина, расположена в бывших монастырях, старинных замках, дворцах испанских грандов. По сервису и обслуживанию, большинство из них, можно сравнить с лучшими отелями Европы. На базе размещения в таких отелях разработаны интересные маршруты, которые позволяют знакомиться с историей, обычаями и кухней различных регионов страны.

Инновации в сфере информационных и коммуникационных технологий. В настоящее время в мире насчитывается 3,2 миллиарда пользователей интернета (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек) из них 2 миллиарда проживают в развивающихся странах. В Казахстане, всего 10 лет назад

количество интернет-пользователей не достигало и 4% населения, сегодня эта цифра выросла до 12 млн. человек. Во всех городах и многих районных центрах, казахстанцы пользуются интернетом на скоростях 3G, а в областных центрах запущены услуги 4G, параллельно внедряется проводная технология FTTH [4].

По данным Международного союза электросвязи (МСЭ - специализированного учреждения Организации Объединенных Наций в области информационно-коммуникационных технологий) в 2015 году - 69 процентов населения Земли будет охвачено подвижной широкополосной связью третьего поколения по сравнению с 45 процентами 2011 года [5].

Туристские предприятия всегда были активными сторонниками внедрения новых технологий, в том числе и таких, как глобальные распределительные сети. Современные достижения в области телекоммуникаций, сетевых объединений, создания и обработки баз данных и электронного маркетинга воздействуют и обеспечивают новые возможности для туристского бизнеса и существенно влияют на его традиционные модели. Поэтому основная сфера изменений и инноваций в туризме имеет отношение к использованию информационных и коммуникационных технологий – ИКТ (information and communication technologies - ICT). Информационные и коммуникационные технологии придают иную ценность туристским продуктам и поддерживают развитие производственных цепочек и кластеров. Информационными технологиями покрывается все значимое для туризма пространство (информация о дестинациях, размещение, транспорт, пэкидж-туры и услуги) и осуществляется активный контроль за наличием таких услуг.

Широкое развитие ИКТ изменяет роль, которую играют в туризме турагенты, туроператоры, организаторы конференций, торговые агенты и т. д. С одной стороны, системы информационных и коммуникационных технологий, предоставляя новейшую детальную информацию о наличии продуктов и ценах на эти продукты, влияют на рост продаж и доходы. С другой стороны, широкое использование новейших информационных технологий облегчает установление прямых связей между производителями (гостиницы, авиаперевозчики) и потребителями. Потребители во все возрастающем объеме, используют ИКТ для планирования и подготовки своих путешествий. Они ищут специализированные и легко доступные продукты и хотят напрямую общаться с производителями услуг. Для туристской отрасли это может привести к сокращению операционных издержек, к процессу перекачки денежных ресурсов на неорганизованный рынок. Вследствие этого туристские компании неизбежно должны применять инновационные методы для обеспечения роста своей конкурентоспособности. Применение ИКТ в туристской отрасли неизбежно приводит к процессу сокращения традиционного посредничества и способствует проведению реорганизации отрасли и инновациям.

Внедрение новейших технологий в сфере туризма повлекло за собой появление новых понятий, таких, как туристские информационные системы, е-туризм (e-tourism) и е-путешествия (e-travel).

Е-туризм – это онлайновая служба, которая является платформой, и дает возможность прямых продаж, легкой оплаты услуг конечным потребителем, развитию бизнеса между производителем, турагентами и посредниками.

Е-путешествия – это онлайновая служба, которая содержит новости о путешествиях, информацию и консультацию по вопросам, которые могут возникнуть при планировании путешествия. Кстати, во многих странах не делают различия между е-туризмом и е-путешествием – этими двумя инновационными службами, иногда во многом копирующими друг друга.

Туристские информационные системы (Tourism Information Systems – TIS) – новая модель бизнеса, которая обслуживает и оказывает информационную поддержку организациям, которые занимаются е-туризмом и е-путешествиями. Информация, получаемая из этих источников, может служить исходной точкой для решения множества задач, включая планирование путешествий, сопоставление цен и создание динамических пэкидж-туров.

Динамическая компоновка тура или динамический пэкидж-тур (Dynamic Packaging) дает возможность в масштабе реального времени составлять, по требованию потребителя или агента, продающего услуги, различные комбинации компонентов поездки, с единой ценой на весь пакет услуг, включенных в тур. Новая информация, полученная в процессе решения динамических задач, может существенно менять решение заказчика о включении тех или иных услуг в программу поездок. Используя принципы динамической компоновки тура, путешественники могут составлять свою поездку, комбинируя свои предпочтения на рейсы, аренду

автомашин, гостиниц, и организацию свободного времени, единовременно оплачивая весь пакет заказанных услуг. Покупатель также может уточнить набор своих предпочтений. Например, при требовании туриста организовать пять дней пребывания в Берлине, функциональная система в режиме реального времени предоставит доступ и запросит информационные источники для того, чтобы найти такие составляющие, как авиационные тарифы, условия проката автомашин и возможности организации свободного времени, которые удовлетворят заказчика.

Исследования инноваций объясняют увеличение роста производительности длинными волнами делового цикла. Эти волны имеют отношение к так называемым базисным инновациям, которые ведут к значительным изменениям и приносят много так называемых прикладных инноваций, широко используемых в туристской деятельности.

Следует отметить, что влияние инновационных циклов на развитие туризма игнорировалось в течение длительного времени. Страны традиционного туризма потратили последние 50 лет на развитие индустриальных методов, чтобы совладать с растущим туристским спросом. Меры, которые принимались государствами по продвижению туризма, способствовали сохранению структур, шансы которых на выживание в долгосрочном периоде были бесперспективными. Поэтому они были застигнуты врасплох интернационализацией туристского спроса и появлением новых конкурентных регионов. (6) Инновации в туризме уже не являются вопросом гигантского прыжка вперед. Инновации очень часто состоят из серии мелких шагов, которые ведут к постепенному развитию и являются процессом с обратной связью. Одна инновация неизбежно влечет за собой другую.

В передовых туристских компаниях резервируют значительную часть своего общего бюджета на исследования и развитие, их сделали частью ежедневного планирования. Инновации становятся желаемым и контролируемым процессом, который сейчас является объективным дополнительным фактором производства.

На развитие туризма большое влияние оказывает мотивация и интересы потребителей услуг. Они все чаще характеризуются более тщательным отбором мест, которые туристы хотят посетить в ходе поездок, большим вниманием к самым различным аспектам туристского обслуживания и его качеству, а также проблемам охраны окружающей среды, традиционным культурам и жизни местного населения в местах туристских посещений. Это приводит к большей сегментации рынка, развитию новых форм туризма особенно тех, которые связаны с ознакомлением с природой, сельскими районами и культурным достоянием, внося изменения и новые элементы в традиционные программы туристских поездок.

Инновационный подход в туристском бизнесе. К инновационным проблемам туризма обычно примыкают инвестиционные. Не отвергая необходимость исследования и привлечения инвестиций, большие резервы по усилению инновационной направленности туризма видятся в организационных изменениях. Инновационный потенциал управления реализуется в деятельности и в поведении, его мотивации, методологии менеджмента и в стиле управления. На сегодняшний день наиболее разработанными оказались вопросы информационных систем в туризме, отдельные вопросы активизации человеческого ресурса.

К сожалению, лишь отчасти освещены проблемы инновационной стратегии. Отсутствует понимание инновационной стратегии в качестве технологии инновационных преобразований несмотря на то, что каждое одиннадцатое рабочее место в мире создается в результате туристской деятельности.

Выделяется восемь факторов, влияющих на развитие туризма. Это, прежде всего; природная среда, экономика, научно-технический прогресс, демография, урбанизация, информация, общество и культура. Предполагается, что они ведут к возрастанию спроса и предложения на туристском рынке и усиливают прогрессивные тенденции. В туристском бизнесе абсолютно необходимой становится ориентация на удовлетворение потребностей отдельной личности с ее разнообразными запросами, а не обезличенно-стандартизированной потребности нивелированного индивида.

По определению Всемирной туристской организации (ЮНВТО), туризм признан мировой индустрией номер один. В ней занято более 200 млн. человек. Полмиллиарда туристов тратят в поездках более одной трети триллиона долларов, что составляет примерно 5-10% годовых потребительских расходов [7].

Нововведение, в том числе и в международном туризме, представляется комплексным процессом создания, распространения и использования нового практического средства (новшества)

для новой (или для лучшего удовлетворения уже известной) общественной потребности. Одновременно это и есть процесс сопряженных с данным новшеством изменений в той социальной и вещественной среде, в которой совершается его жизненный цикл [8].

Инновационные теории возникают с начала XX века, а сегодня формируется самостоятельная область знаний - инноватика. В теоретическом плане следует полагать инновационную концепцию формой описания системы «туризм». В свою очередь, в результате осмысления новых знаний, нового видения системы «туризм» возможна активизация механизма познания системы и главным фактором экономического роста большей степени становятся инновации, а не инвестиции.

В этой связи, необходимо выделить пять групп факторов невосприимчивости туристских организаций к нововведениям:

1. Излишняя централизация управления может порождать иждивенческие настроения в экономике, подавлять интерес к нововведениям.

2. Неразвитая конкуренция способствует тиражированию традиционного объема и качества услуг.

3. Однотипное организационное «лицо» туристской отрасли с преобладанием крупных организаций обострит проблему внедрения новшеств.

4. Недостатки в организационной культуре фирмы (отсутствие или неразвитость ценностей, связанных с инноватикой) влияют не только на степень развития инновационной деятельности, но и на ее качество.

5. Отсутствие разнообразия в формах и методах управления, порождает единообразные и неразрешимые инновационные проблемы.

Важно подчеркнуть, что восприимчивость к инновациям - одна из функций совершенствования хозяйственного механизма страны. Инновационные процессы необходимы туризму как вследствие тенденций глобализации туристского рынка и использования информационных технологий, так и необходимости становления новой философии бизнеса - управления за развитием туризма.

Основные характеристики целей инновационной деятельности в туризме можно свести к следующим положениям. Деятельность туристской организации достаточно разнообразна, поэтому необходимо выделить ключевые пространства, внутри которых устанавливать, по мере необходимости, цели инноваций. Такие пространства дают значительные ориентиры действий. Фундаментом для формирования портфеля инноваций является аналитическая работа по изучению состояния и тенденций развития туристского рынка в целом и активности его участников в частности.

Рычагами влияния государства на инновационную деятельность туристских организаций являются: предоставление налоговых льгот инновационно - активным организациям; осуществление научно-технической, разумной налоговой и кредитно-финансовой политики; создание благоприятных условий для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в туристскую отрасль; совершенствование систем амортизационных отчислений; установление приоритетных направлений развития науки.

Конечной целью инновационной политики является активация инновационной деятельности в отечественном туризме. Человеческий ресурс является основой нововведений, гарантом реализуемой в туризме инновационной политики. Инновационная активность туристской организации зависит от развития инновационного предпринимательства, преодоления сопротивления нововведениям. Рынок конкретного нововведения обычно относительно немногочисленный, на нем отсутствуют прямые конкуренты, он малоэластичен. Поэтому функциями и целями инновационного управления в туризме являются: планирование, организация, мотивация, контроль, регулирование и координация.

Выводы

Путешествия и туризм ежедневно влияют на образ жизни людей. Это заметно и в нашем современном обществе. В передовых туристских компаниях инновации программируются предприятием и являются стандартной составляющей корпоративного принятия решения о распределении ресурсов. Компании резервируют значительную часть своего общего бюджета на исследования и развитие. Инновации становятся предсказуемым и контролируемым процессом, который сейчас является объективным и дополнительным фактором производства.

На развитие туризма большое влияние оказывает мотивация и интересы потребителей услуг. Они все чаще характеризуются более тщательным отбором мест, которые туристы хотят посетить в ходе поездок, большим вниманием к самым различным аспектам туристского обслуживания и его качеству, а также проблемам

охраны окружающей среды, традиционным культурам и жизни местного населения в местах туристских посещений. Это приводит к большей сегментации рынка, развитию новых форм туризма особенно тех, которые связаны с ознакомлением с природой, сельскими районами, культурным достоянием и включению новых элементов в традиционные программы туристских поездок.

Для рационального использования ресурсов имеющихся в каждом регионе и в целях ответственного и устойчивого развития туризма, большое значение приобретает планирование и разработка инновационных программ, как составной части комплексного социально-экономического развития региона. При этом нужна не подгонка местных условий под желания и амбиции достигнуть многого за короткие сроки, а обоснованный и взвешенный план действий по созданию востребованного туристского продукта, направленной на его продвижение и реализацию [9].

Литература

1 Никитинский Е.С. Теория и практика устойчивого развития туризма и государственного управления туристской деятельностью в Республике Казахстан. Монография. – Алматы, 2010.

2 Научная библиотека КиберЛенинка [Электронный ресурс] – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-proekt-v-turizme-spetsifika-i-perspektivy-razvitiya#ixzz42lB7xrw5.

3 Новиков В. С. Характерные черты туризма XXI века – устойчивое и инновационное развитие // сб. научных статей Московской академии туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при Правительстве Москвы. – Вып.10. – М., 2006.

4 Количество пользователей интернета в Казахстане достигло 12 млн. [Электронный ресурс] – URL: http://www.time.kz/news/society/2013/12/18/v-kazahstane-okolo-10-millionov-chelovek.

5 Пользователи интернета в мире [Электронный ресурс] - URL: http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire.

6 Документы и материалы Всемирной туристской организации.

7 Документы Всемирного совета по путешествиям и туризму. Материалы ASTA World Travel Congress. 6-11 ноября 2005 года. – Монреаль, 2005.

8 Никитинский Е.С., Рустембаев Б.Е., Габдуллина М.Х., Аяпбекова А.Е. Туризм мен туристік қызметті басқарудыs тұрақты даму теориясы мен тјжірибесі: оқу құралы. – Астана, 2013.

References

1 Nikitinskiy E.S. Teoriya i praktika ustoichivogo razvitiya turizma i gosudarstvennogo upravleniya turistskoi deyatelnostyu v Respublike Kazachstan. Monografiya. – Almaty, 2010/

2 Nauchnaya biblioteka KiberLeninka [Elektronnyj resurs] – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-proekt-v-turizme-spetsifika-i-perspektivy-razvitiya#ixzz42lB7xrw5.

3 Novikov V.S Harakternye cherty turizma XXI veka – ustoichivoe i innovatsionnoe razvitie // sb. Nauchnyh statei Moskovskoi akademii turistskogo I gostinichno-restorannogo biznesa pri Pravitelstve Moskvy. – Vyp. 10. – M., 2006.

4 Koluchestvo polzovatelei interneta v Kazachstane dostiglo 12 mln. [Elektronnyj resurs] – URL: http://www.time.kz/news/society/2013/12/18/v-kazahstane-okolo-10-millionov-chelovek.

5 Polzovateli interneta v mire [Elektronnyj resurs] – URL: http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire.

6 Dokumenty i materialy Vsemirnoi turistskoi organizatsii.

7 Dokumenty Vsemirnogo soveta po puteshestviyam I turizmu. Materialy ASTA World Travel Congress. 6-11 noyabrya 2005 goda. – Monreal, 2005.

8 Nikitinskiy E.S., Rustembaev B.E., Gabdullina M.H., Ayapbekova A.E. Turizm men turistyk kyzmetty baskarudyn turakty damu teoriyasy men tazhirebesy: oku kuraly. – Astana, 2013.

Огиенко Н. А., Шкваренко Н.С.

Роль и влияние исследовательской деятельности в туристской отрасли

Несмотря на богатую историю развития туризма, его теоретическая обоснованность традиционно опирается на сложное пересечение многих дисциплин, являясь междисциплинарной наукой. При этом ряд публикаций казахстанских авторов демонстрирует интерес к уровню научно-исследовательской деятельности в области туризма, хотя обсуждение по качеству и методологии исследований встречаются редко.

Цель данной работы состояла в том, чтобы обозначить необходимость научных исследований в сфере туризма, проследить влияние научного подхода на уровень доходов государства и объем туристских потоков, выявить взаимосвязь уровня научно-исследовательской деятельности с уровнем развития туристской отрасли. А также рассмотреть качественную методологию исследования в научных работах казахстанских учёных в период с 1995 по 2014 годы.

Ключевые слова: наука о туризме, научный подход в туризме, наука о туризме в Казахстане.

Ogienko N. A., Shkvarenko N. S.

The Role and Impact of Research in the Tourism Industry

Despite the rich history of tourism development, its theoretical justification is traditionally based on a complex intersection of many disciplines, as an interdisciplinary science. A range of publications of Kazakhstan authors demonstrates the level of interest in research activities in the field of tourism, although the discussion on the quality and methodology of research is rare.

The aim of this work was to indicate the need for research in the field of tourism, to trace the influence of the scientific approach to the level of state revenue and volume of tourist flows, identify the relationship of the level of research activity with the level of development of the tourist industry. Also consider qualitative research methodology in scientific works of Kazakhstan scientists in the period from 1993 to 2014.

Key words: The science of tourism, scientific approach in tourism, the science of tourism in Kazakhstan.

Огиенко Н. А., Шкваренко Н.С.

Туризм саласындағы зерттеулердің рөлі мен ықпалы

Туризм дамуының бай тарихына қарамастан, оның теориялық негіздемесі дәстүрлі пәнаралық ғылым ретінде, көптеген пәндер кешені қиылысында негізделген. Зерттеу сапасы мен әдістемесі бойынша талқылау сирек болса да жарияланымдар Қазақстан авторларының бірқатар, туризм саласындағы ғылыми-зерттеу жұмыстарының қызығушылық деңгейін көрсетеді.

Осы зерттеудің мақсаты туристік саланың даму деңгейіне ғылыми-зерттеу қызметінің деңгейін бақылауға қарым-қатынас көрсету, туристік ағымдар көлемін және мемлекеттік кірістер деңгейінде ғылыми көзқарас ықпалын бақылау, туризм саласында ғылыми-зертеудің қажет екенін белгілеу, сондай-ақ 1995 жылдан бастап 2014 жылға дейінгі кезеңде қазақстандық ғалымдардың ғылыми еңбектерін сапалы зерттеу әдіснамасын қарастыру болды.

Түйін сөздер: Туризм ғылымы, туризм саласындағы ғылыми көзқарас, Қазақстандағы туризм ғылымы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 001.82

*[1]Огиенко Н. А., [2]Шкваренко Н.С.

[1]Костанайский государственный педагогический институт,
Республика Казахстан, г. Костанай
[2]Южно-уральский государственный университет,
Россия г. Челябинск
*E-mail: nadejda_kstkz@mail.ru

РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Введение

На современном этапе развития туристской отрасли, всё более актуально возникает потребность в её научной обоснованности, в наличии высококвалифицированных кадров и серьёзной профессиональной подготовки. Туризм давно уже стал особой категорией знания, сферой теоретической деятельности, а не только областью практической реализации путешествий. Несмотря на это до сих пор в теории туризма не сложилось общего концептуального подхода, не наблюдается единого подхода и к терминологическому обозначению данной науки. В отличие от существующих «туристика», «турология», «турография», «туризмоведение» в Казахстане стало более привычным понятие «туризмология».

Междисциплинарность осмысления феномена «туризм» наложила свой отпечаток не только на формировании его «понятийно-смыслового ядра», но и на разнообразии направлений исследовательской деятельности в сфере туризма. Среди прочих можно выделить: философию и социологию педагогику и психологию, историю и экологию, физиологию и антропологию, менеджмент и маркетинг, рекреалогию, культурологию, медицину и курортологию, архитектуру и градостроительство и другие. О междисциплинарности исследований туризма также наглядно свидетельствует широта научного спектра защищаемых по туристским проблемам диссертаций, при отсутствии единой научной дисциплины, в пределах которой бы присуждались учёные степени и звания.

При этом отсутствие конвенционального единства в раскрытии базового для туристских исследований понятия «туризм» ни есть свидетельство неразвитости этого направления. Напротив, согласно философских учений, теоретическая гетерогенность признается в методологии науковедения в качестве одного из основных критериев состоявшейся науки. В постпозитивистской теории принцип фальсифицируемости (т.е. возможности концептуального опровержения, предполагающей вариативность подходов) является определяющим [1].

По мнению некоторых ученых (Ердавлетов С.Р., Хасенова Н.У., Сулима Е.А.. и др.), на развитие туризма в Казахстане

негативно влияет именно практически полное отсутствие научного обеспечения туристской деятельности. По их же словам, нужны соответствующие научные структуры, которые занимались бы вопросами комплексного прогнозирования развития и территориальной организации туризма, вели работы по оценке туристско-рекреационных ресурсов, разрабатывали научные принципы организации туризма, включая отдельные его виды, и управления им.

В данном исследовании ставилось целью рассмотреть научную туристскую инфраструктуру в мире и в Казахстане, проанализировать развитость научной сферы туризма и ее отражение на отрасли, сделать сравнительный анализ направлений научно-исследовательской деятельности в области туризма, рассмотреть качественную методологию исследований в научных работах казахстанских учёных в период с 1995 по 2014 годы.

Исходные данные и методы исследования

Научная инфраструктура туристкой отрасли в Республике Казахстан характеризуется неорганизованностью и недостаточным финансированием со стороны государства. Ряд казахстанских ученых выделяет слабую развитость научной базы туризма как одну из приоритетных проблем развития отрасли. С.Р. Ердавлетов, доктор географии туризма, утверждает, что одна из основных проблем развития туризма в республике это «практически, полное отсутствие научного обеспечения развития отрасли. В Казахстане нет научных структур территориальной организации туризма страны. Республике необходим общегосударственный мощный НИИ туризма при Национальной туристской администрации, которому были бы по плечу первоочередные задачи развития отрасли с финансовой поддержкой и научным обеспечением» [2].

После анализа уровня поддержки государством научных исследовательских центров туризма ряда европейских стран с развитой туристской инфраструктурой, входящих в мировой рейтинг лидеров по туристским прибытиям, можно привести несколько примеров.

В Испании существует «Испанский институт туризма», который проводит научные исследования по заказу Государственного секретариата по торговле, туризму и малому бизнесу и подконтролен ему, представляет страну на международном рынке и формирует туристский имидж государства. Институт состоит на государственном обеспечении. Институт полностью финансируется из государственного бюджета.

В Италии научно исследовательской деятельностью, спонсированной государственным бюджетом, занимается Департамент по туризму, входящий в состав Министерства производственной деятельности. Так же, научно– исследовательской деятельностью занимается Национальное управление туризмом (ENIT), которое так же состоит на полном государственном обеспечении. ENIT подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из госбюджета.

Во Франции существует Французское агентство туристского инжиниринга и Национальный наблюдательный совет по туризму, которые проводят маркетинговые исследования и ведут статистику по туризму в стране. Агентство находится на государственном обеспечении. Деятельность организации на 60% финансируется из государственного бюджета.

Анализ государственной структуры управления туризмом в Казахстане показал, что в основных целях и задачах присутствует такое направление, как «организация и проведение совместно с заинтересованными организациями исследований в сфере туризма». Однако в республике нет исследовательских центров туризма существующих за счёт государственного обеспечения и имеющих конкретные исследовательские концепции, направленные на развитие туристской отрасли. Все они работают разрозненно, на грантовой основе, слабо финансируются, решая отдельные локальные исследовательские задачи. Что, несомненно, негативно сказывается на развитии туристской отрасли и развитии туристской науки в Казахстане. Вследствие того, что крупные научные исследования республиканского масштаба требуют капиталовложений, государство является одним из немногих спонсоров, которые могут себе их позволить.

Тем не менее, кросс-анализ литературных источников и информации по теме исследования из открытых и доступных источников показал, что наиболее активно в Казахстане научно-исследовательской деятельностью по проблемам туристской отрасли занимаются 4 специализированных учреждения:

– Лаборатория рекреационной географии при Институте Географии Республики Казахстан;

– Лаборатория «Менеджмент и маркетинг туризма в Казахстане» при Международной Академии Бизнеса;

– Научно-исследовательский институт туризма при Казахской академии спорта и туризма;

– Научно-исследовательский центр туризма и сервиса при Международной профессиональной академии Туран-ПРОФИ.

Большую роль данных заведений для развития науки о туризме сложно оспорить, в связи с тем, что именно на базе данных и подобных лабораторий и институтов возможен комплексный подход к изучению проблем сферы туризма.

Для определения отражения уровня развития туристской научной инфраструктуры и публикационной активности на развитии туристской отрасли были проанализированы материалы, по данной проблематике (Ердавлетов С.Р., Вуколов В.В., Дж Джафари и Д. Aaser, К. Дж Майер-Арендт, К. Крайтон, Р. У. Райли, Л. Л. Любовь и другие). Причём акцент делался на работы авторов регистрирующих количественные и качественные показатели деятельности учёных разных стран в сфере туризма. В ходе исследования, нами были изучены данные Международного центра исследований и изучения по туризму (CIRET) [3], расположенного на территории Франции и объединяющего учёных Австралии, Франции, США, Швейцарии, Швеции, Японии, Великобритании, Испании, Канады и других. На основе баз данных CIRET, был составлен рейтинг стран по издательской активности в сфере туризма и деятельности туристских научно-исследовательских центров. На основе статистических данных ЮНВТО [4] стран лидеров по количеству туристских прибытий и доходам от туристской деятельности был сделан сравнительный корреляционный анализ.

В процессе анализа, для определения емкости основных направлений исследовательской деятельности казахстанских учёных в сфере туризма, а также анализа применения ими научных методов и методологий было проанализировано более 1130 статей, опубликованных в 1995 – 2014 годы. Среди них 342 статьи было опубликовано в казахстанских и зарубежных научных журналах и более 790 статей туристской тематики опубликованных казахстанскими исследователями в материалах республиканских и международных конференций.

Результаты и обсуждение

Феномен туризма представляет собой сложное явление, которое влияет на большую часть населения во всем мире. Это явление, в значительной степени зависит от новых технологий, окружающей среды, политической обстановки, развития инфраструктуры и многого другого. Туризм – это культура, образование, здоровье, экономика. Цель исследователей данной сферы деятельности объяснить взаимосвязь многовекторности её развития, разработать механизмы эффективного управления ею, свести к минимуму негативные тенденции развития данной отрасли, обосновать причины и следствия происходящих событий.

Становление исследований туристской деятельности, как самостоятельного социально-важного научного направления, началось в XIX веке. Пионерами этих исследований стали ученые Швейцарии и Австрии, куда в то время были направлены основные туристские потоки в Европе. В этих странах, а затем и других странах Европы и Америки появились первые научные организации, где туристская деятельность исследовалась системно и с позиций различных наук.

Исследования показывают, что одним из наиболее известных и специфичных является Международная академия по туризму (АИТ). Цель академии: развивать культурный и гуманистический характер международного туризма и уточнять его словарь. Для достижения этой цели академия издает «Международный туристский словарь» на нескольких языках, в котором даются точные определения терминов, имеющих отношение к туризму. Академия издает журнал, различные брошюры и периодически проводит коллоквиумы на тему «Человек и туризм».

Другой пример, Международная ассоциация научных экспертов по туризму (МАНЭТ/AIEST) обязана своим созданием двум главам НИИ по туризму в университетах Сант-Галлен и Берн – Уолтеру Хунцикеру и Курту Крапфу. Первое заседание МАНЭТ состоялось в Риме 31 мая 1951 года. В соответствии с уставными документами Ассоциация стремится: содействовать научной деятельности со стороны ее членов; поддерживать деятельность научных институтов туризма или других центров научных исследований и образования, специализирующихся на туризме, развивать отношения между ними, сотрудничать в конференциях и других встречах по туризму научного характера. Таким образом, МАНЭТ может рассматриваться как международный катализатор научной деятельности в сфере туризма.

Наибольший интерес на наш взгляд представляет Международный центр исследований и изучения по туризму (CIRET), имеющий аналитическую базу данных научных материалов в сфере туризма.

Опыт показал, что научно-исследовательская деятельность в сфере туризма уже оправдала себя в странах Европы, Америки и Азии, и создание научной инфраструктуры туризма в нашей стране, переняв опыт успешных в этом отношении государств, может привести к росту въездного и внутреннего туризма в Казахстане.

Подтверждением может служить полученная положительная корреляционная взаимосвязь (r=0,76) между рейтингом стран по публикационной активности в сфере туризма, деятельности туристских научно-исследовательских центров и рейтингом стран по количеству туристских прибытий и доходам от туристской деятельности.

Это также можно наглядно проследить на сравнении ТОП 10 стран-лидеров в сфере туристской деятельности (таблица 1, таблица 2).

Таблица 1 – Страны-лидеры по количеству научно-исследовательских центров в сфере туризма и по активности издательской деятельности исследователей, занимающихся проблемами туризма (на основе баз данных CIRET [3])

Страна	Количество научно-исследовательских центров туризма	Исследователи, занимающиеся проблемами туризма
США	120	1033
Великобритания	71	659
Канада	32	213
Испания	29	216
Франция	27	160
Германия	27	117
Италия	23	142
Индия	23	51
Китай	21	41
Бразилия	19	163

Таблица 2 – Страны-лидеры по количеству туристских прибытий и доходов от туристской деятельности (на основе статистических данных ЮНВТО /6/)

Страна	Количество прибытий, 2014 г., (млн.чел)	Доходы, от въездного туризма, 2014 г., (млрд, $)
Франция	83,7	55,4
США	74,8	177,2
Испания	65,0	65,2
Китай	55,6	56,9
Италия	48,6	45,5
Турция	39,8	29,6
Германия	33,0	43,3
Великобритания	32,6	45,3
Российская Федерация	29,8	11,8
Мехико	29,1	16,3

Признаком становления науки является ее институционализация. Научно-исследовательские центры, специализирующиеся на туристской проблематике, сформировали в течение ряда десятилетий целое сетевое сообщество. В Казахстане же данное движение находится на наш взгляд на начальной стадии развития.

Для проведения анализа тематики научно-исследовательской деятельности в Казахстане был составлен список работ, более чем 1130 статей, опубликованных в период с 1995 по 2014 годы казахстанскими учеными в зарубежных и отечественных изданиях. Анализ данных статей показал, что условно основными направлениями исследований были:

– география и рекреация;

– экологический туризм, туризм и окружающая среда;

– образование, наука и методика преподавания в сфере туризма;

– экономика, бухгалтерский учет и маркетинговые исследования;

– история туризма, современное состояние и перспективы развития казахстанского и мирового туризма;

– краеведение и экскурсионное дело;

– топонимика и туристская терминология с филологическими аспектами;

– активные и спортивные виды туризма;

– отдых, здоровье, медико-биологические аспекты туризма;

– детско-юношеский туризм;

– безопасность в туризме;

– традиционные и нетрадиционные виды туризма;

– внутренний и въездной туризм;

– правовые основы туристской деятельности;

– управление в туристской сфере;

– транспортное обслуживание;

– туристский сервис и гостиничное и ресторанное дело;

– инновационные и интернет технологии в туристской деятельности;

– другое.

При этом идентификация данных статей позволила определить долю каждого направления исследований казахстанских учёных (рисунок 1).

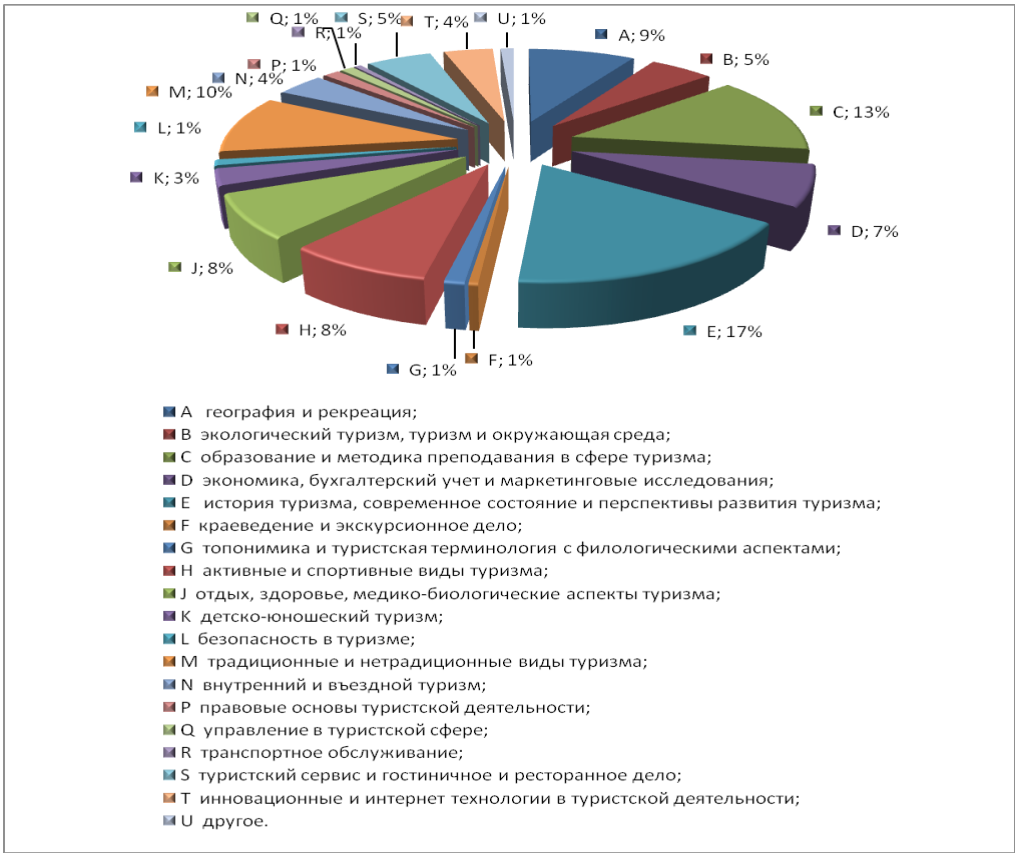


Рисунок 1 – Направления научно-исследовательской деятельности казахстанских учёных

Для сравнения с приоритетами европейских учёных, было рассмотрено более 100 работ, опубликованных в известных журналах с высоким импакт-фактором. Анализ показал, что наибольшую заинтересованность для них представляют такие темы как инновации и интернет технологии в туризме, влияние туризма на экологию, а также туристский сервис. В то время как казахстанские ученые считают наиболее интересными вопросы истории, состояния путей развития отрасли в Казахстане, образования и методики преподавания в туризме, рекреационной географии (рисунок 2).

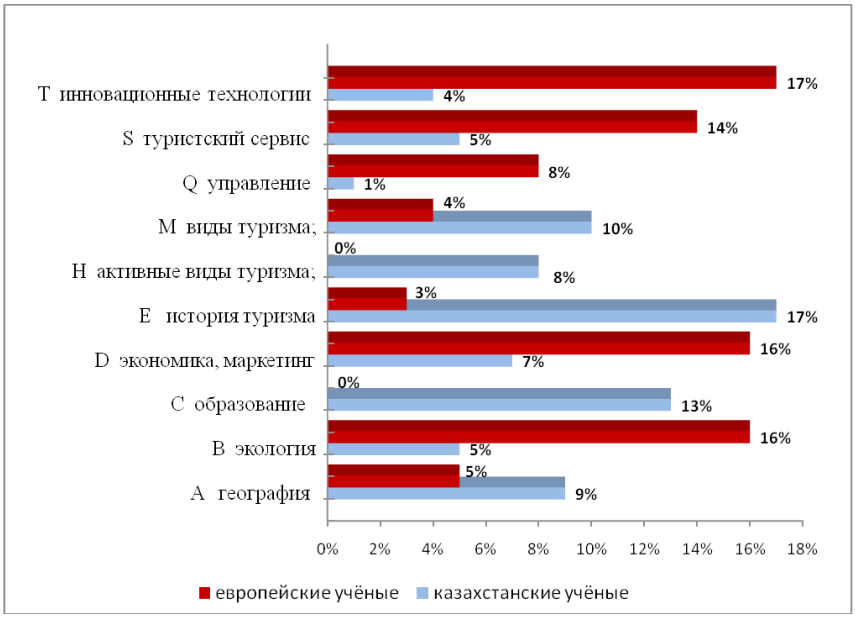


Рисунок 2 – Сравнительный анализ приоритетов в научно-исследовательской деятельности казахстанских и европейских учёных

Развитие науки строится на качественной методологии научных изысканий, которая выражается не столько в знании методов научных исследований, сколько в принципах практического построения научно-исследовательской деятельности, его формах и способах. Из всех философских учений к методологии исследования туризма более всего приближена диалектика Гегеля. Прежде всего, важна идея Гегеля единства взаимоисключающих и одновременно взаимопредполагающих друг друга противоположностей. Гегель считал противоречие внутренним импульсом развития, что в полной мере относится к туристской деятельности.

Авторы «Большого энциклопедического словаря» (2002) выделяют две сферы методологии: методологию практической деятельности и методологию науки. Ведущей функцией методологического знания является внутренняя организация и регулирование процесса познания и преобразования какого-либо объекта. Социологическими исследованиями установлено, что собранная и переработанная информация о закономерностях какой-либо деятельности трансформируется в систему норм, правил и предписаний, которые регулируют, направляют и совершенствуют эту деятельность. Эту роль, как правило, и выполняет методология. Согласно И. Стефанову, если методология – это «приведенная в действие» теория, то технология – «приведенная в действие» методология.

Для анализа уровня качественной методологии развития туризмологии в Казахстане и принципов построения научно-исследовательской деятельности, была предпринята попытка идентифицировать все исследуемые работы казахстанских учёных по следующим признакам:

– научно-теоретические статьи, посвящённые теоретическому поиску и объяснению закономерностей изучаемых явлений, без твёрдого эмпирического фона;

– научно-теоретические статьи обзорного характера, посвящённые теоретическому и концептуальному поиску и объяснению закономерностей изучаемых явлений, не поддержанных эмпирическим материалом;

научно-практические статьи, опирающиеся на реальный опыт и научные эксперименты, без обработки и объяснения изучаемых явлений;

научно-практические статьи, характеризующиеся чисто эмпирическими исследованиями, как правило, направленные на достижение практических целей и подтверждающих отдельно взятые гипотезы;

научно-практические статьи, как правило, обзорного характера, опирающиеся на эмпирические и статистические данные, вместе с тем обладающие значительной эвристической ценностью и составляющие фон новых теорий;

научно-практические статьи, опирающиеся на теоретические и эмпирические исследования с большой объяснительной и прогностической ценностью, которые используются для проверки функционирующих концепций, различных моделей, процессов, происходящих в современном туризме;

научно-методические статьи, посвящённые обзору процессов, методов, инструментов, для решения научных и прикладных задач, как правило, для формирования новой или более точной методики на основании вновь выявленных закономерностей.

Подробному анализу, согласно обозначенной классификации, была повергнута вся исследуемая база научных статей казахстанских учёных, опубликованных в период с 1995 по 2014 годы (рисунок 3)

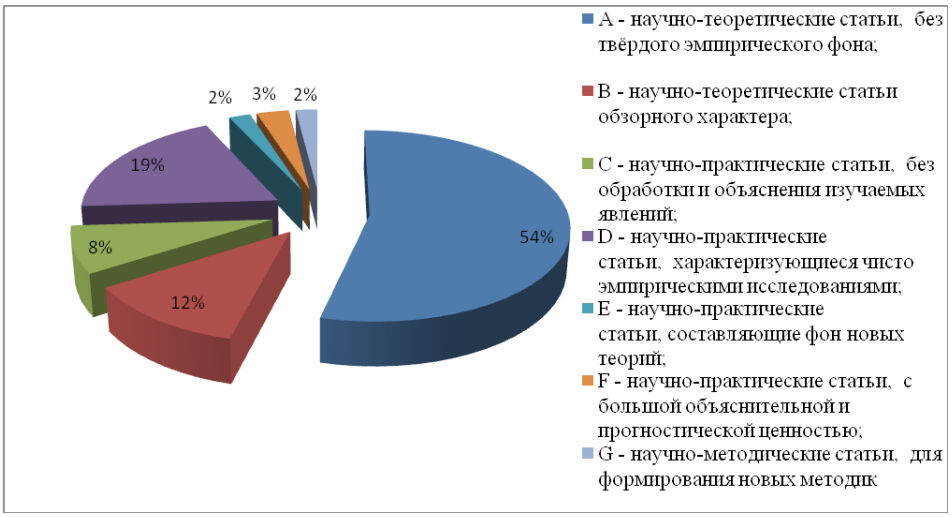


Рисунок 3 – Уровень научно-исследовательских работ казахстанских учёных по туристской тематике.

Таким образом, результаты показали, что 54% исследованных статей казахстанских учёных, опубликованных в период с 1995 по 2014 годы можно определить как научно-теоретические статьи, без твёрдого эмпирического фона.

Выводы

Согласно проведенному исследованию, можно обозначить следующие тезисы:

– туризмология имеет свое значимое место в перспективном развитии туристкой сферы в целом;

– формирование научного подхода идет параллельно с формированием отрасли и прямо пропорционально ей;

Казахстан в данном отношении имеет невысокий уровень, так как нет должных стимулов для развития туристской науки, необходима поддержка научной инфраструктуры государством для позитивных сдвигов;

– согласно мировому опыту, такое капиталовложение будет выгодным и принесет свои плоды в ближайшем будущем.

Сравнивая количество научных лабораторий и центров исследования туризма Казахстана с количеством аналогичных центров в странах с развитой туристской инфраструктурой, можно утверждать, что в Казахстане еще не до конца сформировалось представление о важности научного подхода к проблемам туризма.

Таким образом, в ходе исследования, нами было выявлено:

– основная проблема развития туристской науки, как в начале ее становления, так и на

данный момент состоит в неоднозначности подхода к этому явлению;

– в настоящее время наблюдается постоянный рост интереса ученых разных областей к проблемам туризма, растет количество исследователей и исследовательских центров, изучающих этот феномен, появляются информационные площадки для проведения дискуссий на тему туризма;

– больший интерес к изучению проблем туризма на данный момент ярко выражен в странах Северной Америки, Западной Европы и Азии;

– научная инфраструктура туристской отрасли Казахстана очень слабо представлена, при том что опыт зарубежных стран-лидеров по туристским прибытиям говорит об эффективном отражении научного подхода на проблемах туризма и дает абсолютно положительный результат.

– структура казахстанской научной базы и научной инфраструктуры туризма требует как согласованности между отдельными её компонентами, так и с государственными органами, курирующими туристскую отрасль для более эффективного функционирования.

– в республике проводится недостаточное количество обоснованных исследований эмпирического и теоретико-концептуального характера в сфере туристской деятельности.

Литература

1 Философия / Под общ. ред. Я.С. Яскевич – Минск, 2006 – 308 с.

2 Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. – Алматы, 2000 – 336 с

3 Официальный сайт Международного центра исследований и изучения по туризму. Режим доступа: http://www.ciret-tourism.com/the_ciret/objectives.html

4 ЮНВТО. Туризм. Основные моменты. Издание, 2015 г. Режим доступа: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf

References

1 Filosofiya / Pod obshch. red. YA.S. YAskevich – Minsk, 2006 – 308 s.

2 Erdavletov S.R. Geografiya turizma: istoriya, teoriya, metody, praktika. – Almaty, 2000 – 336 s

3 Oficial'nyj sajt Mezhdunarodnogo centra issledovanij i izucheniya po turizmu. Rezhim dostupa: http://www.ciret-tourism.com/the_ciret/objectives.html

4 YUNVTO. Turizm. Osnovnye momenty. Izdanie, 2015 g. Rezhim dostupa: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf

Никитинский Е.С.,
Аяпбекова А.Е., Сагымбай О.Ж.

Современные вызовы и обеспечение безопасности в туризме

Актуальность публикации определена необходимостью реализации требований в обеспечении безопасности при организации путешествий и предоставлении туристских услуг. Развитие внутреннего и международного туризма в условиях современного мира сталкивается с новыми вызовами и рисками в обеспечении безопасности путешествий, а следовательно, требуют постоянного мониторинга, анализа и необходимости разработки «Стандарта безопасности туристов» для предупреждения причин и угроз, препятствующим развитию устойчивой и безопасной туристской деятельности. В соответствии с Конституцией Республики Казахстан безопасность каждого гражданина на территории нашей страны обеспечивает государство, а казахстанцам, находящимся за её пределами, власти гарантируют защиту и своё покровительство. Защита прав и законных интересов иностранных гостей внутри страны и казахстанских граждан за рубежом является приоритетом международного сотрудничества Республики Казахстан в области обеспечения безопасности туризма. В свою очередь, реализация «права туриста на личную безопасность» выражается в совершенствовании действий государства по разработке и эффективном применении комплекса оперативных и долговременных мер для оперативного выявления, предупреждения и устранения угроз личной безопасности туристов.

Ключевые слова: безопасность туризма, страхование туризма, риски туризма, предотвращение угроз туризма, качество и безопасность.

Nikitinskiy E.S., Ayapbekova A.E.,
Sagymbay O.Zh.

Modern Prevention and Safety in tourism

An important part of the work in the tourism industry mostly related with security of tourism. In accordance with the Constitution of the Republic of Kazakhstan the safety of every citizen in our country and citizens of Kazakhstan, who stayed overseas provides by the government and guarantees protection and patronage.

One of the goals of international cooperation of the Republic of Kazakhstan in the field of tourism security is protection of the rights and interests of foreign guests inside of Kazakhstan and, the citizens of Kazakhstan abroad. In turn, the implementation of the «personal security rights of tourists», expresses in the improvement of state actions on the development and effective use of complex operational and long-term measures to rapidly detect, prevent and remove threats to personal security of tourists.

Key words: safety of tourism, insurance of tourism, risks of tourism, preventing the threats of tourism, the quality and safety.

Никитинский Е.С.,
Аяпбекова А.Е., Сагымбай О.Ж.

Қазіргі заманғы туризм саласындағы ескертулер және қауіпсіздікті қамтамасыз ету

Туризм қауіпсіздігімен байланысты мәселелер туристік қызметте маңызды жұмыс бөлігі болып табылады. Қазақстан Республикасының Конституциясына сәйкес еліміздің аумағындағы әрбір азаматтың қауіпсіздігін мемлекет қамтамасыз етеді, билік шекара асқан қазақстандықтарды қорғауға және жақтауға кепілдік береді.

Ел ішінде шетелдік меймандар мен шетелде жүрген қазақстандық азаматтардың құқықтары мен заңды мүдделерін қорғау туризм қауіпсіздігін қамтамасыз ету саласында Қазақстан Республикасының халықаралық ынтымақтастық мақсаттарының бірі болып табылады. «Туристің жеке қауіпсіздік құқықтарын» жүзеге асыру өз кезегінде туристердің жеке қауіпсіздігіне төнген қауіп-қатерді шұғыл анықтау, алдын алу және жою үшін жедел және ұзақ мерзімді шаралар кешенін әзірлеу және тиімді пайдалану бойынша мемлекеттің іс-әрекеттерін жетілдіруде көрініс табады.

Түйін сөздер: туризм қауіпсіздігі, сақтандыру туризмі, тәуекелдер туризмі, туризмдегі қауіп-қатерді болдырмау, сапа мен қауіпсіздік.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48:908

*[1]Никитинский Е.С.,[1] Аяпбекова А.Е., [2]Сагымбай О.Ж.

[1]Университет «Туран Астана»,
Республика Казахстан, г. Астана
[2] Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: nikitinskes@bk.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Введение

Говоря о новых вызовах современности по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов, снижение рисков при организации путешествий и повышение эффективности страхования в туризме, мы, прежде всего, связываем с деятельностью государства, туристских и заинтересованных организаций. В соответствии с Конституцией Республики Казахстан безопасность каждого гражданина на территории страны обеспечивает государство, а казахстанцам, находящимся за её пределами, власти гарантируют защиту и своё покровительство [1].

Безопасность туризма определена как безопасность туристов (экскурсантов), обеспечение мер по сохранности их имущества и не нанесение ущерба при совершении путешествий: окружающей среде, материальным, духовным ценностям общества и безопасности государства.

Исходные данные и методы исследования

В нашей стране вопросы безопасности туризма регулируются законодательными и нормативно-правовыми актами:

– Гражданским кодексом (особенная часть), Кодексом Республики Казахстан «Об административных правонарушениях», «О налогах и других обязательных платежах в бюджет», лесным, водным и экологическим кодексами.

– Законами «О туристской деятельности в Республике Казахстан», «О миграции населения», «О дипломатической службе», «Об обязательном страховании гражданско-правовой ответственности туроператора и турагента», «Об охране, воспроизводстве и использовании животного мира», «О транспорте», «О лицензировании».

– Нормативными правовыми актами Правительства РК, такими как: «Перечень специализированных служб, оказывающих необходимую помощь туристам, терпящим бедствие на территории Республики Казахстан», «Правила лицензирования и квалификационные требования, предъявляемые к туроператорской, турагентской деятельности, услугам инструктора туризма», «Общие требования, предъявляемые к профессиональной

подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов в области туризма», «О типовом договоре на туристское обслуживание», «О правилах предоставления туристских услуг», а также иными нормативными актами заинтересованных ведомств и государственных органов.

Общая характеристика и обеспечение личной безопасности туристов, её организационные и правовые составляющие. Вопросы обеспечения национальной безопасности и ее отдельных аспектов являются важнейшей составляющей внутренней и внешней политики Республики Казахстан, от эффективности которых в конечном итоге зависит жизнь и благополучие граждан страны, надежное существование и прогрессивное развитие гражданского общества, государства и его институтов. Поэтому не случайно недавно принятый Закон Республики Казахстан и Стратегия национальной безопасности Казахстана подразумевает – состояние защищенности национальных интересов Республики Казахстан от реальных и потенциальных угроз, обеспечивающее динамичное развитие человека и гражданина, общества и государства, создания гражданам надежных гарантий личной безопасности, а следовательно оказания им высококачественных и безопасных услуг [2].

Для начала остановимся на содержании понятия «личная безопасность туриста», которая подразумевает – состояние защищенности туриста и (или) отдельных объектов его личной безопасности от угроз, которое позволяет туристу свободно и беспрепятственно реализовывать свои права на отдых, свободу передвижения и иные права при совершении путешествий [3].

К объектам личной безопасности туриста относятся в первую очередь такие жизненно важные нематериальные блага туристов как жизнь и здоровье и соответствующие им личные неимущественные права («право на жизнь», «право на здоровье» и другие). Безопасность туристов (экскурсантов) при совершении путешествия помимо жизни и здоровья туриста распространяется на его личную неприкосновенность, включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь .

В рамках регулирования процесса незаконной миграции уполномоченным органом в сфере туризма в 2008 году, было инициировано внесение изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности». В результате проделанной работы сегодня в Законе «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (п.2., ст. 26) под безопасностью туристов понимаются: личная безопасность туристов, сохранность их имущества и непричинение ущерба окружающей среде во время путешествий, а также комплекс мер, направленных на предотвращение использования туризма в целях незаконной миграции и транзита в третьи страны, сексуальной, трудовой и иной эксплуатации граждан [4].

Введен запрет на осуществление туристской деятельности в целях организации незаконного выезда граждан Республики Казахстан на постоянное место жительство за границу, либо трудоустройства за рубежом, а также ввоза в Республику Казахстан иностранной рабочей силы. При этом, лица, виновные в нарушении законодательства о туристской деятельности, теперь несут ответственность в порядке, установленном законодательными актами Республики Казахстан.

Также предусмотрено право лицензиара на приостановление во внесудебном порядке действия лицензии при осуществлении туроператорской, турагентской деятельности на срок до шести месяцев (в случае нарушений действующего законодательства допущенных туристскими фирмами и фактов связанных с незаконной миграцией), вплоть до отзыва лицензии на профессиональную туристскую деятельность в судебном порядке.

Все перечисленные меры позволили, упорядочить деятельность туристских организаций, установить ответственность за неправомерные действия и практически исключить подобные правонарушения в туристской деятельности.

К категории личной безопасности туристов и экскурсантов тесно примыкает термин «сохранность имущества туристов (экскурсантов)». К такому имуществу туристов могут относиться их личные денежные средства, в том числе передаваемые туристским организациям в счет оплаты услуг по договорам, предметы личного обихода, туристского снаряжения и инвентаря, сувенирная продукция, драгоценные вещи и другие предметы, которые используются и (или) приобретены туристом (экскурсантом) во время путешествия.

Данная норма согласуется с правовыми актами: «О типовом договоре на туристское обслуживание», «О правилах предоставления туристских услуг», утверждённых постановлениями Правительства Республики Казахстан.

Кроме того, в пункте 1 статьи 15 Закона «О туристской деятельности в Республике Казахстан»

устанавлено, что для получения лицензии туроператорам и турагентам необходимо заключить договор страхования гражданско-правовой ответственности [5]. Данная норма была законодательно закреплена в целях защиты потребителя туристского продукта – туриста, для правового регулирования отношений между туристом и туристской организацией и обеспечению гарантий по оказываемым услугам, безопасности туристов и сохранности их имущества.

Результаты и обсуждение

Страхование в туризме. В развитие Закона «О туристской деятельности в Республике Казахстан», и в целях защиты имущественных и иных интересов туристов, которым может быть причинен вред в результате осуществления турагентами и туроператорами своей профессиональной деятельности – в январе 2004 года, введен в действие Закон Республики Казахстан «Об обязательном страховании гражданско-правовой ответственности туроператора и турагента» [6].

Данный законодательный акт обязывает туроператоров и турагентов, застраховать свою гражданско-правовую ответственность по обязательствам, возникающим в заключенных договорах на оказание туристских услуг.

Закон, также реализовал положения Гражданского кодекса Республики Казахстан «О страховой деятельности» и установил новый класс страхования.

Введение обязательного страхования, позволило туристским организациям сохранить стабильность своей деятельности, защитить интересы туриста и установить экономическую заинтересованность в необходимости повышения качества предоставляемых услуг. Закон закрепил правовые отношения сторон по договору обязательного страхования, ответственность туроператора и турагента, определил размер страховой премии, условия и порядок осуществления страховых выплат.

В правовом смысле личная безопасность туристов является предметом урегулированных нормами права социальных связей между субъектами права по поводу обеспечения личной безопасности туриста («право туриста на личную безопасность»).

ЮНВТО о праве туриста на личную безопасность. В соответствии с документами Всемирной туристской организации (ЮНВТО) «право международного туриста на личную безопасность» включает в себя право:

– свободно обращаться за помощью к консульским властям стран своего гражданства;

– на оперативный и беспрепятственный доступ ко всем имеющимся формам внутренних и внешних коммуникаций, в том числе на информирование своей семьи с использованием наиболее оперативных и доступных средств связи о совершении противоправных посягательств на личность и (или) имущество туриста;

– на оперативный и беспрепятственный доступ к местному административному, медицинскому и юридическому обслуживанию, в том числе право без необходимости внесения какого-либо залога, требуемого от иностранцев, начать судебное и, в частности, уголовное дело в национальном суде против лиц, совершивших противоправные посягательства в отношении туриста;

– на внесудебное разрешение спора, возникающего между туристом и лицами, осуществляющими туристскую деятельность;

– пользоваться теми же правами, что и граждане страны пребывания в области конфиденциальности относящихся к ним личных данных и сведений, особенно, что касается данных, хранящихся в электронном виде;

– на быструю репатриацию в страну, откуда турист прибыл в случае, если он пострадал в результате посягательств на его личность и/или имущество;

– на возвращение похищенной и впоследствии найденной вещи в страну, откуда прибыл турист.

Обеспечение личной безопасности туристов приобретает все большую актуальность в условиях современного мира. Активно проявляют себя такие угрозы безопасности как: несчастные случаи, дорожно-транспортные аварии, катастрофы авиалайнеров, морских и речных пассажирских судов. Достаточно вспомнить гибель пассажиров на речном теплоходе «Булгария», на морском пассажирском лайнере «Коста Конкордия», авиакатастрофы, хищение имущества туристов и насильственные действия в отношении них, экстремизм, террористические акты. Этот перечень можно продолжить.

Известно, что обеспечение личной безопасности туристов, экскурсантов и иных посетителей имеет свою специфику, которая заключаются в необходимости осуществления в отношении путешественников повышенных мер безопасности [7], особенно в начальный период путешествия. В этот период туристы являются наиболее уязвимы от негативного воздействия различного рода угроз безопасности, так

как происходит адаптация туристов к новой социально-психологической обстановке, географической среде и гидрометеорологическим особенностям страны (места) временного пребывания.

На обеспечение личной безопасности казахстанских туристов также серьезное влияние оказывает отсутствие у некоторых из них надлежащей культуры личной безопасности. Неосторожное, легкомысленное, а часто просто самонадеянное поведение туристов в стране (месте) временного пребывания создает благоприятную почву для несчастных случаев, преступных и иных посягательств на жизнь, здоровье и имущество туристов, а также для иных негативных последствий проявления угроз безопасности.

Информационное обеспечение личной безопасности туристов. Надлежащее информационное обеспечение личной безопасности туристов (далее – информационное обеспечение) является необходимым элементом системы безопасности туризма и залогом комфортного и безопасного путешествия.

В современном мире это особенно важно в предотвращении гибели людей, связанных с опасностями природного и техногенного характера (включая чрезвычайные ситуации – техногенные и природные катастрофы), которые непрерывно подстерегают туристов во время их путешествий.

Достаточно сказать, что в последнее время, мы стали свидетелями последствий землетрясения, цунами и связанным с ними техногенной катастрофы на атомной электростанции в Фокусиме (Япония), наводнением в Таиланде, землетрясением в Турции. Извержение вулкана Эйяфьятлайокудль в Исландии и связанный со стихией выброс вулканического пепла, на несколько месяцев парализовал воздушное сообщение европейских стран и нанёс международному туризму миллиардные убытки…

В содержание сведений, предоставляемых туристам в рамках информационного обеспечения, входят сведения об исполнителях услуг, содержащиеся в государственном реестре лиц, осуществляющих туристскую деятельность, в иных республиканских и региональных информационных системах; сведения об услугах, оказываемых исполнителями; информация об угрозах безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания, мерах, которые следует туристам и (или) уполномоченным государственным органам осуществлять по нейтрализации (локализации) таких угроз, а также информация о процедурах информационного взаимодействия субъектов обеспечения личной безопасности, с целью доведения такой информации до туристов.

Обязанности в области информационного обеспечения возлагаются как на лиц, осуществляющих туристскую деятельность (туроператоров, турагентов), иных исполнителей услуг в сфере туризма, так и на органы исполнительной власти.

Основными принципами, которыми должны руководствоваться субъекты обеспечения личной безопасности туристов – исполнители услуг, при предоставлении такой информации являются: актуальность, своевременность, полнота, оперативность, доступность, наглядность, достоверность, сбалансированность и обоснованность. Также необходимо исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных познаний о свойствах и характеристиках предоставляемых туристу услуг.

Антикриминальная безопасность туристов. В Стратегии национальной безопасности Республики Казахстан среди многочисленных источников угроз для личной безопасности граждан особо выделяются такие как сохраняющийся рост преступных посягательств, направленных против личности, собственности граждан, коррупция, наркомания.

В нормативных документах, посвященных вопросам безопасности, в качестве необходимого условия реализации намеченных ими мероприятий выделяются меры по укреплению законности и общественного порядка, предупреждению преступлений и иных правонарушений, формированию у граждан уважительного отношения к Закону.

Сфера туризма в этом смысле не является исключением. Так как обеспечение безопасности туризма невозможно без принятия комплекса мер, направленных на противодействие административным правонарушениям и преступлениям в сфере туризма.

Анализ казахстанской и зарубежной правоприменительной практики свидетельствует о том, что среди преступлений, совершаемых в отношении туристов, выделяются: насильственные действия (убийство, умышленное причинение вреда здоровью различной степени тяжести, побои, истязания, угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью), торговля людьми, кражи, грабежи, разбои, мошенничество, вымогательство, нанесение ущерба нравственности, здоровью туристов, в том числе с использованием наркотических и психотропных

средств, гипноза, совершение развратных действий и насильственных действия сексуального характера, умаление (унижение) чести, достоинства и доброго имени туристов (клевета, оскорбление), незаконное распространение персональных данных туристов, нарушение неприкосновенности частной жизни туриста [8] и другие.

Следует подчеркнуть, что факторами, способствующими тому, что туристы во время отдыха становятся удобной мишенью для преступников и иных правонарушителей являются:

наличие у туристов крупных сумм денег, а также иных материальных ценностей (драгоценные вещи, сувенирная продукция, дорогое оборудование (фото и видео-камеры и др.);

стремление к новым впечатлениям и желание идти на риск ради этого, а как следствие потеря бдительности, концентрации внимания и неадекватность реакций на потенциальные и (или) реально возникающие угрозы личной безопасности;

в определенных случаях – негативное (негостеприимное, недружелюбное) отношение к туристам со стороны местного населения;

нежелание туристов сообщать в компетентные органы страны (места) временного пребывания о совершенных в отношении них преступлениях, чтобы не «ввязываться» в сложные юридические процедуры, которые могут воспрепятствовать или отсрочить их возращение на Родину или создать иные проблемы.

Медицинские и санитарно-противоэпидемические (профилактические) меры обеспечения безопасности туристов. В последнее время, активно проявляют себя и такие угрозы безопасности в туризме, как массовые инфекционные заболевания, Пандемия «свиного» гриппа, штамма A/H1N1. Чтобы активно противодействовать таким угрозам, со стороны государства, организаторов путешествий и самих туристов, должно уделяться приоритетное внимание медицинским и санитарно – противоэпидемическим (профилактическим) мерам.

У большинства медицинских проблем, с которыми сталкиваются туристы, есть одна общая и очень важная характеристика – число подобных случаев можно резко сократить, предоставляя туристам более качественную просветительскую информацию и предпринимая необходимые меры в местах пребывания. Так например, эксперты в области защиты и безопасности туристов из многих стран мира утверждают, что улучшение качества питьевой воды и обязательное использование ремней безопасности в автомобилях позволило бы существенно уменьшить число заболеваний, связанных с некачественной пищей и водой и соответственно, несчастных случаев на транспорте.

Правительства всех стран несут ответственность за недопущение распространения заразных болезней на соседние государства. Координатором соответствующих профилактических мероприятий выступает Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), которая действует в тесном сотрудничестве с органами здравоохранения различных стран. Все страны обязаны информировать ВОЗ о районах, где регистрируются вспышки заболеваний чумой, холерой и желтой лихорадкой (достоверной считается только официальная правительственная информация).

Учитывая живучесть и стойкость заразных болезней и появление новых микробиологических угроз для здоровья человека (последний пример: геморрагическая лихорадка Эбола) и признавая то, что одним из возможных последствий процесса передвижений людей является распространение инфекционных заболеваний, государственные власти всех стран должны периодически анализировать свой потенциал и возможности в плане:

Профилактики и контроля за распространением инфекционных болезней, которые могут перерасти в эпидемии.

Обеспечения готовности к возникновению чрезвычайных обстоятельств и принятию соответствующих мер в случае вспышки эпидемии.

Чтобы предупредить возникновение подобных обстоятельств, необходимо заранее разработать план действий и выделить обходимые средства. Все работники сферы туризма должны отчетливо понимать необходимость тесного сотрудничества и обмена информацией с органами здравоохранения, особенно в случае регистрации заболеваний среди туристов.

Качество и безопасность услуг в сфере туризма: вопросы стандартизации и классификации. Известно, что категории «безопасность» и «качество» тесно связаны между собой. Без безопасности не может быть надлежащим образом обеспечено качество услуг при ее оказании. В то же время, приверженность к высоким стандартам качества и контроль за качеством процессов оказания услуг служит надежной гарантией их безопасности.

Эффективными средствами обеспечения качества и безопасности услуг в сфере туризма являются стандартизация и классификация объектов туристской индустрии, которые в соот-

ветствии с Закона о туристской деятельности, являются одним из способов государственного регулирования туристской деятельности [9].

Учитывая то, что туризм в значительной степени представляет собой сферу услуг, то техническое регулирование здесь в основном представлено стандартами (национальными стандартами), применяемыми участниками туристского рынка на добровольной основе. Вместе с тем безопасность услуг в сфере туризма не может быть обеспечена без соблюдения и применения правил пожарной безопасности, норм безопасности зданий и сооружений, санитарно-эпидемиологических правил и других обязательных требований, которые являются частью технических регламентов.

В этой связи, и в соответствии с Законом Республики Казахстан «О туристской деятельности», Законом «О техническом регулировании» – приказом Министра туризма и спорта Республики Казахстан (от 11 ноября 2008 года № 01-08/200), были утверждены Правила классификации мест размещения туристов, которые определили основные цели, организационную структуру, минимальные требования, а также порядок присвоения «звездности» и категорий – гостиницам и местам размещения туристов.

Данные правила позволили учесть международную практику и поэтапно достичь установленных требований, которые заключаются в том, что системы классификации:

Призваны обеспечить гостей полной, объективной и достоверной информацией о качестве и количестве оказываемых отелем услуг.

Должны отражать критерии классификации (в совокупности и по отдельности) и размещаться для ознакомления потребителей.

Должны предусматривать обязанность владельцев отелей обеспечивать надлежащую чистоту и техническое обслуживание отелей любой категории.

Должны поощрять лучший опыт управления качеством в отеле.

Информация о категории конкретного отеля, а также сама система классификации, в соответствии которой отель прошел классификацию, должны быть прозрачны и доступны для потребителей.

Необходимым условием классификации является соблюдение требований национального законодательства.

Туроператорам и турагентам, а также системам бронирования (резервирования) и обзора отелей (интернет – сайтам) предлагается использовать официальную систему классификации отелей. Если используются собственные критерии классификации, то это в надлежащей форме должно быть доведено до сведения потребителей.

И последнее, системы классификации должны обеспечивать туроператоров, турагентов и интернет – сайты по бронированию и обзору отелей точными и актуальными сведениями о присвоенных отелям категориям, обновляемыми на систематической основе.

В этой связи, отличительными особенностями классификации и сертификации услуг в сфере туризма как мер безопасности, является тесное взаимодействие потребителей и персонала исполнителей в процессе оказания услуги. Поэтому во многом именно уровень квалификации обслуживающего персонала определяет безопасность и качество той или иной услуги в сфере туризма.

Выводы

Туристская поездка практически всегда содержит элементы нового и существенно отличающегося от привычной среды обитания, в том числе и то, что может представлять определенную опасность для путешествующего лица. Практика международного туризма показывает, что с увеличением количества путешествующих и расширением географии поездок резко возрастает необходимость более полного учета специфики поездок и соблюдения мер безопасности. Прежде всего, это касается регионов со сложной социально-политической обстановкой. Фактически речь идет о риске таких поездок, вплоть до реальной угрозы жизни и здоровью туристов.

Кроме того, к вопросам безопасности относятся и другие проблемы – эпидемии, криминогенные ситуации и преступность, распространение наркотиков, вандализм и иные формы насилия, пиратство, военные осложнения и перевороты, терроризм, а также рассмотрение всех возможных рисков, связанных с туристами, местными жителями, турфирмами и индустрией туризма в целом.

Безопасность туристов, их благополучие в местах туристского назначения нельзя рассматривать в отрыве от других общественных или национальных интересов принимающей страны и окружающей среды в целом. При разработке и проведении в жизнь норм безопасности для сферы туризма и защиты туристов интересы тех, кто посещает и принимает, должны быть взаимно гармонизированы. Обес-

печение качества услуг и безопасности в туризме осуществляется на различных уровнях, включающих в себя: туристские предприятия; администрацию туристских центров; местные власти; национальные органы по туризму и центральные власти государств; международные организации и межгосударственные органы. Каждый из этих уровней должен вносить свой вклад в безопасность туризма.

Резюмируя вышеизложенное, следует, что под мерами личной безопасности туристов понимается комплекс мер организационно-технического, дипломатического, финансового, правоохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса качественного оказания туристских услуг, и соблюдением туристами требований личной безопасности.

В этой связи в нашей стране должен быть разработан «Стандарт безопасности туристов», который будет включать в себя:

– информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

– выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;

– страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;

– обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;

– оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

– обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);

– обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);

– обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;

– защита персональных данных туристов, охрана их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;

– обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;

– сертификацию (аттестацию) оборудования, объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;

– техническое регулирование, обеспечения безопасности процессов производства и эксплуатации объектов туристской инфраструктуры (аттракционов и иных средств развлечения, канатных дорог, аэропортов, ж/д вокзалов и др.);

– применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;

– оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

В современных условиях государственное регулирование деятельности по организации отдыха, а также комфортных и безопасных путешествий граждан являются приоритетами национальной политики любого государства, сделавшего туризм основой своего социально-экономического и культурного развития, включая и Казахстан.

По мнению, высказанному еще в конце 19 века известным русским ученым-правоведом И. Е. Андреевским: «условия выгодные для путешественников, бесспорно составляют залог развития народа. Поэтому государства обязываются делать – условия для путешественников наиболее выгодными. Новые государства не боятся путешествующих: имея средства позволяющие устранить угрозы опасностей для путешествующих. Новые государства стремятся все более и более облегчать условия путешествующих, как собственных граждан, так и иностранцев. Отсюда открывается важность таких полицейских средств, которыми располагает государство для устранения опасностей этого рода» [10].

Литература

1 Статьи 11-12, Раздел II, Конституции Республики Казахстан (с изменениями и дополнениями по состоянию на 02.02.2011 г.);

2 П.3, статья 1, глава 1, Закона Республики Казахстан от 6.01.2012 г. № 527-IV «О национальной безопасности Республики Казахстан»;

3 Писаревский Е.Л. «О государственной политике в области обеспечения безопасности туризма» http://www.garant.ru/action/ interview /310066;

4 Пункт 2., статья 26, Закона Республики Казахстан от 13 июня 2001 года N 211, Ведомости Парламента Республики Казахстан, 2001 г., N 13-14, ст. 175, «Казахстанская правда» от 23 июня 2001 года N 149-150 «О туристской деятельности в Республике Казахстан»;

5 Пункт 1., статья 15 Закона Республики Казахстан от 13 июня 2001 года N 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан»;

6 Никитинский Е.С. «Казахстанское туристское право», Астана 2009,С.254;

7 Крыжановская А.А. Гражданско-правовая ответственность за вред, причиненный в связи с использованием сложных программных продуктов. – Юридическая фирма «Контракт»; «Волтерс Клувер», 2010 http: //www.lawmix.ru/commlaw/39/;

8 Постановление Правительства РФ от 31.05.2010 № 370 «Об утверждении Положения о предоставлении помощи в возвращении в Российскую Федерацию гражданам Российской Федерации, оказавшимся на территории иностранного государства без средств к существованию», приказ Ростуризма от 19.12.2007 N 141 «Об утверждении Административного регламента Федерального агентства по туризму по предоставлению государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 21.01.2008 N 10915), «Совместное заявление Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России и Министерства культуры и туризма Турецкой Республики по обеспечению безопасности пребывания туристов из числа граждан своих государств на территории Российской Федерации и Турецкой Республики (июнь 2010 года)»;

9 Статьи 4 – 5, Закона Республики Казахстан от 13 июня 2001 года N 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан»;

10 Андреевский И.Е. параграф 59, «Наблюдение за путешествующими», Полицейское право. Том I С. – Петербург, типография Эд. Праца, 1871 г. С. 28.

References

1 Stat'i 11-12, Razdel II, Konstitucii Respubliki Kazahstan (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 02.02.2011 g.);

2 P.3, stat'ja 1, glava 1, Zakona Respubliki Kazahstan ot 6.01.2012 g. № 527-IV «O nacional'noj bezopasnosti Respubliki Kazahstan»;

3 Pisarevskij E.L. «O gosudarstvennoj politike v oblasti obespechenija bezopasnosti turizma» http://www.garant.ru/action/ interview /310066;

4 Punkt 2., stat'ja 26, Zakona Respubliki Kazahstan ot 13 ijunja 2001 goda N 211, Vedomosti Parlamenta Respubliki Kazahstan, 2001 g., N 13-14, st. 175, «Kazahstanskaja pravda» ot 23 ijunja 2001 goda N 149-150 «O turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kazahstan»;

5 Punkt 1., stat'ja 15 Zakona Respubliki Kazahstan ot 13 ijunja 2001 goda N 211 «O turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kazahstan»;

6 Nikitinskij E.S. «Kazahstanskoe turistskoe pravo», Astana 2009,S.254;

7 Kryzhanovskaja A.A. Grazhdansko-pravovaja otvetstvennost' za vred, prichinennyj v svjazi s ispol'zovaniem slozhnyh programmnyh produktov. – Juridicheskaja firma «Kontrakt»; «Volters Kluver», 2010 http: //www.lawmix.ru/commlaw/39/;

8 Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 31.05.2010 № 370 «Ob utverzhdenii Polozhenija o predostavlenii pomoshhi v vozvrashhenii v Rossijskuju Federaciju grazhdanam Rossijskoj Federacii, okazavshimsja na territorii inostrannogo gosudarstva bez sredstv k sushhestvovaniju», prikaz Rosturizma ot 19.12.2007 N 141 «Ob utverzhdenii Administrativnogo reglamenta Federal'nogo agentstva po turizmu po predostavleniju gosudarstvennoj uslugi po informirovaniju v ustanovlennom porjadke turoperatorov, turagentov i turistov ob ugroze bezopasnosti turistov v strane (meste) vremennogo prebyvanija» (Zaregistrirovano v Minjuste RF 21.01.2008 N 10915), «Sovmestnoe zajavlenie Federal'nogo agentstva po turizmu Minsportturizma Rossii i Ministerstva kul'tury i turizma Tureckoj Respubliki po obespecheniju bezopasnosti prebyvanija turistov iz chisla grazhdan svoih gosudarstv na territorii Rossijskoj Federacii i Tureckoj Respubliki (ijun' 2010 goda)»;

9 Stat'i 4 – 5, Zakona Respubliki Kazahstan ot 13 ijunja 2001 goda N 211 «O turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kazahstan»;

10 Andreevskij I.E. paragraf 59, «Nabljudenie za puteshestvujushhimi», Policejskoe pravo. Tom I S. – Peterburg, tipografija Jed. Praca, 1871 g. S. 28.

Zajadacz A., Kosinska A.

Problems of Tourism Development on a Regional Scale

In the first part of the study the types of barriers to tourism development that may occur during the planning phase of this development, and in the phase of implementation of these plans, including the endogenous and exogenous barriers, were presented. The second part presents the results of research on the factors hindering the development of tourism identified in the selected region of Wielkopolska Province (Poland).

The article presents detailed description of tourism barriers categories, which include: political and legal, economic, infrastructure, social, geographical and organizational problems. In the final part article presents a difference in the understanding of problems depending on the stakeholder groups, which leads to the conclusion that in order to be able to specifically identify problematic issues opinion of different stakeholders categories should be recognized. Only such action can lead to the construction of the development strategy, which will not have any areas of uncertainty (i.e. «gaps» in the identifying problem areas).

Key words: obstacles to tourism development, tourism development barriers, strategic planning, implementation of development plans, Wielkopolska Province.

Заядач А., Косинска А.

Аймақтық деңгейдегі туризм дамуының мәселелері

Зерттеудің бірінші бөлімінде туризм дамуын жоспарлау кезеңінде де, осы жоспарларды іске асыру кезінде де пайда болуы мүмкін кедергілердің, оның ішінде эндогендік және экзогендік тосқауылдардың түрлері қарастырылған. Екінші бөлімде таңдалып алынған Великопольск провинциясында (Польша) туризм дамуын тежейтін факторларды зерттеу нәтижелері келтірілген.

Мақалада туристік кедергілер категориялары егжейлі-тегжейлі суреттелген, олардың құрамына саяси және құқықтық, экономикалық, инфрақұрылымдық, әлеуметтік, географиялық және ұйымдастырушылық мәселелер кіреді. Мақаланың қорытынды бөлімінде мәселелерге мүдделі тараптар топтарына байланысты көзқарастар келтірілген, осыған орай, мәселелерді нақты анықтау үшін мүдделі тараптардың әртүрлі категорияларының пікірлері мақұлдануы қажет екені жөнінде қорытынды жасауға болады. Тек осындай ғана әрекеттер мәселелер шеңберін анықтаудағы белгісіздік пен олқылықтарынсыз даму стратегиясын қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: туризмнің даму жолындағы кедергілер, туризм дамуының тосқауылдары, стратегиялық жоспарлау, даму жоспарларын іске асыру, Великопольск провинциясы.

Заядач А., Косинска А.

Проблемы развития туризма на региональном уровне

В первой части исследования представлены типы барьеров, в том числе эндогенных и экзогенных, для развития туризма, которые могут возникнуть как на этапе планирования этого развития, так и в фазе реализации этих планов. Во второй части представлены результаты исследования о факторах, определенных в выбранном регионе Великопольской провинции (Польша), которые препятствуют развитию туризма. В статье представлено подробное описание категорий туристских барьеров, которые включают в себя: политические и правовые, экономические, инфраструктурные, социальные, географические и организационные проблемы. В заключительной части статьи дается разное понимание проблем, в зависимости от групп заинтересованных сторон, что приводит к выводу, что для того, чтобы иметь возможность конкретно определить проблемные вопросы, должны быть признаны мнения различных категорий заинтересованных сторон. Только такие действия могут привести к построению стратегии развития, которая не будет иметь каких-либо областей неопределенности или «пробелов» в выявления проблемных областей.

Ключевые слова: препятствия на пути развития туризма, барьеры развития туризма, стратегическое планирование, реализация планов развития, Великопольская провинция.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

UDC 379.85

***Zajadacz A., Kosińska A.**

Adam Mickiewicz University
Poland, Poznan
*E-mail: alina@amu.edu.pl

PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT ON A REGIONAL SCALE

Introduction

Problems related to the planning of tourism development result mainly from its complex conditions (external, internal, stimulating, hampering factors). They are usually analyzed with regards to defined scope, depending on: the scale of study (global, national, regional, local); stage of tourism development (phase of creating plans, phase of their implementation) or prospects of selected groups of stakeholders (including entrepreneurs, representatives of local authorities, institutions, organizations connected with the tourist industry, tourists, residents of tourist destinations). Knowledge of current issues of development of tourism is the primary database for the diagnosis of tourism potential, the starting point in the search of the ways to solve them.

The aim of this study was to identify the problems of tourism development occurring on a regional scale, the sample area was the province of Wielkopolska (Poland). Studies have been conducted in the phase of creating a tourism development plan (in the perspective of 2020.) and were a part of the study titled Diagnosis of tourism in the province of Wielkopolska (2014). This article presents a synthesis of the main results of the research, which were discussed in more detail in the studies of the authors [6,4].

Problems and barriers to the development of tourism on a regional scale -literature review. Identification of existing and potential factors limiting tourist activity is a core responsibility of strategic planning. Problems of tourism development on a regional scale may arise at different stages of development. They are the result of errors occurring both during the phase of the creation of plans and their implementation [1,6].

Mistakes made during the phase of tourism development plans involve incomplete range of activities, mainly focused on the development of proposals for the introduction of new infrastructure. The stages of this type of activity are conducted according to «a basic schedule» which includes [1]:

Research of sources and existing tourist infrastructure and analysis of the tourism market and trends in tourism on a global scale.

The program of additional tourist development.

The plan of spatial development including the already existing and planned facilities.

The evaluation of costs and benefits.

Such a structure of plan provides a general framework for regional and local investments and will be helpful as a «guide» to the development of initiatives of private investors. However, the process of creating this type of plans ignores important issues including the impact of the planned investment on the natural and social environment, as the main objective for the taken measures is to achieve the financial profits of a particular investment. As far as the preparation of tourism development plans is concerned, in order to obtain external financing for the given investment, there is a risk of shortsightedness of financial profit and loss accounts, planners omitting the variables that determine the development of tourism and its consequences. This may cause the plans for the expected profits turn out to be unreliable, as the structure of the planning process was incomplete.

The problems associated with the implementation of tourism development plans relate primarily to land ownership and management. These difficulties may result from the following situations [1,6]:

Investors who are engaged in the implementation of tourism development plans, in some cases, are more interested in real estate speculation than in measures aimed at the development and modernization of tourism infrastructure. The motives for the development of investment are rather more related to a focus on achieving the highest possible capital gains than the desire to promote a specific tourism product.

The authors of tourism development plans often underestimate the difficulties that may arise if you try to control the land use. The only secure way to control such use is to own the land.

When specific sites intended for tourist investments, in accordance with established plans for the development of tourism, «leak» early (i.e. are bought by potential investors), it can accelerate speculation of land sales and price inflation. Such situations can lead to failure of the whole plan.

Other problems that occur include a lack of internal coordination between service providers in the tourism market (private and public sectors). The most important factors in the process of creating a tourist offer are tour operators. If the tourism market is dominated by a few large tour operators and this market is structured as an oligopoly, then it can cause strong pressure in the distribution of profits from tourism services. Small, local businesses, in this situation, have little chance of effective business activity. This direction of change reduces the diversity of tourism supply, which may negatively affect the level of satisfaction of tourist visitors. The consequence is the loss of target segments of the tourism market, including those that would be nominated as leading ones in the adopted plan. Another difficulty in the implementation of tourism development plans can result from poor communication infrastructure associated with both external and internal communication of tourist destination. This factor is crucial, especially in the case of tourism development plans focused on foreign markets or segments of business tourism. Disputable situations, hindering the implementation of plans, can also result from a lack of acceptance of these plans by various groups of stakeholders, including residents of the region. Lack of developed mechanisms for public consultation and solving conflict situations can slow down the process of implementing the plan for tourism development and as a result lead to the failure of its implementation [1,6].

From the perspective of different groups of subjects involved in the development of tourism, problems concern particular business activity, dependent on the interrelated factors as follow [2]:

exogenous (external, of supra-regional importance, eg. global trends in the development of tourism, pollution of the natural environment within a cross-border range, legal regulations of the EU, the economic crisis in the regions generating tourist traffic, unstable political situation);

endogenous (internal, occurring in the particular region, related to the socio-economic situation and the resources and condition of the natural environment).

Many groups of problems can be identified in the business of tourism development at the regional level: political and legal, economic, infrastructural, social (including demographic), geographic (location, tourism resources, the natural environment), organizational and information. Review of the literature indicates a number of difficulties which may arise in the development of tourism in the region at the stage of creating and implementing plans for this development. They are connected both with the specificity of the concept of tourism and conditions of the region (a tourist destination). In the next part of the article the results of research on the major problems of tourism development in the selected region of Wielkopolska were presented.

Materials and methods

Presented study is based on research on the problems of tourism development at a regional level (more precisely: Wielkopolska Province - Poland). It

should be noted that traveling tourist does not notice internal administrative borders of the state (for example, between the municipalities, districts or provinces), hence it is more than possible, despite the regional nature of the research, to make some generalizations regarding the tourism development barriers. The study was conducted between June and September 2014. The study included two stages, namely:

Survey research, conducted among representatives of the local government at the district level. The questionnaire was sent by email to all local authorities at the county level - district offices (35 in total). For questions concerning the problems and barriers to the development of tourism that occur in the area administered 29 entities have answered, of which 4 were essential representatives of cities important for Wielkopolska development on different levels (Poznań, Kalisz, Konin, Leszno).

Documents and reports analysis, which were indicated by the Wielkopolska Province Marshal, as significant during the works on diagnosis of tourism in Wielkopolska. It should be noted that the documents and reports applied for the research, have become the primary source of information for creating an official strategic document on district level, it is the «Diagnosis of tourism in the Wielkopolska Province» (2014). In total, the analysis covered 21 documents and reports.

Synthesis of the research stages mentioned above provided an opportunity to identify the major problem areas, also allowed for comparison of their significance, which was mainly due to analyzing the two types of source data.

Study results: major tourism development problems (barriers). Literature analysis and precise diagnosis of problems notified during the first and second stage of work carried out allowed for identification of *six basic categories of problems*, including:

– political and legal barriers,
– economic barriers,
– infrastructural barriers,
– social barriers,
– geographical barriers,
– organizational (informational) barriers (see: Table 1).

Table 1 – Tourism development problems in Wielkopolska Province (Poland) [6].

BARRIERS CATEGORY	BARRIERS (Synthesis)
Political and legal	(1) law consistency and redundancy («regulations inflation»); (2) unfavorable legal system in the field of business; (3) poor knowledge on the tourism law regulations; (4) the problem of financial security of travel agencies.
Economic	(1) increasing problem of public finances; (2) rapidly changing regulations in the sphere of public finance; (3) underinvestment; (4) issues in terms of access to external financing; (5) changing in the EU rules on obtaining grants.
Infrastructural	(1) insufficient development of inexpensive accommodation facilities; (2) poor state of maintenance and the quality of social and health infrastructure; (3) poor state of the natural environment protection facilities; (4) poor use of inland waterways; (5) poor state of transport and communication infrastructure; (6) disparities in the distribution of transport and communications infrastructure of good quality; (7) poor development of the expressway network; (8) large spatial differentiation.
Social (including demographic)	(1) diversified economic development; (2) deteriorating financial situation of the consumer; (3) low awareness of the public and local authorities about the positive role of tourism in the development of the region; (4) aging population; (5) increase in the number of people with disabilities.
Geographical	(1) location barriers; (2) seasonality; (3) underestimation of tourism resources, including cultural and historical heritage; (4) transit nature of tourism in many districts; (5) natural environment deterioration; (6) low forest cover; (7) high economy emission of pollutants.
Organizational (informational)	(1) lack of a consistent development and promotion of tourist brand products; (2) short-term policy of socio-economic development; (3) fragmentation of the tourism industry; (4) lack of cooperation culture in the private sector and between the public and private sectors; (5) dispersion of organizational structures involved in the promotion and development of tourism; (6) lack of coherent tourist information system; (7) lack of distinctive visual identity of the region; (8) lack of developed tourist packages.

Firstly, the *political and legal issues* will be discussed. Political and legal barriers have a very wide range of influence, because the law - as a set of standards established by the competent authorities of the country - exerts affect on the functioning and development of all sectors of the economy (Wronkowska 2005). The main problem areas are shown in the Table 1. First of all, the issue of instability, inconsistency and complexity of the law, both at the national and European Union level, should be considered as the most important of all. It is mainly about restrictions caused in the sphere of investment, agricultural activity and business. Difficulties associated with running all kinds of tourism businesses are created due to: (1) high taxes and social security contributions, (2) inflexible labor law, (3) difficulties in obtaining European Union funds (time consuming procedure) and (4) the excessive length of judicial proceedings (concerns the recovery of money from unreliable contractors). It should also be clearly noted on problematic issues concerning the law loopholes, which include inaccuracies regarding bank guarantees, cooperation networks (tourism clusters), or management of tourist routes of long distance range.

The ability to correct interpretation of the law, and moreover the ability to finding of suitable law regulation is another very important issue. Lack of this knowledge results in errors in law application, which leads to problems in the development of specific activities in the field of tourism services. It may be noted that the elimination of the problem of ignorance of the law could result in the elimination of other political and legal problems. Therefore, it can be concluded that this is a fundamental issue, entailing others.

In terms on *economic barriers,* issues concerning tourism businesses should be mentioned. Thus, the most important would be obtaining funding from both national, European (in particular, the change in European Union regulations on subsidies should be noticed) or international sources. Macroeconomic problems also appear. That includes instability of public finances; inter alia the high level of their deficits (budget gap). The problem of the global economic crisis was also clearly highlighted.

Underinvestment is closely linked with the development of *infrastructure barriers.* In this category, by far the most common problems of transport infrastructure have been indicated - both in the responses to the questionnaires, as well as documents content. The difficulties of infrastructure development to secure the good of the natural environment were also indicated. Moreover, issues concerning the development of social infrastructure and tourist infrastructure were empathized.

Social problems (including demographic) are connected to the process of population aging and the increase in the number of disabled people in Poland, as well as in other European Union countries. These changes should lead to the action in the field of social tourism, whose beneficiaries are mostly groups such as: elderly people, people with disabilities, children and teenagers and families with children. Unequal income, and therefore the occurrence of wealthier regions also occur as a problem. Unbalanced appearance of demographic issues affects large extent with differences in social and economic development, which results in unequal living standards.

Among the barriers concerning *geographical difficulties* seasonal tourist traffic, the lack of significant tourist assets, minor variation among tourist assets and peripheral position in relation to the important areas that generate tourist traffic (e.g. large cities) were highlighted. In Poland, the problem of seasonality should be considered as particularly important. Especially how to attract tourists out of season and then how to maintain the tourism infrastructure (financial problem). Attention is drawn to the dominance of religious monuments, compared with a small number of secular monuments. This causes difficulties in the creation of a diversified tourist offer, including segments such as active tourism, and family tourism, which main objectives are safe relaxation and entertainment.

Organizational and information barriers represent another kind of tourism development problems. The main aspects include: cooperation between stakeholders influencing the shape of the Polish tourism economy, both the level of public-private sector, as well as between those of the same kind (units of local government, businesses, organizations, institutions). Specific difficulties in this area concern the «fragmentation» of the tourism industry, which makes it difficult to create and develop products based on networking. Organizational problems also include difficulties

in creating a coherent tourist information system (updated, accessible using a variety of mobile devices), taking into account the needs of different target groups (including the elderly, families with children, people with disabilities).

Tourism development barriers - the comparative study. After a two-stage process, the research clearly shows that the hierarchy of identified barriers to the development of tourism differs - depending on the material being tested (documents or questionnaires).

This situation is caused by a different approach and understandings of what are the barriers that affect the evolution of the sector of tourism services.

Therefore, local government units (districts) clearly focused on the specific problems. Units look at the category of development problems very narrowly, with no forward-looking assessment of the situation. While the authors of the documents, more generally indicate the categories of barriers. The hierarchy of problems reported by *the local government units (districts)* is as follow:

– economic;
– infrastructure;
– organizational and information;
– geographical;
– political and legal;
– social (including demographic).

The authors of *the documents indicate,* however, that for the most important barriers should be considered:

– organizational (informational);
– political and legal;
– economic / infrastructure / social, including demographics (same runk);
– geographical.

Despite the generalization in description in tourism development barriers it should be noted that different stakeholders groups present significantly diverse understanding of major problems categories. Documents pointed to aspects mentioned above in the more general way than statements of representatives of counties in the questionnaires.

Specificity of tourism services, which are provided mainly at the local level, causes that tourism development problems should be dealt through induction, leading from the detailed analysis (local issues) for synthesis (at regional level). The hierarchy of the synthesis of the problems identified locally should therefore be reflected in the documents of the regional. The local government units noticed a real need for specific changes, where reduction of economical (financial) barriers is the most important. The authors of the documents emphasize the fundamental role of the development planning activities. The significance of better use of the potential of tourism resources, through a structured and consistent planning process, including promotion of tourism was emphasized. The implementation of these plans requires a multi-step sequence of actions carried out by all stakeholders (both private and public) involved in the development of tourist services.

Conclusions

The study results confirmed problems with the planning of tourism development and implementation of these plans presented in the literature. Knowledge of the current limitations of tourism development is essential for accurate formulating the strategy of development. In the course of the creating tourism development plans, the priority tasks include:

– prioritization of problems in the region - including the synthesis of data collected at the local level;

– defining the sequence of relations between the identified problems - an indication of elementary problems, the solution of which involves the elimination of more groups of restrictions.

Comparing the degree of importance of the identified problems based on two types of sources (surveys in the districts, document analysis) showed their different hierarchy. These conclusions contain important implications for the process of planning of tourism development on a regional scale, which should take into account both the synthesis of data on existing problems at the local level, and a continuous flow of information on the barriers, objectives and priorities of regional development to lower administrative units level. Improving the system of cooperation between all the subjects involved in the development of tourism in the region is of key importance for releasing the process.

The study results apply to the regional scale problems perceived from the point of view of a selected group (representatives of district local government), as well as problems written in documents that were essential for work on the diagnosis of tourism in Wielkopolska. As a consequence, they do not reflect the full range of problems of development of tourism in the region. Completing and verification of them requires further research on opinions of the major stakeholder groups (e.g. entrepreneurs, institutions, organizations connected with the tourist industry, tourists, residents of tourist destinations), who will directly decide on the implementation of tasks adopted in the created plans.

References

1 Cooper Ch., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., 2005, Tourism. Pronciples and Practice. Pearson Education Limited, Harlow, 2005, p. 325-326.

2 Czernek K., Uwarunkowania współpracy na rzecz rozwoju turystyki w regionie, 2012, http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/24036/

3 Diagnoza turystyki w woj. wielkopolskim, Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, Poznań, 2014.

4 Kosińska A., Polityczno-prawne bariery rozwoju turystyki. Przykład województwa wielkopolskiego. [in] Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.), Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki, T. XVII, Organizacja i rozwój rynku usług turystycznych. Seria Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace nr 17, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, 2016, p. 20-35.

5 Wronkowska S., Podstawowe pojęcia prawa i prawoznawstwa, Wydawnictwo Ars boni at aequi, Poznań 2005, p. 11.

6 Zajadacz A., Kosińska A., Problemy rozwoju turystyki w skali regionalnej – studium przypadku Wielkopolski. [in:] Społeczno-ekonomiczne problemy turystyki i rekreacji obszarów metropolitarnych. Zeszyty Naukowe 63 Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu (6)2015, Poznań, 2015, p. 13-31.

Симанавичене Ж.,
Симанавичюс А.

Специфика классификации рисков в туризме

Научные дискуссии в контексте выявления рисков туризма только с угрозами и убытками являются ограниченными. Научный обзор литературы позволяет дополнить понимание рисков в туризме. Идентифицированная проблемная ситуация дает возможность сформулировать научную проблему: каковы факторы риска в туризме являются наиболее важными, где возникают риски.

Для развития туризма в мире важно, чтобы объективно оценивать не только конкурентоспособность сектора туризма и перспективы, но и риски в индустрии туризма. Политическая ситуация и туристские ресурсы Литвы определяют специфику благоприятных возможностей для развития туризма в стране, но статистика туристского сектора демонстрирует резкое падение туристского потока и уменьшение конкурентоспособности туризма страны на международных рынках и растущие риски въездного туристского комплекса. В Литве не хватает исследований, целью которых является выявление и оценка рисков, связанных с туризмом. Также в статье показана специфика рисков в секторе туризма Литвы. В статье исследованы вопросы классификации рисков в туризме. Цель статьи – показать специфику классификации рисков в туризме. Объект – риски в туризме.

Ключевые слова: риски в туризме, физический риск, терроризм, угрозы, финансовый риск, социальный риск.

Simanavichene Zh.,
Simanavichyus A.

The Specificity of the Classification of Risks in Tourism

In the context of scientific discussions tourism risk identification only with danger and loses is limited. Scientific literature analysis let's to clarify the tourism risk awareness. Identified problematic situation provides an opportunity to formulate a scientific problem: what risk factors are the most important for inbound tourism sector and how to evaluate and use risk management for successful sector's functioning and development. With the fast development of tourism in the world, it is important to objectively assess not only the Lithuanian tourism sector competitiveness and prospects, but also the tourism industry operating risks. Lithuania's geopolitical situation and tourism resources determines the specifics of favorable opportunities for the development of tourism in the country, but last year statistics of the tourism sector, demonstrates a dramatic fall in tourist flow and decreasing the country's tourism competitiveness in international markets and the growing risks of inbound tourism complex. In Lithuania not enough research is made, which aims to identify and evaluate risks of tourism. The aim of the article – to show the tourism risk classification features. Object – tourism risk.

Key words: risks in tourism, physical risks, terrorism, threats, financial risk, social risk.

Симанавичене Ж.,
Симанавичюс А.

Туризмдегі тәуекелдердің жіктелу спецификасы

Туризмдегі тәуекелдерді анықтауда одан келетін қауіп пен шығындар төңірегінде ғана ғылыми пікірталастар шектеулі болып табылады. Әдебиеттерді ғылыми шолуда туризмдегі тәуекелдер түсінігін кеңейтуге мүмкіндік береді. Бұл мәселе аясында туризмдегі тәуекелдердің ішінде маңызды факторлары қандай, тәуекелдер қалай пайда болады деген ғылыми мәселені шешуге мүмкіндік береді.

Әлемде туризмнің дамуы үшін тек бұл саланың бәсекеге қабілеттілігі мен даму перспективасын ғана бағалау жеткіліксіз, сонымен қатар туризм индустриясында тәуекелдерді де ескеру керек. Литваның саяси ахуалы мен туристік ресурстары елдегі туризмнің дамуы үшін қолайлы факторларды анықтайды, бірақ туристік сектордың статистикалық мәліметтері елдің халықаралық нарықтағы бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуі мен туристік ағымның күрт қысқаруын, сондай-ақ кіру туристік кешенінің тәуекелінің артуын көрсетеді. Литвада туризммен байланысты тәуекелдерді анықтау мен бағалау туралы зерттеулер жетіспейді. Сонымен қатар, мақалада Литваның туризм секторымен байланысты тәуекелдер анықталған. Мақалада туризмдегі тәуекелдер жіктелу мәселесі де қозғалған. Мақаланың мақсаты туризмдегі тәуекелдердің жіктелу спецификасын көрсету. Нысаны – туризмдегі тәуекелдер.

Түйін сөздер: туризмдегі тәуекелдер, физикалық тәуекел, терроризм, қауіптер, қаржы тәуекелі, әлеуметтік тәуекел.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.486

*[1]Симанавичене Ж., [2]Симанавичюс А.

[1]Университет Миколаса Ромериса,
Литва, г. Вильнюс
[1]Литовский университет спорта,
Литва, г. Каунас
*E-mail: zasiman@mruni.eu,

СПЕЦИФИКА КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ В ТУРИЗМЕ

Введение

Ученые много внимания уделяют анализу рисков в туризме. Существует много теоретических, методических и практических исследований, но рискам в туризме ученые, экономисты не уделяют много внимания. В предпринимательстве, все невозможно предвидеть, так что неизбежно появляется элемент риска. В настоящее время, можно констатировать, что индустрия туризма является областью с самыми высокими темпами роста и потенциалом для создания новых рабочих мест во всем мире. Кроме того, туризм, как и любая другая отрасль, подвержен риску. Ученые (Geguzis A.,2003) указывают на то, что риск может принимать различные формы, которые могут иметь катастрофические последствия для туристского бизнеса. С точки зрения познания риска и неопределенности нужно выбрать, какую форму риска исследовать. Есть много форм риска (экономический, социальный, физический и др.), и еще больше их подвидов. Туризм стал очень динамичным и, в то же время, рискованным сектором каждой страны и мировой экономики. Суть туризма состоит в том, что он требует много экономических и личных отношений между субъектами, которые в силу объективных и субъективных причин, могут быть повреждены. Ситуация риска может произойти из-за различных факторов, в любое время и в любом месте.

Цель статьи – показать специфику классификации рисков в туризме. Объект – риски в туризме.

Исходные данные и методы исследования

В большинстве исследований, термин «риск» связан с возможными потерями в различных сферах деятельности (потери материальных и финансовых ресурсов, потери доходов, непредвиденные дополнительные расходы и т.д.). Содержание риска в туризме включает в себя все угрозы риска для субъектов туристского сектора и заинтересованных лиц. Эти угрозы затрагивают инфраструктуру, индустрию туризма и самих туристов. Угрозы риска могут очень влиять на туристскую деятельность.

Ученые, изучающие поведение потребителей продуктов сектора туризма (Mowen&Minor, 1998; Fuchs G. Reichel A. 2008) предполагают, что потребители, покупая услугу туризма, осознают риск и принимают меры для его снижения. Исследователи отмечают, что туристские продукты особенно страдают от таких факторов, как неблагоприятные погодные условия, недружелюбные жители городов, участники потенциальных забастовок в аэропортах, плохая адаптация к местной пище, терроризм, преступность, политические волнения, болезни и стихийные бедствия. Эти факторы повышают уровень восприятия риска в туризме.

Поэтому исследователи сходятся во мнении, что, неконтролируемые и неуправляемые риски препятствуют развитию индустрии туризма и соответственно созданию рабочих мест. Это показывают работы ученых (Shaw, 2010), которые определили риски в индустрии туризма. Ученые предлагают классифицировать риск на такие виды риска: природные, преступности, охраны здоровья и безопасности, риск политических факторов, социально-демографические, технологические и экономические риски. Поэтому в данной статье с помощью анализа научной литературы будет исследована специфика классификации рисков в туризме.

Результаты и обсуждение

Предыдущие работы других исследователей, выявили только четыре основных факторов риска: терроризм (Sonmez ir Graefe 1998), война и политическая нестабильность (Ioannides and Apostolopoulos 1999; Seddighi, Nuttall and Theocharous 2000); проблемы здоровья (Carter 1998; Lawton and Page 1997) и преступления (Brunt, Mawby and Hambly 2000; Pizam 2002).

Roehl и Fesenmaier (1992) были одними из первых ученых, кто начал исследовать риск в туризме. Они опрашивали респондентов о типах рисков во время отпуска и какие риски респонденты пережили в недавнем отпуске. Как типы рисков они определили риск оборудования (вероятность того, что во время поездки произойдет механическое повреждение), финансовый, физический, психологический, социальный, риск удовлетворенности и времени. При использовании факторного анализа, ученые выявили три основных видов рисков: физический, риск отдыха и риск маршрута. Однако, разработанный учеными тест включал только два основных типа риска: физический риск: который указывает на возможность травмы и заболевания, и влияет на риски для здоровья: а также риск оборудования, который означает, риски в результате неисправности, такие как отсутствие телекоммуникационных установок, небезопасный автомобиль.

Другие ученые (Mitchell ir Vassos 1997) ориентировались на восприятие риска во время покупки пакета для отдыха. Исследование выявило 43 случая риска. Maser ir Weiermair (1998) с помощью эмпирического анализа изучали риск в различных аспектах. В их исследованиях риски были связанны с заболеваниями во время путешествия, преступностью, стихийными бедствиями, несчастными случаями, гигиеной, риски, связанные с транспортировкой, культурные/языковые барьеры, спецификой регулирования маршрута, правового регулирования.

Sönmez и Graefe (1998) исследовали риски, связанные с международными поездками и общим уровнем безопасности полетов. Взаимосвязь между туризмом и терроризмом приобрела международную известность в Мюнхене в 1972 году во время Олимпийских игр, когда группа палестинских террористов убила израильских спортсменов. Были убиты одиннадцать человек, и это было показано по телевидению по всему миру, почти 800 миллионов. С тех пор международные туристы хорошо осведомлены о такой связи. Один из самых печально известных террористических нападений на туристов произошел в Египте в 1997 году, когда 71 турист был убит недалеко от Луксора. На самом деле, туристы часто становятся конкретными целями террористических организаций.

В других районах мира, где туризм поддерживается государством, нападение на туристов может символизировать действия против правительства. Теракты 2001 года 11 октября в США на 6,8% снизили число иностранных туристов, желающих посетить Северную Америку. Как пример терроризма, политической нестабильности и войны можно также указать и пункт назначения, например, когда на площади Тяньаньмэнь в Китае возник конфликт, около 11500 туристов в 1989 году, отменили свои поездки в Пекин. Война в Персидском заливе в 1990 году привела к массовой утечке туристов с Ближнего Востока. Война и политическая нестабильность могут также влиять на соседние страны, которые непосредственно не участвуют в конфликте.

Среди туристов распространенно мнение, что они являются легкой мишенью для преступников. Некоторыми причинами для этого мо-

жет быть то, что туристы, как правило, имеют большие суммы денег, они часто практикуют рискованное поведение (часто бывают в ночных клубах, потребление алкоголя происходит в странных местах, и так далее); они не знают местного языка, знаков, отсутствует помощь местных жителей.

Российские ученые (Биржаков, 2007, Косолапов, 2009, Овчаров, 2009, Ситникова, 2005) утверждают, что риски в туризме включают в себя все возможные угрозы туристского сектора. Эти угрозы, направленные на инфраструктуру, туристские предприятия и туристов сами по себе могут регулировать уровень туристской активности. В количественном уровне риск в туризме определяется как материальные и финансовые потери в результате отношений туристских компаний с туристами. По их мнению, основные туристские особенности риска – это сложность и мультипликативность. Они связаны с непредвиденными обстоятельствами в индустрии туризма, с точки зрения функционирования мультипликатором увеличивается положительное влияние на туризм. С другой стороны мультипликатор показывает, что каждая отрасль имеет свои специфические риски, и, следовательно, они могут оказывать дополнительное влияние на уровень развития туризма. В широком смысле, по мнению российских ученых, риск в туризме может рассматриваться как явление, которое включает в себя не только вероятность неудачи, потери, повреждения, но и возможности получить какие-либо положительные результаты. Другими словами, ситуация риска может стать благоприятным фактором риска для развития туризма. Такой подход может быть развит при установлении компонентов риска. Компоненты риска в туризме состоят из четырех элементов риска: потери из-за неблагоприятных событий, вероятность неблагоприятных событий, результаты неопределенности, способность генерировать доход от рискованных ситуаций.

Ученые всесторонне оценивают риск в туризме. Mowen&Minor (1998) по данным исследований поведения потребителей указывают на то, что воспринимаемый потребителем риск может быть нескольких типов:

– физический (физический вред пользователю из-за функционирования продукта);

– финансовый (риск из-за того, что деньги, которые вкладываются в продукт будут потеряны);

– действия (продукт не работает, как ожидалось);

– социальный (объявление о покупке не соответствует выбранной стандартной группы);

– психологический (продукт не соответствует восприятию потребителя);

– времени (потребление продукта будет слишком долгое, и придется выбирать, что пропустить).

Ученые считают, что, как только потребители испытывают определенную степень риска, поведение потребителей меняется от решения отложить покупку к снижению риска до минимума. Например, развивая лояльность к бренду, при поиске информации и покупки популярного бренда, и покупке дорогих или недорогих брендов. Эти стратегии могут повысить доверие к результатам покупки и в случае неудачи сократить результат риска. Следует отметить, что предполагаемый риск влияет на потребителя, даже если, на самом деле, он не существует в действительности. В отличие от этого, наблюдаемый риск не будет влиять на поведение пользователя, даже если он будет реальным и ощутимым.

Существует широко распространенное предположение, что при организации досуга риск принимается, потому что никто не верит, что все виды отдыха и развлечения могут быть сделаны без риска. На самом деле, у многих видов отдыха, развлечений, уровень риска выше, и люди готовы принять гораздо более высокий уровень риска, чем если бы они были на работе. Это определение показывает, что риск может быть изображен как привлечение определенных видов деятельности, в результате чего появляется развлекательный туризм.

Во время научной дискуссии определение риска в туризме только опасностями и убытками носит ограниченный характер. Обзор научной литературы позволяет скорректировать понятие риска в туризме. Риск в туризме можно исследовать как явление, не только в связи с неудачей, потерями, повреждениями, но и как вероятность успеха, как шанс получить то, что является положительным результатом. Другими словами, ситуация риска, в некоторых случаях, может быть благоприятным фактором для развития туризма.

Ученые (Seddighi, Nuttall ir Theocharous, 2001) показали, что риск, связанный с международным туризмом, его восприятие различается в зависимости от национальности. Они обнаружили, что уровень восприятия риска очень различается при оценке путешествия в шести странах Западной Европы. Эта научная дискуссия показывает, что для того, чтобы лучше оценить восприятие риска среди иностранных туристов, необходимо оценить туристский опыт, возраст, пол, национальность.

Классификация международной опасности туризма (ВТО, 2012) в плане безопасности турис-

тов, в целях обеспечения безопасности туристов охватывает четыре основных направления:

Социальная среда за границами туристского сектора;

Сектор туризма и его инфраструктура;

Личные факторы риска туриста;

Природные и экологические риски.

Литовские ученые (Damulienė A.,2011) показывают, что процессы глобализации мира и интеграционные процессы с вытекающими отсюда последствиями не обходят индустрию туризма. Двадцать первый век все чаще сталкивается и будет сталкиваться с проблемами, которые затрагивают не только бизнес-решения в рамках некоторых национальных государственных границ, но и изменяют повестку дня этих правительств. Поэтому Damulienė A. отмечает, что такие глобальные вызовы затрагивают многие страны, среди которых сектор туризма. В регионах, находящихся под угрозой терроризма или глобальной угрозы заболевания, значительно сокращается поток туристов и может даже остановиться развитие туристской инфраструктуры. И наоборот, увеличивается поток туристов в более благоприятные для туризма страны. Это может изменить центры туристских достопримечательностей. Также центры могут меняться и из-за изменения климата.

По мнению экспертов Всемирной туристской организации (ЮНВТО, 2003) риски въездного туризма могут возникнуть в следующих четырех областях:

1. Взаимодействие человека и окружающей среды вне сферы туризма;

2. Сектор туризма и смежные с ним отрасли торговли;

3. Индивидуальный путешественник (личный риск);

4. Физические или экологические риски (природные, климатические, эпидемии).

Во время взаимодействия человека и окружающей среды существует риск, когда туристы становятся жертвами:

– преступлений (кража, карманная кража, нападения, мошенничество, обман);

– хаотичного и целенаправленного насилия (например, изнасилование, домогательства);

– организованной преступности (вымогательство, торговля людьми, насилие);

– терроризма и незаконного вмешательства (нападения на государственные учреждения и жизненно важные интересы государства), захвата заложников;

– войны и социальных конфликтов, политических и религиозных потрясений;

– отсутствия услуг в государственной сфере и институциональной защита.

В ходе различных операций в секторе туризма и связанных с туризмом, таких как транспорт, спорт и розничная торговля может быть угроза потоку посетителей, их безопасности и экономическим интересам. В этом случае риск может быть вызван следующими причинами:

– неправильная установка предметов безопасности (пожар, строительные ошибки, отсутствие антисейсмической защиты);

– плохие санитарные условия и отсутствие уважения к окружающей среде;

– защита от несанкционированного вмешательства, преступность и отсутствие инфраструктуры туризма;

– мошенничество в коммерческих сделках;

– несоблюдение договоров;

– забастовки рабочих.

По мнению экспертов Всемирной туристской организации, индивидуальные путешественники могут представлять угрозу для безопасности из-за:

– опасных спортивных упражнений и развлекательных мероприятий, опасного вождения;

– путешествия больных людей;

– конфликтов с местными жителями, неправомерных действий в местных общинах или нарушения местных законов;

– противозаконной или преступной деятельности (например, незаконная торговля наркотиками);

– посещения опасных мест;

– из-за небрежности потери личных вещей, документов, денег.

И, наконец, физический или экологический ущерб может возникнуть, если путешественники:

– не знают физических свойств растительного и животного мира;

– не подготовлены с медицинской точки зрения к путешествиям (вакцинация, профилактика);

– не принимаются необходимые меры предосторожности или меры гигиены во время потребления пищи.

Литовские ученые (Ruževičius J., 2008) указывают, что следует исключить воздействие туризма на животных, потому что обычно кемпинги устанавливаются в местах, которые особенно привлекательные для любителей природы – прибрежные территории, около охраняемых и уникальных районов Интенсивный и популярный туризм – угроза для чувствительных экосис-

тем, это может быть одной из причин исчезновения растений, животных или микроорганизмов.

По мнению других экспертов (PATA, 2003) риск в туризме целесообразно изучать по аспектам вызванных событий во время контакта человека с природой. Исследования показывают, что такой подход является приемлемым, и является очень своевременным, поскольку многие природные явления часто встречаются в больших масштабах, и могут быстро перерасти из кризиса в катастрофу. Исследователи Asia Pacific Travel Association предоставляют различные сравнения, почему необходимо учитывать риск в туризме по аспектам вызванных событий во время контакта человека с природой (таблица 1).

Таблица 1 – Риски в туризме за счет индукции природы

Явления, вызванные природой	Лавина	Землетрясение	Пожар
	Наводнение	Ураган	Оползень
	Эпидемия	Буря	
События, вызванные человеком	Акты терроризма	Огонь	Личное домогательство
	Приключения в спорте	Захват	Политический действия
	Авиакатастрофа	Промышленные действия	Бунт
	Нападение	Похищение людей	Аварии поверхностного транспорта
	Пожар в здании / обрушение	Убийство	Война
	Гражданские / политические волнения	Заложники	
	Катастрофа круизного судна / парома	Механические / системные неисправности	

Источник: PATA, 2003.

Ученые (Wilks, Jeff ir Stewart Moore, 2003), предлагают возможные шоки разделить на прямые или косвенные события с краткими, средними и долгосрочными последствиями для отдельных лиц, общин, регионов и стран. Этот подход используется в Австралии. Однако, по их мнению, общим фактором в распределении категорий является то, что туристские риски оказывают прямое или косвенное влияние на отрасль. По мнению ученых, описывая потенциальные риски индустрии туризма, важно показать на практике разницу между управлением риском, кризисом и ликвидацией последствий стихийных бедствий. Риск, по словам Wilks, есть вероятность того, что, что-то, что происходит будет влиять на наши цели. Все риски, как правило, имеют тенденцию стать неконтролируемыми и неуправляемыми и могут стать кризисом, но если риски в туризме рассматривать по определенной основе, то можно остановить кризис (рисунок 1).

Риск-------►------Кризис-------►-------Катастрофа

Рисунок 1 – Вероятность событий

Эксперты Всемирной туристской организации признают, что невозможно составить полный перечень всех рисков, которые могут перерасти в кризис, но можно определить области риска, которые наиболее вероятно могут представлять опасность. На самом деле, многие традиционные системы классификации риска были спорными, и поэтому ученые и специалисты советуют использовать модель управления рисками, разработанную в Австралии (Wilks, 2003).

Saayman и Snyman (2005) объясняют, что риск в туризме можно разделить на внутренний и внешний (т.е. внутренний и международный). Внутренний риск связан с преступностью, а также различными транспортными рисками, в зависимости от места назначения. Внешние риски связаны со стихийными бедствиями, болезнями, захватами, терроризмом, экономикой, политикой, происходящими или осуществляемыми по месту назначения, но оказывающими влияние на пункт назначения поездки.

Ученые определяют следующие специфические характеристики риска в туризме:

– риск в туризме связан с убытками, которые могут потерпеть не только туроператоры, туристские агентства, но и другие компании и сами туристы, а также флора и фауна, историческое и культурное наследие;

– может произойти экономический ущерб из-за неблагоприятных событий не только в настоящем, но и в будущем. Это следует учитывать при планировании туристской компании в подготовке планов развития туризма и программ, на национальном и региональном уровнях;

– в некоторых случаях риски включают в себя и риска для здоровья и жизни туриста, поэтому предприятия отдыха должны быть предметом особо жестких требований;

– риск в туризме формируют различные источники опасности, не только финансово-экономические, связанные с предпринимательской деятельностью, но и природные, независимые от человека и туристских операторов, но эти риски могут быть связаны друг с другом;

– оценка и управление рисками в туризме должно быть основано на использовании специфических областей знаний, путем проведения научных исследований, связанных с результатами научно-исследовательских (право, экология, здравоохранение, информационные технологии и т.д.).

Выводы

Проведенные исследования показали, что риск целесообразно разделить на две группы, внутренние (национальные) и внешние (международные). Внутренний риск возникает в принимающей стране, в данном случае Литве, и, как правило, носит негативный характер, что может негативно повлиять на туристский поток в страну. Внешний или международный риск заключается в том, что происходит за пределами страны пребывания, а также может негативно сказаться на туристских потоках в выбранной вами стране. Таким образом, можно сказать, что когда риски не контролируются и не управляются, рост экономики не будет достигнут.

Специфика литовского сектора туризма с одной стороны в том, что Литва имеет большой природный туристский потенциал. С другой стороны, несмотря на заявленную поддержку правительства для сектора туризма, Литовская индустрия туризма продолжает оставаться мало конкурентоспособной с высоким риском, малоиспользуемыми возможностями чтобы привлечь приток туризма. Существует риск остаться периферией туристских товаров и услуг на международных рынках. Таким образом, классификация рисков туризма объединяет различные группы рисков, полученные по разным причинам и с разной степенью детализации. Этап идентификации риска показывает мультипликативный эффект риска.

Литература

1 Gegužis, A. Neapibrėžtumo ir rizikos samprata ekonomikoje. Ekonomika, 2003, Nr. 62.

2 Brunt, P.; Mawby, R.; Hambly, Z. Tourist Victimization and the Fear of Crime on Holiday. Tourism Management, 2000, vol. 21, p. 417–424.

3 Carter, S. Tourists and Traveler's Social Construction of Africa and Asia as Risky Locations. Tourism Management, 1998, vol. 19, p. 349–358.

4 Damulienė, A. Atvykstamasis turizmas Lietuvoje: analizė ir vystimosi tendencijos. International Scientific Conference: Whither Our Economies, November 16-17, 2011.

5 Fuchs, G; Reichel, A. Tourist Destination Risk Perception: The Case of Israel, Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 2008, vol. 14 (2), p. 83-108.

6 Ioannides, D.; Apostolopoulos, Y. Political Instability, War and Tourism in Cyprus: Effects, Management and Prospects for Recovery. Journal of Travel Research, 1999, vol. 38(1), p. 51–56.

7 Lawton, G.; Page, S. Evaluating Travel Agents' Provision of Health Advice to Travelers. Tourism Management, 1997, vol. 18, p. 89–104.

8 Mitchell, V.W. Consumer Perceived Risk: Conceptualisation and Models. European Journal of Marketing,1999, vol. 33 (2), p. 163-195.

9 Mowen, J.; Minor, M. Consumer Behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1998.

10 Pizam, A.; Reichel, A.; Uriely, N. Sensation Seeking and Tourist Behavior. Journal of Hospitality and Leisure Marketing, 2002, vol. 9, p. 17-33.

11 Roehl, W.S.; Fesenmaier, D.R. Risk Perception and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis. Journal of Travel Research, 1992, vol. 30, p. 17-26.

12 Ruževičius, J. Tausojamojo turizmo plėtros problemos / Verslo ir teisės aktualijos. 2008, t. 1, p. 125-133.

13 Saayman, M.; Snyman, J.A. Entrepreneurship tourism style. Potchefstroom: Leisure C Publishers. 2005.

14 Seddighi, H.; Nuttall, M.; Theocharous, A. Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice? An Empirical Study with Special Reference to Political Instability. Tourism Management, 2001, vol. 22, p. 181–191.

15 Shaw, G. K. A risk management model for the tourism industry in South Africa, Thesis submitted for the degree Doctor of Philosophy in Tourism Management at the Potchefstroom Campus of the North-West University, April 2010.

16 Sönmez, S.; Graefe, A. Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. Annals of Tourism Research, 1998, vol. 25(1), p. 112-144.

17 Wilks, Jeff and Stewart Moore. Tourism risk management for the Asia Pacific region : an authoritative guide for the managing crises and disasters. 2003.

18 World Tourism Organization (UNWTO), Tourism and Economic Stimulus – Initial Assessment, Madrid, 2012.

19 Биржаков, М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. – СПб: Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.

20 Ердавлетов, С.Р. История туризма. Развитие и научное изучение. – Алматы, 2010. – 302 с. ISBN 9965-29-524-7.

21 Косолапов, А.Б. Управление рисками в туристком бизнесе. – М.: КНОРУС, 2009. –288 с.

22 Овчаров, А.О. Туристский комплекс России: тенденции, риски, перспективы Издательство: Инфра-М, 2009. –280 с.

23 Ситникова, А.А. Управление хозяйственными рисками в организациях гостинично-туристского комплека. – М., 2005. –219 с.

References

1 Gegužis, A. Neapibrėžtumo ir rizikos samprata ekonomikoje. Ekonomika, 2003, Nr. 62.

2 Brunt, P.; Mawby, R.; Hambly, Z. Tourist Victimization and the Fear of Crime on Holiday. Tourism Management, 2000, vol. 21, p. 417–424.

3 Carter, S. Tourists and Traveler's Social Construction of Africa and Asia as Risky Locations. Tourism Management, 1998, vol. 19, p. 349–358.

4 Damulienė, A. Atvykstamasis turizmas Lietuvoje: analizė ir vystimosi tendencijos. International Scientific Conference: Whither Our Economies, November 16-17, 2011.

5 Fuchs, G; Reichel, A. Tourist Destination Risk Perception: The Case of Israel, Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 2008, vol. 14 (2), p. 83-108.

6 Ioannides, D.; Apostolopoulos, Y. Political Instability, War and Tourism in Cyprus: Effects, Management and Prospects for Recovery. Journal of Travel Research, 1999, vol. 38(1), p. 51–56.

7 Lawton, G.; Page, S. Evaluating Travel Agents' Provision of Health Advice to Travelers. Tourism Management, 1997, vol. 18, p. 89–104.

8 Mitchell, V.W. Consumer Perceived Risk: Conceptualisation and Models. European Journal of Marketing,1999, vol. 33 (2), p. 163-195.

9 Mowen, J.; Minor, M. Consumer Behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1998.

10 Pizam, A.; Reichel, A.; Uriely, N. Sensation Seeking and Tourist Behavior. Journal of Hospitality and Leisure Marketing, 2002, vol. 9, p. 17-33.

11 Roehl, W.S.; Fesenmaier, D.R. Risk Perception and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis. Journal of Travel Research, 1992, vol. 30, p. 17-26.

12 Ruževičius, J. Tausojamojo turizmo plėtros problemos / Verslo ir teisės aktualijos. 2008, t. 1, p. 125-133.

13 Saayman, M.; Snyman, J.A. Entrepreneurship tourism style. Potchefstroom: Leisure C Publishers. 2005.

14 Seddighi, H.; Nuttall, M.; Theocharous, A. Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice? An Empirical Study with Special Reference to Political Instability. Tourism Management, 2001, vol. 22, p. 181–191.

15 Shaw, G. K. A risk management model for the tourism industry in South Africa, Thesis submitted for the degree Doctor of Philosophy in Tourism Management at the Potchefstroom Campus of the North-West University, April 2010.

16 Sönmez, S.; Graefe, A. Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions. Annals of Tourism Research, 1998, vol. 25(1), p. 112-144.

17 Wilks, Jeff and Stewart Moore. Tourism risk management for the Asia Pacific region : an authoritative guide for the managing crises and disasters. 2003.

18 World Tourism Organization (UNWTO), Tourism and Economic Stimulus – Initial Assessment, Madrid, 2012.

19 Birzhakov, M.B. EHkonomicheskaya bezopasnost' turistskoj otrasli. – SPb: Izdatel'skij dom «Gerda». 2007, c. 576.

20 Erdavletov, S.R. Istoriya turizma. Razvitie i nauchnoe izuchenie. Almaty, 2010. c. 302. ISBN 9965-29-524-7.

21 Kosolapov, A.B. Upravlenie riskami v turistkom biznese. – M.: KNORUS. 2009, c. 288.

22 Ovcharov, A.O. Turistskij kompleks Rossii: tendencii, riski, perspektivy Izdatel'stvo: Infra-M. 2009, c. 280.

23 Sitnikova, A.A. Upravlenie hozyajstvennymi riskami v organizaciyah gostinichno-turistskogo kompleka. – M. 2005, c. 219.

Искакова К.А., Каипова Ж.А.

Типология малых городов Южного Казахстана по факторам возникновения депрессивности в их развитии

Статья посвящена проблемам угасания малых городов и их типизации по факторам возникновения депрессивности в их развитии, выявлению причин депрессивности малых городов Южного Казахстана. Причины возникновения депрессивных городов были выявлены на примере некоторых малых городов Южного Казахстана – Текели, Каратау, Жанатас, Аральск, Казалинск. Если разобраться в природе угасания каждого отдельного города, то можно найти как минимум от трех до пяти причин убывания и от пяти до десяти различных косвенных последствий. В статье также рассмотрены характерные типы угасания городов всего Казахстана и возможности возрождения малых городов посредством развития туризма как фактора их социально-экономического прогресса.

Ключевые слова: малые города, депрессивность, причины угасания городов, развитие туризма.

Iskakova K.A., Kaipova Zh.A.

Typology of the Small Cities of the Southern Kazakhstan on Factors of Emergence of Depressiveness in Their Development

Article is devoted to problems of fading of the small cities and their typification on factors of emergence of depressiveness in their development, to identification of the reasons of depressiveness of the small cities of the Southern Kazakhstan. The reasons of emergence of the depressive cities have been established on the example of some small cities of the Southern Kazakhstan – Tekeli, Karatau, Zhanatas, Aralsk, Kazalinsk. If to understand the nature of fading of each certain city, then it is possible to find at least from three to five reasons of decrease and from five up to ten various indirect consequences. In article characteristic types of fading of the cities of all Kazakhstan and a possibility of revival of the small cities by means of tourism development as factor of their social and economic progress are also considered.

Key words: small cities, depressiveness, reasons of fading of the cities, tourism development.

Искакова К.А., Каипова Ж.А.

Оңтүстік Қазақстандағы шағын қалалардың дамуындағы депрессиялық факторлардың пайда болу типологиясы

Мақала шағын қалалардың құлдырау мәселелерін және олардың дамуындағы депрессивті факторлардың пайда болуын типтендіру, Оңтүстік Қазақстандағы шағын қалалардағы депрессия себептерін анықтауға арналған. Депрессиялық қалалардың пайда болу себептері Оңтүстік Қазақстанның Текелі, Қаратау, Жаңатас, Арал, Қазалы секілді қалалары бойынша талданған. Егер қалалардың құлдырауын жекелеп алып қарастырса, онда кемінде үштен беске дейін және бестен онға дейін әртүрлі жанама әсерлерін табуға болады. Мақалада, сондай-ақ, Қазақстанның барлық қалаларының өшуінің мінездемелік типтері мен шағын қалаларды олардың әлеуметтік-экономикалық прогресі ретінде туризмді дамыту арқылы қайта жаңғырту мүмкіндіктері қарастырылған.

Түйін сөздер: шағын қалалар, депрессия, қалалардың құлдырау себептері, туризмнің дамуы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48: 711.435

Искакова К.А., *Каипова Ж.А.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: diplomka92@mail.ru

ТИПОЛОГИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ ЮЖНОГО КАЗАХСТАНА ПО ФАКТОРАМ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ДЕПРЕССИВНОСТИ В ИХ РАЗВИТИИ

Введение

Города – одно из величайших и самых сложных творений человека. В зависимости от уровня организации и численности населения города относятся к различным типам. Малые города – самый низкий по величине уровень организации городского поселения, с численностью постоянного населения до 50 тыс. чел. Малыми городами в Казахстане официально считаются населенные пункты с градообразующим предприятием, население которых не превышает 50 тысяч человек. Причины их возникновения сходны. С началом разработки месторождений полезных ископаемых были заложены многие поселения республики. Сегодня в Казахстане насчитывается более 60 городов и поселков городского типа, которые получили определение – «малые» [1].

Малые города Казахстана существенно отличаются друг от друга по ресурсному потенциалу, демографической ситуации, социально-экономическим показателям. В 2006 году вышел Указ Президента Республики Казахстан от 28 августа № 167 «О стратегии территориального развития Республики Казахстан до 2015 года», где было определено пять типов малых городов: промышленные центры, к которым отнесено – 24 города; промышленно-транспортные – 8; научно-экспериментальные – 3; города-курорты – 3; постепенно утрачивающие прежние промышленные и непромышленные функции – 4 [2].

Данная типология производится по специализации городов, которая выявляется путем изучения природных, социально-экономических и рекреационных ресурсов. Преобладание одних ресурсов над другими определяет специализацию города определенной территории. На сегодняшний день специализация городов меняется по определенным причинам, также многие из них входят в число депрессивных. Отсюда целесообразно изучить проблему депрессивности, типизировать малые депрессивные города, дабы выявив характеристику угасания предпринять меры по ревитализации городов.

Исходные данные и методы исследования

Основными проблемами практически всех малых городов республики являются: длительный спад производства и, как следствие, высокий уровень безработицы; существенное снижение жизненного уровня; отток населения из этих городов; недостаток бюджетных средств и инвестиций; проблема содержания объектов социальной сферы; слабые транспортные связи; недостаточная обеспеченность электроэнергией и теплом из-за низкой платежеспособности потребителей.

При всем разнообразии проблем, т.е. причин угасания городов и территории, их можно классифицировать по схожим характерам угасания, которые приведены в таблице 1 [3]. Если разобраться в природе угасания каждого отдельного города, то можно найти как минимум от трех до пяти причин убывания и от пяти до десяти различных косвенных последствий.

Еще немаловажным аспектом является преимущественное расположение отдельных типовых групп угасания на конкретной территории. Например, самой распространенной причиной депрессивности городов США являются кризисы, в том числе экономические кризисы, начиная с 1857 года – Первого мирового экономического кризиса, «великой депрессии» 1929-1933 гг. и заканчивая Мировым финансовым кризисом 2008-2011 гг. [4].

Для Российской территории характерны два типа депрессивности городов, для центральной части это тип социально-территориального угасания, а для Дальнего Востока, выраженного большим наличием малых городов, – типы функционального и ресурсного угасания.

Для Китая распространенным типом является социально-территориальное угасание, выраженное достаточным количеством близкорасположенных притягательных городов.

Европа выражена в основном ресурсным, кризисным типами. А в Японии, при столь ограниченных территориальных условиях, характерным типом депрессивности является – тип ресурсного исчерпания.

Таблица 1 – Типы малых городов по факторам возникновения депрессивности в их развитии

Типы городов	Характеристика
Тип ресурсного угасания (ресурсные причины)	Города, исчезновение которых обусловлено исчерпанием минерально-сырьевых ресурсов, направленных на жизнеобеспечение этих городов
Тип функционального угасания (функциональные причины)	Малые города с одной или несколькими функциями, закрытие которых обрекло город на угасание
Тип природно-стихийного угасания (природные причины)	Группа городов, пострадавших в результате воздействия природных сил или изменения климата
Тип кризисного угасания (экономические причины)	Города, причиной исчезновения или деградации которых послужило воздействие какого-либо кризиса
Тип социально-территориального угасания (территориальные причины)	Города с не оправдавшей себя целью воздвижения, или местом расположения
Тип конфликтно-политического убывания (политические причины)	Города, опустевшие в связи с военными действиями или политическими переворотами, приведшими к упадку
Тип эпидемиально-катастрофического угасания (экологические причины)	Группа городов, подвергшихся каким-либо техногенным воздействиям, природным катаклизмам или эпидемиям

Таким образом, были выявлены семь типов депрессивности малых городов, факторы возникновения которых как антропогенного, так и природного характера.

Результаты и обсуждение

Выше мы рассмотрели типологию по депрессивности малых городов. На основе данной мето-

дики нами были выявлены типы угасания малых городов Казахстана. Для нашей страны характерны в основном типы ресурсного и функционального угасания. Из 159 сельских районов страны 27 районов, где проживают 1024,5 тыс. человек (15,6 % сельского населения), были отнесены к районам с депрессивной экономикой, нуждающихся в принятии ряда мер по оказанию им государственной помощи. Эти районы расположены во всех регионах республики, в т. ч. в Северном регионе – 9, в Западном – 5, в Восточном Казахстане – 3, Центральном – 2, Южном регионе – 8 [5].

Также по данным характеристикам таблицы 1 нами сделаны попытки выявления причин возникновения депрессивности на примере некоторых малых городов Южного Казахстана – Текели, Каратау, Жанатас, Аральск, Казалинск.

Город Текели в составе Алматинской области можно отнести к типу кризисного и ресурсного угасания. Это один из самых высокогорных городов страны, возникший на месте добычи полиметаллических руд. До 90-х годов XX века город развивался как промышленный центр, успешно работал свинцово-цинковый комбинат, шла бурная добыча полезных ископаемых. С начала 90-х годов комбинат начинает переживать тяжелое время. Добыча руды становится все более глубокой, что влечет за собой большие затраты. Сложное социально-экономическое положение, возникшее в городе, привело к оттоку из города большой части населения, в первую очередь – специалистов. Это послужило причиной уменьшения общей численности населения, изменения его профессионального состава.

В связи с нерентабельностью были закрыты рудник Текели и Текелийский свинцово-цинковый комбинат. В связи с этим власти города приняли решение по смене промышленной специализации на сферу услуг, а именно на развитие туризма.

Город Жанатас – административный центр Сарысуского района Жамбылской области, возник в связи с началом добычи фосфоритов в Каратауском фосфоритоносном бассейне. В течение нескольких десятилетий развивался как промышленный центр. Но с начала 90-х годов на градообразующем предприятии началось падение производства, возникли многомесячные задолженности по зарплате, простои, аварии, отключения света, падение дисциплины, отсутствие социальной защиты, банкротство шахт и т.п. На сегодня работает одно разрабатываемое месторождение фосфора. Данный город можно отнести к типу ресурсного угасания.

Каратау – город в Жамбылской области, расположенный в предгорьях северного склона хребта Каратау, является центром Каратауского фосфоритоносного бассейна. Город считался сырьевой базой огромного промышленного комплекса. Каратау, как и город Жанатас, можно отнести к типу ресурсного угасания.

Аральск – город в Кызылординской области Казахстана, административный центр Аральского района, развитие которого началось в период изысканий и строительства железной дороги Оренбург-Ташкент (1899-1905гг.). В последующие годы город стал также промышленным и административным центром. В результате усыхания Аральского моря город практически потерял многие хозяйственные функции. С 1990-х Аральск официально входит в приаральскую зону экологического бедствия. Процесс усыхания стал необратимым, однако учёные до сих пор пытаются решить эту проблему.

Казалинск – город, раскинувшийся на северном (правом) берегу Сырдарьи. До конца 1970-х годов Казалинск был процветающим городом и портом на Сырдарье, где развивалось рыбное хозяйство, а окрестностях – орошаемое земледелие. Нерациональное использование водных ресурсов привело к тому, что Сырдарья обмелела, а Аральское море, до которого некогда было около 100 километров, стало катастрофически усыхать. Это затронуло и Казалинск. В настоящее время город официально включён в зону Аральской экологической катастрофы.

Города Казалинск и Аральск можно отнести к типу эпидемиально-катастрофического угасания по экологическим причинам.

Проблема неравномерности экономического и социального развития и проблема преодоления депрессивности территорий является центральной проблемой не только для городов Казахстана, но и для большинства государств независимо от уровня их развития. Как видим, складывающиеся территориальные диспропорции зависят от многих факторов. Поэтому решение вопроса, почему развиваются одни территории, а другие находятся в депрессивном состоянии, требует основательного изучения этих факторов, инструментов вывода территории из депрессивного состояния.

Для выхода малых городов из состояния депрессивности необходимо развивать новые отрасли экономики, сферу услуг, туризм. Плюсы развития туризма в малых городах: во-первых, туризм может стать фактором подъема экономики города, во-вторых, использование туризма

как вида активного отдыха и элемента здорового образа жизни может помочь решению проблем социальной сферы малого города. Туризм может быть эффективным средством содействия социально-экономического роста.

Поэтому представляется целесообразным при анализе проблемы развития малых городов обратить внимание на влияние туризма как фактора социально-экономического прогресса. При этом можно выделить два аспекта, рассмотрев туризм как сферу производства туристских услуг, направленную на обслуживание «внешних» потребителей – когда туристские предприятия работают «на прием» клиентов из других регионов страны и второе направление – удовлетворение рекреационных потребностей населения самого города.

Выводы

Таким образом, малые города уникальны как носители преемственности и традиций народа, отсюда целесообразно исследовать причины их угасания, типизировать и далее устранять проблемы. В малых городах до сих пор сохранился образ жизни, социальный уклад, масштаб пространства, почти безвозвратно утерянные в больших городах, вовлеченных в орбиту всеобщей глобализации, и в большинстве сельских поселений, слишком малых, чтобы противостоять многочисленным преобразованиям последнего столетия. Неоценима роль малых городов в жизни сельского населения. Они являются своего рода «провинциальными столицами», центрами обслуживания значительных территорий. В то же время они находятся в разных экономических, социальных, экологических условиях, административном положении и физическом состоянии, что требует дифференцированного подхода к определению путей и методов их преобразования. Для этого необходимо, прежде всего, обобщить условия развития городов по основополагающим характеристикам и сформулировать для каждой группы, а в дальнейшем, в ходе реализации программных мероприятий, и для каждого города, принципы лечения «болезни» и наметить основные средства для развития в них туристской отрасли.

Литература

1 Об утверждении Программы развития малых городов на 2004-2006 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 декабря 2003 года, № 1389.

2 О стратегии территориального развития Республики Казахстан до 2015 года. Указ Президента Республики Казахстан от 28 августа 2006 года, № 167.

3 Бакша Е.Б.Вестник Брестского государственного технического университета. – Выпуск 1. Перспективные возможности ревитализации промышленных зон в крупных городах. – Брест, 2012 – С. 24-27.

4 Официальный портал – информация о США. Экономические кризисы в США. https://americos.com

5 Официальный сайт аналитической газеты «Курсив». Депрессивные территории. http://www.kursiv.kz

References

1 Ob ytverjdenii Programmy razvitiya malyh gorodov na 2004-2006 gody. Postanovlenie Pravitelstva Respybliki Kazakhstan ot 31 dekabrya 2003 goda, № 1389.

2 O strategii territorialnogo razvitiya Respybliki Kazakhstan do 2015 goda. Ykaz Prazidenta Respybliki Kazakhstan ot 28 avgusta 2006 goda, № 167.

3 Baksha E.B. Vestnik Brestskogo gosydarstvennogo tehnicheskogo universiteta. – Vipysk 1. Perspektivnye vozmojnosti revitalizacii promyshlennyh zon v krypnyh gorodah. – Brest, 2012 – S. 24-27.

4 Oficialnyi portal – informaciya o SShA. Ekonomicheskiye krizisy v SShA. https://americos.com

5 Oficialnyi sait analiticheskoi gazety «Kursiv». Depressivnye territorii. http://www.kursiv.kz

Нигматов А.Н., Карабазов З.А., Камалов Б.Х.

Некоторые аспекты теории агротуризма и перспективы его развития в Узбекистане

В статье рассматривается актуальность развития туризма, как быстро развивающейся отрасли народного хозяйства. Динамика туристских потоков крайне неравномерна, что объясняется разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов мира. Для защиты туристского бизнеса в Узбекистане приняты Государственная программа и закон «О туризме», что способствовало резкому росту численности туристских фирм. Путем камеральных, полустационарных и маршрутно-экспедиционных методов исследований выявлены место и роль аграрного туризма в республике. В статье даны некоторые аспекты теории агротуризма, связанные с понятием, объектом, предметом и принципами агротуризма. Обоснованы отличительные черты сельского, фермерского и аграрного туризма. В ней на основе конкретных примеров по республике обоснованы актуальные вопросы развития агротуризма в Узбекистане и предложены конкретные пути его реализации, учитывающие специфические особенности его аграрного сектора.

Ключевые слова: туризм, агротуризм, теория, объекты, предметы, принципы, развитие, возможности, сельское хозяйство, национальные традиции.

Nigmatov A.N., Karabazov Z.A., Kamalov B.H.

Some Aspects of the Theory Farmhouse and Prospects of its Development in Uzbekistan

This article discusses the relevance of the development of tourism as the fastest growing sectors of the economy. The dynamics of tourist flows is extremely uneven, due to different levels of socio-economic development of countries and regions. To protect the tourism business in Uzbekistan adopted State program and the law «On Tourism», which contributed to a sharp increase in the number of travel agencies. By cameral, semi-stationary and route-field research methods revealed the place and role of the agricultural tourism in the country. The article presents some aspects of agritourism theory related to the concept, an object, a subject and the principles of agro-tourism. Substantiates the distinctive features of agriculture, farming and agricultural tourism. In it, on the basis of specific examples of the republic, the urgency of the development of agro-tourism in Uzbekistan and proposed concrete ways to implement it, taking into account the specific features of its agricultural sector.

Key words: tourism, agro-tourism, theory, objects, principles, development, study opportunities, agriculture, national traditions.

Нигматов А.Н., Карабазов З.А., Камалов Б.Х.

Өзбекстандағы кейбір агротуризм аспектілері мен дамуының болашағы

Бұл мақалада экономиканың дамып келе жатқан салалары ретінде туризмді дамыту өзектілігі талқыланады. Туристтік ағын динамикасы елдер мен өңірлердің әлеуметтік-экономикалық даму деңгейіне байланысты өте біркелкі емес. Өзбекстанда туристік агенттіктердің санының күрт өсуіне туризм бизнесін қорғау үшін мемлекеттік бағдарлама және «Туризм туралы» қабылданған заң ықпал етті. Камералдық, жартылай стационарлық және маршруттық-далалық зерттеу әдістері елдегі ауыл шаруашылығы, туризм орны мен рөлін анықтады. Мақала агротуризм тұжырымдамасына байланысты теориясы, объектісі, пәні мен агроөнеркәсіптік туризм принциптерін, кейбір аспектілерін ұсынады. Ауыл шаруашылығы, егіншілік және ауыл шаруашылығы, туризм айырым ерекшеліктері негізделеді. Өзбекстан мен оның аграрлық секторының ерекшеліктерін ескере отырып, оны іске асыру үшін агро-туризмді дамытудың нақты жолдарын ұсынады.

Түйін сөздер: туризм, агро-туризм, теория, объект, принциптері, даму, зерттеу мүмкіндіктері, ауыл шаруашылығы, ұлттық дәстүрлер.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 796.5 (575.1)

***[1]Нигматов А.Н., [1]Карабазов З.А., [2]Камалов Б.Х.**

[1]Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека,
Узбекистан, г. Ташкент
[2]Наманганский государственный университет,
Узбекистан, г. Наманган
*E-mail: nigmatov_an@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ АГРОТУРИЗМА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

Введение

Туризм является одной из быстро развивающихся отраслей народного хозяйства [1]. Сегодня он формирует одно из 9 рабочих мест в производстве, 11% международных инвестиционных вложений, а также 1/10 часть мирового валового продукта. По рентабельности туризм занимает 3-е место после нефтеторговли и автомобилестроения. Туризм является ведущим экономическим фактором для многих стран. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений – 14%. Доход от туризма растет с каждым днем. По прогнозам ВТО поток туризма к 2020 году увеличится до 1,6 млрд. человек, а мировые доходы от туризма возрастут до 2 трлн. долл. Вместе с тем динамика национальных и международных туристских потоков крайне неравномерна, что объясняется, в первую очередь, разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов мира.

Исходные данные и методы исследования

В 1992 году была организована национальная туристская компания Узбектуризм, которая положила начало развитию многих направлений туризма в нашей стране. Были определены юридические аспекты развития туристского бизнеса, развития рынка туризма, а также формы обслуживания туристов и субъектов туризма. Для защиты потребительских прав туристов и субъектов туристского бизнеса 15 апреля 1999 года принята Государственная Программа «Развитие туризма в Узбекистане до 2005 года», а также 20 августа 1999 года был принят национальный закон «О туризме». В результате, сегодня в Республике действуют более 800 туристских фирм. Кроме этого в стране имеется около 210 частных гостиниц и пансионатов, таких как туристские комплексы «Чимган», «Бельдерсай», «Санзар», туристская база «Кумушкан» и т.п. В числе 120 стран Узбекистан является членом международной туристской организации WTO, а также входит в филиал Европейской комиссии WTO.

Путем камеральных (составление рабочего варианта маршрутов экспедиционных исследований, разработка анкетных материалов для изучения общественного мнения, анализ фондовых и литературных материалов), полустационарных (изучение на объектах агротуризма условий и сервиса для туристов) и маршрутно-экспедиционных (определение маршрутов и объектов агротуризма) методов исследований выявлены место и роль аграрного туризма в республике, как на национальном, так и на локальном уровне.

Результаты и обсуждение

Рост туристского бизнеса в сторону развивающихся стран мира за счет возникновение новых видов туризма. Тенденция роста туристских услуг развивающихся стран осуществляется за счет наличия биологического разнообразия (экологический туризм), специфических орогидрологических условий (экстремальный туризм), богатого исторического сельскохозяйственного развития (агротуризм). Здесь Узбекистан не является исключением.

Для становления и развития агротуризма в Узбекистане есть все условия и возможности. Во-первых, Узбекистан является аграрно-индустриальной страной, где более 60% населения проживает в сельской местности. В экономическом преобразовании страны особое внимание отводится сельскому хозяйству, потому что оно дает 36% валового внутреннего продукта, 1/3 валютных поступлений, а также на их долю приходится более 70% внутреннего товарооборота. Во-вторых, в настоящее время количество фермерских хозяйств превышает 65 тысяч, из них около 17 тысяч начали функционировать как многопрофильные, в т.ч. могут вести туристский бизнес [2]. Вместе с тем по показателям пахотных земель (0,16 га на душу населения) республика занимает последнее место в странах СНГ. Поэтому одной из возможностей индустриализации аграрного сектора является развитие агротуризма.

Узбекистан является одним из древних очагов земледелия. Хлопок здесь выращивался еще в VII-VI веках до нашей эры. В Средней Азии три тысячи лет тому назад возделывались зерновые, бахчевые культуры, а также виноград. Высокая культура земледелия в сельском хозяйстве привела к появлению особых своеобразных праздников и обычаев. Эти праздники и обычаи являются национальной гордостью и, естественно, могут привлечь внимание путешественников.

Агротуризм, связанный с земледелием и производством сельскохозяйственных продукции появился в 70-х годах двадцатого столетия. В Италии 5 декабря 1995 года был принят особый закон о становлении и развитии агротуризма. В этом законе для фермерских хозяйств, занимающихся туризмом, были созданы правовые основы бесплатного получения информации по туризму, особые льготные условия налогообложения. Вследствие этого быстрое развитие получили агротуристские маршруты и сервис. Таким образом, если в 1985 году в провинциях Италии фермерские хозяйстве приняли 550 тысяч туристов, то в 2009 году их количество увеличилось до 2,4 млн. человек. Чистая прибыль от агротуризма составила не менее 450 млн. долларов США. Такой положительный опыт дал резкий толчок для развития агротуризма в таких странах как, Германия, Франция и Ирландия. В последнее время такие же процессы развития агротуризма начались в Польше, Чехии, Болгарии, Украине и России.

У каждого интересующегося человека появляется резонный вопрос: что такое агротуризм? Правильно ли это название? Каково отличие агротуризма от остальных видов активного отдыха? Само понятие «агротуризм» – это аббревиатура, образованная из «агро» (от «аграрный») и «туризм». Понятие «агро» от латинского слово «agrarius» в переводе означает «земля», точнее «землепользование» в целях получения сельскохозяйственного продукта, её реализация, а также все процессы и явления, связанные с общественной деятельностью человека. «Туризм» от французского слова «tourisme» – прогулка, поездка, т.е. путешествие с целью отдыха и познание чего-либо [3]. Таким образом, агротуризм – это путешествие человека в земледельческие районы с целью познания и отдыха.

Обычно, в научной литературе агротуризм делится на две части: сельский и фермерский туризм. Сельский туризм – это туризм в поселках, кишлаках, аулах и в их непосредственной близости. Фермерский туризм – это туризм в фермерских хозяйствах [4]. С такой трактовкой сельского или фермерского туризма нельзя согласиться, т.к. в этом случае объектом туризма становится место проживания туристов.

Агротуризм, в узком смысле, – это путешествие туристов по объектам аграрного сектора или, в широком смысле, путешествие человека с отрывом от постоянного местожительства для отдыха, познания, оздоровления и общевоспитательных задач, связанных с сельско-

хозяйственным производством, хранением и реализацией их продукции и укладом жизнедеятельности людей.

Для развития агротуризма в Узбекистане нужно создать научные основы, теоретическую базу. Теория – это не догма, она меняется и совершенствуется со временем. Основными задачами теории агротуризма являются: определение его цели, задач и принципов; уточнение объекта и предмета исследований; место и роль агротуризма среди других научных дисциплин, методологии и специфических методов; классификация объектов и районирование туристских зон и т.д.

Цель агротуризма в Узбекистане – развитие аграрного сектора для развития туризма. Для достижения этой цели требуется реализация следующих задач: разработка единой и общепризнанной научной основы; создание концепции развития агротуризма; создание государственных программ; принятие практических решений; разработка национальной правовой базы и создание механизма их реализации, внедрение этой базы в учебный процесс; развитие основ просвещения и духовности; создание материальной и финансовой базы; формирование национальной кредитной системы; разработка механизма управления, маркетинга и менеджмента; налаживание рекламы; формирование системы Интернета; развитие индустрии агротуризма, как отдельной отрасли туризма и т.д.

Объектом агротуризма могут быть следующие объекты аграрного сектора экономики Узбекистана, которые привлекли бы местных и зарубежных туристов: этнографические особенности сельского хозяйства; технологии возделывания, сбора, хранения и реализации продуктов сельского хозяйства; праздники, обычаи, культуры сельского населения; агрофирмы, агрозаводы, агрокомбинаты и формы их работ. В целом, объекты агротуризма должны соответствовать следующим критериям: быть связанным с производством, переработкой и реализацией сельхоз продукции; иметь особый статус; обладать возможностью ночевки и занятости путешественников более чем на 24 часов.

Объектами агротуризма в Узбекистане могут быть:

1. Агрокомплексы. К ним относятся пашня (хлопковые, зерновые поля), животноводческие (скотоводство, каракулеводство, коневодство) комплексы, рыбоводство, пчеловодство, птицеводческие хозяйства.

2. Национальные традиции. К ним относятся национальные праздники, торжества, традиции: праздники весны и лета – «Навруз», «Сумалак сайли», «Сув сайли», «Тут сайли»; урожая и обилия – «Мехржон», «Хосил», «Ковун сайли», «Узум сайли», «Анор сайли»; мероприятия с суевериями и верованиями – «Суст хотин», «Биби сешанба», которые издавна проводятся в Хорезме, Байсуне, Заамине, Фарише и т.д.; традиции, связанные с водными источниками – «Кули Куббон» в Шахимардане, «Пешкирон» в Намангане, «Сув чашмалари» в Ургуте.

Субъектами агротуризма или его участниками могут быть физические (дехкане, граждане, семейные подрядчики, единоличные хозяйства) и юридические лица (фермерские и дехканские хозяйства, сельские советы, общества и отдельные с/х организации). Согласно гражданскому кодексу, к физическим лицам относятся граждане страны, иностранцы, и лица, не имеющие гражданства [5]. Юридические лица – это собственники, имеющие возможность ведения дел по агротуризму, берущие обязательства за счет собственности, имеющие законодательное право на собственность или исполняющие эти обязательства в суде в качестве ответчика или истца конторы, предприятия, фирмы. Юридическое лицо, в отличие от физических лиц, имеет специальное разрешение, баланс, смету расходов, и в случае негативных последствий, берет на себя ответственность как истец или ответчик. Таким образом, развитие агротруизма в Узбекистане для юридических лиц имеет больше перспектив и возможностей.

Предмет агротуризма – туристские особенности агротуристских объектов. Этими особенностями могут быть: красочность национальных обычаев; особые виды ирригации и мелиорации; выращивание сельскохозяйственных культур; хранение и переработка продукции; подготовка и реализация продукций; обычаи, связанные с производством, хранением и реализацией; особенности связи агротуризма с другими видами туристской деятельности. По этим показателям территорию Узбекистана можно разделить на три большие зоны:

1. Горная и предгорная зона, занимающая более 20% территории республики, где ведется интенсивное животноводство и земледелие. Особенностью этой зоны является богарное земледелие (пшеница, рожь, бобовые), садоводство и виноградарство, обилие пастбищ, животноводство мясошерстного направления.

2. Зона поливного земледелия, занимающая около 10% территории республики, где на 4,3 млн. га ведется интенсивное орошаемое земледелие.

В эту зону входят Ферганская долина, Голодная степь, Чирчик-Ахангаранская, Зеравшанская, Кашкадарьинская, Сурхан-Шерабадская долины и дельта Амударьи. В основном здесь возделывается хлопчатник, кенаф, зерновые, а также бахчевые культуры; много садов и виноградников; имеется развитое животноводство.

3. Пустынно-пастбищная зона республики составляет 70% территории. Она располагается в центральной части Ферганской долины, на территории Бухарской, Наваинской, Кашкадарьинской областей и Каракалпакстана.

Агрокомплексы республики по распространению и выращиванию продукции имеют пространственное разнообразие. Несмотря на то, что хлопок, зерновые, рис, овощи и бахчевые возделываются повсеместно, каждая местность имеет свои традиции земледелия. Рисосеяние развито в Республике Каракалпакстан и в Хорезмской области, кенаф выращивается в Чирчикской долине, табак выращивается в Ургутском районе Самаркадской области. Особенно ценятся на мировых аукционах каракулевые шкурки «Сурхон сури» – в Сурхандарьинской, черные шкурки «Жонгелди» – в Бухарской, «Зармалла» – в Наваинской областях и «Жанбаскала» в Республике Каракалпакстан.

Выводы

В Узбекистане имеются все условия и возможности для развития агротуризма, который с привлечением иностранных туристов, несомненно, принесет большие экономические выгоды, а также даст возможность более широкого распространения национальных обычаев и традиций. А это, в свою очередь, укрепит национальную гордость граждан нашей родины. Но, несмотря на все это, необходимо создать научно-практическую основу национального агротуризма.

Литература

1 Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика.- Алматы.: КазНУ, 2000. – 336 с.
2 www.jurnal@.com.
3 Словарь иностранных слов. – М.: Русский язык, 1979. – 524 с.
4 Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма.– Т.: ГНИ O`zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2006. – 424 с.
5 Юридическая энциклопедия. – Т.: Шарк, 2001. – 457 с.

References

1 Yerdavletov S.R. Geografiya turizma: istoriya, teoriya, metodы, praktika. – Almatы.: KazNU, 2000. – 336 s.
2 www.jurnal@.com <http://www.jurnal.@.com>.
3 Slovar inostrannыx slov. – M.: Russkiy yazыk, 1979. – 524 s.
4 Tuxliyev N., Abdullayeva T. Natsionalnыye modeli razvitiya turizma. – T.: GNI O`zbekiston milliy yensiklopediyasi, 2006. – 424 s.
5 Yuridicheskaya ensiklopediya. – T.: Shark, 2001. – 457 s.

Евлоева А.С., Ушакова Е.С.

Анализ опыта зарубежных стран в формировании стратегий обеспечения конкурентоспособности туризма

Статья содержит анализ опыта зарубежных стран в формировании стратегий повышения конкурентоспособности туризма. В частности, подробно рассмотрен опыт таких стран, как Франция, Испания, Великобритания, Австралия и Россия. Обозначены задачи, стоящие перед страной для формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, который обеспечил бы широкие возможности для удовлетворения потребностей в туристских услугах, повышения занятости и уровня доходов населения. Обоснована необходимость единой стратегии развития туризма на основе сочетания институционального и проектного подходов, развития сотрудничества между всеми уровнями власти, бизнес-сообществом и общественными организациями, которая позволит Казахстану открыть огромные возможности в туристском секторе.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентное преимущество, стратегия, туристская дестинация.

Yevloyeva A.S., Ushakova Ye.S.

Analysis of Foreign Experience in the Formation of Tourism Competitiveness Strategies

The article analyzes the experience of foreign countries in the formation of tourism competitiveness strategies. In particular, discussed in detail the experience of countries such as France, Spain, UK, Australia and Russia. Marked challenges facing the country to form a modern effective competitive tourist market, which would provide opportunities to meet the needs of tourist services, increasing employment and income levels. The necessity of a unified tourism strategy based on a combination of institutional and project-based approach, the development of cooperation between all levels of government, the business community and civil society organizations, which will allow Kazakhstan to open the huge opportunities in the tourism sector.

Key words: competitiveness, competitive advantage, strategy, tourist destination.

Евлоева А.С., Ушакова Е.С.

Туризмнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету стратегияларының жасалуындағы шет елдердің тәжірибелерін саралау

Мақалада туризмнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету стратегияларының жасалуындағы шет елдердің тәжірибелерін саралаған. Соның ішінде Франция, Испания, Ұлыбритания, Австралия және Ресей сияқты елдердің тәжірибесі толық қарастырылған. Туристік қызметтерге қажеттіліктерін, жұмыспен қамтуды және халық табысының деңгейін арттыру үшін кең мүмкіндіктер берілетін қазіргі заманғы тиімді бәсекеге қабілетті туристік нарығын қалыптастыру үшін ел алдында тұратын міндеттер белгіленген. Туристік секторда Қазақстанға үлкен мүмкіндік беретін институционалдық және жобалық тәсілдері, барлық биліктің деңгейлері арасындағы ынтымақтастықты дамыту, бизнес-қоғамы және қоғамдық бірлестіктердің үйлестіру негізінде дамытудың бірыңғай туризм стратегиясының қажеттілігі негізденген.

Түйін сөздер: бәсекеге қабілеттілік, бәсекелік артықшылық, стратегия, туристік дестинация.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.85

***Евлоева А.С., Ушакова Е.С.**

Академия «Кокше»,
Республика Казахстан, г. Кокшетау
*E-mail: azaevloyeva@gmail.com

АНАЛИЗ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИЗМА

Введение

Современный туризм – одна из высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Выступая своеобразным катализатором социально-экономического развития, туризм является важной частью внешнеэкономической деятельности многих развитых и развивающихся государств. Количество международных прибытий в 2015 году достигло 1,1 млрд. Вклад туризма в мировой валовой внутренний продукт (ВВП) оценивается примерно в 5 %. Общее количество рабочих мест по всему миру, прямо или косвенно относящихся к туризму, составляет 6–7 % [1].

В последние несколько лет мировая экономическая система испытывает кризис, связанные с этим трудности свидетельствуют о необходимости поиска новых подходов в развитии, создания конкурентоспособной, устойчивой экономической системы. Таким образом, на современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.

Исходные данные и методы исследования

Стратегии большинства развитых стран основаны на глубоком анализе существующей ситуации на внутреннем рынке, определении имеющегося потенциала и выделении перспективных направлений развития. Каждая из стран имеет центральный орган, занимающийся всеми вопросами касательно туризма.

Франция – самая посещаемая страна в мире – обладает мощной индустрией и высокотехнологичным производством, позволяющим создавать и реализовывать самые смелые и капиталоемкие туристские проекты.

Для претворения в жизнь основных направлений развития туризма во Франции создана национальная туристская администрация – Управление туризма, занимающееся разработ-

кой и проведением государственной политики в области туризма, регламентацией туристской деятельности на основе нормативных документов, реализацией социальных программ по обеспечению отдыха населения, занятости в сфере туризма и подготовке кадров для туристской индустрии.

Маркетинговыми исследованиями и продвижением Франции на мировом туристском рынке, планированием и построением стратегической платформы туристского сектора занимается Агентство по развитию туризма во Франции «Atout France». Агентство объединяет профессионалов в области туризма, представителей экономических, государственных и территориальных организаций [2].

Франция играет видную роль в международных туристских организациях (ЮНВТО, БИТС). Значительные инвестиции, вкладываемые в туристские предприятия – в первую очередь, в гостиницы и рестораны – способствуют созданию современной инфраструктуры туризма.

Являясь лидером приморского курортного отдыха, Испания характеризуется разнообразием культурных и природных ресурсов, развитой инфраструктурой, транспортной доступностью, а также благоприятным климатом, высоким уровнем правопорядка и первой медицинской помощи.

Правительство Испании в 2012 г. приняло План по комплексному развитию туризма на национальном уровне (Plan Nacional e Integral de Turismo 2012–2015) [3], который представляет собой ряд мер, направленных на увеличение конкурентоспособности туристских фирм и достопримечательностей, возвращение Испании лидерских позиций в мировом туризме. В нем определены основные идеи для повышения конкурентоспособности сектора туризма с оперативной точки зрения, преобразования стратегий в конкретные действия и меры.

Данный план базируется на глубоком анализе сильных и слабых сторон, угроз и возможностей. На основе полученных результатов формируется стратегия в среднесрочной перспективе с расстановкой приоритетов в зависимости от простоты реализации и степени влияния на сектор.

Все сильные и слабые стороны Испании как туристской дестинации отнесены к той или иной категории с точки зрения ключевых ресурсных и стратегических факторов:

– сила бренда Испании: скоординированное продвижение бренда Испании;

– клиент-фокус: управление спросом;

– предложение и дестинации: управление продуктом;

– согласованность государственных и частных заинтересованных сторон;

– знания: управление и обмен знаниями в сфере туризма;

– талант и предпринимательство: подходящее обучение и предпринимательство.

Одной из определяющих черт данного документа является его осуществление в рамках согласованной, управляемой, измеримой и прозрачной стратегии.

В Великобритании разработана Стратегия роста въездного туризма 2012-2020 «Delivering Golden Legacy» [4]. В стратегии обозначены 4 ключевых элемента:

1 улучшение имиджа Великобритании;

2 увеличение торговли на ключевых туристских рынках,

3 расширение ассортимента предлагаемой продукции;

4 обеспечение доступности Великобритании, еще большее упрощение визовых формальностей и увеличение авиационной емкости.

Не останавливаясь на этом, национальное агентство по туризму Visit Britain планирует разработку отдельных стратегий по развитию въездного туризма. Например, стратегия увеличения въездного туризма из Германии, в которой будут подробно описаны конкретные цели и задачи (планируемое количество прибытий, увеличение расходов туристов в Великобритании, увеличение занятых в сфере гостеприимства и т.д.).

Турция, входящая в десятку стран-лидеров по показателям въездного туризма, также имеет четкие планы по развитию туристской отрасли. Долгосрочная стратегия, рассчитанная до 2023 г., предполагает преобразование развивающихся туристских территорий в дестинации. Решаться эта задача будет посредством создания 9 тематических зон (Троя, Каппадокия, Урарту и др.) [5]. Тематика будет зависеть от вида туризма, развиваемого в той или иной зоне, например, культурный туризм в Каппадокии. Все зоны будут связаны тематическими «коридорами».

Стратегия построена на пошаговых действиях: определении туристского потенциала, исследовании маркетинговых каналов, определении видов продукции, оценке инфраструктуры, развитии конкурентоспособных проектов.

Австралийское правительство совместно с Дирекцией национальных парков делает ставку на развитие экологичных видов туризма. В Программе «Australia's National Landscapes

Program» Австралия представлена как страна захватывающих пейзажей с уникальными экологическими и культурными характеристиками [6]. Главной идеей программы является сотрудничество туризма и сохранения природного и культурного наследия.

Российский туристский опыт основан на продвижении страны как туристского направления на международном и внутреннем туристских рынках, международном сотрудничестве и подготовке высококвалифицированных кадров для сферы туризма.

Глубокий анализ имеющегося туристского потенциала позволил оценить конкурентные преимущества и недостатки страны как туристской дестинации. Среди преимуществ – политическая стабильность, рост доходов населения, стабильность национальной валюты, уникальные природные ресурсы и культурное наследие. К слабостям были отнесены такие факторы, как недостаточно развитая инфраструктура, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса с соответствующим уровнем комфорта, высокая стоимость предоставляемых туристам услуг, препятствия для привлечения инвестиций в инфраструктуру, дефицит квалифицированных кадров, сложные визовые формальности, а также сохранение негативных стереотипов восприятия образа России.

Франция, Испания, Великобритания, Австралия характеризуются высокими показателями внутреннего туризма, чего о Казахстане в настоящих условиях сказать нельзя: внутренний туризм развит незначительно. При формировании стратегии также необходимо опираться на опыт стран, имеющих схожую ситуацию на туристском рынке. Таковыми являются страны постсоветского пространства и, в частности, Российская Федерация.

Результаты и обсуждение

Учитывая важность туризма как одного из основных международных экономических явлений и потенциал страны, туризм представляет собой прекрасную возможность для создания конкурентоспособного государства, повышения благосостояния людей, создания рабочих мест и диверсификации экономики Казахстана.

Опираясь на вышерассмотренный опыт, для формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, который обеспечил бы широкие возможности для удовлетворения потребностей в туристских услугах, повышения занятости и уровня доходов населения, Республике Казахстан необходимо решить такие задачи, как:

– совершенствование нормативного правового регулирования в сфере туризма;

– развитие и совершенствование туристской инфраструктуры;

– создание новых туристских центров;

– имиджевое продвижение Республики Казахстан как страны, благоприятной для туризма, на внутреннем и мировом туристских рынках;

– повышение качества предоставляемых услуг;

– совершенствование визовой политики;

– обеспечение условий для личной безопасности туристов.

Выводы

Казахстан должен привлекать все более возрастающий объем прибыльных туристов, которые потребляют услуги, предлагаемые местными производителями. Для привлечения такого рода туристов, несмотря на международную конкуренцию, Казахстан должен использовать эффективные маркетинговые инструменты.

Реализация комплексных мер по основным стратегическим направлениям позволит Казахстану улучшить свое благосостояние, увеличить количество рабочих мест и диверсифицировать экономику, что в последующем откроет для страны огромные возможности в туристском секторе.

Таким образом, анализ возможных путей решения системных проблем подтверждает необходимость единой стратегии развития туризма на основе сочетания институционального и проектного подходов, развития сотрудничества между всеми уровнями власти, бизнес-сообществом и общественными организациями.

Литература

1 UNWTO annual report 2014. – Madrid: UNWTO. – 2015. – 95 p.
2 Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2006. – 255 с.
3 National and Integral Tourism Plan 2012-2015. / Instituto de Turismo de España, 2012. – 124 p.

4 http://www.visitbritain.com/
5 Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013. – T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. – Ankara, 2007. – 101 p.
6 Experience development strategies / Guidelines for Australia's National Landscape Steering Committees. – Second edition, 2012. – 30 p.

References

1 UNWTO highlights. – Madrid: WTO. – 2012. – 16 p.
2 Voskresenskij V.Yu. Mezhdunarodnyj turizm. – M.: YUNITI–DANA, 2006. – 255 s.
3 National and Integral Tourism Plan 2012-2015. / Instituto de Turismo de España, 2012. – 124 p.
4 http://www.visitbritain.com/
5 Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013. – T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. – Ankara, 2007. – 101 p.
6 Experience development strategies / Guidelines for Australia's National Landscape Steering Committees. – Second edition, 2012. – 30 p.

Оразымбетова Г.Ш., Дуйсебаева К.Д., Макаш К.К., Аязова А.К.

Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясын дамытудағы мемлекеттік бағдарламалардың орындалуы мен жетілдіру жолдары

Туризмді мемлекеттік қолдау – саланы орнықты дамытудың қажетті шарты болып табылады. Халықаралық тәжірибе туристік инфрақұрылымды дамыту үшін жағдайлар жасау, жеке меншік инвесторларды тарту, туристік индустрия субъектілерінің қызметі үшін қолайлы экономикалық жағдайларды қамтамасыз ететін нормативтік құқықтық базаны қалыптастыруға бағытталған мемлекеттің белсенді саясаты туристік саланың елдің әлеуметтік-экономикалық дамуында маңызды орын алуы мүмкіндік беретінін көрсетіп отыр.

Мақалада туризм индустриясын дамытудағы Қазақстан Республикасы заңдарының маңыздылығы мен орындалуы және туризм индустриясын дамытуда ұлттық ойындардың қажеттігі мәселесіне арналған бағдарламаларды, тұжырымдамаларды қарастырып, талдау. Қазақстан Республикасында туризмді дамытуға арналған мемлекеттік бағдарламаларға шолу. Мемлекеттік бағдарламалар республикада қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға және экономиканың сабақтас секторларын дамытуды қамтамасыз етуге мүмкіндік беретіндігі дәлелденді.

Түйін сөздер: туристік индустрия, ойын-сауық индустриясы, туристік бағдарламалар, тұжырымдамалар, кешенді талдау.

Оразымбетова Г.Ш., Дуйсебаева К.Д., Макаш К.К., Аязова А.К.

Государственные программы по развитию индустрии туризма в Республике Казахстан и пути их совершенствования

Государственная поддержка туризма является необходимым условием устойчивого развития отрасли. Международный опыт показал, что развитие туристской инфраструктуры создает условия для привлечения частных инвесторов, а также способствует формированию нормативной правовой базы, которая обеспечивается благоприятной политической активностью государства. Основная задача государственной туристской политики – это формирование туристской базы туротрасли, способствующей социально-экономическому развитию страны.

В статье рассмотрены вопросы значения законов Республики Казахстан и их исполняемость в отношении развития индустрии туризма, а также значение национальных видов туризма в этой отрасли, рассмотрены и проанализированы эти программы и концепции. Было доказано, что в республике современные высокоэффективные и государственные программы позволят обеспечить развитие смежных секторов экономики и создать конкурентоспособную туристскую индустрию.

Ключевые слова: туристская индустрия, игровая индустрия, туристская программа, комплексный анализ.

Orazymbetova G.Sh., Duysebaev As K.D., Makash K. K., Asawa A.K.

The State Program on Development of Tourism Industry in the Republic of Kazakhstan and Ways to Improvement

The state support of tourism - is a prerequisite for sustainable development of the industry. International experience in the development of tourism infrastructure, creating conditions for attracting private investors, aimed at creating a legal and regulatory framework to ensure an enabling active policies aimed at forming the base of the tourism industry in socio-economic development of the country, will allow to occupy an important place.

The article deals with the entertainment industry and the importance of tourism in the development and implementation of laws of the Republic of Kazakhstan in the development of gaming entertainment and tourism industry on the need for programs and examines the concepts of analysis.

It has been proven that a modern high-performance government programs allow for the development of related sectors of the economy and to create a competitive tourism industry in the country.

Key words: the tourist industry, game industry, the tourism program, a comprehensive analysis of tourism.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 351/354

***Оразымбетова Г.Ш., Дуйсебаева К.Д., Макаш К.К., Аязова А.К.**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: orazymbetova62@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫН ДАМЫТУДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАҒДАРЛАМАЛАРДЫҢ ОРЫНДАЛУЫ МЕН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Кіріспе

Туризм дамуының әлемдік үрдістері мен Қазақстандағы оның жай-күйінің арасындағы алшақтық шынайы резервтер мен потенциалды мүмкіндіктер болған жағдайда ұйымдастырушылық-экономикалық сипаттағы проблемалар кешенін шешуді талап етеді, ондай проблемалардың қатарына ойын-сауық индустриясының жеткілікті дәрежеде дамымағандығы, көрсетілетін қызметтердің деңгейі төмен болуы, көрсетілетін қызметтер сапасының баға деңгейіне сай келмеуі, қызметкерлердің біліктілігінің төмендігі, т.б. жатады. Дегенмен, ойын-сауық индустриясын дамытатын мемлекеттің сауатты саясаты мен туризм дамуының жаңа стратегиясы, еліміздің экономикалық өсуі мен өркендеуінің кепілі болып табылады [1].

Қазақстан туризмінің дамуы және оның жеке индустрия болып қалыптасуы, аймақтардағы экономикалық дамудың ырғақтылығы, еліміздің әлеуметтік-экономикалық жағдайының қалыптылығын көрсететін бір бағыт-валюталық түсімдердің көбеюі – туризм нарығындағы зерттеу жолдарының жаңа бағыттарын талап етеді.

Қазақстан Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың халыққа 2006 жылғы Үндеуінде: «Біз бәсекеге қабілеттілігін үнемі арттырып отыратын басым салалары бар бәсекеге қабілетті экономика үлгісін таңдадық, сөйтіп қазақстандық кластерлер жүйесін дамытудың бастамасын көтердік», – деп көрсетілген. Дүниежүзілік тәжірибе бойынша, осындай басым бағыттағы қызмет салаларына туризм де жатады.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің туризм саласындағы белгілі барынша маңызды міндеттерінің бірі – Қазақстанды орталық азиялық өңірдегі туризм орталығына айналдыру. Мемлекеттік бағдарлама республикада қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға және экономиканың сабақтас секторларын дамытуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді [2].

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

Мақаланың өзектілігі Қазақстан Республикасының – ойын – сауық индустриясының дамуындағы қазіргі жағдайы мен болашағына арналған бағдармалардың орындалу мен жетілдіру жолдарын қарастырған.

Зерттеу әдістері: Соңғы кездері елімізде туризмнің қарқынды түрде дамуына орай берілген әлеуметтік феноменді ғылыми зерттеу де белсенді дами түсті. Туризмнің экономикалық – географиялық шарттары, отандық және шет елдік туристік аймақтар, туристік кешендерде ұйымдастыру негіздері, туристік фирмалардың, орталықтардың менеджменті, қаржылық – экономикалық аспектілері, туризмді әлеуметтік – мәдени тұрғыда қарастыру Т. Алтынбеков, С.Р. Ердәулетов, А.А. Жолдасбеков, А.Ю. Александрова, Л.А. Багрова, Н.В. Багров, Р.А. Браймер, М.В. Ефремова, М.А. Жукова, Д.К. Исмаилов, Н.Н. Ильина, Н.К. Моисеева, А.Д. Чудновский, В.С. Преображенский т.б. зерттеген [3].

Мемлекеттің тұтастай туризмді дамытудағы ең басымды бағыттарының бірі туристік стратегиялар, бағдарламалар құру. Мемлекеттік бағдарламалар республикада қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға және экономиканың сабақтас секторларын дамытуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Олар туризмді дамыту саласындағы мемлекеттік саясаттың стратегиясын, негізгі бағыттарын, басымдықтарын, міндеттері мен іске асыру тетіктерін айқындайды және туризм инфрақұрылымын дамытуды, осы саланы мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін құрудың, туристік әлеуетті арттырудың, елдің тартымды туристік имиджін, рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастырудың негізгі аспектілерін қамтиды [4].

Туризмді мемлекеттік қолдау – саланы орнықты дамытудың қажетті шарты болып табылады. Халықаралық тәжірибе туристік инфрақұрылымды дамыту үшін жағдайлар жасау, жеке меншік инвесторларды тарту, туристік индустрия субъектілерінің қызметі үшін қолайлы экономикалық жағдайларды қамтамасыз ететін нормативтік құқықтық базаны қалыптастыруға бағытталған мемлекеттің белсенді саясаты туристік саланың елдің әлеуметтік-экономикалық дамуында маңызды орын алуы мүмкіндік беретінін көрсетіп отыр.

Нәтижелер мен талқылаулар

Қазақстан Республикасында ұлттық туристік өнімнің тартымдылығын арттыруға және Қазақстанның әлемдік туристік нарық жүйесіне кіруіне, қызмет көрсетулердің халықаралық саудасы мен мемлекет экономикасының кіріс секторы шеңберінде халықаралық кәсіпкерлік пен іскерлік ынтымақтастықтың маңызды саласы ретінде бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға жәрдем ететін бірнеше бағдарламалар бекітілді. Бұл бағдарламалар туризм саласын дамытуға арналған мақсаттарды нақтылап, міндеттерді айқындайды. Олар төмендегідей:

– Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы:

1-кезең 2007-2009 жылдар

2-кезең 2010-2011 жылдар;

– Қазақстан Республикасы туристік индустриясының перспективалы бағыттарын дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған бағдарлама;

– Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы:

1-кезең 2013 – 2015 жылдар;

2-кезең 2016 – 2018 жылдар;

3-кезең 2019 – 2020 жылдар.

Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған бағдарламасының мақсаты - сырттан келушілер туризмі және ішкі туризм көлемін арттыру есебінен мемлекет пен халық кірісінің тұрақты өсуін, халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құру болды [1]. Қойылған мақсатқа сәйкес бағдарламаның міндеттері мыналар болып табылды:

– туризм инфрақұрылымын дамыту;

– туризмді мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін жасау;

– елдің тартымды туристік имиджін қалыптастыру;

– туристік әлеуетті арттыру;

– рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастыру.

Бұл бағдарламада Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті елу елдің қатарына кіру стратегиясын іске асыру және Қазақстанды туризм елі ретінде алға жылжыту шеңберінде мынадай шаралар қабылдау қажет деп көрсетілді:

– туризмнің экономикалық көрсеткіштері өсімін қамтамасыз етудің жаңа бағыттарын қалыптастыру және оны кең ауқымды мемлекеттік қолдауды жүзеге асыру;

– халықаралық маңызы бар «белсенді» туристік жобалар әзірлеу және оны іске асыру;

– көлік инфрақұрылымын және туристік қызмет көрсетулер нарығын дамыту;

– халықаралық экономикалық ұйымдар мен одақтарға қатысу арқылы елдің туризм саласындағы жаһандық экономикаға енуі;

– елдің еуразиялық тарихи даму факторын және қазақстандық қоғамның көпұлтты, көпконфессиялы және мультимәдени сипатын, оның құндылықтарын, дәстүрлерін, асханасын, өнерін, Қазақстан халықтары ассамблеясын, республиканың мәдени және ғылыми күштерін тарта отырып, белсенді пайдалану;

– Дүниежүзілік туристік ұйым, ЮНЕСКО (Білім беру, ғылым және мәдениет мәселелері жөніндегі Біріккен Ұлттар Ұйымы), БҰҰДБ (Біріккен Ұлттар Ұйымының Даму бағдарламасы), Дүниежүзілік Банк, Азия Даму Банкі, Ислам Даму Банкі сияқты халықаралық ұйымдарды және отандық даму институттарын тарта отырып, Қазақстанды әйгілендіру және шетелдік жұртшылық өкілдерін оның әкімшілік және мәдени-тарихи орталықтарымен таныстырудың пәрменді тетігін әзірлеу;

– Қазақстан Республикасындағы туризмнің мамандандырылған түрлерін дамыту жоспарын әзірлеу;

– «Атамекен» этномемориалдық кешені секілді өңірлік деңгейде тақырыптық парктер салу мәселесін пысықтау;

– туристік қызмет көрсетулердің ішкі және сыртқы нарығында қазақстандық турөнімді тиімді жарнамалық-ақпараттық қамтамасыз ету. Сонымен қатар төмендегідей аймақтарды туризм орталығына айналдыру көзделді:

Алматы қаласын және Алматы облысын дамыту:

Астана қаласын және Ақмола облысын дамыту:

Жібек жолы бойында туризмді дамыту:

Каспий теңізінде жағажай және круиз туризмін дамыту:

«Қазақстан – ғаламшардың бірінші ғарыш айлағы» жобасының шеңберінде Байқоңыр қаласында ғарыш туризмін дамыту үшін жағдайлар жасау [5].

Сонымен қатар, шешілмеген күйінде қалып отырған, бірақ туризм саласының дамуы үшін негізгі мәселелер болып табылатын бірқатар проблемалық мәселелерді атап өту қажет.

Тағы бір айта кететін жайт, туристік объектілердің оқшауланған жерлерінде немесе туристік бағдарлардың торапты нүктелерінде орналастыру жағдайларының болмауы бұқаралық сырттан келушілер туризмін және ішкі туризмді дамытуға кедергі келтіреді. Нәтижесінде ішкі туризмде ұзындығы 400 - 500 км болатын бір күндік турлар басым болып келеді, ал бұл - жолға көп уақыт шығындалатынын куәландырады. Мұндай сапарлар жалықтырады, туристердің көпшілігінде жағымсыз естеліктер қалдырады. Тағы бір шешімін талап ететін проблеманың бірі әлемдік қаржы дағдарысы жағдайында отандық инвесторлар тәуекелге бармайды және туристік объектілердің құрылысына одан әрі қаражат салмайтын болады. Туризм инфрақұрылымын дамыту үшін туристік ұйымдарға жеңілдіктер беру және ұзақ мерзімді несиелеу механизмін жасау бәсекеге қабілетті туризм индустриясын дамытуға инвестициялар көлемінің өсуіне ықпал жасайды. Негізінен бағдарламаның барлық міндеттерінің орындалмауы әлемдегі қаржы дағдарысына тікелей байланысты болды. Сондықтан осы бағдарламаны әрі қарай жалғастыру мақсатында 2010-2014 жылдарға арналған туризм индустриясын дамытуға арналған бағдарлама қабылданды.

Бұл бағдарламаның негізгі мақсаты – туризм индустриясын орнықты дамыту болып саналды. Ол келесідегідей міндеттерді көздеді:

– Бәсекеге қабілетті туристік өнімді қалыптастыру;

– Қазақстанның туристік маркетингтік стратегиясын қалыптастыру;

– Туристік индустрияның кадрлық әлеуетін дамыту;

– Астана қаласында ЭКСПО – 2017 халықаралық мамандандырылған көрмесін ұйымдастыруды және өткізуді ескере отырып, туризм саласын дамыту жөніндегі шаралар кешенін іске асыру [6].

Аталған бағдарламаны қаржыландыру республикалық және көздері мен жергілікті бюджет қаражатының есебінен және көлемдері шегінде, сондай-ақ Қазақстан Республикасының заңнамасында тыйым салынбаған өзге де көздерден жүзеге асырылатын болады деп көрсетті (Кесте-1).

1-кесте – 2010-2014 жылдарға арналған жоспар [6]

2010 - 2013 жылдар:	2010 - 2014 жылдар	2013 – 2014 жылдар:
«Батыс Еуропа - Батыс Қытай» халықаралық көлік дәлізінің бойымен туристік кластерді жол бойы инфрақұрылымы объектілерін сала отырып және оларға инженерлік-коммуникациялық инфрақұрылымды жасай отырып құру.	Туристік орталықтар, кешендер мен орналастыру объектілерін салу (Бурабай, Жаңа Іле, Кендірлі, Алакөл); Тау шаңғысы туризмінің инфрақұрылымын жасау; Экологиялық туризмді дамытуды ынталандыру; Қазақстанның туристік маркетингтік стратегиясын қалыптастыру; Туристік индустрияның кадрлық әлеуетін дамыту.	Астана қаласында ЭКСПО – 2017 халықаралық мамандандырылған көрмесін ұйымдастыруды және өткізуді ескере отырып, туризм саласын дамыту жөніндегі шаралар кешенін іске асыру.

Бұл бағдарламаны іске асыру бірнеше кезеңге бөліп қарастырылды. 2010-2013 жылдарға арналған жоспар өз жұмысын бастап, 2020 жылға дейін аяқталады деп жоспарланды. 2010-2014 жылдарға арналған жоспар бойынша Бурабай курорттық аймағының 2 кезеңі жүзеге асырылуда. 2013-2014 жылдарға жоспар бойынша үстіміздегі жылдың 1 сәуірінде ЭКСПО аймағының кірпіштері қаланып , ғимараттары салынып жатыр. Республикалық индустрияландыру картасына енгізілген Ақмола облысының «Бурабай» АЭА шекарасында туристік ойын-сауық кешенінің, сондай-ақ, өңірлік индустрияландыру картасына енгізілген Шығыс Қазақстан облысындғы Алакөл көлінің жағалауында қонақ үй кешенінің құрылысы жүзеге асырылатын болады.

Туристік ойын-сауық кешенін салу жылына 220 000-ға дейін демалушыларды қабылдауды қамтамасыз етеді деп күтілуде. Мемлекет басшысының «Әлеуметтік-экономикалық жаң-ғырту - Қазақстан дамуының басты бағытты» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру және Қазақстан Республикасында бәсекелестікке қабілетті және экономикалық табысты туризм индустриясын қалыптастыру шараларын қабылдау жөніндегі Қазақстан Республикасы Президентінің 2012 жылғы 30 қаңтардағы № 261 Жарлығымен бекітілген Жалпыұлттық іс-шаралар жоспарының 48-тармағына сәйкес Ақмола облысы Бурабай курорттық аймағын дамыту үшін жүйелі жоспар әзірлеуге республикалық бюджеттен 81 972 мың. теңге бөлінді.

Сондай-ақ, Министрлік мүдделі мемлекеттік органдармен бірлесіп «Ақмола облысы Щучинск-Бурабай курорттық аймағын дамыту жоспарын бекіту туралы» ҚР Үкіметі қаулысының жобасын әзірлеп, дамытудың бірінші кезекте жүзеге асырылуы тиіс іс-шараларын есепке ала отырып, қазіргі уақытта ҚР Үкіметіне бекіту үшін енгізді.

Осы бағдарламаны іске асыру барысында туризмді маңызды әлеуметтік-экономикалық бағыттардың бірі ретінде дамыту бөлігінде бәсекеге қабілеттілігі мен тартымдылығын көтеру үшін Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспарын іске асыру мақсатында туристік саланы дамытудың тұжырымдамасы әзірленді.

Негізінен, бұл тұжырымдама халықаралық тәжірибені ескере отырып, Қазақстан Республикасы туристік саласының қазіргі жай-күйіне кешенді талдау жасау негізінде әзірленген және туризмді дамытудың стратегиялық пайымын, республиканың туристік саласын 2020 жылға дейінгі дамытудың негізгі қағидаттарын қамтып,, осы саладағы мемлекеттік саясатты іске асырудың мақсаттарын, міндеттерін және кезеңдерін айқындайды.

Тұжырымдаманың негізгі мақсаты- инфрақұрылым құру және жетілдіру, туристік бағыт ретінде оның тартымдылығын жоғарылату үшін Қазақстанның тартымдылығын арттыру үшін оның имиджін қалыптастыру жолымен туризм индустриясын тұрақты дамытуға бағытталды [7].

Қорытынды

Қазіргі таңда Қазақстан Республикасында туризм индустриясы қарқынды даму үстінде. Оған себеп ретінде көптеген бағдарламалар мен стратегиялық жоспарлар құрылуы мен ауқымды туристік орталықтар салына бастауы. Мемлекеттік бағдарламалар республикада қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға және экономиканың сабақтас секторларын дамытуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді [7]. Олар

туризмді дамыту саласындағы мемлекеттік саясаттың стратегиясын, негізгі бағыттарын, басымдықтарын, міндеттері мен іске асыру тетіктерін айқындайды және туризм инфрақұрылымын дамытуды, осы саланы мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін құрудың, туристік әлеуетті арттырудың, елдің тартымды туристік имиджін, рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастырудың негізгі аспектілерін қамтиды.

Әдебиеттер

1 Вуколов В.Н. История и теория международного туризма. Универсальный учебно-метод. комплекс для вузов по специальности «Туризм». – Алматы, 2002. – 221с.

2 Алтынбаев Б.А., Смыкова М.Р. Экономика и организация туризма: учеб.пособ. – Алматы: КазГаУ, 1999. – 97 с.

3 Никитинский Е.С. Этапы становления и современное состояние туристской индустрии в Республике Казахстан: Учебное пособие для вузов. – Астана, 2007. – 174 с.

4 Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы (Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 958 Жарлығымен). – Астана, 2010. – 65 б.

5 Сыдық Н. Қазақстан туризмі тұғырықта // Түркістан 2010 ж., 19 тамыз – 8 б.

6 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы (Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 28 ақпандағы № 192 қаулысы). – Астана, 2013. – 48 б.

7 Никитинский Е.С. Этапы становления и современное состояние туристской индустрии в РК: учебное пособие для вузов. – Астана, 2007. – 174 с.

References

1 Vukolov V.N. Istoriya i teoriya mezhdunarodnogo turizma. Universal'nyj uchebno-metod. kompleks dlya vuzov po special'nosti «Turizm». – Almaty, 2002. – 221p.

2 Altynbaev B.A., Smykova M.R. Ekonomika i organizaciya turizma: Ucheb.posob. – Almaty: KazGaU, 1999. – 97 p.

3 Nikitinskij E.S. Etapy stanovleniya i sovremennoe sostoyanie turistskoj industrii v Respublika Kazakhstan: Uchebnoe posobie dlya vuzov. – Astana, 2007. – 174 p.

4 Kazakstan Respublikasynda turizmdi damytudyn 2007-2011 zhyldarға arnalған memlekettik bagdarlamasy. (Kazakstan Respublikasy Presidentinin 2010 zhylgy 19 nauryzdagy N958 Zharlygymen). – Astana, 2013. – 65 p.

5 Sydyk N. Kazakstan turizmi tugyrykta // Turkistan 2010, 19 tamyz – 8 p.

6 Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytoodyn 2020 zhylg deingi tuzhyrymdamasy. (Kazakstan Respublikasynyn Ukimetinin 2013 zhylgy 28 akpandagy № 192 kauly). – Astana, 2013. – 48 p.

7 Nikitinskij E.S. EHtapy stanovleniya i sovremennoe sostoyanie turistskoj industrii v RK: Uchebnoe posobie dlya vuzov. – Astana, 2007. – 174 p.

Плохих Р.В., Тикенов Е.А.

Дифференциация конкурентных преимуществ и виды конкурентоспособности туристской дестинации

В статье рассмотрены научные основы классификации конкурентных преимуществ и выделения разных видов конкурентоспособности туристской дестинации. Приведены краткая характеристика основных теоретических положений и методологических подходов к исследованию проблемы конкурентоспособности туристской дестинации. Подчеркнута многоаспектность современных научных представлений об условиях и факторах, формирующих конкурентные преимущества и конкурентоспособность туристской дестинации. Приведены аргументы, подтверждающие сложность и неоднозначность процессов, происходящих в сфере туризма под влиянием разных факторов внешней и внутренней среды туристской дестинации. Отмечена важность детального исследования конкурентоспособности туристской дестинации с позиции дифференциации подходов к управлению. Конкурентоспособность туристской дестинации необходимо рассматривать во взаимосвязи с её жизненным циклом, поскольку от этого зависят пути и способы её повышения.

Ключевые слова: туристская дестинация, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, дифференциация, научные основы.

Plokhikh R.V., Tikenov E.A.

Differentiation of competitive Advantages and Tourist Destination Competitiveness types

In article the scientific foundations of the competitive advantages classification and exarticulation of different types of competitiveness for tourist destination are considered. Brief description of the main theoretical positions and methodological approaches for research of the tourist destination competitiveness problem is presented. Multidimensional nature of modern scientific representations about the conditions and factors forming the competitive advantages and tourist destination competitiveness is emphasized. The arguments supporting the complexity and ambiguity of the processes taking place in the field of tourism under the influence of various external and internal environment factors for tourist destination are presented. Importance of a detailed research of the tourist destination competitiveness from the point of differentiation approaches to management is marked. The tourist destination competitiveness should be considered in conjunction with its life-cycle as it defines the ways and approaches to improve it.

Key words: tourist destination, competitive advantages, competitiveness, differentiation, scientific foundations.

Плохих Р.В., Тикенов Е.А.

Туристік дестинациялардың бәсекелестік артықшылығы мен қабілеттілігінің түрлерін саралау

Бұл мақалада туристік дестинациялардың бәсекелестік үстемділігінің классификациясы және бәсекеге қабілеттіліктің бірнеше түрінің ғылыми негізі қарастырылған. Туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілік мәселелерін зерттейтін негізгі теориялық жағдайы мен әдістемелік жолдарының қысқаша сипаттамасы келтірілген. Сонымен қатар, туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігі мен бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыратын жағдайлары мен ықпалы туралы қалыптасқан заманауи ғылыми түсініктің көпжақтылығы ерекше аталып өтілген. Туристік саладағы туристік дестинациялардың ішкі және сыртқы ықпалына байланысты болып жатқан өзгерістердің күрделілігі мен бір мағыналы еместігін дәлелдейтін дәлелдер келтірілген. Туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін жіті зерттеудің маңыздылығы басқару әдістерін саралау арқылы көрсетілген. Бәсекеге қабілеттілікті жетілдіру жолдары мен әдістері өмір кезеңіне тәуелді болғандықтан өзара тығыз байланыста қарастыру қажет.

Түйін сөздер: туристік дестинация, бәсеке артықшылығы, бәсекеге қабілеттілік, саралау, ғылыми негіз.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 911.3:338.48

***Плохих Р.В., Тикенов Е.А.**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: rplokhikh@gmail.com

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ВИДЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Введение

В научной литературе имеется множество формулировок как терминов «конкурентные преимущества», «конкурентоспособность» и «дестинация», так и подходов к построению их классификаций. Терминологическая и методологическая дифференциации и неоднозначность трактовок и классификаций затрудняют решение практических задач и актуализируют проблему дифференциации конкурентных преимуществ и исследования видов конкурентоспособности туристских дестинаций Казахстана.

В современной экономике конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, самостоятельные действия которых способны взаимно ограничивать возможности для одностороннего воздействия на единые условия оборота товаров и услуг на туристском рынке [1]. Туристская дестинация в контексте конкуренции может быть оценена определенным набором конкурентных преимуществ и специфическим уровнем конкурентоспособности. Для изучения дестинации рассматривают в качестве ключевых конкурентов две группы участников туристского рынка: 1) конкурирующие за рынки сбыта и инвестиции территории; 2) конкурирующие за льготы и ресурсы местные природно-хозяйственные комплексы и производства [1].

Туристская дестинация – понятие, разработанное датским ученым Neil Leiper в конце 70-х – начале 90-х годов XX в., обозначающее географическую территорию с определенными границами, которая привлекает большое количество туристов и удовлетворяет их рекреационные потребности [2]. В настоящее время – это официальный термин Всемирной туристской организации. Она трактует его следующим образом: «Дестинация – физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристские продукты, такие как услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность...» [3].

Отношение к туристским территориям как дестинациям делает возможным использование концепции конкурентных преимуществ Michael Eugene Porter, опирающейся на систему из четырех показателей так называемого «конкурентного ромба» [4]. Данные показатели имеют общий характер и создают конкурентную среду. В сфере туризма «конкурентный ромб» в числе детерминант опирается на следующие показатели: условия и факторы внешней и внутренней среды; субъекты туристского рынка; объекты туристского рынка; участники туристского рынка. Формирование и развитие конкурентных преимуществ и конкурентоспособности дестинаций определяет состояние всей совокупности указанных детерминант (рисунок 1).

Рисунок 1 – Конкурентные детерминанты туристской дестинации

Приведенная схема наглядно демонстрирует, что в контексте конкурентоспособности дестинаций требуется корректировка идей Michael Eugene Porter исходя не только из экономической теории, но и согласно концепциям территориальных рекреационных систем (ТРС) и кластеров. Первая из них указывает, что абсолютное преимущество территории (дестинации) формируют наличие и разнообразие туристских ресурсов, а вторая подчеркивает важность объединения и специализации на производстве туристских услуг и продуктов, производство которых наиболее целесообразно, а сами они самобытны по сравнению с аналогами в других дестинациях.

Исходные данные и методы исследования

К числу зарубежных ученых, рассматривавших теорию и практику конкурентоспособности в разных сферах деятельности, относятся Michael Eugene Porter, Peter F. Drucker, Milton Friedman, Philip Kotler, Jean-Jacques Lambin, John Bowen, Robert A. Brymer, Friedrich August von Hayek, Harry Igor Ansoff, Paul Robert Milgrom, James Meykenz, Alain Ollivier, F. Bukerel, W. Wong и др. Конкурентоспособность в туризме и для дестинаций отражена в трудах Samuelson Wei-Chiang Hong, Eleri Jones и Claire Haven-Tang, J. R. Brent Ritchie и Geoffrey I. Crouch, Andres Artal-Tur, Metin Kozak, Seyhmus Baloglu, Norbert Vanhove, Steve Pike, Bivraj Bhusan Parida и Sitikantha Mishra, Janez Prašnikar, Norbert Vanhove и др. Организационные преимущества, связанные с конкурентоспособностью, исследовали А.В. Баринов, А.О. Блинов, А.Н. Захаров, М.Б. Фигурнов, Ю.Н. Донец, Д.С. Воронов и др. Привлекательность продукции как главное условие конкурентоспособности изучалась Ю.В. Рубиным, В.В. Шустовым, И.А. Дулисовой, Л.В. Донцовой, Р.А. Фатхудиновым, Х.А. Фасфиевым, Р.В. Ермоловым, С.Г. Светунько и др. Конкурентоспособность как условие для доверия клиентов рассмотрена в работах М.К. Старовойтова, Б.Ф. Фомина, М.Н. Плотицина и др. Конкурентоспособность в санаторно-курортной сфере проанализирована в трудах С.И. Берлина, М.Б. Биржакова, М.А. Бокова, А.О. Варваштяна, А.М. Ветитнева, И.В. Зорина, Н.И. Кабушкина, В.А. Квартального, В.И. Криворучко, Л.В. Криворучко, В.Б. Сапруновой, В.К. Скрыпкина и др.

Источники данных. В качестве источников информации выступили текстовые, графические и статистические данные, которые доступны из онлайн научных баз и Интернет. Преимущество имели опубликованные и пользующиеся признанием общественности авторские публикации,

официальные материалы международных и национальных (государственных) организаций, учреждений и ведомств. Особо необходимо отметить следующие источники обновляемых и пополняемых данных: Всемирная туристская организация ООН (ЮНВТО) – The United Nations World Tourism Organization (http://www2.unwto.org/); Комиссия ООН по устойчивому развитию – The United Nations Commission on Sustainable Development (http://www.gdrc.org); Казахстанская национальная электронная библиотека (http://www.kazneb.kz); база данных нормативных правовых актов РК «Әділет» (http://adilet.minjust.kz); официальные порталы «Электронное правительство Республики Казахстан» (http://www.e.gov.kz), Министерства образования и науки РК (http://www.edu.gov.kz), Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК (http://www.stat.gov.kz/); онлайн базы данных «The Scientific Electronic Library Online» (http://www.scielo.br), «ScienceDirect» (http://www.sciencedirect.com/), «SpringerLink» (http://link.springer.com/), «Web of Science, Thomson Reuters» (http://thomsonreuters.com/en.html), «EBSCO Information Services» (http://www.ebscohost.com/), «CiteSeer Publications» (http://citeseer.ist.psu.edu/), «Google Scholar» (http://scholar.google.ru/), «Science Research Portal» (http://www.scienceresearch.com/scienceresearch/), «Ingenta» (http://www.ingentaconnect.com/), «Directory of Open Access Journals (DOAJ)» (https://doaj.org/), «EconBiz» (http://www.econbiz.de/), «The Education Resources Information Center (ERIC)» (http://eric.ed.gov/), «Jurn» (http://www.jurn.org/#gsc.tab=0), «eLIBRARY.ru» (http://elibrary.ru), «CyberLeninka» (http://cyberleninka.ru/), «Polpred.com» (http://polpred.com/). Дополнительными источниками информации стали защищенные в разные годы диссертационные работы.

Методика исследований. Исследования основаны на общенаучных и специальных методах, учитывающих специфику проблемы. Из общенаучных методов применены системный, описательный, сравнительный, исторический, анализ и контент-анализ документов, систематизация, абстрагирование, аналогии, экстраполяция. К категории частных методов относятся формирование генеральной и выборочной совокупностей, иерархической декомпозиции конкурентных преимуществ и конкурентоспособности, программно-целевой, структурно-функциональный, компьютерные технологии обработки и представления информации.

Результаты и обсуждение

Michael Eugene Porter, рассматривая конкурентные преимущества территории, указывал на следующее условия и факторы:

– природные ресурсы и потенциал, упорядоченные в основные группы;

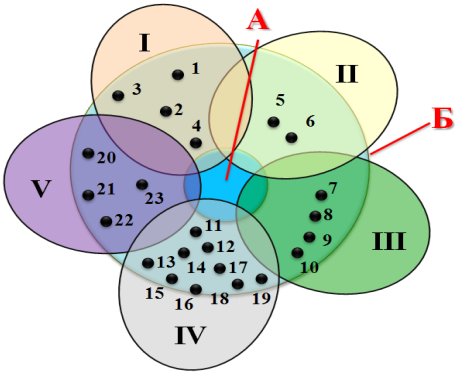
– человеческие ресурсы и потенциал, подразделенный на профессионально-квалификационные группы;

– ресурсы и потенциал туристской инфраструктуры;

– денежные ресурсы и инвестиционный потенциал, учитывая специфику финансирования и окупаемости в сфере туризма;

– научно-информационные ресурсы и потенциал, включая накопленные научные и практические знания.

Последние в основном определяют науки и дисциплины, представленные на рисунке 2.



А – внутреннее пространство (территория ядра дестинации); Б – буферное пространство (территория контактной зоны, в перспективе включенная в дестинацию); системы наук и дисциплин: I – географических; II – экономических и социальных; III – биологических и экологических; IV – точных и технических; V – политических, юриспруденции, масс-медиа; некоторые важнейшие взаимосвязанные науки и дисциплины: 1 – экономическая география; 2 – физическая география; 3 – политическая география; 4 – картография, геоинформатика, ГИС; 5 – отраслевые экономические дисциплины; 6 – демография, социология, антропология, психология, эстетика; 7 – отраслевые биологические дисциплины; 8 – экология; 9 – валеология; 10 – медицина, гигиеническая наука; 11 – архитектурная наука и отраслевые строительные дисциплины; 12 – отраслевые инженерные дисциплины; 13 – отраслевые математические дисциплины; 14 – отраслевые физические дисциплины; 15 – отраслевые химические дисциплины; 16 – прогностика; 17 – науковедение; 18 – общая теория систем; 19 – программирование и компьютерное моделирование; 20 – политология; 21 – государственное управление; 22 – юриспруденция; 23 – масс-медиа.

Рисунок 2 – Исследовательская модель туристской дестинации

С позиции конкурентоспособности большинство условий и факторов дестинация первоначально не имеет, поэтому они создаются в ходе целенаправленной деятельности. Отсюда главный вывод: они должны максимально эффективно использоваться, что в значительной мере определяют темпы создания и механизмы оптимизации и расширения потенциалов.

В целом все условия и факторы любой дестинации можно исходя из генезиса подразделить на естественные и искусственные, а исходя из основных характеристик – на общие и специальные. Конкуренцию туристских дестинаций на первом этапе определяют естественные условия и факторы. Подобная конкурентоспособность дестинации кратковременна, поскольку на туристский рынок постоянно выходят другие дестинации со сходными, но более доступными или дешевыми природными туристскими ресурсами. Типичный пример конкурентоспособности дестинаций на основе естественных условий – территории пляжного отдыха и туризма. Природные туристские ресурсы для этого имеют многие дестинации Средиземноморья, Юго-Восточной Азии, Африки и др. В последующем конкурентоспособность дестинации зависит от искусственных условий и факторов, создание которых – сложный и затратный процесс. К тому же они должны быть высоко специализированными для того, чтобы обеспечивать успешное долгосрочное развитие туристской дестинации. Поэтому нехватка естественных условий и факторов снижает потенциал дестинации для выхода на туристский рынок, но не может рассматриваться в качестве критического требования. В условиях грамотной стратегии развития это становится стимулом для продуцирования искусственных условий и факторов, создаваемых с особой тщательностью и продуманностью. Именно эти усилия определяют наиболее высокий уровень конкурентоспособности туристской дестинации. Дестинация в конкретный момент времени или период располагает комплексом условий и факторов, которые формируют уровень ее конкурентоспособности. Одновременно эту характеристику определяет не простой набор естественных и искусственных условий и факторов, а темпы и эффективность их продуцирования и обновления.

Существенное значение для определения уровня конкурентоспособности туристской дестинации имеют показатели условий формирования спроса на её туристские услуги. С этой позиции ключевую роль играют как формирующиеся объемы спроса на них, так и качество самих услуг. Значительное конкурентное преимущество приобретают те дестинации, которые уделяют наибольшее внимание развитию индивидуальных и уникальных туристских продуктов и услуг.

Важными конкурентными преимуществами дестинации является состояние и уровень развития поддерживающих предприятий и производств, а также величина их кооперации и взаимодействия. Для их оценки широкие возможности предоставляет «кластерный» подход Michael Eugene Porter [5]. Он указывает, что более высокую конкурентоспособность имеют не отдельные отрасли, а объединения или кластеры, сконцентрированные на ограниченном пространстве и связывающие отдельные предприятия и производства. Многие зарубежные исследования доказывают эффективность кластерного подхода к решению проблемы конкурентоспособности туристской дестинации [6, 7].

Организационная структура и концепция развития предприятий индустрии туризма лежат в основе конкурентных преимуществ дестинации. Это связано с особенностями и различиями деловой культуры национального характера как антагонистами культурного обмена и единообразия основ ведения бизнеса. Конкуренция туристских предприятий выступает основой для синергии условий и факторов конкурентоспособности дестинации.

Особо следует отметить влияние случайных событий разного характера (природного, военного, политического и др.) на конкурентоспособность туристской дестинации. Их последствия могут иметь положительное или отрицательное значение. Сходная ситуация развивается в случае прямого вмешательства государства с целью воздействия на конкуренцию. Поскольку туризм как отрасль экономики базируется на наличии туристских ресурсов в пределах конкретной территории государства, оно обеспечивает нормативно-правовую и бюджетную основы для функционирования туристской дестинации. В этой связи большое значение имеет развитие государственно-частного партнерства как эффективной формы концентрации в сфере туризма потенциалов власти, бизнеса и местного населения.

Каждый фактор генерирует определенное конкурентное преимущество, повышая конкурентоспособность туристской дестинации в целом. В частности, своеобразие и редкость туристского ресурса повышают его прив-

лекательность и способствуют росту туристского потока, а наличие развитых инфраструктуры и средств размещения высокого качества еще больше его увеличивают. Вклад отдельных конкурентных преимуществ в конкурентоспособность туристской дестинации может быть оценен на основе следующих признаков: 1) характер конкурентного преимущества согласно их дифференциации на абсолютные, сравнительные и относительные; 2) значимость конкурентных преимуществ с позиции их важности или несущественности для конкурентоспособности; 3) отношение конкурентных преимуществ к дестинации на основе их деления на внешние или внутренние; 4) генезис конкурентных преимуществ на основе их деления на естественные и искусственные; 5) доступность конкурентных преимуществ для наблюдения и изучения с дифференциацией на физиономичные и скрытые; 6) общие признаки конкурентных преимуществ путем выделения типологических и структурных; 7) степень важности преимуществ или их дифференциации на международные, национальные, региональные, местные (мега-, макро-, мезо-, микроуровень); 8) форма выражения конкурентных преимуществ на основе их вещественного или нематериального характера; 9) длительность существования конкурентных преимуществ во времени, оцениваемая путем выявления длительновременных и кратковременных; 10) степень устойчивости преимуществ во времени с подразделением их на устойчивые, мало устойчивые, не устойчивые; 11) степень пригодности преимуществ для управления путем их дифференциации на формируемые целенаправленно (управляемые) и возникшие случайно (неуправляемые); 12) вероятность воспроизведения преимущества конкурентами с классификацией их на уникальные или не подлежащие воспроизведению и невозможные для копирования, трудновоспроизводимые, легковоспроизводимые; 13) качество конкурентных преимуществ с выделением функциональных, стадиальных, эволюционных, развития; 14) степень воздействия на будущее развитие на основе их классификации на операционные (фактические и действующие в настоящее время), тактические (плановые и способные сформироваться в ближайшем будущем) и вероятные (значимые в стратегическом будущем) (рисунок 3).

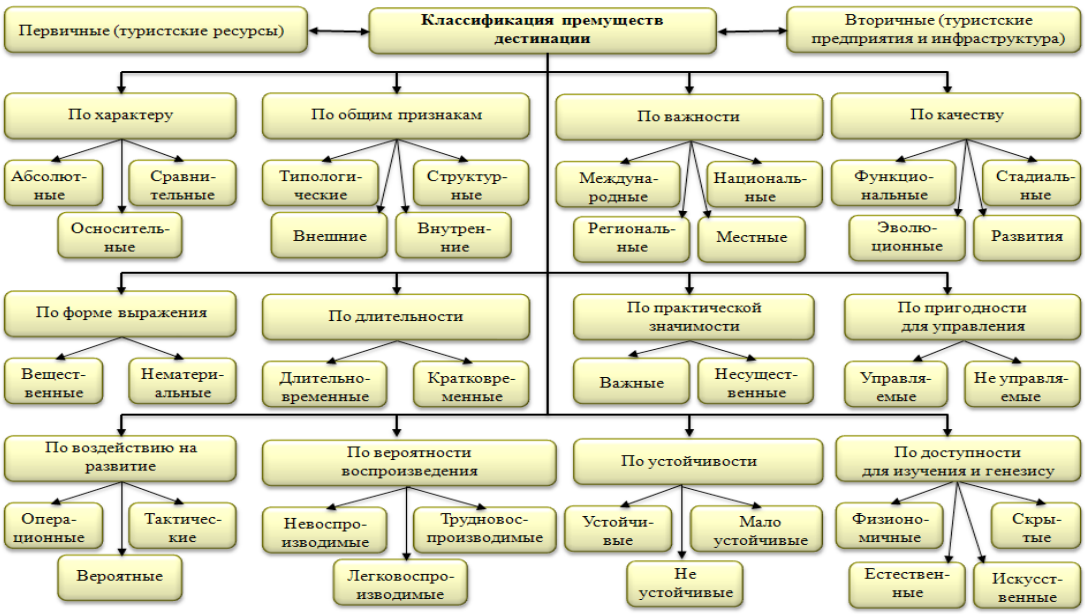


Рисунок 3 – Дифференциация конкурентных преимуществ туристской дестинации

Для исследования конкурентных преимуществ туристской дестинации полезна дифференциация на пространственные уровни – международный, национальный, региональный и местный (мега-, макро-, мезо-, микроуровень). Уровень определяет конкурентами разные категории объектов и субъектов туризма. Мегауровень конкуренции в туризме образуют крупные

географические регионы, макроуровень – страна, мезоуровень – её регионы, микроуровень – предприятия и продукты индустрии туризма. Наблюдается определенная иерархическая зависимость конкурентоспособности туристских дестинаций, формируемой синергетическим эффектом её системных свойств.

Исследования проблемы формирования и развития конкурентных преимуществ туристской дестинации и видов её конкурентоспособности опираются на важнейшие концепции устойчивого конкурентного преимущества (Sustainable Competitive Advantage – SCA): концепции защищенного позиционирования на рынке и концепции уникальной ресурсной базы [8–11]. В рамках первой концепции конкурентные преимущества туристской дестинации обуславливает выбор узкоспециализированной ниши рынка и последующее развитие по пути специализации или разработки и продвижения специфических видов туризма [12, 13]. Такой концепции придерживается провинция Астурия в Испании, предлагающая краткосрочные туры «погружения» в быт и профессии прошлых веков: возможность пожить в качестве шахтера, пастуха или золотоискателя в атмосфере, традициях и условиях прошлого времени [14]. Концепция уникальной ресурсной базы туристской дестинации объясняет её конкурентные преимущества редкими туристскими ресурсами. Её примерами служат тур в Коста-Рику для сбора туристами кофе на плантации, а также тур «Охота за торнадо» в США, позволяющий туристам в течение короткого периода времени увидеть несколько торнадо [15]. Важное в долгосрочной перспективе решение – это выбор пути целенаправленного формирования и развития стратегических конкурентных преимуществ туристской дестинации, что не под силу органам исполнительной власти и требует разработки серьезного научно-прикладного обеспечения.

Туристские дестинации, разобщенные пространственно, характеризуются различиями, обусловленными географическим положением, историко-культурным прошлым, наличием, количеством, разнообразием и сохранностью туристских ресурсов, социально-экономической обстановкой, уровнем и качеством жизни населения, степенью развитости туристской инфраструктуры, имиджем и др. [16]. При этом различия между дестинациям могут быть положительного и отрицательного характера для организации и развития туризма. Положительные отличия определенной дестинации от других туристских дестинаций называют преимуществами. Их можно разделить на следующие группы: а) сравнительные преимущества туристской дестинации вследствие природно-географического местоположения (невоспроизводимые, бесконечно продолжительные, статичные); б) конкурентные преимущества туристской дестинации от развития человеческого и интеллектуального капитала (не ограниченные по природе и динамичные) [17]. Присутствие в туристской дестинации сравнительных и конкурентных преимуществ усиливает ее конкурентоспособность.

Развитие туристского рынка сопровождается формированием новых конкурентных условий и тенденцией к смещению приоритетов от применения сравнительных преимуществ к конкурентным преимуществам. Конкурентоспособность туристской дестинации или её ниша на рынке туризма, обусловленная туристско-рекреационным потенциалом, социально-экономическими и другими факторами, оцениваемыми с помощью системы специальных показателей (рисунок 4).

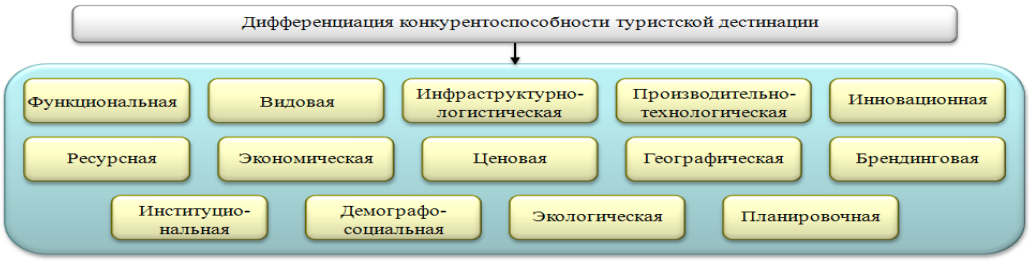


Рисунок 4 – Дифференциация конкурентоспособности туристской дестинации

В современной научной литературе все чаще упоминается конкурентоспособность туристской дестинации с позиции дифференциации управления ею. Операционная (фактическая) конкурен-

тоспособность дестинации подразумевает такой уровень, которым она обладает в данный временной интервал (рисунок 5). Тактическая (плановая) конкурентоспособность дестинации базируется на уровне конкурентоспособности, который она может достигнуть в намеченном временном интервале с учетом всех необходимых затрат. Вероятная (максимальная) конкурентоспособность базируется на научном прогнозном обосновании стратегии развития туристской дестинации. Последняя задача предполагает создание целевого конкурентного профиля дестинации и проекта формирования реально достижимой конкуренции с учетом этапа её жизненного цикла и оценки ограничений на достижение нового уровня конкурентоспособности. Ограничения на переход к подобному уровню конкурентоспособности характеризуются негативными эффектами в социальной, экономической, экологической и других сферах туристской дестинации.

Дудецкий Д.Ю. указывает, что конкурентоспособность туристской дестинации необходимо рассматривать во взаимосвязи с её жизненным циклом [1].

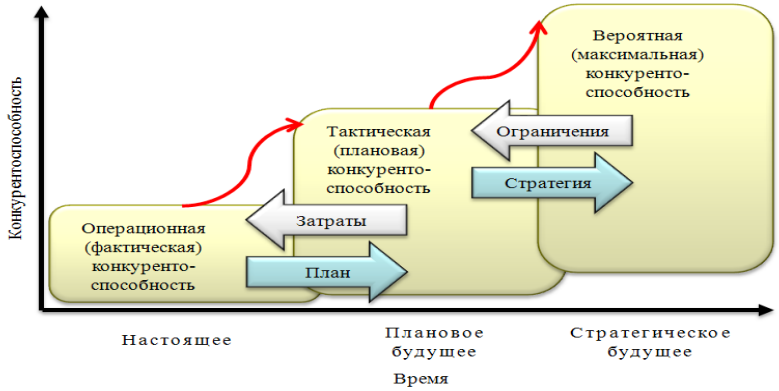


Рисунок 5 – Дифференциация управления конкурентоспособностью туристской дестинации

Этап развития определяет пути и способы увеличения конкурентоспособности. Например, туристская дестинация находящаяся на этапе формирования, когда её привлекательность не явна или не сформирована, потребует существенных финансовых затрат. Последние должны быть направлены на создание туристских продуктов, стимулирование интереса к дестинации и привлечение туристского потока. В туристской дестинации со сформировавшейся значительной привлекательностью и стабильным потоком гостей повышение уровня конкурентоспособности потребует совершенствования и дальнейшего развития инфраструктурного комплекса. Сохранение конкурентоспособности туристской дестинации в случае изменения целевого сегмента туристского рынка, например, расширение детско-юношеского или элитного туризма, переход от экзотических туров к массовым, потребует модернизации инфраструктуры, ребрендинга, маркетинговых мероприятий и др. В этом случае неизбежен период снижения туристского потока, что потребует дополнительного финансирования в условиях временного снижения доходов от туристской индустрии.

Особенности развития и конкурентоспособность туристской дестинации во многом определяют: локусы туристского спроса, формируемые состоянием рынков сбыта продуктов и услуг туризма; другие дестинации; предприятия и производства не туристского сектора экономики, конкурирующие с ним за трудовые, материальные и финансовые ресурсы; инвесторы и финансово-кредитные организации; административные органы; институциональная надстройка и общественные организации; организаторы и посредники в сбыте продукции туризма. Поскольку они тесно связаны с территорией, поэтому образуют территориальные природно-хозяйственные комплексы, границы которых сложно установить. В следствие этого имеется географическое наложение рынков сбыта товаров и услуг, центров-доноров инвестиций, центров-поставщиков кадровых ресурсов, что образует поля или зоны конкуренции между туристскими дестинациями. Популярность туристской дестинации опреде-

ляет спрос в регионах-донорах и наличие других дестинаций, выступающих конкурентами и оказывающих влияние на распределение и перераспределение потоков туристов.

Выводы

Изучение проблемы дифференциации конкурентных преимуществ и конкурентоспособности туристской дестинации позволяет сделать следующие выводы:

1) в научной литературе представлено множество формулировок терминов «конкурентные преимущества», «конкурентоспособность» и «дестинация», а также подходов к построению их классификаций, что затрудняют решение практических задач;

2) позиционирование туристских территорий как дестинаций делает возможным использование концепции Michael Eugene Porter о конкурентных преимуществах, опираясь в качестве детерминант на следующие элементы туристского рынка: условия и факторы внешней и внутренней среды; субъекты; объекты; участники; для исследования конкурентоспособности туристских дестинаций требуется корректировка идей Michael Eugene Porter исходя не только из экономической теории, но и согласно концепциям территориальных рекреационных систем (ТРС) и кластеров;

3) исследование проблемы образования и эволюции конкурентных преимуществ и конкурентоспособности туристской дестинации возможно на базе концепций устойчивого конкурентного преимущества (Sustainable Competitive Advantage – SCA): защищенного позиционирования на рынке и уникальной ресурсной базы;

4) исследовательская модель туристской дестинации включает следующие основные системы наук и дисциплин: географические; экономические и социальные; биологические и экологические; точные и технические; политические, юриспруденции, масс-медиа;

5) в изучении туристской дестинации в числе основных конкурентов важны следующие категории участников туристского рынка: территории, выступающие конкурентами за рынки сбыта и инвестиции; местные природно-хозяйственные комплексы и производства, являющиеся конкурентами за льготы и ресурсы;

6) Michael Eugene Porter при изучении конкурентных преимуществ территории указывал на ведущие условия и факторы: природные ресурсы и потенциал, упорядоченные в основные группы; человеческий потенциал, разделенный на группы согласно профессионально-квалификационным характеристикам; ресурсы и потенциал инфраструктуры туризма; денежные ресурсы и инвестиционный потенциал, учитывая специфику финансирования и окупаемости в туризме; научно-информационные ресурсы и потенциал, включающий аккумулированные научно-методологические и прикладные знания;

7) фактическое конкурентное превосходство туристской дестинации определяют следующие ключевые условия: наличие туристских ресурсов; ограниченность и своеобразие туристских ресурсов; наличие инфраструктуры для доступа к туристским ресурсам; темпы создания и механизмы оптимизации и расширения туристских ресурсов; объемы спроса и качество туристских продуктов и услуг; состояние и степень развития кластерных предприятий и производств, а также величина их кооперации и взаимодействия; конкуренция предприятий и производств; влияние случайных событий разного характера; степень вмешательства государства для воздействия на конкуренцию;

8) участие отдельных конкурентных преимуществ в конкурентоспособности туристской дестинации может изучаться с использованием 14 групп признаков, которые применимы как к туристской дестинации в любой стране мира, так и в Казахстане;

9) различия между дестинациям могут быть положительного и отрицательного характера для организации и развития туризма; их можно разделить на две группы: сравнительные преимущества туристской дестинации вследствие природно-географического местоположения (невоспроизводимые, бесконечно продолжительные, статичные); конкурентные преимущества туристской дестинации от развития человеческого и интеллектуального капитала (не ограниченные по природе и динамичные);

10) в современной научной литературе все больше упоминается конкурентоспособность туристской дестинации с позиции дифференциации управления ею: операционная (фактическая) конкурентоспособность; тактическая (плановая) конкурентоспособность; вероятная (максимальная) конкурентоспособность; эта проблема требует особенно тщательного изучения в туристских дестинациях Казахстана;

11) конкурентоспособность туристской дестинации следует исследовать с учетом её жизненного цикла, поскольку от этого зависят пути и способы её повышения;

12) на развитие и конкурентоспособность туристской дестинации влияют локусы туристского спроса, в следствие чего имеется географическое наложение рынков сбыта товаров и услуг, центров-доноров инвестиций, центров-поставщиков кадровых ресурсов, что образует поля или зоны конкуренции между туристскими дестинациями.

Литература

1 Дудецкий Д.Ю. Концептуальные основы формирования и развития конкурентных преимуществ дестинации // Экономика регионов. – 2014. – № 4. – С. 3–21.

2 Щепакин М.Б. Туристская дестинация: характерные черты и этапы развития // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 97(03). – С. 1023–1036.

3 WTO Tourism Destination Management Think Tank. – Madrid: UNWTO, 2002. – P. 4.

4 Porter M. Competitive Advantage of Nations. – N.-Y.: Free Press, 1990. – 896 p.

5 Портер М. Конкуренция. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

6 Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизмы функционирования // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 2. – С. 51–61.

7 Novell M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: the UK Experience // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27. – P. 1141–1152.

8 Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // Вестник СПбГУ. Сер. 8. – 2003. – Вып. 3. – № 24. – С. 47–75.

9 Траут Дж. Новое позиционирование. – СПб.: Питер, 2003. – 192 с.

10 Флит А.Л. Подходы к определению и оценке факторов конкурентоспособности в индустрии туризма // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – Т. 6. – № 1. – С. 28–37.

11 Еранцева Е.М. Дифференциация туристских услуг как условие их конкурентоспособности // Вестник Российской международной академии туризма. – 2014. – № 2. – С. 61–64.

12 Сапелко С.Н. Формирование стратегий рыночного позиционирования и продвижения туристско-рекреационных дестинаций: дис. …. канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2011. – 171 с.

13 Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

14 Sumarjan N., Mohd Z.M.S., Mohd R.S., at al. Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research. – Boka Raton: CRC Press, 2013. – 636 p.

15 Extreme Tornado Tours 2016 [Electronic Resource] // Norman, Oklahoma. – URL: http://www.extremetornadotours.com/ (Accesses date 26.03.2016).

16 Stange J., Brown D., Hilbruner R., Hawkins Donald E. Tourism destination management achieving sustainable and competitive results. – Washington: US Agency for International Development, 2010. – 138 p.

17 Дудецкий Д.Ю. Методика оценки управления конкурентоспособностью туристской дестинации // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1–2(42–2). – С. 294–303.

References

1 Dudetskiy D.Yu. Conceptual bases of formation and development of destination competitive advantages // Economics regions. – 2014. – No. 4. – P. 3–21.

2 Shchepakin M.B. Tourist destination: characteristic features and development stages // Scientific Journal of the KubSAU. – 2014. – No. 97(03). – P. 1023–1036.

3 WTO Tourism Destination Management Think Tank. – Madrid: UNWTO, 2002. – P. 4.

4 Porter M. Competitive Advantage of Nations. – N.-Y.: Free Press, 1990. – 896 p.

5 Porter M. Competition. – M.: PH «Williams», 2001. – 495 c.

6 Alexandrova A.Yu. Tourist clusters: content, border, mechanisms of functioning // Economic problems of service development and tourism. – 2007. – No. № 2. – P. 51–61.

7 Novell M., Schmitz B., Spencer T. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: the UK Experience // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27. – P. 1141–1152.

8 Grant P.M. Resource theory of competitive advantages: practical conclusions for strategy formulation // Bulletin of St. Petersburg State University. Series 8. – 2003. – Vol. 3. – No. 24. – P. 47–75.

9 Trout J. The new positioning. – St. *Petersburg*: Peter, 2003. – 192 p.

10 Fleet A.L. Approaches to identification and assessment of the competitiveness factors in tourism industry // Bulletin of Pushkin A.S. Leningrad State University. – 2014. – Vol. 6. – No. 1. – P. 28–37.

11 Erantseva E.M. Differentiation of tourist services as a condition for its competitiveness // Bulletin of the Russian International Academy of Tourism. – 2014. – No. 2. – P. 61–64.

12 Sapelko S.N. Formation of strategies for market positioning and promotion of tourist-recreation destinations: dis. .... cand. econ. sciences: 08.00.05. – St. Petersburg, 2011. – 171 p.

13 Lambin J.-J. Strategic marketing. European Perspective / Translated from the French. – St. Petersburg: Science, 1996. – 589 p.

14 Sumarjan N., Mohd Z.M.S., Mohd R.S., at al. Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research. – Boka Raton: CRC Press, 2013. – 636 p.

15 Extreme Tornado Tours 2016 [Electronic Resource] // Norman, Oklahoma. – URL: http://www.extremetornadotours.com/ (Accesses date 26.03.2016).

16 Stange J., Brown D., Hilbruner R., Hawkins Donald E. Tourism destination management achieving sustainable and competitive results. – Washington: US Agency for International Development, 2010. – 138 p.

17 Dudetskiy D.Yu. Methodology of management assessment of tourist destination competitiveness // Economy and Entrepreneurship. – 2014. – No. 1-2(42–2). – P. 294–303.

Сайдуллаев С.З.,
Надыров Ш.М.

Социально-экономическое значение туризма в Республике Казахстан

В данной статье рассмотрен социальный туризм, который сегодня активно развивается во многих странах. Описаны условия и развитие социального туризма в странах Европы, на основе которых может быть определен потенциал для развития внутреннего и въездного туризма. Проведен анализ статистических данных на основе сборника в области туризма Казахстана 2015 г., выявлено в процентном отношении количество прибывших в страну именно с туристскими целями. На основе проведенного исследования автором предлагается создание национального туристского фонда, который будет руководствоваться общим экономическим интересом в расширении внутренних и въездных туристских потоков и, как следствие, приведет к увеличению доходов от туризма. Главной задачей «Национальный туристский фонд» является формирование привлекательного образа Казахстана.

Ключевые слова: социальный туризм, статистические данные, выездной туризм, въездной туризм, внутренний туризм, национальный туристский фонд.

Saydullayev S.Z., Nadirov Sh.M.

Socio–Economic Importance of Tourism in The Republic of Kazakhstan

This paper presents a social tourism, which is now being actively developed in many countries. Also described the conditions and the development of social tourism, which is the base for the development of domestic and inbound tourism. The analysis of statistical data based on the collection of Kazakhstan in the field of tourism on 2015, identified a percentage of the number of arrivals to the country with tourist purposes. On the basis of the research the author proposes the creation of a national tourist Fund which will be guided by the general economic interest in the expansion of domestic and inbound tourism flows and, as a consequence, an increase in tourism revenues. The main task of «National Tourism Fund» is to create an attractive image of Kazakhstan.

Key words: social tourism, statistical data, outbound tourism, inbound tourism, domestic tourism, national tourist fund.

Сайдуллаев С.З., Надыров Ш.М.

Қазақстан Республикасында туризм дамуының әлеуметтік-экономикалық мәні

Аталған мақалада көптеген елдерде белсенді түрде дамып жатқан әлеуметтік туризм мәселесі қарастырылған. Еуропа елдерінің мысалында ішкі және кіру туризмін қалыптастырушы фактор ретінде әлеуметтік туризмнің дамуы мен жағдайы зерттелген. Қазақстандағы 2015 жылға жасалған туризм саласындағы статистикалық жинақ негізінде туристік мақсатта келген туристердің саны пайыздық мөлшерде анықталған. Алынған зерттеу нәтижелері арқылы автор ішкі және кіру туристік ағымын ұлғайту, ол арқылы туризм саласынан түсетін табысты ұлғайту мақсатында жалпы экономикалық бағытта жұмыс істейтін ұлттық туристік қор құру ұсынылады. «Ұлттық туристік қордың» басты міндеті Қазақстанның тартымды бейнесін қалыптастыру.

Түйін сөздер: әлеуметтік туризм, статистикалық мәліметтер, шығу туризмі, кіру туризмі, ішкі туризм, ұлттық туристік қор.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.485 (574)

*[1]Сайдуллаев С.З., [2]Надыров Ш.М.

[1] Университет «НАРХОЗ»,
Республика Казахстан, г. Алматы
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: 1ssabirjan@mail.ru

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Введение

Социальный туризм, который сегодня активно развивается во многих странах Евросоюза, например, во Франции, это особое направление туризма, задачей которого является поддержка наиболее уязвимой в материальном отношении категории населения. Система социального туризма охватывает многие категории лиц с низкими доходами. Изначально она создавалась и была ориентирована на неквалифицированных рабочих, занятых ручным трудом. Поэтому до сих пор социальный туризм нередко отождествляется с туризмом рабочих. Но постепенно социальная база расширялась, и в настоящее время его услугами пользуются лица, принадлежащие к разным общественным слоям и возрастным группам. Так, во Франции только за 1990 г. членами одной ассоциации социального туризма стали 100 тыс. семей, состоящих на 19% из рабочих, 24% – из служащих, 31% – среднего руководящего состава и 12% – высшего руководящего состава. Все они нуждаются в финансовой поддержке при организации своего отпуска [1]. При этом механизм функционирования социального туризма заключается в том, что французское государство, по сути дела, участвует в софинансировании отдыха своих граждан, выпуская для этого специальные ценные бумаги – туристские сертификаты. Для этого государство активно сотрудничает с работодателями, а те, внося свой вклад, могут предлагать такие сертификаты своим служащим. Работнику это выгодно, поскольку снижаются его расходы на отдых. Опыт стран ЕС свидетельствует, что социальный туризм, прежде всего, получил развитие за счет государственной доли в финансировании, что активизирует внутренний туризм. Несмотря на то, что социальный туризм является прерогативой постиндустриальных стран, тем не менее считается, что для его развития необходима система казахстанских туристских сертификатов.

Для этого первостепенное значение имеет четкое, последовательное и гарантированное подведение инфраструктуры к туристским объектам и создание Национальной компании по развитию туризма.

Задачей такой национальной компании будет долгосрочное планирование и контроль за поэтапным созданием туристских

объектов. В первую очередь, такая Нацкомпания будет заниматься интегрированным планированием, вторая ее задача – создание интегрированной инфраструктуры и третья – привлечение инвестиций. Хотелось бы, чтобы такой способ, который используется во всех успешно развивающихся странах, применялся и в нашей стране [2].

Цель исследований – анализ статистической информации для выявления закономерностей влияния социально-экономических индикаторов на туристскую деятельность Республики Казахстан.

Исходные данные и методы исследования

В качестве исходной информации выступили текстовые, количественные, схематические материалы, статистический сборник «Туризм Казахстана 2015». К методам исследования относятся статистический анализ и стандартизация, компьютерные технологии обработки информации.

Одной из ключевых задач развития Казахстана выступает создание конкурентоспособной туриндустрии и превращение республики в региональный туристский центр. Около 14,5% турфирм Казахстана заняты организацией въездного туризма, остальные же работают на выездной туризм, в первую очередь, на коммерческий шоп–туризм. Такое однобокое развитие казахстанского туризма приводит к оттоку из страны денежной массы, что негативно отражается на ее бюджете. Въездной туризм – это в основном бизнес–туризм: международные конференции, выставки, семинары, фестивали в Казахстане. Внутренний туризм в большинстве развитых «туристских» стран дает от 30 до 50% всех поступлений от туризма. Казахстан имеет хорошие перспективы развития внутреннего туризма, но сегодня он является стихийным и неорганизованным.

У Казахстана прекрасный рекреационный потенциал. Здесь много туристских ресурсов, но, к сожалению, нет их классификации. Мы забываем, что на огромной территории Казахстана существуют ресурсы, связанные с этнографией, но вопрос, как их использовать, не изучен. Отсюда вытекает первая проблема: научная мало изученность туризма. В 1920–29 гг. в Европе были открыты первые научно-исследовательские институты туризма, в Казахстане же по этому вопросу работают НИИ туризма в университете «Туран» и КазАСТ. Недостаточное внимание также уделяется детскому и молодежному туризму в Казахстане.

Некоторые нефтедобывающие страны давно уже поняли необходимость туризма и уже много лет последовательно развивают индустрию въездного туризма. Яркий пример – Объединенные Арабские Эмираты, где вклад туризма в общий ВВП составляет около 10%. По официальным прогнозам, в следующие 10 лет эта доля будет только увеличиваться – в среднем на 3,2% в год.

Сегодняшний Казахстан весьма далек от подобных успехов: туристская отрасль занимает меньше 1% объема национальной экономики. Но ситуацию можно изменить к лучшему, считают в правительстве. Надо лишь использовать свои преимущества, одним из которых является близость к таким густонаселенным и «туристоемким» государствам, как Китай и Иран [3].

Таблица 1 – Социально–экономические индикаторы

Годы	2010	2011	2012	2013	2014
Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника, тенге	77 611	90 028	101 263	109 640	121 021
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников, занятых в сфере туризма, тенге: – туристских фирм	55 795	60 551	71 557	70 475	71 233
– мест размещения	59312	66 199	77 503	76 360	86 272
– санаторно – курортных учреждений	47760	58 097	67 277	71 059	76 885
Примечание – составлено автором на основе источника [4]					

По данным таблицы 1, среднемесячная зарплата по стране и, среднемесячная работников в сфере туризма отличаются значительно, так например, за 2014 год средняя зарплата составляет 121 021 тенге, а значение средней зарплаты работников турфирм 71 233тенге и 76 885 тенге для работников санаторно-курортных учреждений. Разница в зарплате составляет примерно 50 000 тенге, это играет существенную роль.

У нас принято говорить, что туризм в Казахстане не развивается по причине отсутствия инфраструктуры, низкого уровня подготовки кадров, плохого сервиса, но при этом нужно учитывать и тот факт, что за зарплату 70 000 тенге работники не будут стоять в очереди и бережно относится к своим обязанностям.

Основная причина крайне слабого уровня развития туризма в нашей стране низкий уровень доходов на душу населения. Социальный класс с наименьшими доходами составляет 60 % от всего населения, делится на две подгруппы: 25 % имеет доходы до 10000 тенге, и 35 % – с доходом от 10000 до 45000 тенге. Данный класс потенциальных потребителей не входит в группу привлекательных сегментов для туристского бизнеса, поскольку их основная задача прокормить семью, оплатить коммунальные услуги, и туризм не входит в число их первоочередных потребностей. Проанализируем количество посетителей по въездному и выездному туризму (таблица 2).

Таблица 2 – Количество посетителей по въездному и выездному туризму, человек

Годы	2010	2011	2012	2013	2014
Количество посетителей по выездному туризму, всего	6 019 171	8 020 400	9 065 579	10 143 710	10 449 972
в том числе:					
страны СНГ	5 270466	7 031 721	7 834 651	9 037 804	9 375 785
вне СНГ	748705	988 679	1 230 928	1 105 906	1 074 187
Количество посетителей по въездному туризму, всего	4 097 387	5 685 132	6 163 204	6 841 085	6 332 734
в том числе:					
страны СНГ	3 642311	5 195 043	5 542 447	6 213 390	5 655 246
вне СНГ	455 076	490 089	620 757	627 695	677 488
Примечание – составлено автором на основе источника [4]					

Согласно таблице 2, количество посетителей по выездному туризму в рассматриваемый период повышается. Данный рост связан с ростом экономики и благосостояния граждан Казахстана. По количеству посетителей по въездному туризму также наблюдается рост из года в год, но отмечено небольшое падение в 2014 году по сравнению с 2013 годом. Нужно отметить, что 90 процентов посетителей по выездному туризму и въездному туризму направляются в страны СНГ, первую очередь, Узбекистан – 2 107 177 человек, Российская Федерация – 1 757 721 человек, Кыргызстан – 1 308 139 человек.

Из 6 332 734 человек, посетивших Казахстан в 2014 году, только 56 333 посетили в туристских целях. Это только 0,9% из общего количество прибывших. Прежде всего, чтобы исправить эту ситуацию нам нужно развивать внутренний туризм и ответить на вопрос, почему наши граждане не отдыхают в своей стране. Для этого необходимо развивать социальный туризм, повышая культуру отдыха населения страны, донести в массы идею «кто хорошо отдыхает, тот хорошо работает», сделать рекреационные и туристские объекты доступными для простых граждан страны.

Особая роль в развитии социального туризма принадлежит дотациям из специальных фондов пенсионных касс, профсоюзов, средств заводских комитетов, местных общностей, а также централизованных источников. Дотационный характер отдыха малоимущих подтверждается

отечественным опытом организации профсоюзного туризма, который долгие годы существовал в бывшем СССР и может служить классическим примером социального туризма. Туристские предприятия получали пособие на покрытие расходов по зарплате, на энергоносители и пополнение продовольственных фондов из прибыли, формирующейся централизованно в вышестоящих органах управления профсоюзным туризмом.

Выводы

У нас все туристские фирмы частные, нет ни одной государственной. Это одна из проблем, которая не дает развиваться казахстанскому туризму.

Предлагаем создать национальный туристский фонд, который будет руководствоваться общим экономическим интересом в расширении внутренних и въездных туристских потоков. Главной задачей «Национальный туристский фонд» является формирование привлекательного образа Казахстана.

Задачами национального туристского фонда будут служить:

– проведение различных исследований в области туристкой деятельности;

– мониторинг туристского рынка;

– предоставление консалтинговых услуг;

– проведение экспертиз различных туристских проектов;

– оказание адресной помощи отдельным категориям граждан, которые испытывают финансовые затруднения и не могут позволить себе отдых в отпускной период.

Национальный туристский фонд будет аккумулировать свободные денежные средства, расходовать их целевым образом и обеспечивать отдых малоимущих семей. Таким образом, часть малоимущего населения страны получает возможность реализовать свое гражданское право на отдых.

Кроме того, Национальный туристский фонд будет заниматься продвижением территорий, которые не очень привлекательны в туристском отношении. Также он будет финансировать ряд объектов социального туризма, куда входят небольшие гостевые дома и кемпинги, рассчитанные на прием малообеспеченных граждан.

Региональная политика в области туристского бизнеса должна проводиться не только в традиционных туристских регионах Казахстана, но и в менее известных районах, где туристский бизнес дает возможность создавать дополнительные рабочие места.

Литература

1 Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное пособие//Издательство ТПУ – Томск:, 2005. – 152с.

2 О.В. Жидкоблинова. Проблемы развития туристской отрасли в Республике Казахстан//Вестник казну им. аль – Фараби. серия экономическая. – 2014. – № 1(101). – с. 161

3 Арслан Аканов. Как привлечь китайских и иранских туристов в Казахстан, журнал Forbes, http://forbes.kz/finances/markets/yujnyiy_potok_1//

4 Туризм Казахстана / Статистический сборник/на казахском и русском языках /Астана 2015, 82 с.

References

1 Lojko O.T. Turizm i gostinichnoe hozjajstvo. Uchebnoe posobie//Izdatel'stvo TPU – Tomsk:, 2005. – 152s.

2 O.V. Zhidkoblinova. Problemy razvitija turistskoj otrasli v Respublike Kazahstan//Vestnik kaznu im. al' – Farabi. serija jekonomicheskaja. – 2014. – № 1(101). – s. 161

3 Arslan Akanov. Kak privlech' kitajskih i iranskih turistov v Kazahstan, zhurnal Forbes, http://forbes.kz/finances/markets/yujnyiy_potok_1//

4 Turizm Kazahstana / Statisticheskij sbornik/na kazahskom i russkom jazykah /Astana 2015, 82 s.

Устенова О.Ж.,
Сүлейменова Н.Ж.,
Тлепова А.С., Маженова Ж.А.

Қазақстанда туристік қызметтерге тұтынушылық сұраныстың ерекшеліктері

Бұл мақалада Қазақстандағы туристік қызметтерге тұтынушылардың сұранысына тән ерекшеліктері айқындалып сипатталған. Сонымен қатар, туристік қызметтердің арнайы ерекшеліктеріне анықтама берілген. Осы мақсатта, авторлармен сауалнама әдісін қолдану арқылы маркетингтік зерттеулер жүргізілді. 1500 адамға сауалнама жүргізілді, сауалнаманың нәтижесі көрсеткендей, сұраныстың басты өзгеруіне әсер ететін факторлар, оның ішінде маңызды факторларға жататындар: халықтың тұтынушылық қабілеті, әлеуетті тұтынушылардың білім деңгейі, бос уақыттың бар болуы, мәдени факторлар, мысалы, Қазақстан халқының батыс елдерінің мәдениетін танып-білуге құлшынысы, әсіресе батыс елдеріне сапарларға және Оңтүстік-Шығыс Азия шипажайларына сапар шегуге ұмтылатынын көрсетеді. Жүргізілген зерттеулер негізінде, авторлармен, қазақстандық тұтынушылар қалайтын туризм түрлері және қазақстандық туристер ұнататын туризм түрлерінің құрылымының пайыздық көлемі ұсынылды. Маркетингтік және әлеуметтік зерттеулердің статистикалық мәліметтерді және нақты деректер негізінде, сұраныс туралы негізгі ақпараттардың қайнар көзін пайдалану барысында, халықтың туризмдегі қажеттіліктерін қамтамасыз ету жолында маркетингтік зерттеулер жүргізілді.

Түйін сөздер: туризм, туристік нарық, қызметтер, сұраныс, тұтынушылардың сұраныс ерекшеліктері, маркетингтік зерттеулер.

Ustenova O.Zh.,
Syleymenova N.Zh., Tlepova A.S.,
Mazhenova Zh.A.

Specifics of consumers' demand for tourist services in Kazakhstan

The article highlights and describes typical features of consumers' demand for tourist services in Kazakhstan, as well as definitions of specific features of tourist services. With this purpose the authors have conducted marketing researches using survey method. 1500 people have been surveyed and the results of population survey have shown that main factors influencing on changes in demand include population consumer abilities, level of education of potential customers, availability of free time, cultural factors, for example, population of Kazakhstan is striving to get acquainted with Western culture, prefer trips to the west, and to the resorts of Southeast Asia. Based on conducted research, the authors of the research have proposed tourism types priorities of Kazakhstani consumers and structure of tourism forms which Kazakhstani tourists prefer. Marketing researches have been conducted based on data on statistics, marketing and social research in special materials, using main information sources on demand, aimed to ensure the needs of people in tourism.

Key words: tourism, tourist market, services, demand, specifics of consumers' demand, marketing researches.

Устенова О.Ж.,
Сулейменова Н.Ж.,
Тлепова А.С., Маженова Ж.А.

Особенности спроса потребителей на туристские услуги в Казахстане

В статье выделяются и описываются характерные особенности спроса потребителей на туристские услуги в Казахстане, а так же даются определения специфическим особенностям туристских услуг. С этой целью авторами были проведены маркетинговые исследования методом опроса. Опрошено 1500 человек, результаты опроса населения показывают, что среди главных факторов, влияющих на изменение спроса, являются потребительские способности населения, уровень образования потенциальных потребителей, наличие свободного времени, культурные факторы, например население Казахстана стремится познать западную культуру, предпочитает поездки на Запад, а также на курорты Юго-Восточной Азии. На основе проведенного исследования авторами предложены приоритеты видов туризма казахстанских потребителей и структура видов туризма предпочитаемых казахстанскими туристами. По данным статистики, маркетинга и социальных исследований в специальных материалах, с использованием основных источников информации о спросе, в целях обеспечения потребностей людей в туризме были сделаны маркетинговые исследования.

Ключевые слова: туризм, туристский рынок, услуги, спрос, особенности спроса потребителей, маркетинговые исследование.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 338.488 (574.)

Устенова О.Ж., Сүлейменова Н.Ж., Тлепова А.С., *Маженова Ж.А.

«Нархоз» университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: janna1981-29@mail.ru.

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТЕРГЕ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ СҰРАНЫСТЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Кіріспе

Қазіргі уақытта туризм – ең тиімді бизнестің түрі. Қазақстан Республикасының Президенті «Осындай үлкен территорияны табиғи ресурстардың бай қорымен, тиімді географиялық және көліктік-коммуникациялық жағдайды иелене отырып, бәсекеге қабілетті 50 елдің қатарына енуге толықтай мүмкіндігіміз бар», – деп бірнеше рет атап өтті. Дамушы елдің қатарына ену мүмкіндігінің бірі – ол туристік қызметті дамыту болып табылады [1].

Тұтынушылардың қызметтерге сұранысын зерттеу – ол халық тұтынатын тауарлар өндірісінің дамуын анықтайтын болжамдық көрсеткіштерді қабылдау үшін қажетті ақпараттарды жинау, өңдеу және талдау.

Статистикалық мәліметтер, маркетингтік мен әлеуметтік зерттеулер деректері, арнайы бақылаулар материалдары, сауалнамалар мен зерттеулер - халықтың қажеттіліктерін қамтамасыз ету жолындағы сұранысы туралы ақпараттардың негізгі көзі болып табылады. Туристік сұраныс және ұсыныс - туристік құрылыстың экономикалық элементі болып туристік нарықты, яғни туристік қызмет пен тауарларды тарату сферасын құрайды. Туристік сұранысқа, демек туристік нарыққа да бірқатар негізгі факторлар әсер етеді. Туризмге деген сұраныс, басқа да өнімдер секілді, тұтынушылардың сатып алу қабілетіне – яғни, халықтың ақшалай қаражатының және де саяхаттауға деген ниетінің бар болуына негізделген. Тұтынушылардың сатып алу қабілетінің өзгерісіне әсер ететін негізгі факторлар, ол тұтынушылардың талаптары, талғамдары, сұраныстары, дәстүрлері, мәдени өзгешеліктері, төлем қабілеттілігіне байланысты шектелген сұранысы бар белгілі бір сатып алушылар категориялары. Бұл тізім туризмге әсер ететін сан түрлі факторларды толық қамтымайды, бірақ аталған факторлар негізгі болып табылады, мекеменің маркетингтік жоспарын жасау кезінде туризм менеджерлері осы факторларға назар аударуы қажет.

Қазақстанда ресми ең төменгі жалақы 21,364 теңге, есептік кезеңде айлық жалақы 1,9 %-ға төмендеген экономика министрлігінің статиститика комитетінің мәлімдемесі бойынша, ал инфляцияны есептегендегі нақты ақшалай табыстар 2014 жыл-

мен салыстырғанда 2015 жылы - 5% ға төмендеген, жұмыссыздық деңгейі 5% құраған. Жұмыспен қамту органдарына тіркелген жұмыссыздар саны 2015 жыл желтоқсан айында 34,6 мың адамды немесе экономикалық тұрғыдан белсенді халықтың санына шаққанда 0,4% құраған. Өнеркәсіптік тауарлар бағасы -10,9%, ал азықтүлік емес тауарларға- 22,6%, ақылы қызметтер 8,1% -ға қымбаттаған [2].

Осы мәліметтерге сүйенсек, қазіргі таңда туристік фирмалар үшін сұранысты шетелдерге қымбат сапарларға емес, керісінше неғұрлым қол жетімді арзан сапарға бұру – яғни, ішкі туризмді дамыту перспективасын жоғарлатулары керек деп ойлаймыз.

Зерттеу мақсаты – Қазақстандағы туристік қызметтерге тұтынушылар сұранысының ақпараттарын жинақтау және өңдеу, қазақстандық тұтынушылар қалайтын туризм түрлерінің тұжырымдамасын қалыптастыру және туристік қызметтің ерекшеліктерін анықтау.

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

Туристік қызметтердің ерекше қасиеттерін ескере отырып, нақты және ғылыми әдістерді негізге алып, авторлармен маркетингтік зерттеу жұмыстары жүргізілді. Жеке әдістерге: сауалнама құру, туристік қызметтерді тұтынушыларды маркетинг тұрғысынан нарық сегменттеріне бөлу, сұхбат алу, сауалнама болжамдарын талдау жұмыстары жүргізілді.

Бастапқы ақпарат ретінде мәтіндік, сандық базасы қолданылды. Мемлекеттік мекемелер мен ұйымдардың ресми деректері: ҚР-ның статистикалық агенттігінің дереккөздері пайдаланылды.

Ғылыми-зерттеу аумағы

Қазақстандық тұтынушылар қалайтын туризм түрлері және қазақстандық туристер ұнататын туризм түрлерінің құрылымын анықтау мақсатында, авторлармен Алматы қаласында маркетингтік зерттеулер, іріктеу-таңдау жұмыстары жүргізілді.

Нәтижелері және талқылау

Қазақстандық тұтынушылар үшін туризм түрлерінің басымдықтары және қазақстандық туристердің басымырақ қалайтын туризм түрлерінің құрылымына сұхбат алу жұмыстарына пікір алу-сауалнама жүргізілді, сауалнама нәтижелерін – 1-ші және 2-ші кестелерде анық ашылған.

Қазақстандық тұтынушылар үшін туризмнің басымдықтары түрлерін анықтау кезінде, авторлармен маркетингтік зерттеулер, іріктеу-таңдау жұмыстары өткізілді - іріктеудің жинақталған саны – 1500 адам болды. Қазақстандық тұтынушылар үшін туризм түрлерінің басымдықтарын анықтау үшін 7 тұтыну топтары оқшауланды, немесе оларды маркетинг тұрғысынан туристік нарық сегменттері деп атауға болады, олар жас ерекшеліктеріне қарай әр түрге жіктелді. Сауалнама нәтижелері 1-ші және 2-ші кестелерде анық ашылған.

1-кесте – Қазақстандық тұтынушылар қалайтын туризмнің түрлері (адам)

Сапар түрлері	14 жасқа дейінгі балалар	15 тен-24 жас	25тен-44 жас	45тен-60 жас	60 жастан жоғары	Барлығы
Емдік - сауықтыру	2	14	64	76	35	191
Белсенді емес демалыс	6	49	221	66	10	342
Белсенді демалыс	69	37	33	9	-	148
Танымдық	18	24	62	66	13	183
Іскерлік сапарлар	-	21	69	22	-	112
Ойын-сауық	55	64	46	10	-	175
Шоп-туризм	-	39	170	52	-	216
Діни туризм	-	7	23	35	23	88
Барлығы	150	255	678	336	81	1500
Үлес салмағы,%	10	17	45,3	22,4	5,5	100

Ең алдымен, қазақстандық тұтынушылардың туристік қызметтерге сұранысын болжау керек болды, осы мақсатта сауалнама әдісін қолдану арқылы маректингтік зерттеулер жүргізілді. Халықтың туризмдегі қажеттілігін анықтау үшін, ең алдымен туристің тұтынушылық мінез-құлықына әсер ететін нақты факторларының жиынтығын анықтау қажет болды. Егер негізгі факторлар анықталған болса, онда екінші мәселе – ол тұтынушылық мінез-құлық бейнесін анықтаумен қатар жүргізілетін жиынтық тұтынушылық топтарды анықтау болады. Осы мәселерді шешу, ағымдағы сұранысты анықтаудың әдістемесін құруға мүмкіндік береді.

Бұл зерттеулер жасалынған сауалнама нәтижелеріне негізделген. Сауалнама маркетингтік зерттеулердің жалпы қабылданған әдістемесіне сәйкес жүргізілген. Сонымен, туристік қызметте қолданатын сұрақтардың тізбегі мен сауалнамалар, жоғарыда көрсетілген тәсілдерге сәйкес жүзеге асырылған.

2-кесте – Қазақстандық туристер ұнататын туризм түрлерінің құрылымы (қорытынды пайызбен)

Сапар түрлері	14 жасқа дейінгі балалар	15 тен-24 жас	25тен-44 жас	45тен-60 жас	60 жастан жоғары	Барлығы
Емдік-сауықтыру	1,3	5,5	19,1	49,4	43,2	12,7
Белсенді емес демалыс	4	19,2	62,4	37,1	12,4	22,8
Белсенді демалыс	46	14,5	9,5	5,3	-	9,9
Танымдық	12	9,4	18,6	39,3	16,1	12,2
Іскерлік сапарлар	-	8,2	20,3	14,6	-	7,5
Ойын-сауық	36,7	25,1	13,3	4,7	-	11,6
Шоп-туризм	-	15,4	49,9	26,4	-	17,4
Діни туризм	-	2,7	6,9	23,1	28,4	5,9
Барлығы	100	100	100	100	100	100
Үлес салмағы,%	10	17	45,3	22,4	5,5	100

2-кестеде ұсынылған деректерге сәйкес, нарық сегментінің маңызды бөлігін 14 жасқа дейінгі балалар құрайды мынадай қорытынды жасауға болады, яғни олар айтарлықтай жеке сатып алу қабілетінің жоғарлылығымен және де отбасы мүшелерінің демалыс өткізу шешімдеріне үлкен әсер етулерімен, (әсіресе әл-ауқаты жоғары отбасында) ең танымал демалыс – белсенді демалыс (46%), ойын-сауық сапарлары (36,7%), ал –емдік сауықтыру туризмі (1,3%) нәтиже көрсеткен.

Туристік нарықта жас адамдардың сегменті екі жас санаттан тұрады: 15-тен 24 және 25-тен 44 жасқа дейін. Осы санаттағы сегменттер анағұрлым көп және де олар елеулі қозғалыс қабілетімен, ықпалымен ерекшеленеді.

15-тен 24 жас аралығындағы сегмент үшін, ең танымал белсенді емес туризм, яғни жағажайда демалу (19,2%) және ойын-сауық (25,1%). Бұл ретте олардың іскерлік сапарларға деген сұранысы пайда болды.

25-тен 44 жас аралығындағы сегментті қарастырайық, бұл сегмент басқаларға қарағанда адам саны жағынан толығырақ, бұл сегмент халықтың сатып алу қабілеттілігіне елеулі ықпал етеді. Бұл адамдар тобы саяхатқа бейім сегменттер, олар ұшақпен саяхаттауға және шипажайларда демалуға бейім. Олар үшін басым бағыттың бірі өзін-өзі жетілдіру болып табылады. Туристің бизнестің әрі қарайғы сәтті дамуы үшін - осы сегменттің қажеттіліктерін қанағаттандыру маңызды. Осы сегменттегі тұтынушылардың сұранысы танымдық туризмге басымырақ екенін көрсетті (18,6%), ал үлес салмағының қалғаны белсенді емес туризмге бағытталған.

45-тен 60 жас аралығындағы сегменттер саны өсу үстінде, халықтың бұл сегменті емдік-сауықтыру мақсатындағы демалысқа бейім келеді. Танымдық туризмі бойынша үлес салмағы – 39,3 %.

60-тан жоғары сегменттер – кемел жастағы адамдардың сегменті. Бұл топтың адамдарын зейнеткерлік жас пен қазіргі нарықтың көрермендері деп те атайды.

Бұл нарықты туризм менеджерлері зерттеулері тиіс. Олар туристік нарыққа осы сегментке арнап қандай туристік өніммен енуге болатындығын зерттеулері керек. Екінші жағынан, олардың өмір сүру ағымы жылдың кез-келген мезгілінде саяхаттауға мүмкіндік береді. Туристік нарықта осы сегменттерге арналған арнайы маркетингтік бағдарламалар болуы қажет.

Қорытынды

Қорытындылай келе, Қазақстандықтардың жас шамасы ұлғайған сайын – емдік-сауықтыру және діни туризмге сұранысы арта түскен, ал орта жастағы сегменттер – туризмнің белсенді емес түріне бейім, 14 жасқа дейінгі сегмент - белсенді туризм түріне сұранысқа бейім. Туризмнің барлық түрінде ең көп үлес салмағы жағажайдағы демалысқа (22,8%), ал екінші орында шоп-туризм (17,4%), ал үшінші орында (12,7%) –емдік-сауықтыруға тиесілі екендігін анықтадық.

Сонымен қатар, Қазақстанда туристік сұранысқа әсер ететін тағы бір маңызды фактор – мәдени фактор. Қазақстан халқының менталитеті үш өлшемдер әсерінен қалыптасады:

- жалпы Кеңестік дәуірден өткен кезең, кірістердің тең бөлінуі, тимді жұмыс істеуге икемсіздік, мемлекетке үмітпен қарау;
- тарихи өткен кезең – бұл, ең алдымен, рулық қарым-қатынастар.
- батыстық бағыт – яғни, казақстандықтардың менталитетіне батыс елдерінің мәдениетінің әсері.

Қорытындылай келе, менталитететтнің ерекшеліктеріне, қол жетімділігіне байланысты, қазақстандықтардың көпшілігі батысқа қарай, батыс елдерінің мәдениетін танып-білуге ұмтылады екен, Оңтүстік-Шығыс Азия шипажайларына сапар шегуді ұнатады екен.

Рулық қарым-қатынастар шетелдік туристерді де елге тарту құралы болып табылады, себебі, халықаралық нарықта мұндай ерекшелік ретінде бөтен баламалы мәдениетке қызығушылық (экстраверсия) байқалады.

Сұранысқа халықтың құрылымы үлкен әсерін тигізеді. Туризмнің дамуына әлеуметтік-демографиялық және туристік қызметтерді тұтынушылардың мінез-құлықтық сипаттамалары да ықпал етеді.

Халықтың жас құрылымындағы өзгерістер, бизнестің барлық саласына әсер етеді. Осылайша, туризм менеджерлерін халықтың нақты санынан гөрі олардың жас құрылымы көбірек қызықтырады. Сондықтан, туризм менеджерлеріне халықтың жас сегменттерінің өзгеру үдерісін қадағалап және де оның туристік қызметтерге сұранысын анықтап отыру керек.

Туристік сұранысқа әсер ететін негізгі фактордың бірі, ол елдің сатып алу қабілеттілігі болып табылады. Әлбетте, елдегі табыстың өсуі туризмге деген шығыстардың шамасы мен тур сапарлар санын ұлғайтады.

Туризмге деген сұраныс тұтынушылардың кірістеріне тәуелді, сондықтан елдің жеке табыс аясында болып жатқан өзгерістерді қадағалап отыру қажет. Егер экономикалық көрсеткіштерде елдің табыс деңгейі төмен болса, онда туристік кәсіпорындарға туристік өнімнің бағасын тез арада өзгерту керек.

Осылайша, туристік сарын, әсіресе туризммен тікелей байланысы бар туристік өнім мен қызмет түрлерін таңдауда сұраныс көлеміне ықпал етіп, бірқатар обьектілерде сұраныстың маңызды элементі болып табылады. Бұл әсерлердің бірқатары үстемелі, басқалары-жанама болуы мүмкін, дегенмен олардың барлығы туристік өнімді таңдауда және саяхат туралы шешім қабылдауда өз ықпалдарын арттыруы мүмкін.

Әдебиеттер

1 «Қазақстан - 2030» стратегиялық даму бағдарламасы. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы.

2 Қазақстандағы халықтың тұрмыс деңгейі. 2010-2014 жылдарға арналған статистикалық жинақ, 2015. – 84б.

3 Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Багданова. – М.: ИНФРА-М, 2011. - 214 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004713-3.

4 Дурович А.П. Маркетинг в туризме**:** Учебное пособие. - Минск: Новое знание, 2003. – 496 с.

References

1 «Kazakhstan-2030» Address of the President of the Republic of strategic development bağdarlaması.Qazaqstan.
2 Statïstïçeskïy ejegodnïk Kazakhstan. 2014-2015g. Statistics Agency of RK along.
3 Marketing in tourism: tutorial / YN Ababkov, MY IG Ababkova Filippov; Ed. prof. EI Bagdanova. – M .: INFRA-M, 2011. – 214 p.: 60x90 1/16. (Higher Education). (Hardcover) ISBN 978-5-16-004713-3.
4 Durovich A.P. Marketing v turizme: Uchebnoe posobie. – Minsk: Novoe znanie, 2003. – 496 s.

2-бөлім

ТУРИСТІК ҚОЗҒАЛЫСТЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЖӘНЕ ТУРИСТІК МАРШРУТТАР

Раздел 2

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОГО ДВИЖЕНИЯ И ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ

Section 2

ORGANIZATION OF TOURIST MOVEMENT AND TOURIST ROUTES

Аигина Е.В.

Учет национальных и религиозных особенностей туристов при организации путешествий

В последнее десятилетие резко увеличилось число туристов из азиатских стран, которые нуждаются в специфической организации туризма, учитывающей их национальные и религиозные особенности. Поскольку количество туристов из регионов Ближнего Востока, Китая, Индии и других стран будет и дальше продолжать увеличиваться, с начала 2010-х гг. активно идет формирование и сертификация соответствующих туристских продуктов и услуг, а также возникает международное сотрудничество в координации и научном сопровождении этой деятельности. Изучение опыта развития халяльного туризма, особых требований к организации поездок китайских туристов, а также туристов из других азиатских стран имеет большое значение для Российской Федерации и стран СНГ, где эти туристские потоки становятся все более многочисленными.

Ключевые слова: халяльный туризм, China Friendly туризм.

Aigina E.V.

Consideration of tourists' national and religious characteristics in tourism organization

In last decade the number of tourists from Asian countries, who need particularly tailored organization of tourism with their national and religious traditions taken into account, has increased dramatically. As the amount of tourists from the Middle East, China, India and other countries will continue to increase, since the early 2010s there has been active development and certification of appropriate tourism products and services. In addition, international cooperation and coordination of scientific support for these activities start to develop. Studying the experience of Halal tourism, special requirements for Chinese tourist trips, as well as for tourists from other Asian countries is of great importance for the Russian Federation and the CIS countries, where these tourist flows are becoming more numerous now.

Key words: Halal tourism, China friendly tourism.

Аигина Е.В.

Саяхатты ұйымдастыру кезінде туристердің ұлттық және діни ерекшеліктерін ескеру

Соңғы он жылдықта азия елдерінен туристер санының күрт артуы, ұлттық және діни ерекшеліктерін ескеретін спецификалық туризмді ұйымдастыруды талап етеді. Таяу Шығыс, Қытай, Үндістан және өзге де елдерден туристер саны одан сайын артатынын ескерсек, 2010 жылдан бастап сәйкес туристік өнімдер мен қызметтердің құрылуы мен сертификациясы жүріп жатқаны, сонымен қатар бұл іс-әрекетті ғылыми негіздеу мен бағдарлауда халықаралық ынтымақтастықты дамыту мәселесі де туындайды. Халал туризмнің даму тәжірибесін зерттеу, қытайлық туристер үшін сапарларды ұйымдастыруда ерекше талаптар, сонымен қатар осы туристік ағымдар саны өсіп келе жатқан ТМД елдері мен Ресей Федерациясы үшін азияның өзге де елдерінен саяхаттайтын туристер ерекше маңызға ие.

Түйін сөздер: халал туризм, ChinaFriendly туризм.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 911.9:379.85

Аигина Е.В.

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Москва
E-mail: eaigina@yandex.ru

УЧЕТ НАЦИОНАЛЬНЫХ И РЕЛИГИОЗНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТУРИСТОВ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕШЕСТВИЙ

Введение

Глобализация всех сторон жизни современного общества влияет и на развитие современного туризма. В последние годы отмечается стремительное развитие новых туристских дестинаций, особенно в быстро экономически растущих странах, а также формирование значительных выездных туристских потоков из этих стран (таких, как Китай, Индия, Республика Корея, страны Ближнего Востока и других регионов Азии). В условиях усиления конкуренции между туристскими направлениями особое значение имеет формирование новых подходов к развитию туризма, учитывающих не столько стоимостную составляющую и содержание турпродукта, сколько его качественные характеристики: традиционный или инновационный характер, возможности его формирования при помощи современных информационных технологий с учетом индивидуальных потребностей и специфических особенностей туристов [1].

Одной из интересных тенденций развития международного туризма в последнее десятилетие стало создание особых условий организации путешествий (размещения, перевозки, питания, содержания поездки и пр.), учитывающих национальные и религиозные особенности туристов. Такой подход способствовал развитию халяльного туризма (туризма по канонам ислама) в условиях быстрого увеличения туристского потока из стран Ближнего Востока, а также разработке специальных программ по работе с китайскими туристами, которые уже стали весьма существенной частью въездного туристского потока в большинстве стран и регионов мира. Постепенно начинают вырисовываться специфические требования к организации поездок туристов из других стран.

Исследование этих особенностей имеет особое значение для развития географии туризма, изучающей закономерности территориальной организации туризма в мире, и для туристского страноведения, традиционно занимающегося рассмотрением национального и религиозного состава стран. Использование географических данных для разработки новых видов туристских продуктов, новых подходов к использованию ресурсов туристских дестинаций, изучения специфических туристских

потоков будет способствовать повышению роли географии в развитии туризма, дальнейшему переходу от описательных методов к технологиям объяснения и проектирования в туризме.

Исходные данные и методы исследования

Впервые о потенциале развития халяльного туризма (туристской деятельности, разрешенной нормами ислама), в первую очередь, в странах Ближнего Востока, было заявлено в докладе маркетинговой организации Euromonitor International на Всемирной Выставке Туризма (World Travel Market) в Лондоне в 2007 году [2]. В исследовании отмечалось, что туристы из исламских стран только начинают приобретать опыт туристских поездок, и хотят, чтобы все получаемые ими во время поездок услуги (питание, размещение, развлечения и т.п.) соответствовали религиозным требованиям. Кроме того, отмечалось, что развитие халяльного туризма, в первую очередь, внутреннего, будет способствовать диверсификации экономики нефтедобывающих стран, что успешно подтверждает пример ОАЭ.

Исследования религиозного состава населения мира, проводимые американским исследовательским центром Pew, показывают, что мусульманское население, растущее наиболее быстрыми темпами, достигнет 2,2 млрд. чел. к 2030 году. Признавая его огромный потенциал и увеличение спроса на халяльные продукты и услуги в различных секторах экономики, многие страны мира, включая немусульманские, уже начали открывать свои рынки для мусульманского капитала и туристов.

Согласно отчету за 2015-2016 гг. компании Thomson Reuters о состоянии глобальной исламской экономики расходы мусульман на выездной туризм достигли 142 млрд. долл. в 2014 году (без учета поездок на хадж и умру). Это свыше 11% от общего объема расходов на туризм в мире. Как ожидается, этот показатель достигнет 233 млрд. долл. (или 13% от общих расходов на туризм в мире) к 2020 году. Главные страны по расходам на путешествия мусульманских туристов – Саудовская Аравия (17,8 млрд. долл. в 2014 г.), ОАЭ (12,6 млрд.), Кувейт (9,7 млрд.), Катар (9,5 млрд.), Индонезия (7,6 млрд.) и Иран (7,5 млрд.). На страны Персидского залива приходится всего 3% исламского населения мира, но свыше 37% расходов на халяльный туризм [3].

В 2015 г. в Дубае (ОАЭ) был проведен первый Всемирный саммит по халяльному туризму, который решено сделать ежегодным. На нем было отмечено, что среди 20 стран с самыми высокими темпами роста международного туризма 25% составляют страны ОИК [4]. В 2014 г. первая научная конференция по халяльному туризму была проведена в Испании, в 2016 г. должна пройти вторая конференция в Турции. Ежегодно выбираются города – столицы исламского туризма (2015 г. – Иерусалим, 2016 – Конья, 2017 – Медина, 2018 – Тебриз).

Растущее значение сектора халяльного туризма подтверждает создание специального сайта бронирования отелей Halalbooking.com и других сервисов специально для исламских туристов, а также активная деятельность международных компаний-туроператоров, специализирующихся только на халяльном туризме. Заключены специальные соглашения и проводится сертификация отелей, курортов, авиакомпаний и других туристских предприятий и организаций для нужд халяльного туризма. Быстрое развитие халяльного туризма дает новые возможности и одновременно создает определенные проблемы и вызовы для индустрии туризма многих стран.

Но в мире есть еще более крупный и динамично развивающийся рынок выездного туризма – китайский. По данным ЮНВТО с 2012 г. Китай является абсолютным лидером в сфере выездного туризма в мире как по числу граждан, совершивших зарубежные поездки с туристической целью, так и по их расходам в посещаемых странах. В 2014 г. китайские туристы совершили 117,0 млн. поездок за рубеж и потратили 164,8 млрд. долл. За период с 2000 г. расходы на туризм в Китае выросли более чем в 12 раз. Пока до 90% всех зарубежных поездок китайских граждан приходится на внутрирегиональные поездки по странам Азии, но постепенно туристские потоки из Китая приобретают межрегиональный характер. С 2014 г. туристы из Китая стали основным туристским потоком в РФ, опередив туристов из западных стран: общее число въехавших в РФ граждан Китая составило 1125 тыс. чел., в т.ч. с туристскими целями – 410 тыс. чел. [5].

Учитывая огромный потенциал выездного туризма из КНР, весь мир борется за то, чтобы привлечь китайских туристов в свою страну. Однако при этом необходимо учитывать, что китайские туристы также сильно отличаются по своим запросам и поведению от привычных туристов – преимущественно представителей западного мира. У туристов из Китая часто возникают серьезные проблемы и недовольство пре-

доставляемым им туристским обслуживанием. В то же время китайские туристы, как и туристы из Японии и Кореи, испытывающие наибольшие языковые трудности в ориентировании и коммуникации, используют наибольшее количество электронных приложений, путеводителей и других элементов современных информационных технологий, что также необходимо учитывать при организации их обслуживания.

Изучение специфических требований к организации туризма, определяющихся национальными или религиозными особенностями туристов, требует применения различных методов. Оно включает анализ имеющейся статистической информации, характеризующей масштабы и особенности туристских потоков из исследуемых стран (на основе статистики ЮНВТО и национальных баз данных), а также обработку материалов аналитических отчетов международных и национальных организаций, заинтересованных в развитии данных видов туризма. Исследование включает также мониторинг средств массовой информации, где публикуется все больше примеров реализации туристских проектов, а также данных национальных туристских администраций, крупнейших туроператоров по работе с туристами из изучаемых стран. Особое внимание уделяется материалам научных конференций, форумов и семинаров по исследуемой тематике, туристских выставок, где проводились углубленные и полуструктурированные интервью с представителями заинтересованных в развитии этих видов туризма сторон, а также опросам самих туристов.

Результаты и обсуждение

Рассмотрение основных требований исламских туристов к организации поездок в рамках халяльного туризма показывает, что важнейшими из них являются требования к организации халяльного питания, возможности совершать молитву (в том числе и омовение перед ней), соблюдение правил поведения и питания во время месяца Рамадан, соблюдение правил раздельного пребывания мужчин и женщин, а также отсутствие осуждаемых исламом видов деятельности [6].

Анализ развития халяльного туризма, ежегодно публикуемый с 2011 г. компаниями MasterCard и CrescentRating, представляет расчет Глобального индекса мусульманских путешествий, в котором учитываются следующие группы наиболее значимых для этого вида туризма критериев:

1) возможность путешествий семейного типа и безопасность страны;

2) наличие в данной стране необходимых для мусульман услуг и объектов;

3) халяль-информированность и маркетинг страны.

По данным на 2016 г., наиболее подходящими для путешествий в рамках халяльного туризма являются следующие страны:

1. Малайзия; 2. ОАЭ; 3. Турция; 4. Индонезия; 5. Катар; 6. Саудовская Аравия; 7. Оман; 8. Сингапур; 9. Марокко; 10. Иордания [7].

Стоит отметить, что Малайзия с самого начала заняла лидирующие позиции по развитию халяльного туризма (она лидирует и по альтернативным рейтингам, и по мнению многих экспертов), хотя мусульмане составляют только половину населения страны. С 2009 г. в стране действует Исламский туристский центр, который вместе с правительством страны и компаниями-участниками туристского рынка обеспечивает необходимые условия для привлечения в страну туристов из исламских стран, что сделало Малайзию одним из лидеров по развитию туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Все услуги, объекты и программы, используемые в рамках халяльного туризма, проходят сертификацию по стандартам, признанным государством.

Среди немусульманских стран наиболее высокие позиции занимает Сингапур, принимающий значительные транзитные туристские потоки, как из соседних исламских стран, так и из стран Ближнего Востока. В число стран-лидеров по развитию халяльного туризма входят уже не только исламские или близко к ним расположенные страны, но и Таиланд, Великобритания, ЮАР, Япония. По рассматриваемому рейтингу Казахстан занимает 16 место в мире, а Российская Федерация – 49 место среди 130 подвергнутых рассмотрению стран [7].

Федеральное агентство по туризму уже открыло туристские офисы Visit Russia в Дубае и Кувейте, которые будут заниматься привлечением туристов из мусульманских стран, в первую очередь, из ОАЭ, Кувейта, Саудовской Аравии. В нашей стране достаточно возможностей, чтобы мусульмане из других стран захотели здесь отдохнуть. Программа гостеприимства, рассчитанная на туристов из этих стран, дает им представление о связях России с исламским миром. Уже несколько гостиничных комплексов в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Уфе прошли сертификацию по программе «Халяль-Френдли Стандарт», что-

бы оказывать полноценные услуги туристам из исламских стран.

Для туристов, путешествующих в разные страны мира из Китая, тоже выделены специфические требования, которые связаны, в первую очередь, с существенными различиями в культуре и образе жизни и объясняются отсутствием необходимой информации на китайском языке, отсутствием привычной для них китайской еды и развлекательных программ в китайском стиле, сложностью осуществления коммуникации из-за языкового барьера, использования карт китайской платежной системы Union Pay и другими специфическими требованиями [8]. Кроме того, у китайских туристов есть и свои предпочтения по содержанию туристских программ, где лидирующее место отводится шоппингу и развлечениям.

Для решения этих проблем представители турбизнеса стран, принимающих все большие потоки туристов из Китая, начали разрабатывать мероприятия по удовлетворению этих специфических требований и обеспечению максимального комфорта китайских туристов. Такая деятельность получила общее название China Friendly. Например, с марта 2015 г. в Великобритании действует специальная программа под названием Great China Welcome – партнерство между национальной туристской организацией Visit Britain и представителями британского турбизнеса, которое нацелено на обеспечение высокого уровня обслуживания китайских туристов. И в других странах, принимающих значительные потоки туристов из Китая, например, в Австралии, Италии и Испании также созданы аналогичные программы, которые носят названия China Friendly, Welcome Chinese и Chinese Friendly соответственно [9].

Для данного вида туризма важно, чтобы предлагаемые продукты или услуги вызывали подлинный интерес китайских туристов и отвечали их культурным потребностям и ожиданиям, а работающий с посетителями персонал прошел обучение особенностям китайского менталитета и этикета и имел опыт приема китайских туристов, а в идеальном случае – чтобы было налажено официальное сотрудничество с компаниями-партнерами и туристскими экспертными организациями в Китае.

Большое внимание уделяется не только адаптации ресторанов, гостиниц и другой туристской инфраструктуры под особые требования китайских туристов, но также и организация специальных экскурсионных программ. Важным элементом работы с китайскими туристами стало создание в нашей стране маршрутов «красного туризма», связанного с посещением исторических мест революционной славы в Ульяновске, Казани, Санкт-Петербурге, Москве, а также в промышленных городах Урала. Федеральный проект «Красный маршрут», включенный в план мероприятий по реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», позволяет путешественникам из Китая познакомиться с советским периодом истории нашей страны [9]. Участниками проекта стали гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, туристические компании и другие предприятия туриндустрии. Особый интерес туристов из КНР вызывают туристские объекты, связанные с революционной и военной тематикой.

Создание комфортной среды пребывания для китайских туристов означает охват всего спектра индустрии туризма и гостеприимства, включая комфортное прохождение границы, в том числе по безвизовым спискам, а также меры по обеспечению безопасности туризма и урегулирование чрезвычайных ситуаций при возникновении страховых случаев. С 2000 г. после подписания межгосударственного соглашения о групповых поездках туристы из Китая могут посещать нашу страну в составе организованных туристских групп, что существенно упрощает и удешевляет поездку. По данным туристской ассоциации «Мир без границ» в настоящее время безвизовые поездки составляют более 70% туристских поездок из Китая.

Для дальнейшего расширения сотрудничества в сфере туризма в Китае также уже действует туристский офис Visit Russia, проводятся рекламные кампании по продвижению российского туристского продукта в формате выставок, road-show, перекрестных годов туризма и других мероприятий, популяризирующих туристские возможности страны.

Формирование туристских потоков из других стран, имеющих особые требования к организации путешествий, в нашей стране только начинается, но уже понятно, что такими странами станут, в первую очередь, Индия, Республика Корея. Необходимо изучение опыта стран, уже принимающих туристов этих направлений, как с точки зрения организации поездок, так и с точки зрения их содержания.

Существуют и другие примеры развития туризма, где наиболее значимым является учет национальных и религиозных особенностей

туристов. Например, в Израиле созданы условия для того, чтобы евреи по всему миру, а не только граждане страны, знали свои корни и историю своего народа. Поэтому за счет налогов израильтян евреи из любых стран мира, которые могут документально доказать свое еврейство, имеют возможность посетить Израиль бесплатно. Для этого существуют специальные программы «Таглит» («По праву рождения») – десятидневные бесплатные туры для еврейской молодежи, которые спонсируются правительством Израиля и мировыми еврейскими общинами. Потенциальный участник тура должен обладать еврейскими корнями, и это должна быть его первая образовательная поездка в Израиль. Участников проекта подробно знакомят с местами, связанными с историей еврейского народа, главными достопримечательностями Израиля и элементами культурного наследия страны, а также с израильскими сверстниками, в том числе солдатами армии Израиля, которые выполняют свой гражданский долг по защите родины.

Национальные и религиозные характеристики туристов должны особым образом учитываться при организации ностальгического туризма или туризма для представителей диаспор. Например, в Армении представители армянской диаспоры из разных стран мира составляют более 60% общего числа туристских прибытий, причем находятся на территории страны дольше и чаще совершают возвратные поездки, чем обычные туристы. Целевое продвижение туристского продукта для представителей диаспор существенным образом отличается от стандартного продвижения дестинации на мировом туристском рынке, при этом туристы из диаспор часто становятся ключевым элементом для отработки туристских продуктов, которые впоследствии будут предложены обычным туристам.

Выводы

Туризм, учитывающий национальные и религиозные особенности туристов, дает большие возможности развития не только для тех, на кого он рассчитан, но и для представителей других национальностей и религий, которые могут получить интересный культурный опыт. Кроме того, стоит учитывать быстро растущее число мусульман в странах западной Европы, для которых поездки в рамках халяльного туризма имеют особое значение. То же самое относится и к представителям многочисленных диаспор, в том числе китайской, проживающих в разных регионах планеты. Рассмотренные виды туризма подтверждают глобальные тенденции диверсификации туристского продукта и сегментации туристского спроса, которые определяют современное развитие туризма в мире.

Пока большинство поездок в рамках халяльного и China Friendly туризма совершаются в пределах основных регионов проживания туристов, но постепенно их география расширяется. Меняется и модель поведения азиатских туристов за рубежом. Они одновременно активно глобализируются и при этом больше стараются влиться в местную культуру, узнать ее особенности и традиции, специфику посещаемых стран. По мере все более активного включения туристов из азиатских стран в международный обмен, накопления ими опыта путешествий влияние национальных и религиозных особенностей на туристский спрос может снизиться. Хотя, учитывая огромный потенциал населения этих стран, в первую очередь, активно путешествующего среднего класса, потребность в организации таких путешествий будет сохраняться еще долго.

Рассмотренные виды деятельности не ограничивают возможности посещения объектов и дестинаций только исламскими или китайскими туристами. Они являются дружественными для этих категорий туристов, но не изолируют их от других групп. Для успешного развития туризма важно понять и предвидеть потребности, убеждения, восприятие разных клиентов, чтобы определить, что им нужно, и гарантировать максимально полное удовлетворение этих потребностей. Взаимный интерес и уважение, учет национальных особенностей и традиций способствуют увеличению туристского потока и укреплению взаимного доверия и сотрудничества между странами.

Литература

1 Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования». Монография // под ред. В.И.Кружалина, А.Ю.Александровой – М.: Советский спорт, 2008. – 432 с.

2 World Travel Market Global Trends Report 2007 [Электронный ресурс] URL: www.wtmlondon.com Проверено: 27.03.2016.

3 State of the Global Islamic Economy Report 2015-2016. Developed and produced by Thompson Reuters in collaboration with Dinar Standard // Опубликован 27.09.2015. -212 с.

4 World Halal Tourism Summit [Электронный ресурс] URL: http://whtsexpo.com/ Проверено: 27.03.2016.

5 Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс] URL: http://visit-russia.ru/ Проверено: 27.03.2016

6 Mohamed M. Battour, Mohd Nazari Ismail, Moustafa Battor. Toward A Halal Tourism Market // Tourism Analysis, Vol. 15(4), 2010, pp. 461–470.

7 Global Muslim Travel Index 2016 by MasterCard – CrescentRating. Опубликован в марте 2016 г. [Электронный ресурс] URL: http://crescentrating.com/ Проверено: 29.03.2016.

8 Программа China Friendly [Электронный ресурс] URL: http://chinafriendly.ru/ Проверено: 27.03.2016.

9 Аигина Е.В., Юдочкина Ю.Д. Особенности организации приема туристов из Китая // «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды X Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 23–24 апреля 2015 г.» – М.: АНО Диалог культур, 2015. – С.178-184.

References

1 Turizm i rekreatsiya na puti ustoichivogo razvitiya: otechesnvennyje i zarubezhnyje issledovaniya. Monographya // pod red. V.I.Kruzhalina, A.Yu.Aleksandrovoi – M.: Sovetsky sport, 2008. – 432 s.

2 World Travel Market Global Trends Report 2007 [Electronic resource] URL: www.wtmlondon.com Accessed on 27.03.2016

3 State of the Global Islamic Economy Report 2015-2016. Developed and produced by Thompson Reuters in collaboration with Dinar Standard // Published on 27.09.2015. -212 p.

4 World Halal Tourism Summit [Electronic resource] URL: http://whtsexpo.com/ Accessed on 27.03.2016

5 «World without borders» travel association [Electronic resource] URL: http://visit-russia.ru/ Accessed on 27.03.2016.

6 Mohamed M. Battour, Mohd Nazari Ismail, Moustafa Battor. Toward A Halal Tourism Market // Tourism Analysis, Vol. 15(4), 2010, pp. 461–470.

7 Global Muslim Travel Index 2016 by MasterCard – CrescentRating. Published in March, 2016. [Electronic resource] URL: http://crescentrating.com/ Accessed on 29.03.2016.

8 China Friendly Program [Electronic resource] URL: http://chinafriendly.ru/ Accessed on 27.03.2016.

9 Aigina E.V., Yudochkina Yu.D. Osobennosti organizatsii priema turistov is Kitaya // Turizm i rekreatsiya: fundamentaljnye i prikladnye issledovaniya. Trudy X Mezhdunarodnoi nauchno-practicheskoy konferencii. MGU imeni M.V.Lomonosova, geograficheskyi facultet, 23-24 aprelya 2015 g. – M.: ANO Dialog kultur, 2015. – s.178-184.

Абдреева Ш.Т., Нурулы Е.

Социальные медиа как значимый инструмент маркетинговой коммуникации на туристском рынке Казахстана

Сегодня в индустрии гостеприимства и туризма происходят кардинальные изменения, связанные с развитием информационно-коммуникационных технологий. В частности, на деятельность компаний данной отрасли и на потребительские практики ее клиентов влияет распространение социальных медиа. Это связано со стремительным ростом числа интернет-пользователей во всем мире. Массовое пользование социальных медиа наблюдается и в сфере туризма. Но, к сожалению, социальные медиа в сфере туризма в Республике Казахстан недостаточно исследованы. В связи с этим, в статье социальные медиа рассматриваются как значимый инструмент маркетинговой коммуникации в туристском рынке Казахстана и как один из важных каналов продвижения продукта/услуги, рекламы, организации мероприятий и поиска клиентов.

Настоящая публикация содержит обзор основных исследовательских трендов, проблемы и перспективы, стратегические советы, а также отражает направления возможных исследований роли и особенности социальных медиа в отечественной отрасли туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, туристская отрасль, интернет, маркетинг в социальных медиа (SMM), маркетинговые коммуникации.

Abdreeva Sn T., Nuruly Yeldar

Social Media as an Important Tool of Marketing Communications in the Tourist Market Of Kazakhstan

Today in the hospitality and tourism industry there are cardinal changes associated with the development of information and communication technologies. In particular, the activities of companies in the industry and the consumer practices of its customers affected by the spread of social media. This is due to the rapid increase in the number of Internet users worldwide. The massive use of social media is also observed in the field of tourism. Unfortunately, social media in tourism in the Republic of Kazakhstan insufficiently investigated. In this regard, the article discusses social media as an important tool of marketing communications in the tourist market of Kazakhstan and one of the most important channels for promoting a product/service, advertising, event management and customer search.

The present publication provides an overview of the main research trends, problems and prospects, strategic advice, and also reflects the possible direction of research and the role of social media in particular domestic industry of tourism and hospitality.

Key words*:* social media, social networks, tourism industry, the Internet, social media marketing (SMM), Marketing Communications.

Абдреева Ш.Т., Нұрұлы Е.

Әлеуметтік медиа Қазақстан туристік нарығындағы маркетинг коммуникациясының маңызды құралы ретінде

Қазіргі таңда, қонақжайлық және туризм индустриясында ақпаратты-коммуникациялық технологиялардың дамуына байланысты түбегейлі өзгерістер орын алуда. Атап айтқанда, осы саладағы компаниялардың іс-әрекеттеріне және тұтынушылар тәжірибесінде әлеуметтік медиалардың таралуына олардың клиенттері әсер етеді. Бұл әлем бойынша ғаламторды пайдаланушылар қатарының қарқынды көбеюіне байланысты болып отыр. Әлеуметтік медианы пайдалану туризм сферасында да байқалуда. Бірақ, өкінішке орай Қазақстан Республикасының туризм сферасында әлеуметтік медиа жеткілікті түрде зерттелмеген. Осыған байланысты, мақалада әлеуметтік медиа Қазақстан туристік нарығындағы маркетинг коммуникациясының маңызды құралы және шараларды ілгерілету, сату, жарнамалау және клиенттерді іздеу арнасы ретінде қарастырылды.

Бұл жарияланым негізгі зерттеу трендтеріне, мәселелер мен даму болашағына, стратегиялық кеңестерге шолуды қамтиды, сондай-ақ отандық туризм және қонақжайлық саласында әлеуметтік медианың рөлі мен ерекшелігін зерттеу мүмкіншілігінің бағытын қамтып көрсетеді.

Түйін сөздер: әлеуметтік медиа, әлеуметтік желілер, туристік сала, ғаламтор, әлеуметтік медиадағы маркетинг (SMM), маркетингтік коммуникациялар.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.95:316.772.5:339.138:338.48

***Абдреева Ш.Т., Нурулы Е.**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: sholpan.007@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ЗНАЧИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ КАЗАХСТАНА

Введение

С ростом значимости Интернета онлайн-ресурсы о путешествиях в формате социальных медиа стали важной частью индустрии современного туризма, способной конкурировать с традиционными формами маркетинговых коммуникаций. Учитывая очевидную тенденцию развития социальных медиа и увеличении их роли в индустрии гостеприимства и туризма, компаниям, действующим в данной сфере экономической деятельности, необходимо понять отношение своих потребителей к использованию социальных СМИ, и найти способы их использования для своего блага.

Президент РК Н.А. Назарбаев отметил, что в последнее время социальные сети, которые являются структурной частью социальных медиа стали важной площадкой для общественных дискуссий [1], а в «Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года» выделена важность влияния социальных медиа для достижения быстрого эффекта при построении имиджевой стратегии [2].

В настоящее время понятие «социальные медиа» научно непроработано, имеет хождение в среде интернет-профессионалов (например, должность «менеджера по социальным медиа» в компании, бизнес-литература по заданной теме). Можно выделить два наиболее часто встречающихся подхода к понятию «социальные медиа»: как к технологиям и как к разновидности интеренет-сайтов. На практике технологии тесно переплетены с функционирующими с их помощью виртуальными пространствами. Наиболее популярные сайты, которые обычно относят к категории социальных медиа (Facebook, Twitter, LiveJournal, Wikipedia, YouTube и т.д.) обладают уникальным интерфейсом и работают на основе определенного набора технологий, которые делают этот сайт уникальным средством коммуникации.

В рамках данной работы под социальными медиа понимается категория веб-сайтов, предоставляющих возможность публикации, обмена и обсуждении контента широким кругом пользователей. Под «веб-сайтом» понимается место в интернете, которое определяется своим адресом (URL), имеет свое-

го владельца и состоит из веб-страниц, которые воспринимаются как единое целое. Выражение «широкий круг пользователей» указывает на то, что для осуществления вышеназванных видов деятельности от пользователя не требуется наличие специальных знаний и навыков (программирование, профессиональная фото-, видеосъемка, умение писать тексты и т.д.).

Исходные данные и методы исследования

Теоретической и методологической основой исследования явились фундаментальные и прикладные научные труды зарубежных ученых в сфере туризма, социальных медиа, маркетинга, материалы научной и периодической печати, Интернет-ресурсы, статистические данные, законодательные акты и нормативно-правовые документы.

В основу исследования положены общенаучные методы: метод системного анализа и синтеза, контент-анализ научной литературы, метод деконструкции, эмпирические методы исследования, сравнительный, структурно-логический анализ, графические методы представления информации, аналитические методы исследования.

Терминология. Понятие «социальные медиа» появилось сравнительно недавно в связи с появлением ряда новых технологий (RSS, блоги и т.д.) и интернет-ресурсов (онлайновые социальные сети, видеохостинги и т.д.). Круг этих, на первый взгляд, разнородных явлений объединяет то, что все они служат облегчению обмена информацией между пользователями по сравнению с технологиями предыдущего поколения, когда интернет состоял преимущественно из статических страниц.

Круг явлений, охватываемый понятием «социальные медиа», пересекается с рядом других понятий и, следовательно, существует необходимость четко разграничивать их значения. В частности «социальные медиа» не являются синонимом понятия «новые медиа». Термин «новые медиа» появился для описания средств массовой коммуникации, возникших под влиянием распространения цифровых компьютерных технологий в 1980-е годы. Они, в частности, включают в себя интернет, компьютерные игры, спутниковое телевидение. Новые технологии значительно повлияли и на традиционные масс-медиа (например, использование фото- и текстовых редакторов при подготовке материала в газете). Социальные медиа являются частью «новых медиа» и представляют собой особую часть интернета, обладающую свойствами, перечисленными выше. С другой стороны, нельзя ограничивать данное понятие рамками определенной технологии, например, приравнивать его к «блогосфере». Социальные медиа включают в себя блоги, но не ограничиваются ими.

В 2007 году американский исследователь Б. Солис в своей статье «Определение социальных медиа» дает несколько дефиниций социальным медиа, одна из них представляет определенный интерес: «Социальные медиа, в самом общем виде – это способ, при помощи которого люди обнаруживают, читают, и комментируют новости, информацию и содержание. Это слияние социальной составляющей и высоких технологий, трансформирующих монолог (от одного ко многим) в диалог (многие ко многим)» [3].

Пытаться дать исчерпывающий список сайтов, которые можно отнести к категории «социальных медиа» представляется бессмысленным, ввиду стремительного развития интернет-технологий. В качестве примеров социальных медиа можно указать facebook.com и его российский аналог vk.com (онлайновые социальные сети), linkedin.com (деловая онлайновая социальная сеть), livejournal.com (блогинг), twitter.com (микроблогинг), myspace.com (онлайновая социальная сеть), delicious.com (социальные закладки), last.fm (личная музыкальная библиотека), youtube.com (видеохостинг), secondlife.com (виртуальная реальность), flickr.com (фотохостинг), afisha.ru (пользовательские обзоры), борьба умов (игры) и многие другие.

Результаты и обсуждение

За последние годы в Казахстане начал интенсивно развиваться рынок SMM услуг. Появилось много молодых агентств, позиционирующих себя как диджитал агентства и предлагающие услуги по SMM.

По данным Action Global Communications Kazakhstan, объем рынка SMM не такой большой, как у рынка PR-услуг. По некоторым данным, объем SMM рынка колеблется между 700 тыс. и 3 млн. долларов. Потенциал расширения и развития этого рынка довольно большой, учитывая еще то, что малый и средний бизнес тоже охотно идут в эту сферу, так как социальные сети являются удобным каналом прямого контакта с конечными потребителями [4]. Но, несмотря на расширение рынка SMM-услуг, казахстанские туристские предприятия все еще неохотно работают в этом пространстве.

Казахстанские туристские предприятия не уделяют внимания истории компании, не рассказывают про свои ценности, не сближают клиентов с компанией, коммуникационная стратегия в социальных сетях либо слабо развита, либо вообще отсутствует.

По данным TNS Web Index (медиаканал в Казахстане) в июле 2015 количество интернет-пользователей в РК достигло 3,47 млн. То есть 71% населения страны в возрасте от 12 до 54 лет заходят в сеть минимум не реже одного раза в месяц.

Женщины в интернете превалируют над мужчинами с долей 52,2%. Женщины в возрасте от 25 до 34 лет занимают 19,1% аудитории (это самый крупный сегмент Казнета). Самый многочисленный сегмент мужской аудитории – в возрасте от 18 до 24 лет – составляет всего 13,5%. Таким образом, «средний» интернет-пользователь Казахстана – это женщина 25 лет и старше.

Как и на любом растущем интернет-рынке, 67,5% пользователей в Казахстане – жители крупных городов. Но и региональным компаниям в ближайшие пару лет следует учитывать бурный рост потенциала рекламы, так как прирост проникновения интернета в малых населенных пунктах составляет около 40% в год.

Кроме этого, пользователи также активно отовариваются в сети. Несмотря на то, что в стране доля онлайн-продаж составляет всего 1% от общего рынка розничной торговли, объем электронной коммерции составляет около $1,5 млрд. и ежегодно увеличивается на 25%. Однако, покупки осуществляются в основном за рубежом – доля национальных магазинов составляет всего 10%. А значит, на этой арене следует ожидать появления большого количества локальных игроков [5].

Отметим, что Казахстан не отстает от мировых тенденций и активно пользуется интернетом «на ходу». По данным J'son & Partners, в конце 2013 проникновение мобильного интернета в стране составляло 69%. А к концу 2014 уже 72% домашних хозяйств пользовались одним из видов беспроводного доступа к сети, причем 27% предпочитали высокоскоростную мобильную связь. Согласно исследованию портала Kolesa.kz, до 20% пользователей заходят на сайты с мобильных устройств – смартфонов или планшетов. Распределение операционных систем примерно равное – по 42-43% у Apple и Android [6]. Учитывая эту особенность, брендам важно сразу планировать адаптацию рекламы и площадок для просмотра с небольших, но таких многочисленных экранов планшетов и телефонов.

По роду деятельности самыми многочисленными являются группы рабочих и служащих, которые в сумме составляют почти половину пользователей, а более «продвинутые» категории руководителей и специалистов составляют в сумме еще четверть. Учитывая, что интернет-медиаканалы зачастую специализируются по интересам, тематике и иногда даже роду деятельности, большинство компаний имеют возможность активно обращаться в сети именно к своим покупателям.

По данным анализа медиапотребления TNS, интернет обычно используется для работы с электронной почтой, поиска информации и просмотра новостей. Кроме того, фильмы смотрят 54% пользователей, музыку слушают 43% [5].

Согласно рейтингу SimilarWeb, наиболее популярные площадки в Казахстане – социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook), поисковые системы (Google, Яндекс), портал Mail.ru, а также видеохостинг YouTube. Однако в топ-10 любимых сайтов страны входят представители и других категорий. Например, 8 место занимает китайская торговая площадка AliExpress, 9 – локальный автопортал Kolesa.kz, а замыкает рейтинг сервис обмена фото- и видеоконтентом Instagram [7]. Пока интернет в целом используется для досуга, но уже в скором времени следует ожидать прибавления в ряды часто используемых площадок бытовых сервисов – от покупки билетов до интенернет-банкинга.

Таблица 1 – За чем приходят в интернет и на какие сайты [5], [7].

Использование интернета	Процент, %	Социальные медиа и веб-сайты	Рейтинг
Электронная почта	67,9%	ВКонтакте	1
		Mail.ru	2
Поиск информации	59,8%	YouTube	3
		Google	4

Поиск фильмов	53,9%	Одноклассники	5
		Яндекс	6
Просмотр новостей	48,8%	Facebook	7
		Aliexpress.com	8
Прослушивание и скачивание музыки	43,4%	Kolesa.kz	9
		Instagram	10

Как показывает опыт туристских компании в СНГ и в западных странах, социальные медиа могут быть очень полезным инструментом PR и маркетинга. Во-первых, работа с клиентами через социальные медиа может увеличить лояльность к компании, улучшить обслуживание клиентов, а также стать дополнительным каналом, помогающим call-центрам турпредприятии. Во-вторых, социальные сети могут помочь туркомпаниям (в том числе и гостиницам) продавать дополнительные услуги своим клиентам, особенно услуги. В-третьих, социальные сети являются мощным каналом коммуникации и PR. Социальные сети могут способствовать формированию доверительного отношения к предприятию и улучшить его репутацию. Процесс работы в социальных медиа неизбежен и туристским предприятиям, рано или поздно, придется зайти на данную площадку. Лучше проявить инициативу в этом направлении уже сейчас, пока конкуренция на этом пространстве не так остра [8, 9].

Казахстанский бизнес обратился к SMM как к маркетинговому инструменту не более 4-5 лет назад и уже сегодня практически каждая уважающая себя туристская компания имеет активные странички в социальных сетях, которые, порой, оказываются более посещаемыми, чем официальные сайты тех же компаний. Основная цель SMM – продвижение компаний, товаров и услуг. Но многие эксперты отмечают, что этот инструмент не столь однозначен, как привычные маркетинговые приемы. Здесь можно рассчитывать на увеличение продаж – но не прямых; можно увеличить трафик посетителей на сайт или оставить своих пользователей на страничке в соцсети; можно нейтрализовать или напротив усугубить негативную информацию о компании; значительно увеличить или понизить лояльность к бренду.

Выводы

Сегодня репутация компаний во многом зависит от того информационного поля, которое сформировалось вокруг нее в интернете. Так к примеру любой турист перед покупкой туристского продукта, чаще всего интересуется отзывами о выбранной им туристской фирме, читает комментарии о данном туре. Негативные отзывы могут погубить репутацию, положительные сделать из вашего бренда культ. Тем самым очень важно управлять данной информацией о вашей компании распространяющейся в интернете. Поощрять положительные отзывы, работать с отрицательными, быть открытыми для потребителей, готовыми признавать и исправлять свои ошибки.

По поводу перспектив рынка SMM, эксперты сходятся во мнении, что это надолго. Из года в год слышны рассуждения о том, сколько еще осталось социальным сетям, хотя на деле видна положительная динамика роста пользователей интернета, что, соответственно, говорит о приросте создавших себе страничку в Фэйсбуке или, например, в Одноклассниках. Несомненно, все меняется, появляются новые социальные сети, какие-то сдают позиции, пользователи меняют свои предпочтения, но, тем не менее, все остаются онлайн.

Очевидно, что социальные медиа в Казахстане, в особенности в сфере туризма – канал больших возможностей, который еще не полностью раскрыл свой потенциал. Но в условиях кризиса он может стать оптимальной территорией для ведения туристского бизнеса и использоваться в качестве эффективного и выгодного инструмента маркетинговых коммуникаций.

Литература

1 Н. Назарбаев: соцсети – важная площадка для дискуссий. http://www.zakon.kz/4771286-socseti-vazhnaja-ploshhadka-dlja.html

2 О проекте Указа Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года» // Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 февраля 2013 года № 192

3 Solis B., Breakenridge D. Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009.

4 Action Global Communications of Kazakhstan. http://communications.kz/tags/action-global-communications/

5 TNS Web Index Казахстан. Интернет аудитория. Алматы/Казахстан, июль 2015 г. http://www.tns-global.kz/ru/research/research_smi.php

6 J'son & Partners Consulting. Рынок мобильного интернета в странах СНГ по итогам 2013 года. http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-mobilnogo-interneta-v-stranah-sng-po-itogam-2013-goda

7 Рейтинг SimilarWeb. Наиболее популярные площадки в Казахстане. http://www.similarweb.com/country/kazakhstan

8 Алиева Ж.Н., Нурулы Е. Оценка влияния социальных медиа на развитие туризма (на каз. яз.) // Вопросы географии и геоэкологии – 2015. – №2 Апрель-июнь. – Алматы. – С. 72-79

9 Wright D.K., Hinson M.D. Examining How Public Relations Practitioners Actually Are Using Social Media// Public Relations Journal. 2009. Vol. 3, No. 3.

References

1 N. Nazarbaev: socseti – vazhnaja ploshhadka dlja diskussij. http://www.zakon.kz/4771286-socseti-vazhnaja-ploshhadka-dlja.html

2 O proekte Ukaza Prezidenta Respubliki Kazahstan «Ob utverzhdenii Koncepcii razvitija turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan do 2020 goda» // Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 28 fevralja 2013 goda № 192

3 Solis B., Breakenridge D. Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009.

4 Action Global Communications of Kazakhstan. http://communications.kz/tags/action-global-communications/

5 TNS Web Index Kazahstan. Internet auditorija. Almaty/Kazahstan, ijul' 2015 g. http://www.tns-global.kz/ru/research/research_smi.php

6 J'son & Partners Consulting. Rynok mobil'nogo interneta v stranah SNG po itogam 2013 goda. http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-mobilnogo-interneta-v-stranah-sng-po-itogam-2013-goda

7 Rejting SimilarWeb. Naibolee populjarnye ploshhadki v Kazahstane. http://www.similarweb.com/country/kazakhstan

8 Alieva ZH.N., Nuruly Ye. Ocenka vlijanija social'nyh media na razvitie turizma // Voprosy geografii i geojekologii – 2015. – №2 Aprel'-ijun'. – Almaty. – S. 72-79

9 Wright D.K., Hinson M.D. Examining How Public Relations Practitioners Actually Are Using Social Media// Public Relations Journal. 2009. Vol. 3, No. 3.

Аблеева А.Г., Актымбаева Б.И.

Роль транспортной логистики в развитии туризма

В статье рассматриваются основные направления повышения и конкурентоспособности отечественного туристского рынка за счет развития транспортной логистики. Актуализируется определение пассажирских перевозок как деятельности по перемещению в пространстве пассажиров, их ручной клади и багажа, осуществляемой с использованием транспортных средств. Обобщена структура логистической системы пассажирских перевозок в виде сочетания трех составляющих, соответствующих уровням транспортного обслуживания. Авторами скомпонованы в три части основные проблемы, препятствующие реализации туристского потенциала: инфраструктурные ограничения и дефицит подвижного состава; низкий уровень доступности, качества и безопасности перевозок; недостаток компетенций и современных технологий. На основе проведенного исследования авторами предлагается ключевые усилия направить на строительство скоростных железнодорожных магистралей, обеспечивающих связность ключевых экономических центров; разработку программы увеличения транспортной связности крупных городских агломераций и реализацию программ развития транспортного сообщения.

Ключевые слова: транспортно-логистическая система, транспорт, транспортная инфраструктура, туристские перевозки, туристские объекты.

Ableeva A.G., Aktymbayeva B.I.

A Role of Transport Logistic is in Development of Tourism

In the article basic directions of increase and competitiveness of home tourist market are examined due to development of transport logistic. Determination of passenger transportations distinguished as to activity on transferring to space of passengers, their carry-on baggage and luggage, carried out with the use of transport vehicles. The structure of the logistic system of passenger transportations is generalized as combination of three constituents corresponding to the levels of a transport service. Authors are compose in three parts basic problems impedimental realization of tourist potential: infrastructural limitations and deficit of rolling stock; low level of availability, quality and safety of transportations; lack of competenses and modern technologies. On the basis of undertaken a study Authors is offered key efforts to point at building of speed railway highways, providing the connectedness of key economic centers; development of the program of increase

Key words: Transport logistic system, transport, transport infrastructure, tourist transportations, tourist objects.

Аблеева А.Г., Актымбаева Б.И.

Туризмді дамытудағы көлік логистикасының рөлі

Мақалада көлік логистикасының дамуын есепке алумен отандық туристік нарықты көтерудің және бәсекеге қабілеттілігінің негізгі бағыттары қарастырылды. Жолаушылар тасымалының анықтамасы көлік құралдарын пайдаланумен іске асыратын кеңістікте жолаушылардың, олардың қол жүгі мен жүктерінің орын ауыстыруы бойынша қызмет ретінде өзектендірілді. Жолаушылар тасымалының логистикалық жүйесінің құрылымы көліктік қызмет көрсету деңгейіне сәйкес келетін үш құрамдастың үйлесуі түрінде жалпыланды. Авторлармен туристік әлеуеттің іске асырылуына кедергі болатын негізі мәселелерді үш бөлікке тұтастырды: инфрақұрылымдық шектеулер және жылжымалы составтың тапшылығы; тасымалдаудың қол жетімділігінің, сапасының және қауіпсіздігінің төмен деңгейі; құзыреттің және заманауи технологиялардың жетіспеушілігі. Жүргізілген зерттеулердің негізінде авторлар басты күшті маңызды экономикалық орталықтардың орамдылығын қамтамасыз ететін жүрдек темір жол магистральдерін салуға; ірі қалалық агломерацияның көліктік орамдылығын ұлғайту бағдарламаларын әзірлеуге және көлік қатынасын дамыту бағдарламаларын іске асыруға бағыттауды ұсынады.

Түйін сөздер: Көлік-логистикалық жүйе, көлік, көлік инфрақұрылымы, туристік тасымалдау, туристік нысанда.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48:339.92(574)

***[1]Аблеева А.Г., [2]Актымбаева Б.И.**

[1]Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
[2]Университет Нархоз,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: ableeva_a@mail.ru

РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Введение

Пассажирские перевозки – деятельность по перемещению в пространстве пассажиров, их ручной клади и багажа, осуществляемая с и пользованием транспортных средств [1].

Обобщенно, структуру логистической системы пассажирских перевозок можно представить в виде сочетания трех составляющих, соответствующих уровням транспортного обслуживания. Этими составляющими являются дотранспортное, транспортное и послетранспортное обслуживание. Дотранспортное обслуживание включает в себя планирование поездки, обеспечение удобства подхода пассажиров к остановочным пунктам общественного транспорта. Транспортное обслуживание реализуется непосредственно через доставку пассажиров с использованием специального подвижного состава из пункта отправления в пункт назначения с необходимым уровнем комфорта [2].

Послетранспортное обслуживание заключается в обеспечении удобства подхода пассажиров к пунктам назначения либо пересадки на другой вид транспорта.

Исходные данные и методы исследования

Фактологической основой исследования является статистические данные по статистике и анализу, отчетные материалы консалтинговой компании Strategy Partners Group («Стратеджи Партнерс Групп»), материалы научных исследований, конференций и семинаров.

В процессе исследования использованы методики системного анализа, анализа совокупного спроса и факторов рисков невостребованной продукции, адаптированной к туристской отрасли, методы структурного анализа, социологические исследования.

Результаты и обсуждение

Сегодня транспортное обслуживание пассажиров является составляющей формирующейся транспортно-логистической сис-

темы Республики Казахстан, первоочередность развития которой определил в своем послании к народу Президент Республики Казахстан [3].

В свою очередь транспортно-логистическая система (ТЛС) – комплексное понятие, объединяющее физические активы, игроков рынка и оказываемые ими услуги, а также институциональную регуляторную среду.

Структура ТЛС представлена на рисунке 1 [4]. В соответствии с рисунком 1 анализ данных показывает, что структура ТЛС Казахстана включает в себя все виды перевозок, включая управление и регулирование комплекса в целом. Развитие ТЛС Казахстана ориентировано на реализацию транзитного и экспортного потенциала, обеспечение эффективного внутреннего товарооборота, повышение мобильности населения, развитие туризма.

Ключевой задачей развития ТЛС в области туризма является обеспечение свободного, комфортного, быстрого и безопасного перемещения населения; а также обеспечения к туристским центрам страны.

Как показывает мировой опыт, развитие ТЛС является одним из определяющих факторов развития туризма в стране, как внутреннего, так и международного. Так, к примеру, в Испании, занимающей лидирующие позиции по развитию туризма, высокая транспортная доступность туристских мест и низкие цены на авиабилеты – ключевые факторы развития туризма. ТЛС Испании имеет следующие базовые характеристики:

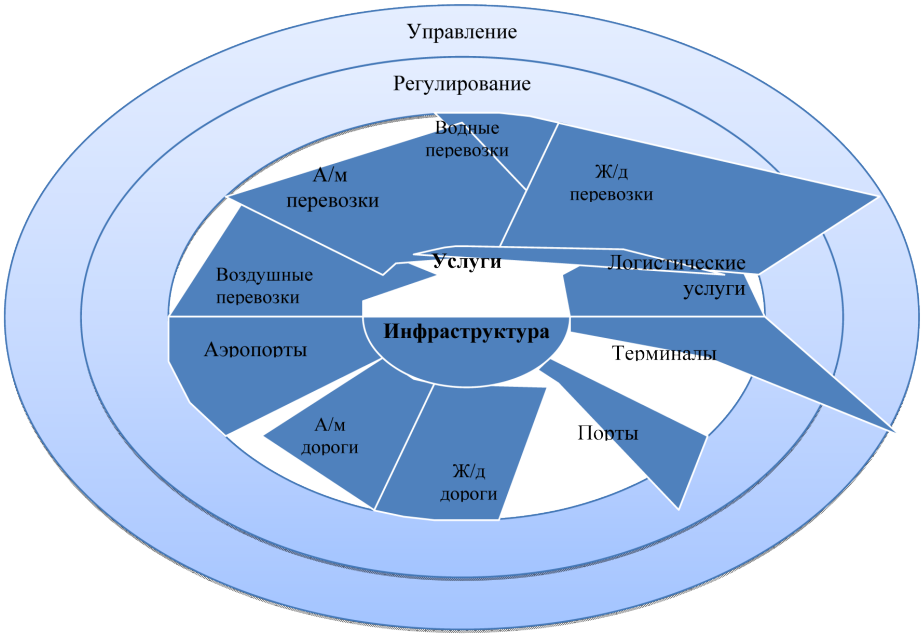


Рисунок 1 – Структура ТЛС Казахстана [4]

– сеть дорог имеет радиальную структуру с центром в Мадриде;

внутренние перевозки осуществляются в основном а/м и ж/д транспортом, внешние – морским и воздушным;

– все международные аэропорты связаны с центром города экспресс-автобусами;

– все узловые аэропорты находятся в 15-30 минутах дороги на ж/д или на автомобиле (рисунок 2).

В соответствии с рисунком 2, анализ данных показывает, что ключевые туристские маршруты Испании построены по радиальному принципу и соответствуют ТЛС страны. Средняя стоимость авиабилетов на перечисленные рейсы составляет от 30 до 150 долл.США (тогда как в Казахстане средняя стоимость авиаперелетов внутри РК составляет более 200 долл.США).

Повышение мобильности населения и реализация туристского потенциала страны потребует решения широкого спектра задач в области развития инфраструктуры, доступности транспортных услуг, их безопасности и надежности. На сегодняшний день выявлены основные

проблемы, препятствующие реализации туристского потенциала и потенциала пассажирских перевозок, к ним можно отнести следующие элементы (таблица 1).

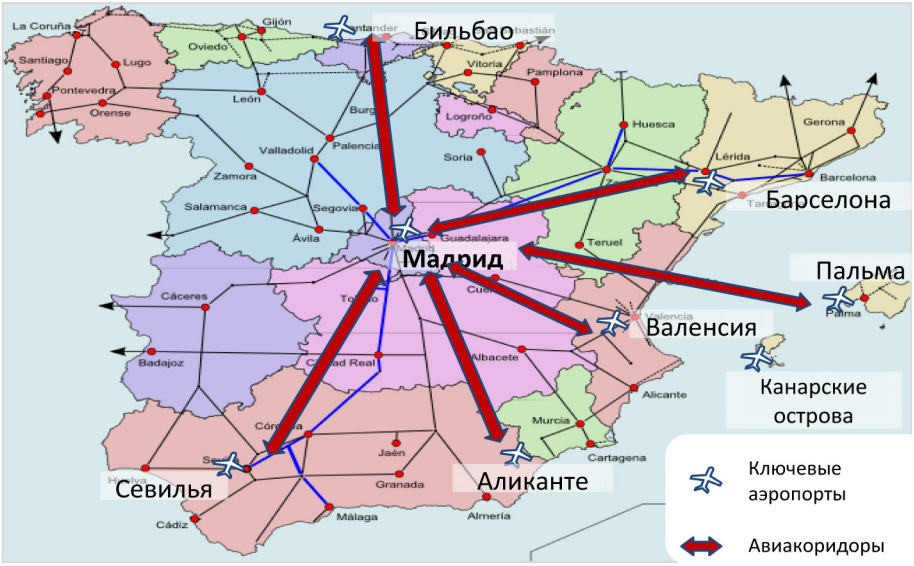


Рисунок 2 – Ключевые туристские маршруты и время перелета в Испании [5]

Таблица 1 – Основные проблемы препятствующие реализации туристского потенциала

Инфраструктурные ограничения и дефицит подвижного состава	низкий уровень доступности, качества и безопасности перевозок	Недостаток компетенций и современных технологий
1) Недостаток транспортных узлов; износ и недостаток дорог, снижающие связность ключевых экономических и туристических центров; 2) Критический износ и дефицит пассажирского вагонного парка, магистральных автобусов и региональных воздушных судов.	1) Высокий уровень аварийности, особенно в автомобильном транспорте; 2) Отсутствие систем информирования населения и гостей страны о принципах работы пассажирского транспорта, маршрутах и т.д. 3) Недостаточная интеграция крупных транспортных узлов в общую транспортную сеть страны (сложность и длительность поездки до ключевых аэропортов).	1) Отсутствие элементов интеллектуальной транспортной системы на пассажирском транспорте; 2) Недостаточный уровень подготовки кадров.
П р и м е ч а н и е: составлено автором на основе источников [5]		

В соответствии с таблицей 1, основные проблемы, препятствующие реализации туристского потенциала скомпонованы в три части:

инфраструктурные ограничения и дефицит подвижного состава;

низкий уровень доступности, качества и безопасности перевозок;

недостаток компетенций и современных технологий.

В этой связи ключевые усилия должны быть направлены на:

1. Строительство скоростных железнодорожных магистралей, обеспечивающих связность ключевых экономических центров, в этой связи уже вводятся в эксплуатацию проекты скоростных магистралей (Алматы–Актобе, Алматы–Атырау, Астана–Атырау-Астана–Актобе, Алматы–Защита, Астана–Защита, Алматы–Петропавловск, Кзылорда– Астана); 2. Разработку программы увеличения транспортной связности крупных городских агломераций. Такая программа на наш взгляд должна четко определять:

маятниковые миграционные потоки и их интенсивность;

оптимальный вид транспорта для организации перевозок внутри регионов;

целесообразные виды транспорта для обеспечения сообщения внутри агломераций, преимущественно рейсовым автотранспортом и скоростным железнодорожным;

3. Разработку программ развития транспортного сообщения между крупными региональными центрами и туристскими центрами (рисунок 3) [5].

В соответствии с рисунком 3, видно, что ссоответствующая программа должна четко определять:

популярность туристских центров;

интенсивность пассажиропотоков между туристскими местами и региональными центрами;

оптимальный вид транспорта для организации перевозок в зависимости от посещаемости туристского центра и расстояния от регионального центра.

• Источники: Агентство РК по статистике, аналитика Strategy Partnres

Рисунок 3 – Ключевые туристские центры и крупнейшие районные центры Республики Казахстан [5]

4. Содействие развитию аэропортов и малой авиации, расширение парка воздушных судов, базирующееся на создании конкурентной среды через открытие доступа на рынок РК иностранным компаниям, снятие ограничений с аэропортов по доходам с непрофильной деятельности, перевод взлетно-посадочных полос в государственную собственность, а также финансовая поддержка авиакомпаний и обновление парка воздушных средств (через лизинговые схемы), что позволит создать условия для увеличения доступности авиаперевозок для населения (рисунок 4).

Анализ данных рисунка 4 показывает, что строительство современных транспортно-пересадочных узлов в местах пересечения различных видов пассажирского транспорта и ключевых направлений позволит обеспечить высокую транспортную доступность, удобства и сократит временные затраты

5. Развитие системы информирования населения и туристов о работе системы общественного транспорта, базирующуюся на единой информационной системе, позволяющей планировать поездку в масштабах страны и отдельного города, то есть создание своеобразного мультимодального онлайн-планировщика маршрута, позволяющего определить все возможные варианты достижения пункта назначения из пункта отправления и подобрать лучший вариант с учетом требуемого времени прибытия или минимизации стоимости. Кроме того эта система должна включать единую электронную систему на нескольких языках, в том числе на английском, позволяющим иностранным гостям свободнее использовать системы оплаты и навигации по туристским объектам, в т.ч. на пригородных направлениях, упростит пользование общественным транспортом, особенно туристу, и послужит бесплатным кредитом для транспортных компаний.

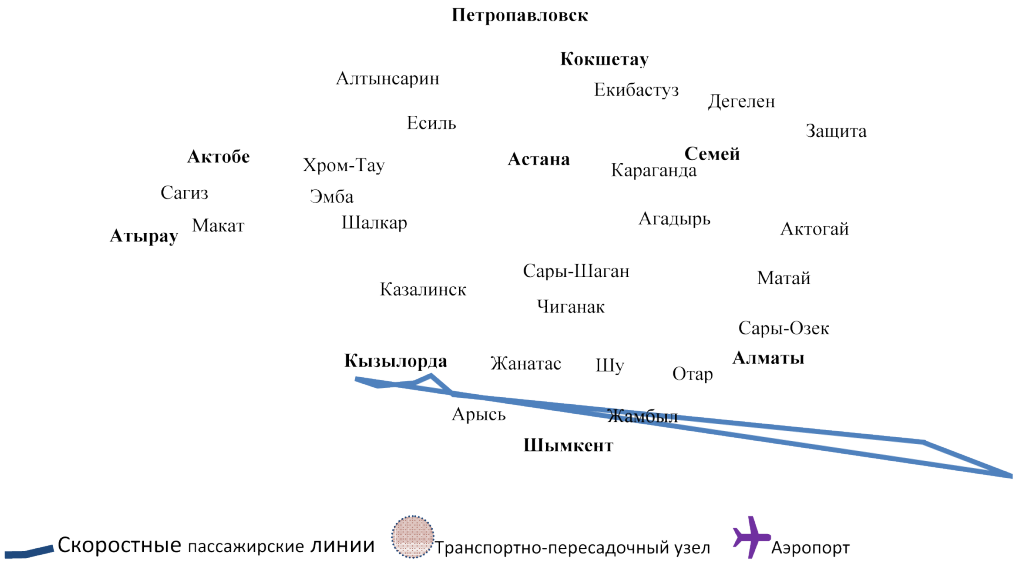


Рисунок 4 – Схема перспективного расположения транспортно-пересадочных узлов (ТПУ) [5]

Выводы

Повышение мобильности населения и реализация туристского потенциала страны потребует решения широкого спектра задач в области развития инфраструктуры, доступности транспортных услуг, их безопасности и надежности.

В этой связи ключевые усилия должны быть направлены на:

Строительство скоростных железнодорожных магистралей, обеспечивающих связность ключевых экономических центров;

Разработку программы увеличения транспортной связности крупных городских агломераций;

Разработку программ развития транспортного сообщения между крупными региональными центрами и туристскими центрами;

Содействие развитию аэропортов и малой авиации, расширению парка воздушных судов, что позволит создать условия для увеличения доступности авиаперевозок для населения.

Развитие системы информирования населения и туристов о работе системы общественного транспорта, базирующееся на единой информационной системе.

Литература

1 Миротин Л.Б. Общественный пассажирский транспорт. – М.: Экзамен, 2003. – 224 с.
2 Григорьев М.Н., Уваров С.А. Логистика. – Логистика. – М.: Издательство МГУ, 2011. – 782 с.
3 Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 – 2019 годы. – Астана, 2015.
4 Государственная Программа развития и интеграции инфраструктуры транспортной системы до 2020 года. – Астана, 2013
5 Транспортная логистика в РК// Отчетные материалы консалтинговой компании Strategy Partners Group («Стратеджи Партнерс Групп»). – Астана, 2011. – 340 с.

References

1 Mirotin L.B. Public passenger transport. – M.: Examination, 2003. – 224 p.
2 Grigor'ev of M.N., Uvarov of S.A. Logistic. it is Logistic. – M.: publishing House MGU, 2011. – 782 p.
3 Government program of infrastructural development of «N?rly zhol» on 2015 – 2019. it is Astana, 2015.
4 Government Program of development and integration of infrastructure of a transport system 2020 to. it is Astana, 2013.
5 Transport logistic in RK// Current materialy of consulting company Strategy Partners Group («Stratedzhi Partners Groups»). it is Astana, 2011. – 340 p.

Айдарова А.З., Абдуллина А.Г.

Қазақстандағы туристік фирмалардың имиджін қалыптастырудағы PR-технологияның рөлі

Мақалада туризмде инновациялық технологияларды пайдаланудың теориялық аспектілері, туристік фирма имиджінің халықаралық стандарттарға сай дамуы және осы мақсатта инновациялық технологияларды белсенді пайдалану бағыттары қарастырылған. Туристік компаниялардың табысты жұмыс істеуі, халықаралық нарықта танымал болуы үшін заманауи инновациялық, соның ішінде PR-технологияларды пайдаланудың маңызы зор. Осы мақсатта туристік фирманың қызметі, қызметкерлерінің ойы, пікірі фирманың имиджін жоғары деңгейде дамытуға бағытталуы қажет. Қазақстандағы туризмнің даму деңгейін көтеру үшін оны дүние жүзіне туристік ел ретінде танытатын туризм ошақтарының шетелдерге кеңінен таныту имиджін көтеру керек. Бұл шаралар еліміздегі туризм бағыттарының жекелеген аймақтары бойынша жоғары деңгейде дамуына мүмкіндік береді, Қазақстанның ірі туристік аймақтарында және әлі де болса туристік тұрғыдан зерттелмеген аудандарында туризм кластерін жүзеге асыру үшін де қолайлы.

Түйін сөздер: туристік фирма имиджі, инновациялық технологиялар, паблик релейшнз, паблисити, туристік нарық.

Aidarova A.Z., Abdullina A.G.

The Role of PR-technologies in the Creation of the Image of Tourist Companies in Kazakhstan

The article discusses the theoretical aspects, the application of innovative technologies for raising the image of tourist firms, according to the international standard and the basic directions of applied innovative technologies. For successful operation of tourist companies and their reputation in the tourism market, it is advisable to use new and innovative, including PR-technologies. To meet this objective the work of tourist firms and the opinion of its personnel should be focused on raising the image of the company. To convert Kazakhstan recognizable tourist center in the world and to raise the level of tourism development is considered to be an effective method of creation of the tourist image of the country. These events provide an opportunity to promote tourism in individual regions of Kazakhstan. They are more acceptable in major tourist areas and little -studied areas of the tourism plan to create a tourism cluster.

Key words: image of tourism firms, innovative technologies, Public relations, publicity, tourism market.

Айдарова А.З., Абдуллина А.Г.

Роль PR-технологий в создании имиджа туристских фирм в Казахстане

В статье рассматриваются теоретические аспекты применения инновационных технологий для поднятия имиджа туристских фирм согласно международному стандарту и рассмотрены основные направления применяемых инновационных технологий. Для успешной работы туристских компаний и их известности на туристском рынке целесообразно применение новых инновационных технологий, в том числе PR-технологий. Для выполнения этих целей работа туристской фирмы и мнения ее персонала должны быть направлены на поднятие имиджа компании. Для превращения Казахстана в узнаваемый туристский очаг в мире и для поднятия уровня развития туризма эффективным методом считается создание туристского имиджа страны. Эти мероприятия дают возможность развития туризма в отдельно взятых регионах Казахстана. Они более приемлемы в крупных туристских регионах и для мало изученных в туристском плане районах для создания туристского кластера.

Ключевые слова: имидж туристской фирмы, инновационные технологии, паблик рилейшнз, паблисити, туристский рынок.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 379.85

***Айдарова А.З., Абдуллина А.Г.**

Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті,
Қазақстан Республикасы, Ақтөбе қ.
*E-mail: akshunus_a@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИСТІК ФИРМАЛАРДЫҢ ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ PR-ТЕХНОЛОГИЯНЫҢ РӨЛІ

Кіріспе

Туризм саласын дамытуға елімізде соңғы жылдары ден қойыла бастады. Елбасымыздың халыққа жолдауында туризм саласын кластерлік жолмен дамыту жоспары туралы: «Ағымдағы дамудың маңызды мәселелерінің бірі Қазақстан экономикасына тікелей шетел инвестицияларының ағынын әртараптандыру болып табылады. Оларды перспективалы салаларға, мысалы, туризм саласына бағыттау қажет. Дамыған елдерде туристік кластердің үлесіне ІЖӨ-нің 10 пайызына дейіні тиесілі. Бізде 1 пайызға да жетпейді. Тұтастай ел бойынша туризм өсімінің нүктелерін зерттеу қажет, олар аз емес» - деп айтылған болатын [1].

Дүниежүзілік туристік ұйымның деректері бойынша туризм тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің әлемдік экспортында (7,4 %) тек автомобильдер, химия және отын өнімдерінің экспортына жол бере отырып, төртінші орынды иеленеді. Ал кіріс жағынан бұл сала әлемде мұнай өндіру өнеркәсібі мен машина жасаудан кейін үшінші орынды иеленеді. Қазақстан бай туристік-рекреациялық әлеуетке ие бола отырып, туризмнің жеткілікті деңгейде дамымауымен сипатталады. Оның жалпы ішкі өнімдегі үлесі (тұру және тамақтану бойынша көрсетілетін қызметтер ғана есептеледі) шамамен 0,3 %-ды құрайды. 2012 жылы туристік қызметтен түскен кіріс көлемі 151,7 млрд. теңгені құрады, бұл 2008 жылғыдан 2 есе артық (77,6 млрд. теңге) [2]. Дегенмен, Қазақстандағы туризм өз деңгейінде дами алмай отыр, туризм ошақтары жергілікті және халықаралық деңгейде әлі де болса өте танымал емес. Туризмнен түскен кіріс көзі өз деңгейінен төмен. Туризмге қатысты ақпараттар ағыны әлі де болса аз.

Туризм – бизнес. Осы бизнестің түрінің ойдағыдай дамып, тұтынушылардың көңілінен шығуы PR-ға (паблик рилейшнз) да байланысты. Паблик рилейшнз туристік мекеме мен қоғамның өзара түсіністігі мен жағымды қарым-қатынасын жасауға бағытталған жоспарлы, ұзақ іс-әрекет. Оның мақсаты – фирманың үйлесімді қарым-қатынаста жұмыс істей отырып коммерциялық табысқа жету үшін жағымды имижін жасау. PR – маркетинг, менеджмент және журналистиканы байланыс-

тыратын күрделі әрекет. Өркениетті әлем паблик рилейшнздің құралдарын жоғары экономикалық, саяси және әлеуметтік мақсаттарға жету үшін қолданады. PR – нарықтық процестердің дамуымен байланысты пайда болды, ол мекеме, компания, фирманың өз-өзін дамытуына, жетілдіруіне көмектеседі.

Бастапқы мәліметтер мен зерттеу әдістері

Ұсынылған мәселенің зерттелу деңгейіне тоқталсақ, елімізде туризм және оны зерттеудегі инновациялық әдістер, соның ішінде PR-технологияға қатысты қарастырылған еңбектер артып келеді. Жалпы туризм проблемаларын зерттеу мәселесі бойынша Ердавлетов С.Р., Мазбаев О.Б., Алиева Ж.Н., Абишева З.М., Абдреева Ш.Т. және т.б. отандық ғалымдардың жазылған еңбектері бар. Сонымен қатар ҚР Статистика жөніндегі агенттігі жыл сайын Қазақстан Республикасындағы туризм туралы статистикалық жинақтарды шығарып тұрады. Туризмдегі инновациялық технологиялар туралы Кусков С.А., Квартальнов В.А., Почепцов Г.Г., Малахова Н.Н., Бочарников В.Н., Дурович А.П. және т.б. еңбектерінде қарастырылған.

Нәтижелер мен талдау

Туризм саласындағы PR-дың ролі жоғары. Ол:

– туристік фирмаға ішкі, сыртқы қоғамдық топтармен байланыс орнатуға ықпал етеді;

– әлеуметтік проблемаларды шешуге көмектеседі;

– бәсекеде табысқа жетуге көмектеседі;

– туристік фирмаларға өмір сүруге, дамуға, барлық стандарттарға (халықаралық) сай болуға мүмкіндік береді [3].

Туристік фирма өзін көрсетуі, имиджін қалыптастыруы керек. PR-дың міндеті соған көмектесу, фирманың жетекшілеріне ақыл-кеңес беру, қауіп-қатерді алдын-ала сезіп, уақытында ескерту, проблемаларды көріп, шешуге мүдделі болу, қызметкерлер арасындағы тиімді өзара байланысты қалыптастырып, қоғам мен туристік фирманың арасында үйлесімділікке негізделген жылы қарым-қатынас орнату. Паблик рилейшнз жаңа коммуникациялық технологиялардың дамуымен күрделене түседі.

Олай болса, халықаралық стандарттарға сай осы саланы жетілдіру, Қазақстандағы туризм инфрақұрылымының дамуы PR-менеджерлерге де үлкен жауапкершілік жүктейді. Қазақстанға деген шетелдік туристердің қызығушылығын арттыру үшін не істеу керек?, - деген сұрақ төңірегінде ізденіс жүргізсек:

– біріншіден, осы салаға жеке кәсіпкерлерді жұмылдырса, бұл проблеманы шешуге болатын сияқты;

– екіншіден, еліміздің имиджін қалыптастыру үшін жасалған жобаларды жасап ұсыну;

– үшіншіден, Қазақстандағы туризмді дамытуда PR-коммуникацияның әлемдік бұқаралық ақпарат құралдарымен байланыс орнатып Қазақстанның туристік обьектілері жайында ақпарат тарату, жарнама жасау қажет.

Қазіргі уақытта еліміздің дамуына бағытталған инвестиция көлемінің көп бөлігі туризм саласына тиесілі болып отыр. Бұл қаржының көп бөлігі Қазақстанның туристік имиджін қалыптастыруға және шетелде танымал болуына бағытталады.

Дүниежүзілік экономикалық форумның туризм саласы бойынша бәсекеге қабілетті рейтингі бойынша Қазақстан 141 елдің арасында 85 орынды иеленді. Салыстырып қарастырсақ, 2009 жылы Қазақстан 140 елдің ішінде 92 орында жайғасқан болса, ал 2013 жылы 88 орында болды [2].

Бұл көрсеткішке талдау жасар болсақ, алда туризм саласында тиімді шараларды жүргізу негізінде оң нәтижеге жету мүмкіндігінің мол екенін көруімізге болады.

Туризм саласындағы инвестициялық саясаттың тағы бір маңызды мәселесі – шағын және орта кәсіпкерлікті қолдап, дамыту мақсатында туристік ұйымдарға ұзақ мерзімді несие беріліп отыр. 2013 жылы елімізде 1705 туристік ұйым жұмыс істеді. Олардың басым көпшілігі шағын кәсіпкерлік ретінде тіркелген [2].

Туризм саласын дамыту мақсатында республиканың Білім және ғылым министрлігіне 2014-2016 оқу жылдары туризм мамандығына 360 грант бөлінді. Бүгінде Қазақстанның жоғары оқу орнындарында туризм менеджері, халықаралық туризм менеджері, ақпараттық технология менеджері, қоғаммен байланыс менеджері, сауда менеджері, аудармашылар мен гид-нұсқаушылар мамандықтары бойынша студенттерді дайындауда.

PR-дың ең маңызды міндеті мекемеге, ұйым, компанияға паблисити, имидж жасау болып табылады.

Паблисити – бұл фирманың танымал болуы, оның жағымды сыртқы бейнесі. Бұл фирманың тұтынушылармен, бәсекелестермен, демеушілермен, яғни, сыртқы әлеммен байланысы. «Паблисити» мен «паблик рилейшнз» – сино-

нимдер емес. Паблик рилейшнз – процесс, қызмет немесе қызметтер саласы. Ал паблисити – құрал, паблик рилейшнздің нәтижесі.

Паблисити PR-дың құралы ретінде төмендегідей жағдайларда мекемеге белгілі бір деңгейде әсер етеді:

– Мекеменің беделін өсіру;

– Нарыққа жаңа тауар, өнім шығарғанда;

– Күрделі өнім мен қызметті түсіндіру, жарнамалау;

– Өнімді ұсынуға бөлінген бюджет аз болғанда;

– Дағдарыс жағдайында.

– Имидж ұғымының мазмұны екі құрамдас бөліктен тұрады:

– Сипаттау (ақпараттық) бөлігі. Онда мекеменің бейнесі туралы жиынтық ұғымдар болады.

– Бағалау (байланыс) қабылданған ақпарат эмоция туғызады.

– Адамдар (тұтынушылар) мекемені өздерінің өткен тәжірибесі тұрғысынан, жалпы қабылданған нормалар және моральдық принциптер арқылы бағалайды.

Қазақстандағы туристік компаниялар шетелдерде өткізілетін семинар, конференцияларға қатысып тұрады, бұл шараларда корпоративтік басқару, ішкі аудит, зерттеу т.б. да мәселелер жиі қозғалатындықтан PR-мамандары үшін де өте пайдалы.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасында туризм саласында имидждік стратегияны дамыту шеңберінде мынадай шараларды шешу мүмкіндігін қарастыру көрсетілген:

1) халықаралық нарықтарда жұмыс істеу үшін туристік бренд әзірлеу, сондай-ақ іздестіру маркетингі (SEM) арқылы ақпаратты, мамандандырылған вебсайттардағы баннерлерді, мобильді жарнаманы орналастыруды, Веб (Web) 2.0 құралдарын жылжытуды қоса алғанда, интернет-маркетинг, сондай-ақ Қазақстан бойынша барлық туристік ұсыныстарды көрсететін және онлайн-брондау функциясын ұсынатын мамандандырылған онлайн-тұғырнама құру;

2) негізгі нарықтарда Қазақстанның туристік өкілдіктерін ашу. Бірінші кезеңде Ресейде, Гонконгте бір өкілдік және Батыс Еуропа елдері үшін біреуін ашу ұсынылады, кейіннен азиялық нарықты анағұрлым толық қамту, сондай-ақ Еуропадағы өкілдіктер санын ұлғайту жоспарланады;

3) Қазақстандық туристік компаниялардың өз туристік өнімдерін халықаралық нарықта, оның ішінде халықаралық туристік көрмелерге қатысуын ішінара субсидиялау есебінен ілгерілетуіне қатысуын ынталандыру;

4) Қазақстанның туристік өнімдерін ақпараттандыру және жылжыту мақсатында көшпелі іс-шараларды, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері мен туризм индустриясының шетелдік кәсіпқойлары үшін Қазақстан бойынша таныстыру турларын ұйымдастыру [4].

Туристік компаниялардың имиджін көтеру үшін өткізетін шаралары әртүрлі болуы керек. Оған компанияның қаржылық, материалдық ресурстары, адам ресурстары және демеушілік қолдауы, т.б. керек. Қоғамдық ұйымдар да көмектесуі мүмкін. Шараға журналистердің қатысуы да оның жарнамалануы мен халық арасында қызығушылық туғызудың бір әдісі ретінде қолданылуы қажет. Олар демеушілермен келіссөздер жүргізуге ықпал етеді. Шараның қорытындысында компания нарықта танымал болады, БАҚ-қа жарияланады. Сонымен қатар, туристік фирманың имиджін көтеруде инновациялық технологиялардың бағыты ретінде Internet технологиялардың маңызы зор. Internet технологияларды пайдалану дәстүрлі технологияларға қарағанда басымдылық көрсете отырып, төмендегілерге қол жеткізуге мүмкіндік береді:

- ақпараттық коммуникацияларды жоғары дәрежеде қалыптастырып, оны әрі қарай дамытуға

- әр түрлі бағыттағы ақпараттарды қоғамда, әлеуметтік және іскерлік ортада бұрынғыға қарағанда толық, әрі уақытылы таратуға;

- қоғамдағы экономикалық және саяси өзгерістер туралы жедел ақпарат алуға.

Осылайша, заманауи Internet технологиялар туристік кәсіпорындардың оң имиджінің қалыптасуында негізгі роль атқара отырып, тұтынушылар алдында өзінің бәсекелестіктегі артықшылығын таныта алады.

Мақсатқа қол жеткізу үшін компанияның негізгі PR-міндеттері:

Ақпараттық кеңістікке үнемі белсенді қатысу;

Мақсатты аудиторияның компания туралы таным-түсінігін кеңейтуге арналған шараларды ұйымдастыру;

Қоғам тарапынан қызығушылықты арттыру.

Көрме-жәрмеңке іс-шаралары қазіргі туристік маркетингте маңызды рольге ие. Олар туристік мекемеге бір мезетте экономикалық, ұйымдастыру, техникалық, коммерциялық ақпараттарды беруге, қызметтің құны туралы кең хабарландыруға мүмкіндік береді. Көрме-жәрмеңке іс-шаралары туризм саласының дамуының, ақпараттық биржаның, бағаны, өзге-

рістерді болжаудың айнасы. Себебі, туристік мекеме клиент үшін көрме ұйымдастыруда барлық мүмкіндіктерді пайдаланады.

Көрме-жәрмеңке іс-шараларының түрлерін былайша сипаттауға болады:

Көрме – туристік өнімнің иллюстрациялық сипаттамасы;

Жәрмеңке – нарықтағы туристік өнімнің экономикалық көрме үлгісі;

Салон – туристік өнімді көрсету (турфестиваль);

Биржа – коммерциялық көрме және туристік өнімді нарықта тарату;

Туристік дүкен (турмаркет; телемаркет) – туристерге арналған арнаулы дүкен.

Бұл аталған іс-шаралардың әрқайсысы өзіне ғана тән өзгешелігімен ерекшеленеді. Мысалы, Биржалар арқылы келесі жылға арналған турларды белсенді жарнамалау не ашылады не жабылады. Ірі халықаралық туристік биржалар: «ГТВ» (Берлин), «London Travel Market» (Лондон) т.б. болып табылады [5].

Көрмеге қатысуы үшін туристік фирма маркетингтік коммуникацияның тиімді құралы болып табылатын жоспарлауды мұқият жүзеге асырады. Туристік фирманың көрмеге қатысу процесін шартты түрде өзара байланысты кезеңдерге бөлуге болады:

Көрмеге қатысуға принципті шешім қабылдау.

Туристік мекеменің мүмкіндіктерді мұқият талдауы:

Туристік фирма өткізілген көрмемен қатар презентация, баспасөз мәслихаты, дөңгелек үстелдерді өткізуді ұлғайту тиімді.

Соңғы есепті кезеңдерде елдің келесі халықаралық туристік көрмелерге қатысуы ұйымдастырылды: ITB (Берлин қ.), «Интурмаркет» (Мәскеу қ.), ATM (Дубаи қ.), ITE (Гонконг қ.), PATA Travel Mart-2015 (Бангалор қ.), JATA-2015 (Токио қ.), WTM (Лондон қ.). Қазақстандық делегациясына министрлігінің өкілдері, туризм, дене шынықтыру және спорт, туризм және ұлттық қолөнер қоғамдық ұйымдардың, қонақ үйлер, суретшілер, өкілдерінің аймақтық бөлімі кіреді [2].

Экономикалық даму, тұрғылықты халықтың өмір сүру деңгейін жақсарту және кедейшілікті азайту дүние жүзіндегі барлық мемлекеттер үшін басым міндеттердің бірі.

Туристер баратын жер қауіпсіз болуы керек. Туристердің көпшілігі Қазақстанға әлеуметтік және экономикалық тұрақтылық болғаннан кейін келетіні белгілі. Мұндай жағдайда туризмдегі PR-дың ролі өте жоғары. Дағдарыс – имиджге зиян, оны басқару қажет. Дағдарыс бола қалғанда ең алдымен PR-кампанияны таңдап, дағдарыстың концепциясын жасау керек. Кез келген компанияда дағдарысқа қарсы бағдарлама болуы қажет, өкінішке қарай көпшілік компаниялар бұл бағдарламаны жасамайды, сондықтан да төтенше жағдайларда не істерін білмей қиналады. Бұл бағдарлама PR-стратегияның бір бөлшегі ретінде болады. Бағдарламада дағдарыс бола қалған кезде кім не істеуі, немен айналысуы керек, ақпараттық орталықты қалай жасауға болады, БАҚ-пен қалай байланыс орнату керек, журналистермен қалай сөйлесу керек, - деген мәселелер қарастырылады [6].

Паблик рилейшнз туристік мекеме мен қоғамның өзара түсіністігімен жағымды қарым-қатынасын жасауға бағытталған жоспарлы, ұзақ іс-әрекет. Оның мақсаты – фирманың жағымды имижін үйлесімді қарым-қатынаста жұмыс істей отырып коммерциялық табысқа жету үшін жасау.

Қазақстанда PR-коммуникация 1980 жылдары пайда болса, іскери белсенділіктің жаңа формасы ретінде PR 1990 жылдары қалыптасты. Еліміздегі PR-нарық экономикалық, саяси және әлеуметтік процестермен өзара байланыста дамиды. PR жарнама және ақпараттық-коммуникациялық қызметпен тығыз байланысты. Қазақстандағы PR-дың батыстан ерекшелігі - әмбебаптығы, жан-жақтылығы болып табылады. PR жеке салаларға толық бөліне қоймағандықтан, оны біртұтас қызмет ретінде жан-жақты қарастыру қажет.

Туризм саласындағы PR-шаралардың тиімділігін анықтау төмендегі мәселелерге негізделеді:

туризмнің проблемасын көтеру, шешу, туристік фирмалардың имиджін көтеру, қоғам назарын өзіне аудару нәтижелерін БАҚ-тағы жарық көрген материалдарға контент-талдау жасау арқылы, зерттеу әдістері арқылы бағалау;

инвестиция тарту тиімділігін бағалау;

компаниядағы өткізілген PR-шаралар туралы есеп.

Қорытынды

Қорытындылай келе, қозғалған мәселелерді былай тұжырымдауға болады:

Қазақстандағы туризмнің жарнамасы әлі де жеткіліксіз деңгейде, сондықтан болашақта жарнаманы жетілдіру қажет;

Қазақстандағы туристік компания, агенттік, фирмалардағы PR-мамандар жарнама, маркети-

нгпен де айналысқандықтан, PR-шараларын өз деңгейінде жетілдіру;

Қазақстандағы туризмнің дамуы үшін мемлекет тарапынан жағдайлар жасалуда, Елбасының жолдауларында кластерлік туризмді дамыту жайында айтылып жүр. Қазақстанда туризмге негіз боларлық нысандар, табиғи жерлер, көрікті аймақтар жеткілікті. Ішкі туризмді ұйымдастырудағы кемшіліктерді түзету;

Туристік саладағы PR-мамандар БАҚ-мен байланыс механизмдерін жеткілікті меңгеруі қажет.

Әдебиеттер

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамуының басты бағыты». – Астана: 2012ж.

2 Туризм индустриясы департаметінің 2015 жылы атқарылған жұмыстар туралы есебі. Туризм индустриясы департаментінің ресми сайты: http://dep-turizm.mid.gov.kz/ru/pages/otchety-o-prodelannoy-rabote

3 Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - 2-е изд. – М.: «Рефл-бук»; К.: «Ваклер», 2000. – 624 с.

4 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы. 2014 жылғы 19 мамыр № 508 қаулы

5 Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. М., 2008. – 224с.

6 Бочарников В.Н., Лаврушина Е.Г., Блиновская Я.Ю. Информационные технологии в туризме. М., 2008 - 351с.

References

1 Kazakhstan Respublikasynyn Prezidenty N.A. Nazarbayevtyn chalkyna Sholdauy. «Aleumettyk-ekonomikalyk shangyrtu – Kazahstan damuynyn basty bagyty». – Astana: 2012.

2 Turizm industriyasy departamentynyn 2015 zhyly atkarylgan zhumystary turaly eseby. Turizm industriyasy departamentynyn resmi saity: http://dep-turizm.mid.gov.kz/ru/pages/otchety-o-prodelannoy-rabote

3 Pochepcov G.G. Publik rileshnz dliya proffessionalov. - 2-e izd. – M.: «Refl-buk»; K.: «Vakler», 2000. – 624 s.

4 Kazahstan Respublikasynyn turistyk salasyn damytudyn 2020 zhylga dejingy tyzhyrymdamasy. 2014 zh. 19 mamyr № 508 kauly.

5 Malaxova N.N., Ushakov D.S. Innovatii v turizme i servise. M., 2008. – 224s.

6 Bocharnikov V.N., Lavrushina E.G., Blinovscaiya Y.J. Informationnye technology v turizme. M., 2008 – 351s.

Айтуарова А.Е., Абишева З.М.

Структурная организация детско-юношеского туризма Акмолинской области

В статье рассмотрены вопросы организации детско-юношеского туризма в Акмолинской области. Детско-юношеский туризм и туристско-краеведческая деятельность имеют большое значение в воспитании подрастающего поколения, формировании ценностных ориентаций, нравственном оздоровлении и культурном развитии нации. Туристско-краеведческая деятельность в Акмолинской области включает в себя спортивный и оздоровительный туризм, научно-исследовательскую деятельность и разнонаправленный краеведческий поиск, экспедиционный туризм, музейное дело, спортивное ориентирование; деятельность военно-патриотических формирований. В настоящее время в сфере детско-юношеского туризма Акмолинской области одновременно работают как коммерческие, так и некоммерческие организации. Коммерческая сфера состоит из туристских фирм, туристских баз, санаториев и лагерей, работающих со школьниками. В Акмолинской области функционирует 23 детских оздоровительных центра и лагеря, способных одновременно принять почти 11 тысяч детей. Наличие необходимых туристско-рекреационных ресурсов и инфраструктуры делает этот регион республиканским и международным центром детского лечебного и оздоровительного туризма. При правильном планировании и регулировании использования туристского потенциала Акмолинской области детско-юношеский туризм станет одним из ведущих направлений туризма.

Ключевые слова: детско-юношеский туризм, туристско-краеведческая деятельность, учебно-оздоровительный центр, центр детско-юношеского туризма, краеведения и экологии.

Aituarova A.E., Abisheva Z.M.

Structural Organization of Child-Youth Tourism in Akmola Region

The article considers questions of child-youth tourism organization in Akmola region. The Child-youth tourism and local-traveler activity have enormous meaning in upbringing of rising generation, formation of value orientation, ethical enhancement and cultural improvement of nation. Local-traveler activity in Akmola region is consisted of : sports and health-improving tourism, scientific-research activity and multidirectional regional search, expeditionary tourism, museology, health orienteering, formation of military-patriotic activity. Currently, Child-youth tourism sphere in Akmola region simultaneously deals with commercial and non-commercial organizations. Commercial sphere includes: travel companies, tourist centers, sanatoriums and camps, collaborating with schoolchildren. In Akmola region 23 children`s recreation centers is operating and capable to accept almost 11 thousand children in the same time.

Availability and necessity of tourist-recreational resources and infrastructures make this region republican and international center of children`s healing and sanitary tourism. By proper scheduling and exploitation of tourist-potentials within Akmola region, child-youth tourism becomes one of the leading branch of tourism.

Key words: child-youth tourism, local(regional)-traveler activity, educational-sanitary center, center of child-youth tourism, regional ethnography and ecology.

Айтуарова А.Е., Абишева З.М.

Ақмола облысының балалар мен жасөспірімдер туризмінің құрылымдық ұйымдастырылуы

Мақалада Ақмола облысының балалар мен жасөспірімдер туризмінің ұйымдары қарастырылған. Балалар мен жасөспірімдер туризмі мен туристік өлкетану қызметі жас ұрпақты тәрбиелеуде, құндылықтарды қалыптастыруда, адамгершілікті жетілдіру мен ұлттың мәдени дамуында алатын орны зор. Ақмола облысының туристік өлкетану қызметі қамтиды: спорттық және сауықтыру туризмі; ғылыми-зерттеу қызметі мен тарихи-өлкетану бағыттағы зерттеу жұмыстары; экспедициялық туризм; музей ісі; әскери-патриоттық құндылықты қалыптастыру жұмыстары. Бүгінгі таңда Ақмола облысының балалар мен жасөспірімдер туризм саласында коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдар жұмыс жасайды. Коммерциялық ұйымдар туристік фирмалар, туристік орталықтар, оқушылармен жұмыс жасайтын санаторийлер мен лагерьлерден тұрады. Ақмола облысында бір мезгілде 11 мың баланы қабылдай алатын 23 балалар сауықтыру орталығы мен лагерьлер бар. Қажетті туристік-рекреациялық ресурстардың және инфрақұрылымның болуы Ақмола облысын балалар мен сауықтыру туризмінің республикалық және халықаралық орталығына айналуына жағдай жасайды. Ақмола облысының туристік әлеуетін дұрыс пайдалану мен жоспарлау облыстың балалар мен жасөспірімдер туризмінің саласында жетекші салаға айналатыны сөзсіз.

Түйін сөздер: балалар мен жасөспірімдер туризмі, туристік өлкетану қызметі, оқу-сауықтыру орталығы, балалар мен жасөспірімдер туризмінің орталығы, өлкетану мен экология.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.851

***Айтуарова А.Е., Абишева З.М.**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: aksulu-92@mail.ru

СТРУКТУРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Введение

Проблемы, связанные с бездуховностью, бедностью, безработицей, насилием, отсутствием содержательного досуга, которые обострились в последние годы, оказали негативное влияние на молодежь. Угрожающего распространения среди молодежи приобрели социально опасные болезни. Сократилось количество молодежи, занимающейся физической культурой и спортом. Значительная часть молодых граждан занята в теневом секторе экономики. Увеличиваются объемы нелегальной внешней трудовой миграции. Уровень преступности и правонарушений среди молодежи вырос в 1,5 раза. Уменьшается интерес молодежи к литературе, искусству, культурному наследию, негативно влияют на недоброкачественные образцы отечественной и иностранной массовой культуры.

Обеспечение социального становления и развития молодежи, реализации ее конституционных прав и свобод требует усиления координации усилий государства и общественности в этом направлении, обусловливает необходимость принятия программ поддержки молодежи. Правительством нашего государства уделяется большое внимание вопросам оздоровления и занятости молодежи.

Детско-юношеский туризм – это вид туризма, потребителями услуг которого являются дети в возрасте 7-18 лет, отправляющиеся в путешествие с целью отдыха, оздоровления, образования и другими целями в сопровождении руководителя туристкой группы или инструктора-проводника [1]. Актуальность организации туристско-краеведческой деятельности и развития детско-юношеского туризма основана на реализации многих положений нормативно-законодательных документов: Посланий Президента Н.А.Назарбаева народу Казахстана, Государственной программы развития образования на 2011-2020 годы, Концепции воспитания в системе непрерывного образования Республики Казахстан. Особое значение приобретает необходимость в определения новых подходов и организационных форм развития дополнительного образования туристско-краеведческого направления.

Будущее любого государства − это ее подрастающее поколение. Дети и молодежь в современных экономических условиях не должны терять нравственные ориентиры, скатываться в бездуховную и криминальную среду городов, поэтому перед детско-юношеским туристским движением страны сегодня стоят первоочередные задачи:

– вернуть молодому поколению прекрасный мир спортивного туризма и развивать его;

– эффективно обучить жизненным навыкам выживания человека в природной и городской среде обитания.

В настоящее время в области детского туризма одновременно работают как коммерческие, так и некоммерческие организации. Коммерческая сфера состоит из туристских фирм, туристских баз, санаториев и лагерей, работающих со школьниками. Некоммерческая сфера представлена государственными и муниципальными образовательными учреждениями, в том числе учреждениями дополнительного образования, общественными (самодеятельными) объединениями (туристские клубы, спортивные секции, детские и молодежные общественные организации и движения).

Исходные данные и методы исследования

Конечной целью исследования является оценка рекреационного потенциала Акмолинской области для развития детско-юношеского туризма. Изучение организации туристско-краеведческой деятельности в Акмолинской области позволяет выявить основные направления и уровень развития детско-юношеского туризма в регионе.

Исходными данными для исследования послужили следующие источники: Доклад о положении детей в Республике Казахстан 2015 года, Концептуальные подходы к развитию детско-юношеского туризма в Республике Казахстан на 2015-2018 годы, Государственная программа развития образования на 2011-2020 годы, Концепция развития лагерей в Республике Казахстан на 2011-2015 годы, Концепция развития туризма Акмолинской области, статистические данные электронного правительства Республики Казахстан (egov.kz), а также данные сайтов управления туризма и образования Акмолинской области (turakmo.kz, akmoedu.kz).

В работе были использованы эмпирические методы исследования (анализ документов, наблюдение, сравнение), статистические, картографические методы, методы теоретического анализа и синтеза.

Результаты и обсуждение

По данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан число жителей республики на 1 января 2015 года составило 17 417 673 человек (на 1 января 2014 года − 17 160 774). Доля детей в возрасте от 0-18 лет в структуре населения на начало 2015 года составляет 30,4% (2014 г. − 30%), то есть количество детей в возрасте от 0 до 18 лет составляет 5 298 488, в 2014 году – 5 151 221. Прирост за год составляет 147 267 человек (рисунок 1). Таким образом, Казахстан относится к типу стран с прогрессивным возрастным составом населения. Это ставит перед обществом ряд серьезных экономических проблем (значительные расходы на питание, обучение, охрану здоровья детей и т. п.) и одновременно обусловливает высокую рождаемость в будущем. Как следствие, возникает необходимость выработки системного подхода к проведению молодежной политики, содействия духовному и физическому развитию подрастающего поколения, воспитания у него чувства общественного сознания и патриотизма [2].

Численность детей по областям Казахстана распределяется неравномерно (таблица 1). На 1 января 2015 года наибольшая численность детского населения отмечается в Южно-Казахстанской (1 108 807), Алматинской (618 154), Жамбылской областях (396 452), города Алматы (385 484), Карагандинской области (358 692). Наименьшее количество детского населения проживает в Северо-Казахстанской (136 082) и Западно-Казахстанской областях (174 092) [2].

Сегодня в Казахстане работают 833 учреждения дополнительного образования различных видов (таблица 1). В учреждениях дополнительного образования для детей реализуются образовательные учебные программы дополнительного образования в целях всестороннего удовлетворения образовательных и культурных потребностей обучающихся в интересах личности, общества и государства. Самое большое количество организаций дополнительного образования находится в Восточно-Казахстанской области (117), наименьшее количество в городе Астана (13).

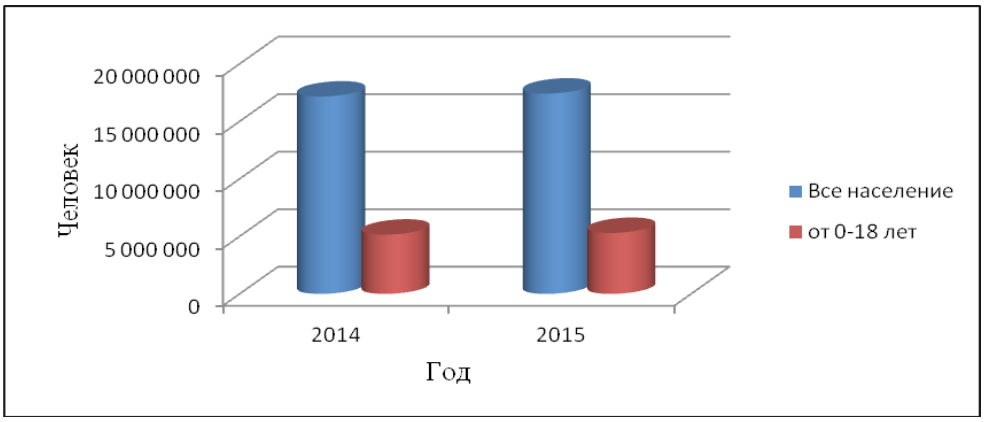


Рисунок 1– Доля детей в структуре населения в Республике Казахстан

Для определения обеспеченности регионов Казахстана учреждениями дополнительного образования было рассчитано среднее количество детей на одно учреждение дополнительного образования, которое в среднем по Казахстану составляет 6360 человек на одно учреждение. В Восточно-Казахстанской, Западно-Казахстанской, Костанайской, Павлодарской и Акмолинской областях этот показатель значительно меньше среднего значения, в Атырауской, Жамбылской, Карагандинской, Кызылординской – близок к среднему показателю, в Алматинской, Мангистауской, Южно-Казахстанской областях, а также в городах Алматы и Астана – показатель значительно превышает среднее значение.

Таблица 1 – Численность детей и учреждений дополнительного образования в регионах Казахстана

№ п/п	Административное деление	Численность детей от 0 до 18 лет, чел.	Доля детей от численности населения, %	Доля от общей численности детей, %	Количество учреждений дополнительного образования, ед.(%)	Среднее количество детей в учреждениях дополнительного образования, чел.
1	Акмолинская область	196 326	26,6	3,7	51 (6,1)	3850
2	Актюбинская область	244 261	30,0	4,6	58 (7,0)	4211
3	Алматинская область	618 154	32,0	11,6	71(8,5)	8761
4	Атырауская область	204 789	35,0	3,8	35 (4,2)	5851
5	Восточно-Казахстанская область	344 059	25,0	6,4	117 (14,0)	2941
6	Жамбылская область	396 452	36,0	7,4	57 (6,8)	6955
7	Западно-Казахстанская область	174 092	27,6	3,2	63 (7,6)	2763
8	Карагандинская область	358 692	26,0	6,8	58 (7,0)	6184
9	Костанайская область	203 307	23,0	3,8	56 (6,7)	3630
10	Кызылординская область	275 656	36,6	5,2	35 (4,2)	7875
11	Мангистауская область	244 617	40,3	4,6	11 (1,3)	22237

12	Павлодарская область	185 880	24,5	3,5	47 (5,6)	3955
13	Северо-Казахстанская область	136 082	23,8	2,5	48 (5,8)	2835
14	Южно-Казахстанская область	1108807	39,7	20,9	79 (9,5)	14035
15	г. Алматы	385 484	23,4	7,3	34 (4,1)	11338
16	г. Астана	241 793	28,3	4,5	13 (1,5)	18599
17	**Итого**	**5298488**	**30,4**	**100,0**	**833**	**6360**

По данным 2014 года, в Казахстане функционируют 198 дворцов школьников; 35 станций юных туристов; 25 станций юных техников; 19 станций юных натуралистов; 200 музыкальных школ; 30 художественных школ; 127 школ искусств; 51 дворовых клубов; 148 оздоровительных лагерей, в том числе круглогодичных – 7 [4].

В Акмолинской области на 1 января 2015 года численность детского населения от 0 до 18 лет составляет 3,7% от общего количества детей в республике и 26,6% от численности населения области, при этом здесь сосредоточено 6,1 % учреждений дополнительного образования. Акмолинская область относится к областям с наименьшей средней численностью детей на учреждение дополнительного образования (3850 детей на одно учреждение).

Акмолинская область − один из благоприятных регионов нашей страны не только для развития туризма в общем, но и для детско-юношеского туризма. Туристский потенциал Акмолинской области благоприятствует развитию туристско-краеведческой деятельности детей и подростков, особенно в системе дополнительного образования детей. Акмолинская область располагает всеми предпосылками для развития детско-юношеского туризма:

– разнообразные природные ландшафты, наличие курортных зон, 3-х Государственных национальных природных парков (ГНПП), уникального Государственного Коргалжынского орнитологического заповедника занесенного в Список природного наследия ЮНЕСКО;

– богатое культурно-историческое наследие;

– наличие сети учреждений дополнительного образования, которые связывают задачи обучения с задачами стимулирования саморазвития личности, обеспечивают занятость значительного числа детей и подростков;

– наличие курортных зон и детских лечебных и оздоровительных центров.

Туристско-краеведческая деятельность − это многоуровневая система разнообразных видов совместной деятельности учащихся и взрослых. Туристско-краеведческая деятельность детей, подростков во всех её формах способствует всестороннему развитию личности ребёнка и его адаптации в современном обществе. Она направлена на интенсивное развитие в ее участниках таких качеств, как ответственность, самостоятельность, уважение прав человека, интерес к окружающим и к собственной стране, чувство привязанности к родному краю, его истории, природе, людям.

В Казахстане организацией туристско-краеведческой деятельности занимаются следующие учреждения (рисунок 2):

– центры детского и юношеского туризма, краеведения, экскурсий, станции юных туристов, являющиеся организационно-методическими центрами, активно участвующими в формировании и осуществлении единой политики в области туристско-краеведческой деятельности, обучении и воспитании детей и юношества, организации и проведении походов, путешествий, экскурсий;

– отделы туризма и краеведения домов (дворцов) творчества детей и юношества, обеспечивающие организацию и проведение туристско-краеведческой работы в образовательных учреждениях, организующие работу детских туристско-краеведческих объединений;

– туристские клубы и клубы по месту жительства, обеспечивающие организацию и проведение туристско-краеведческой работы по месту жительства;

– туристские базы, туристские лагеря;

– детские туристские общественные организации [3].

Туристско-краеведческая деятельность в Акмолинской области многовариантна по видам деятельности и включает в себя спортив-

ный и оздоровительный туризм, научно-исследовательскую деятельность и разнонаправленный краеведческий поиск, экспедиционный туризм, музейное дело, спортивное ориентирование, деятельность военно-патриотических формирований. В системе образования Акмолинской области сеть внешкольных организаций дополнительного образования детей представлена 51 организациями, в том числе, 18 дворцов, домов школьников, 1 станция юных техников, 1 станция юных натуралистов, 1 станция юных туристов, 20 детских школ искусств, 6 дворовый клубов, 2 центра детско-юношеского туризма и 2 центра и домов творчества детей и юношества (таблица 2) [5]. В Акмолинской области также функционируют 23 детских оздоровительных центров и лагерей, (таблица 2), способных одновременно принять почти 11 тысяч детей [6].

Рисунок 2 – Организация туристско-краеведческой деятельности в Республике Казахстан

Таблица 2 – Организация детско-юношеского туризма Акмолинской области

Административные центры и районы	Количество объектов дополнительного образования	Оздоровительные центры и лагеря	
		Название	Сезонность
г. Кокшетау	8	-	-
г. Степногорск	5	-	-
Аккольский район	3	Юность	Сезонный
		Рассвет	Сезонный
Аршалынский район	3	-	-
Астраханский район	2	-	-
Атбасарский район	2	-	-
Буландынский район	3	-	-
Бурабайский район	3	Балдаурен	Круглогодично
		Лесная сказка	Круглогодично
		Дискавери-Боровое	Круглогодично
		Континент	Сезонный
		Самрук	Круглогодично
		Жулдыз	Круглогодично
		Боровое	Круглогодично
		Приозёрный	Круглогодично
		Арман	Сезонный

Егиндыкольский район	-	-	-
Енбекшильдерский район	-	-	-
Ерейментауский район	2	Жулдыз	Летний
Есильский район	2	-	-
Жаксынский район	3	Березка	Сезонный
Жаркаинский район	3	Аққайыs	Летний
Зерендинский район	2	Карагайлы	Круглогодично
		ОЛ им.М.Габдуллина	Летний
		Сункар	Круглогодично
		Сосновый бор	Летний
Коргалжынский район	2	Шіркін-ай	Сезонный
		Қоқиқаз	Сезонный
Сандыктауский район	3	Ручеек	Сезонный
Целиноградский район	2	-	-
Шортандинский район	3	-	-

Областной центр детско-юношеского туризма, краеведения и экологии при Управлении Акмолинской области, функционирует с 2007 года. Это многопрофильное учреждение дополнительного образования, предоставляющее качественные образовательные и воспитательные услуги для детей и молодежи. Целью работы центра является развитие нравственного патриотического воспитания учащихся; формирование здорового образа жизни подрастающего поколение, путем приобщения учащихся к различным видам туристской деятельности, организация отдыха. Областной Центр организует и проводит учебные и массовые туристские и краеведческие мероприятия для учащихся образовательных учреждений Акмолинской области: походы и сборы-семинары, тренинги, соревнования, слеты, краеведческие конференции и чтения, викторины, фестивали, экспедиции. Также центром ежегодно проводится II областной этап Республиканской туристской экспедиции (туристского похода) «Моя Родина – Казахстан». Центр координирует работу школьных музеев различных направлений, сотрудники Центра организуют экскурсии, туристско-краеведческие поездки и спортивные туры для групп школьников и студентов по Акмолинской области и Казахстана.

Организация отдыха для детей и подростков, пожалуй, одно из самых важных дел в летнее время. В Акмолинской области работа по организации летнего отдыха детей ведется по 2 направлениям: оздоровление детей и подростков и отдых и занятость. Туристские базы, центры, лагеря – это коммерческие организации, осуществляющие туристско-краеведческую работу с детьми, юношами и девушками, пребывающими в них. Туристские лагеря – одна из эффективных форм организации летнего отдыха школьников, замечательная возможность для детей интересно и познавательно отдохнуть, укрепить свое здоровье, получить физическую закалку на природе, и что немаловажно, познать самого себя и открыть для себя новые ощущения единения с природой.

Наиболее посещаемые центры расположены в Бурабайском районе и в Зерендинском районе. Это уникальные заповедные края, окружённые скалистыми сопками и кряжами древнего горного массива Ерейментау, Кокшетау, Окжетпес, горный оазис с множеством природных каменных скульптур, живописных долин с родниковыми реками и прозрачными озёрами. Удачное расположение лагерей позволяет не только совершать туристские походы, но и вести краеведческо-этнографическую деятельность по изучению традиций и обрядов местного населения, знакомству с жизнедеятельностью великих казахских батыров и акынов, легендами края.

Самый большой детский лагерь страны − республиканский учебно-оздоровительный центр «Балдаурен», созданный по поручению Главы государства Н.А.Назарбаева по аналогу Международного детского центра «Артек», единовременно может принять в одну смену до 300 детей. «Балдаурен» − это «страна детства», расположенная в Бурабайской курортной зоне на берегу озера Щучье, куда приезжают дети

из всех областей Казахстана и стран дальнего и ближнего зарубежья. На данный момент в центре отдохнули дети их 98 стран мира.

В 2014 году в Центре отдыха «Зерен-Нур» в Акмолинской области открылся единственный в Казахстане летний лагерь для родителей, воспитывающих детей с аутизмом. Организаторы события -Туристско-краеведческая деятельность учащихся это широкий междисциплинарный комплекс, объединяющий в себе разные виды деятельности: спортивный, экологический, оздоровительный, экспедиционный туризм; научно-исследовательскую работу; музейное дело; спортивное ориентирование; деятельность военно-патриотических формирований. Организацией туристско-краеведческой деятельности школьников занимаются как коммерческие, так и некоммерческие организации: центры детского и юношеского туризма, краеведения, экскурсий, станции юных туристов; отделы туризма и краеведения домов (дворцов) творчества детей и юношества; туристские клубы и клубы по месту жительства; туристские базы, туристские лагеря; детские туристские общественные организации.

Для определения обеспеченности регионов Казахстана учреждениями дополнительного образования была рассчитана удельная численность детей в учреждениях дополнительного образования, которая в среднем по Казахстану составляет 6360 человек на одно учреждение. По обеспеченности учреждениями дополнительного образования регионы Казахстана разделены на три группы: Восточно-Казахстанская, Западно-Казахстанская, Костанайская, Павлодарская и Акмолинская области хорошо обеспечены учреждениями дополнительного образования; Атырауская, Жамбылская, Карагандинская и Кызылординская области – средне обеспечены, Алматинская, Мангистауская, Южно-Казахстанская области, а также города Алматы и Астана – плохо обеспечены.

Акмолинская область − один из благоприятных регионов нашей страны не только для развития туризма в общем, но и для детско-юношеского туризма. Акмолинская область располагает всеми предпосылками для развития детско-юношеского туризма: разнообразные природные ландшафты, национальные природные парки, уникальный Государственный Коргалжынский орнитологический заповедник; богатое культурно-историческое наследие; наличие сети учреждений дополнительного образования; наличие курортных зон, детских лечебных и оздоровительных центров. В Акмолинской области функционируют 51 учреждение дополнительного образования, 23 загородных детских оздоровительных центров и лагерей, способных одновременно принять почти 11 тысяч детей.

На территории г. Астаны и Акмолинской области проживает небольшое количество (8,2 %) детей Казахстана, но наличие туристско-рекреационных ресурсов и инфраструктуры делает этот регион не только республиканским, но и международным центром детского лечебного и оздоровительного туризма. При правильном планировании и регулировании использования туристского потенциала Акмолинской области детско-юношеский туризм станет одним из ведущих направлений туризма.

Литература

1 Константинов Ю.С. Детско-юношеский туризм. – М.: ФЦДЮТиК, 2006. – 18 с.

2 Доклад о положении детей в Республике Казахстан: [Электронный ресурс] // Министерство образования и науки Республики Казахстан. Комитет по охране прав детей. – Астана, 2014. URL: http://www.edu.gov.kz/ru/analytics/doklad-o-polozhenii-detey-v-respublike-kazahstan-0 (Дата обращения: 15.02.2016)

3 Концептуальные подходы к развитию детско-юношеского туризма в Республике Казахстан на 2015-2018 годы: [Электронный ресурс] // Министра образования и науки Республики Казахстан. – Астана, 2015. URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31676487 (Дата обращения: 15.02.2016).

4 Дополнительное образование детей в Республике Казахстан: состояние и перспективы развития: [Электронный ресурс] // Министра образования и науки Республики Казахстан. – Астана, 2015. URL: http://icrov-pvl.gov.kz/files/blogs/1441271411330.pdf

5 Управление туризма Акмолинской области: [Электронный ресурс]. – Акмолинская область, 2013-2016. URL: www.turakmo.kz (Дата обращения: 15.02.2016).

6 Летняя сказка для детей Акмолинской области: [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс медиа-контента Акмолинской области. – Акмолинская область, 2014. URL: http://media.e-akmo.kz/media/view/c2269eb66090f6ee655e668a0926ecb8/?view=reviews& (Дата обращения: 15.02.2016).

References

1 Konstantinov I. S. Detsko-iunosheskyi turizm. – M.: FTSDUTiK, 2006. – 18 s.

2 Doklad o polojenii detei v Respublike Kazakhstan: [Elektronnyi resurs] // Ministerstvo obrazovaniya i nauki Respubliki Kazakhstan. Komitet po ohrane prav detei. – Astana, 2014. URL: http://www.edu.gov.kz/ru/analytics/doklad-o-polozhenii-detey-v-respublike-kazahstan-0 (Data obrashenie: 15.02.2016).

3 Konseptualnye podhody k razvitiu detsko-iunosheskogo turizma v Respublike Kazakhstan na 2015-2018 gody: [Elektronnyi resurs] // Ministerstvo obrazovaniya i nauki Respubliki Kazakhstan. – Astana, 2015. URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31676487 (Data obrashenie: 15.02.2016).

4 Dopolnitelnoe obrazovanie detei v Respublike Kazakhstan: sostoyanie i perspektivy razvitiya: [Elektronnyi resurs] // Ministerstvo obrazovaniya i nauki Respubliki Kazakhstan. − Astana, 2015. URL: http://icrov-pvl.gov.kz/files/blogs/1441271411330.pdf (Data obrashenie: 15.02.2016).

5 Upravleniya turizma Akmolinskoi oblasti: [Elektronnyi resurs. – Akmolinskya oblast, 2013-2016. URL: www.turakmo.kz (Data obrashenie: 15.02.2016).

6 Letnaya skazka dlya detei Akmolinskoi oblasti: : [Elektronnyi resurs] // Internet-resurs media-kontent Akmolinskoi oblasti. – Akmolinskya oblast, 2014/ URL: http://media.e-akmo.kz/media/view/c2269eb66090f6ee655e668a0926ecb8/?view=reviews& (Data obrashenie: 15.02.2016).

Актымбаева А.С., Сапиева А.Ж., Сакыпбек М.А.

Оценка мультипликативного эффекта туристской деятельности Карагандинской области

В статье рассмотрен методический подход к получению количественных оценок мультипликативного эффекта в туризме. В качестве основного инструмента расчетов авторы используют выборочное обследование посетителей и уровень доходов. Проанализированы ключевые факторы, оказывающие влияние на оценку мультипликатора в индустрии туризма. Отмечено влияние мультипликативного эффекта от туризма на смежные отрасли экономики и социальной сферы Карагандинской области.

Авторы предприняли попытку подсчитать мультипликативный эффект туризма в региональном разрезе на примере одной из областей Казахстана, опираясь на официальную информацию статистического учёта Республики Казахстан. В процессе изучения косвенного влияния туризма на экономику Карагандинской области авторы широко использовали статистический метод исследования, математическую модель туристского дифференцированного мультипликатора на основе теории экономического анализа Д. Кейнса и методов расчёта мультипликатора П. Самуэльсона и В. Нордхауза.

Ключевые слова: туризм, мультипликативный эффект, экономика туризма, инвестиции.

Aktymbaeva A.S., Sapiyeva A.Zh., Sakypbek M.A.

THe Estimation of Tourism Activity Multiplicative Effect of Karaganda Region

The article is about a methodical approach which obtains quantitative estimates of the multiplicative effect of tourism. Authors used as key instruments: survey of visitors and level of income. During investigation key factors which have influence on the evaluation of multiplier in tourism industry were reviewed. We highlight the impact of the multiplier effect of tourism to the related economy sectors and social sphere of Karaganda region.

We have attempted to calculate the multiplier effect of tourism on the regional level by the example of one of the regions of Kazakhstan, based on official information of statistical account of the Republic of Kazakhstan.

In the process of studying of indirect impact of tourism to economy of Karaganda region, we used statistical methods, mathematical model of differentiated tourism multiplier based on the D. Keynes's theory of economic analysis and multiplier calculation methods of P. Samuelson and W. Nordhaus.

Key words: tourism, the multiplier effect, the economy of tourism investment.

Ақтымбаева А.С., Сапиева А.Ж., Сакыпбек М.А.

Қарағанды облысының туристік қызметін бағалаудың жанама (мультипликативтік) әсері

Бұл мақалада сандық есептеу әдіснамалық тәсілінің туризмге жанама (мультипликативтік) әсер етуі сипатталынады. Есептеудің негізгі құралы ретінде авторлар таңдаулы келушілердің ұсынысы мен табыс деңгейін статистикалық мәліметтерін пайдаланды. Туризм саласындағы жанама баға беруге әсер ететін негізгі факторлардың талдауы жасалынды. Қазақстанның экономикасындағы аралас салалары бойынша туризмге жанама (мультипликативтік) әсері және әлеуметтік салалар бойынша әсері қарастырылған.

Біз Қазақстан Республикасының ресми ақпараттық статистикалық есептемесі негізінде, Қазақстанның жеке бір облысын мысалға ала отырып туризм саласының мультипликативтік яғни жанама әсерінің тиімділігін санадық.

Қарағанды облысының туризм экономикасының жанама әсерін зерттеу барысында статистикалық әдісті кең қолдана отырып, математикалық моделді туристік сараланған мультипликаторы теориясы негізінде Д. Кейнстің экономикалық талдауы және П. Самуэльсон мен В. Нордхауздың мультипликаторын есептеу әдістері арқылы есептелді.

Түйін сөздер: туризм, жанама әсер, туризм экономикасы, инвестиции.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.465.2 (4)

***Актымбаева А.С., Сапиева А.Ж., Сакыпбек М.А.**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: alia_79-30@mail.ru

ОЦЕНКА МУЛЬТИПЛИКАТИВНОГО ЭФФЕКТА ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Введение

В настоящее время широкое распространение получили методы оценки трансформации мультипликативного эффекта туристской деятельности в динамику развития смежных отраслей региональной экономики. Успешное развитие туризма связано с ясной картиной его экономической значимости для страны, определяемой как прямым, так и косвенным влиянием. Прямое влияние туризма с той или иной степенью достоверности учитывается в рамках действующих национальных счетов. Косвенное влияние туризма в республиканской экономике пока не учитывается, хотя актуальность такого учёта несомненна [1].

Современная экономическая теория мультипликативного эффекта позволяет создать методический инструмент такого учёта в виде туристского мультипликатора.

Мультипликатор туризма – это числовой коэффициент, показывающий, во сколько раз возрастет или сократится валовой региональный продукт в результате увеличения или сокращения расходов туристов. Мультипликативное влияние туризма проявляется в том, что в результате цепной доход, полученный от одного туриста, превышает сумму денег, израсходованных им в месте пребывания на покупку услуги и товаров.

Существует достаточно много методик расчета мультипликативного эффекта в туризме. Наибольшее распространение они получили в США и странах ЕС, и используются для оценки совокупного экономического эффекта от туризма для конкретной территории и для обоснования принимаемых стратегических решений в области развития туризма и туристской инфраструктуры [2].

Институтом экономики Карельского научного центра РАН была предложена и апробирована упрощенная методика оценки мультипликативного эффекта, основанная на выявлении доли туризма в ВРП (Валовой региональный продукт) [3]. Данная методика основана на понятии совокупного дохода от туризма как основного показателя, позволяющего судить об экономическом влиянии туризма на экономику региона. Под совокупным доходом понимается совокупность ежегодных прямых и косвенных

выгод, получаемых регионом от туристской деятельности, выраженных в стоимостном виде.

Косвенное воздействие туризма гораздо шире по своей социально-экономической природе, а его совокупное воздействие намного превосходит прямой экономический и социальный эффект. Причиной тому является эффект мультипликатора, когда по цепочке «расходы – доходы» через туризм стимулируется развитие других, связанных с ним так называемых смежных (сопутствующих) отраслей. Чем выше расходы туристов в месте их пребывания, и больше число оборотов (трансакций) расходов – доходов, тем выше косвенное (мультипликативное) воздействие туризма. Кроме того, косвенными доходами от туризма для региона является лишь та часть затраченных денежных средств (прямых и общих затрат), которые не уходят за его пределы. Оценить косвенные доходы от туризма позволяет методика определения мультипликатора для сопоставления вклада отраслей в развитие экономики региона.

Целью данного исследования является определение косвенного влияния туристской деятельности на экономику Карагандинской области.

Исходные данные и методы исследования

Метод туристского мультипликатора является наиболее приемлемым способом оценки влияния туризма на экономику региона на данном этапе развития статистики туризма; статистический метод исследования; математическую модель туристского дифференцированного мультипликатора.

В настоящее время существует ряд моделей и методов расчета обобщенного мультпликатора для различных отраслей экономики, предлогаемых в трудах зарубежных ученых Д. Кейнса, П. Самуэльсона, С. Фишера, Х. Рюттера, И. Криппендорфа, В. Арчера, С. Оуена, Х.Клемента, Д. Кларка, Р. Харрода, Г. Хамблера, Э.Хансена и др. Учеными признается тот факт, что воздействие мультипликативного эффекта туризма, по сравнению с воздействием эффекта иных видов деятельности, наиболее значительно, так как он является исходным катализатором развития многих отраслей [3-5].

В последние годы этой проблеме уделяется пристальное внимание и в странах СНГ. Свидетельством тому служат научные исследования в области туристского мультипликатора таких ученых как В.А. Квартальнов, В.Г. Гуляев, В.А. Морозов, Г.А. Папарин, М.В. Ефремова, А.Ш. Нургалиева и др. Среди казахстанских учёных и исследователей, которые занимаются проблематикой оценки и количественного учёта мультипликативного эффекта туристской деятельности, отметим Нургалиеву А.Ш, Дусимова Р.А, Женисбек Г.Р и др. [6].

Результаты и обсуждение

Авторами была предпринята попытка подсчитать мультипликативный эффект туризма в региональном разрезе на примере одной из областей Казахстана, опираясь на официальную информацию статистического учёта Республики Казахстан.

В процессе изучения косвенного влияния туризма на экономику Карагандинской области нами был использован статистический метод исследования, математическая модель туристского дифференцированного мультипликатора на основе теории экономического анализа Д. Кейнса и методы расчёта мультипликатора П. Самуэльсона и В. Нордхауза.

На основании исходных данных и принятых допущений предоставляется возможным рассчитать величину косвенного воздействия туризма на экономику Карагандинской области – мультипликативный эффект туризма (таблицы 1-2).

Таблица 1 – Количество вьездных посетителей в местах наблюдения (на 1 июля 2014 года) [2,7]

	Количество опрошенных посесителей				
	Всего	В том числе			
		В аэропортах	На жлезно-дорожных вокзалах	На автостанциях	На автомобильных пунктах пропуска
Карагандинская область	131	25	22	75	9
г. Караганды	47	14	9	15	9
г. Балхаш	9	-	4	5	-

г. Жезказган	-	-	-	-	-
г. Каражал	-	-	-	-	-
г. Приозерск	-	-	-	-	-
г. Сарань	-	-	-	-	-
г. Сјтпаев	11	-	5	6	-
г. Темиртау	10	-	-	-	-
г. Шахтинск	-	-	-	10	-
Районы:					
Абаи	6	-	-	6	-
Актогаи	-	-	-	-	-
Букар жырау	-	-	-	-	-
Жанаарка	-	-	-	-	-
Каркаралы	-	-	-	-	-
Нура	11	-	-	11	-
Осакаровка	8	-	3	5	-
Улытау	-	-	-	-	-
Иностранцы	17	-	-	17	-

Туристский мультипликатор – это величина коэффициента косвенного влияния туризма на смежные отрасли экономики и социальной сферы на республиканском, региональном и муниципальном уровнях. Представляется, что мультипликативный эффект в туризме проявляется наиболее существенно по причине специфической природы туризма, а также наличия парадокса «невидимого экспорта» [8-11].

Учитывая динамику оборота туристских расходов в рамках туристского мультипликатора, расчёт косвенного влияния туризма в обобщённом виде будет выглядеть следующим образом:

$$K = I + I \cdot МСП + I \cdot МСП^2 + I \cdot МСП^3 + I \cdot МСП^4 + \ldots + I \cdot МСП^n \quad (1)$$

$$Y = I / (1 – МСП) \quad (2)$$

$$K = I / (1 – МСП) \quad (3)$$

$$k = 1/1 - МСП = 1/МСН \quad (4),$$

где

К – коэффициент мультипликатора;

МСП – маржинальная склонность к потреблению;

МСН – маржинальная склонность к накопления;

I = const;

Y – выпуск продукции (услуг).

При применении таких моделей расчёта предполагается наличие равновесного спроса-потребления в системе экономического оборота Карагандинской области и неизменного параметра инвестиций за принятый период 2012-2014 гг. (таблица 3,4).

Под инвестициями в экономику Карагандинской области будем подразумевать совокупные расходы туристов и экскурсантов (I = 496 долл.). На заданном расчётном периоде (2014 г.) такие расходы туристов принимались неизменными, как и маржинальная склонность к потреблению МСП (маржинальная склонность к потреблению).

Таблица 2 – Расходы въездных поситетелей на 1 июля 2014 года [2,7]

	Всего	На услуги транспорта, обеспечивающего международные перевозки	На услуги на территории Казахстана	В том числе							
				Проживание в местах размещения	Услуги транспорта	Питание, включая покупку продуктов питания в магазинах	Покупки в магазинах, за исключением продуктов питания	Приобретение драгоценных металлов и камней, антиквариат, предметов художественного искусства и других ценностей	Рекреационные, культурные и спортивные мероприятия	Лечебные и оздоровительные процедуры	Прочие расходы
Қарағанды облысы	11931,8	7142,8	4789	1133,1	253,2	969,6	2127,5	60,0	149,5	10,0	86
г. Караганды	3512,0	2011,2	1500	200,0	136	315,0	728,5	-	75,0	10,00	36
г. Балхаш	717,3	493,3	224,0	35,5	6,5	112,0	70,0	-	-	-	-
г. Жезказган	1287,0	935,0	352,0	187,0	24,0	91,0	50,0	-	-	-	-
г. Каражал	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
г. Приозерск	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
г. Сарань	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
г. Сјтпаев	1006,0	490,0	516,0	55,3	21,2	74,3	325,0	-	20,0	-	20
г. Темиртау	2161,3	1284,0	877,3	631,3	21,0	225,0	-	-	-	-	-
г. Шахтинск	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Районы:											
Абай	699,0	460,5	238,5	-	20,0	26,0	185,0	-	5,0	-	2,5
Актогай	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Букар жырау	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Жанаарка	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Каркаралы	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Нура	830,0	560,8	269	-	-	39,3	195,4	-	27,5	-	7,0
Осакаровка	1380,0	750,0	630	-	11,0	39,5	482,5	60,0	22,0	-	15
Улытау	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Иностранцы	339,2	158,0	181,2	24,0	13,2	47,5	91,1	-	-	-	5,4

Таблица 3 – Уровень доходов и расходов в Карагандинской области, 2012 – 2014 гг. [2,7]

Годы	Уровень доходов, тенге	Уровень расходов, тенге
2012	57 565	36692
2013	62 810	41516
2014	67 542	44980

Таблица 4 – Маржинальная склонность к потреблению, 2012 – 2014 гг. [2,7]

Годы	Маржинальная склонность к потреблению, %
2012	64
2013	66
2014	67

Среднестатистическая маржинальная склонность к потреблению за 2012 год равнялась 64%, 2013 год – 66 % и 2014 год – 67 % и, как видим, растёт в последние годы.

Используя приведенные модели расчёта, получим:

$$K = I / (1 – МСП) = I / (1 – 0,67) = 496 / 0,33 = 1503$$

По формуле для расчётов параметров геометрической прогрессии:

$$K = I + I \cdot МСП + I \cdot МСП^2 + I \cdot МСП^3 + I \cdot МСП^4 + \ldots + I \cdot МСП^n$$

определим число оборотов туристских расходов в экономике Карагандинской области и величину прироста дохода на каждом обороте:

$$K = 496 + 496 \cdot 0,67 + 496 \cdot 0,67^2 + 496 \cdot 0,67^3 + 496 \cdot 0,67^4 + 496 \cdot 0,67^5 + 496 \cdot 0,67^6 + 496 \cdot 0,67^7 + 496 \cdot 0,67^8 + 496 \cdot 0,67^9 + \ldots + 496 \cdot 0,67^n = 496 + 332,32 + 222,65 + 149,18 + 99,95 + 66,97 + 44,87 + 30,06 + 20,14 + 13,49 + \ldots + 496 \cdot 0,67^n = 1503$$

$$k = 1 / 1 - МСП = 1 / МСН = 1 / 0,33 = 3,03$$

В конкретном случае при коэффициенте мультипликации k = 3,03 расходы в Карагандинской области каждого туриста и экскурсанта в размере 496 долл. (2014 год) генерируют дополнительный доход в экономике региона в размере 1503 долл., совершая при этом более 20 оборотов (трансакций).

Полученная величина обобщенного туристского мультипликатора не отражает ряд факторов, влияющих на него в сторону уменьшения.

Корректирующими факторами в данной модели являются [11]:

– категории и виды туризма;

– специфика предприятий, для которых генерируется дополнительный доход;

– доля расходов туристов и экскурсантов в общих расходах;

– доля расходов местных жителей в рамках каждого предприятия, в общих потребительских расходах;

– доля прямых и косвенных доходов, генерируемых единицей туристских расходов;

– специфика экономики региона и его инвестиционная привлекательность и др.

Выводы

На основании исходных данных и принятых допущений предоставляется возможным рассчитать величину косвенного воздействия туризма на экономику Карагандинской области и получить мультипликативный эффект туризма. Мультипликативный эффект от туризма, рассчитанный по данному выражению, будет носить оценочной характер, поэтому целесообразно при обосновании ряда показателей, входящих в состав формулы, использовать экспертный подход. Изложенные выше методические подходы по определению мультипликативного эффекта и совокупного дохода от туризма применимы для условий и стандартов статистической отчетности и информации на всей территории Карагандинской области.

Литература

1 Нургалиева А.Ш. Мультипликативный эффект туризма региона // ҚазККА Хабаршы № 2 (63). – Кокшетау, 2013. – С. 190-197.

2 http://www.karaganda.stat.gov.kz/ru/

3 Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М., Финансы и статистика, 2003. – 69 с.

4 Ruetter H. Wirtschaftsfaktor Tourismus. In: Wolkswirtschaftin der Schweiz. Bern, 2001. – С. 125-132.

5 Samuelson, Paul (1989). Economics, 13th Ed. McGraw Hill. p. 837.

6 Караганда. Карагандинская область: Энциклопедия / Гл. ред. Р.Н.Нургалиев. – Алма-Ата: гл. редакция Казахской советской энциклопедии, 1986. – 608 с.

7 Садыков Ж.К. Департамент статистики Карагандинской области Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан // Под редакцией Садыковой Ж.К. – Караганды, 2015. – 42 с.

8 Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учеб. пособие для студентов вузов / Е. А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.

9 Савельев Ю.В. Экономика и стратегия развития туризма в регионе: аналитическая база, современные требования и подходы / под общ. ред. Ю.В. Савельева, Е.Г. Немковича. Петрозаводск, 2002. С. 143.

10 Clark, J.B. (1907). Essentials of Economic Theory. New York: The Macmillan Company, p. 374.

11 Царева Н.В. Формирование туристского региона как основа его комплексного развития Карагандинской области / Н.В. Царева // Известия ИГЭА. – 2009. – №1 (63). С.57-60.

References

1 Nurgaliyev A.S. The multiplicative effect of tourism in the region // ҚazKKA Habarshy number 2 (63) . – Kokshetau, 2013. – P. 190-197.

2 http://www.karaganda.stat.gov.kz/ru/

3 Gulyaev V.G. Tourism: the economy and social development. Moscow, Finance and Statistics, 2003.– 69 p.

4 Ruetter H. Wirtschaftsfaktor Tourismus. In: Wolkswirtschaftin der Schweiz. Bern, 2001. – C. 125-132.

5 Samuelson, Paul (1989). Economics, 13th Ed. McGraw Hill. p. 837.

6 Karaganda. Karaganda region: Encyclopedia / Ch. Ed. R.N.Nurgaliev. – Alma - Ata: Ch.revision of the Kazakh Soviet Encyclopedia, 1986. – 608 p.

7 Sadykov J.K. Department of Statistics Karaganda region of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan // Edited by J.K. Sadykova - Karaganda, 2015. – 42 p.

8 Dzhandzhugazova E.A. Marketing of tourist areas: studies. allowance for students / EA Dzhandzhugazova. – M.: «Academia» Publishing Center, 2008. – 208 p.

9 Saveliev Y. Economy and Strategy of tourism development in the region: an analytical framework, modern requirements and approaches / under total. Ed. Y. Savelyev, E.G Nemkovich. Petrozavodsk, 2002, p – 143.

10 Clark, J.B. (1907). Essentials of Economic Theory. New York: The Macmillan Company, p. 374.

11 Zareva N.V. Formation of tourism in the region as a basis for its integrated development of Karaganda region / NV Tsarev // Proceedings of the ISEA. – 2009. – №1 (63). S.57-60 .

Алиева Ж.Н., Құдабаева А.

Қазақстандағы діни туризм дамуының қазіргі жағдайы

Қазіргі таңда діни туризм ішкі және халықаралық туризм жүйесінде маңызды рөл алады. Қасиетті орындар мен діни орталықтарға жан тыныштығын табу, ауыр дерттен құтылу, рухани жақын адамдармен бірігу үмітімен немесе жай бірегей соборларды, мешіттерді, діни мұражайларды көру, діни мейрамдар мен фестивальдарға қатысу мақсатымен қажылық және экскурсиялық сапарлар шегуші адамдар саны көбеюде. Қазақстан діни туризмді дамыту үшін үлкен әлеуетке ие. Мақалада діни туризм дамуының қазіргі жағдайына талдау жүргізіліп, қажылық орындарға турларды ұйымдастырудың ерекшеліктері қарастырылған, сонымен қатар Қазақстанның туристік нарығында діни турларды ұйымдастыратын ірі турфирмалар белгіленген. Діни туризмге SWOT-талдау жасалып, оның классификациясы құрастырылды. Сонымен қатар, Қазақстандағы діни туризмді дамыту мәселелері және оларды шешу жолдары көрсетілген.

Түйін сөздер: діни туризм, қажылық, конфессия, дін, экскурсия, діни туризм нысандары.

Aliyeva Zh.N., Kudabayeva A.

The Current State of Religious Tourism Development in Kazakhstan

Today the religious tourism plays an important role in the system of international and domestic tourism. More and more people go to pilgrimage and sightseeing trips to holy places and religious centers in the hope of finding peace of mind, get rid of a serious illness, to feel oneness with the spiritual loved ones or just look at the unique cathedrals, mosques, religious museum, or take part in the religious festivals. Kazakhstan has great potential for the development of religious tourism . The article analyzes the current state of development of religious tourism in Kazakhstan , the features of the organization of tours to places of pilgrimage, marked by large travel agencies that organize tours to the religious market of Kazakhstan. Spend a SWOT-analysis and the classification of religious tourism. At the same time, it highlights the problems of religious tourism development in Kazakhstan and ways of their solution.

Key words: religious tourism , the pilgrimage, denomination, religion, tour, religious tourism facilities.

Алиева Ж.Н., Кудабаева А.

Современное состояние развития религиозного туризма в Казахстане

На сегодняшний день религиозный туризм играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма. Все больше людей отправляются в паломнические и экскурсионные поездки по святым местам и религиозным центрам в надежде обрести душевное спокойствие, избавиться от тяжкого недуга, ощутить единение с духовно близкими людьми или же просто посмотреть на уникальные соборы, мечети, культовые музеи, или поучаствовать в религиозных праздниках и фестивалях. Казахстан имеет большой потенциал для развития религиозного туризма. В статье анализируется современное состояние развития религиозного туризма в Казахстане, рассматриваются особенности организации туров в места паломничества, отмечены крупные турфирмы, занимающиеся организацией религиозных туров на рынке Казахстана. Проведен SWOT-анализ и разработана классификация религиозного туризма. Вместе с тем освещены проблемы развития религиозного туризма в Казахстане и пути их решения.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, конфессия, религия, экскурсия, объекты религиозного туризма.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 379.85

***Алиева Ж.Н., Құдабаева А.**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: azhn99@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ДІНИ ТУРИЗМ ДАМУЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Кіріспе

Әлемдік экспортта туризм саласынан келетін табыс мұнай, мұнай өнімдері және көлік экспорттарынан кейін үшінші орын алады. Әлемдік экспорттың 6%-ын туризм саласы алып, Дүниежүзілік ЖІӨ-нің 10-11%-і туристік индустрия құрайды [1].

Діни туризм Дүниежүзі мен Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясының белсенді түрде дамып жатқан бағыттардың бірі және ажырамас бөлігі. Бүгінгі таңда діни туризмнің қоғам өмірінде алатын маңызы зор. Діни немесе мінажаттық туризм халықарылық қарым-қатынастарды арттырып, әлеуметтік тұрақтылық пен дінаралық байланыста маңызды факторға иеленіп, елдер арасындағы ынтымақтастықты, мәдени қарым-қатынастарды кеңейтуде.

Діни туризмнің астарынан тұрғылықты ортадан тыс жерде орналасқан діни орталықтарда, туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыру мен қызметтер ұсынумен байланысты іс-әрекет түрлерін түсіну қажет. Оның келесідей түрлері бар: қажылық және діни бағыттағы танымдық турлар.

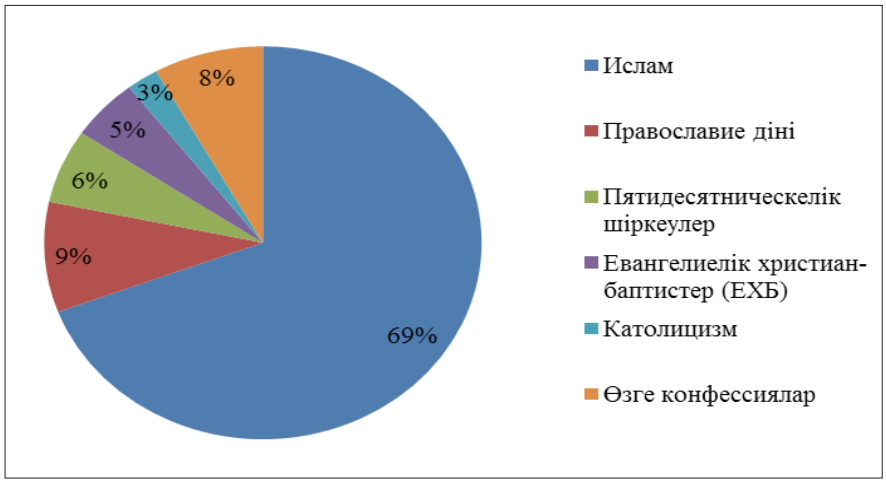
Қажылық деп діннің қасиетті орындарына сапар шегуді атайды. Мысалы, христиандар үшін Иерусалим және Рим, мұсылмандар үшін Мекке мен Мәдинеге саяхаттау. Қажыларды діни табынушылыққа тікелей қатысу қызықтырса, ал діни бағыттағы экскурсиялық-танымдық турлардың ауқымына діни орталықтарға бару жатады. Сонымен қатар, экскурсант-туристер діни және ескерткішті нысандарға, мұражайлар мен жәрмеңкелерге барады.

Дүниежүзінде жыл сайын 200 миллионнан астам турист діни мақсатпен саяхаттар жасайды. Экономикалық деңгейде ол мықты әлемдік индустрияны қалыптастыра отырып, әлемдік жалпы өнімнің 10%-на дейін алады [2].

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

Тәуелсіздік алған сәттен бастап Қазақстанда діни ренессанс болды. 20 жыл ішінде діни бірлестіктердің саны, 1991 жылы 671-ден 2014 жылы 4200-ге дейін, яғни 6 есе өсті. Қазіргі уақытта 3244 дерлік мешіттер, шіркеулер, ғибадат үйлері

бар. Қазақстанда, 2015 жылғы статистикалық мәліметтер бойынша, 18 конфессияға жататын 3563 діни бірлестік пен қоғам қызмет етеді. Қазақстанның діни бірлестіктер үлесі суретте көрсетілген. Қазақстандағы дінге сенушілердің арасында барлық діндердің дерлік ұстанушылары бар: ислам, христиандық (православтық, католиктік, протестанттық ағымдар), буддизм, сонымен қоса иудаизм, индуизм, ежелгі политеистикалық діндер (сурет) [3].



Сурет – Қазақстанның діни бірлестіктер үлесі

Діни туризм индустриясында келесідей төрт сектор бөліп қарастыруға болады: орналастыру орындары; тамақтандыру орындары; көліктік мекемелер мен көлік түрлерін ұсынатын қызметтер; діни нысандар, яғни діни құрылыстар (мешіт, монастырь, қасиетті жерлер, храмдар мен храмдық кешендер, капелла, келілер және т.б.), табиғи нысандар (қасиетті қайнар көздері, құдықтар, тау, су (өзен, бөгет), шағын орман) және кішігірім діни нысандар. Діни туризмнің инфрақұрылымы ретінде қажылар және экскурсанттарға қызмет көрсету нысандары мен ұйымдарының жүйесін түсінуге болады [4].

Қазақстан аумағында діни туризмді одан ары дамытуға көптеген мүмкіндіктер бар, оған еліміздегі қасиетті орындардың көптеп орналасуы дәлел бола алады. «Қожа Ахмет Яссауи» кесенесі, «Шора-Молда», «Арыстан-баб» (Оңтүстік Қазақстан облысы), «Бекет-Ата», «Шопан-Ата» (Маңғыстау облысы), «Айша Бибі» (Жамбыл облысы) мазараттары маңында арнайы туристер үшін орналастыру орындары салынған, қажылар саны жылдан-жылға өсіп келеді.

Қазақстандағы діни туристерді тарту нысандары болып қасиетті орындар мен діни орталықтар табылады. Мұндай жерлерге сапар жасауға діни актілер, жыл сайын белгілі бір уақытта өтетін фестивальдар мен мейрамдар себепші болуы мүмкін. Қазақстан нарығында туристерге және қажыларға діни мақсаттағы турларды ұсынатын туристік фирмалар қызмет жасайды. Олардың ірілері: «Яссауи», «Қызмет Саяхат», «ХИКМЕТ ТРАВЕЛ». Ұйымдастырылатын діни турлар қамтитын аумағы, тур мақсаты, ұзақтылығы, қатысушылар жас деңгейі және т.б. бойынша әртүрлі болады. Осыған байланысты діни туризмнің классификациясы құрастырылды (1-кесте) [5].

1-кесте – Діни туризм классификациясы

Жіктеу белгілері	Діни туризм түрлері
Қамтитын аумағы бойынша	– ішкі туризм, азаматтардың ел ішінде саяхаттауы – кіру туризм, шетел азаматтарының елге келуі – шығу туризмі, азаматтардың шет елге саяхаттауы

Ұзақтылығы бойынша	– бір күндік сапарлар – түнеумен ұйымдастырылатын сапарлар
Қатысушылар жас деңгейі бойынша	– балалар мен жастар (15-24 жас) – экономикалық белсенді жас адамдар (25-44 жас) – орта жастағы адамдар (45-64 жас) – зейнеткерлер (65 жастан бастап)
Діни орындар түрлері бойынша	– табиғи ескерткіштер, мысалы, Әулие ағаш, Үңгіртас, Қасиетті Хромтау – діни құрылыстар: кесенелер, соборлар, ғибадатханалар және т.б.
Қатысушылар мақсаттары бойынша	– нақты діни мереке күнін атап өтумен ұштастырылған қажылық сапарлар: қажылар да, туристер де қатысады; – өзін-өзі рухани жетілдіру, рухани қуат алу: қажылар да, туристер қатысады; – діни қауымда өз мәртебені жоғарлату: тек шіркеулік адамдарға қатысты; – қасиетті орындарға, ғибадатханаларға табыну, рухани және физикалық сауығу, тек қажылар қатысады; – таза экскурсиялық-танымдық түрткі, тек туристер қатысады.
Әлемдік конфессиялар бойынша	– христиандық: православтық, католиктік, протестанттық – ислам: суннизм, шиизм, ибадизм – буддизм: тхеравада, махаяна, ваджраяна – иудаизм: ортодоксальді иудаизм, хасидизм, реформистік иудаизм және т.б.
Ұйымдастырылуы бойынша	– ұйымдастырылған, яғни туристердің делдал фирмалардың көмегіне жүгінуі – ұйымдастырылмаған, туристердің өзіндік сапар шегуі

Қазақстандағы діни туризм нысандарының көптеп орналасуында Оңтүстік Қазақстан облысы ерекше орын алады. ОҚО бойынша 82 туристік кәсіпорын қызмет етеді. Оның үшеуі, «Сембекова и К», «Ордабасы НЖ», «Аль-Маруа», 2008 жылдан бастап қажылық жұмыстарымен айналысуға қабілетті деген туристік фирмалардың тізіміне енді. Түркістанның өзіне жыл сайын, шамамен, 700 мың қажы келеді [6].

Нәтижелер мен талдау

Республикамыздағы діни туризмнің даму жағдайын талдай отырып, Қазақстан аумағы бойынша ұйымдастырылатын діни турларға SWOT талдау жасалынды (2-кесте).

2-кесте – Қазақстанда ұйымдастырылатын діни турлардың SWOT-талдауы

Күшті жақтары: – діни нысандардың болуы; – ішкі туризмді дамытуды мемлекеттік қолдау; – турлардың қолжетімділігі; – ел ішінде тұрақты саяси жағдай; – Қазақстанның көпконфессионалды болуы.	Әлсіз жақтары: – инфрақұрылымның әлсіз дамуы; – діни туризм нысандарын қалпына келтіруге қажеттілігі; – маркетингтік қызметтерінің жеткіліксіздігі; – түрлі діни аймақтардағы фирмалардың жеткілікті түрде интеграцияланбауы.
Мүмкіндіктер: – діни турларды дамыту бойынша ішкі туризмнің дамуы; – шетел туристерін тарту; – инвестицияларды тарту арқылы туристік инфрақұрылымды дамыту мүмкіндігі.	Қауіп-қатерлер: – туристер келуімен экологиялық жағдайдың төмендеуі; – апатты жағдайлардың орын алуы.

Бүгінгі таңда діни туризм, яғни, діни мотивациялы сапарлар туризмі маңызды көлемге жетіп отыр. Діни туризм түрлі конфессия адамдарының діни қажеттіліктеріне негізделген. Ол адамның эмоционалдық жағдайына ықпал етіп, тек қана киелі жерлерге барумен шектеліп қоймай, адамдардың рухани байлығын арттырады.

Қорытынды

Біздің еліміздегі қажылық туризмнің қарқынды дамуына мешіттер, кесенелер, ғибадатханалар, мұнаралар, қасиетті православтық орындар және т.б. діни орындардың көп болуы, мұндай бағдарламалардың қымбат еместігі және, әрине, қазіргі заман адамына рухани қолдаудың қажеттілігі ықпал етуде.

Қазақстанда тарихи ескерткіш, бағасы жоқ жәдігерлердің көптігіне қарамастан қазіргі таңда діни туризмнің дамуын келесідей мәселелер тежеп тұр: инфрақұрылымның әлсіз дамуы, байланыс аясының кейбір облыс жерлерінде төмен болуы, арнайы жасақталатын турлардың аздығы, туристік объектілерге жетудің қиындығы, туристер демалатын жерлердегі қызмет көрсету деңгейінің жоғары болмауы, жол бойы инфрақұрылым объектілерінің қызмет сапасының және санының жеткіліксіздігі, туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі. Осыған байланысты келесі міндеттерді шешу қажет: туризмнің инфрақұрылымын дамыту, туризм саласының материалдық базасын жаңарту және жаңа нысандар құрылысын жүргізу, дүниежүзілік деңгейге сәйкес діни туристік өнімді қалыптастыру және оның сапасын арттыру, табиғи-рекреациялық және мәдени-тарихи ресурстарды пайдалану, туристік ресурстарға қол жеткізуді қамтамасыз ету және туристік қызметтер қажеттілігін қанағаттандыруда ең жоғары деңгейге жету, кіші кәсіпкерлікті қолдау, туризм және қызмет көрсету саласында халықты жұмыспен шұғылдануға ынталандыру.

Әдебиеттер

1 Быстров С.А. Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. – Москва-Санк-Петербург, 2007.

2 Христов Т.Т. Религиозный туризм. – М.: Академия, 2003. – 159 с.

3 [Электрондық ресурс]: Қазақстанның діни бірлестіктері http://rukhanialem.psu.kz/index.php/ru/mir-religij/religioznye-ob-edineniya-kazakhstana-v-tsifrakh-i-faktakh

4 [Электрондық ресурс]: Бабкин А.В. Специальные виды туризма http://tourlib.net/books_tourism/babkin02.htm

5 [Электрондық ресурс]: Развитие религиозного туризма как составляющей части историко-культурного наследия на современном этапе. http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-religioznogo-turizma-kak-sostavlyayuschey-chasti-istoriko-kulturnogo-naslediya-na-sovremennom-etape

6 [Электрондық ресурс]: Қажылық жұмыстарын ұйымдастырудың барысы туралы Ақпарат http://www.adilet.gov.kz/ru/node/466

References

1 Bystrov S.A. Vorontsova M.G. Tourism: macroeconomica i microeconomica. – Moskva-Sank-Peterburg, 2007.

2 Christov TT Religious tourism . – M.: Academy, 2003. – 159 s.

3 [Elektronnyi resurs]:Kazakhstan dini birlestikteri http://rukhanialem.psu.kz/index.php/ru/mir-religij/religioznye-ob-edineniya-kazakhstana-v-tsifrakh-i-faktakh

4 [Elektronnyi resurs]: Babkin A.V. Specialnye vidy tourisma http://tourlib.net/books_tourism/babkin02.htm

5 [Elektronnyi resurs]: razvitie religioznogo turizma kak sostavlyayuscheychasti istoriko kulturnogo naslediya na sovremennom etape. http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-religioznogo-turizma-kak-sostavlyayuschey-chasti-istoriko-kulturnogo-naslediya-na-sovremennom-etape

6 [Elektronnyi resurs]: Kazhylyk zhumystaryn uyymdastyrudyn barysy turaly akparat. http://www.adilet.gov.kz/ru/node/466

Алиева Ж.Н., Мусахан А.

Қазақстандағы медициналық туризмнің даму мүмкіндіктері

Қазіргі таңда медициналық туризм туризмнің ең әйгілі түріне айналуда. Қазақстан медициналық турларды ұйымдастыру мен ілгері жылжытуда зор мүмкіндіктерге ие. Халықтың өмір сүру деңгейін сапалы медициналық қызметтерді ұсыну арқылы жақсарту үшін мемлекетте Ұлттық медициналық холдинг құрылды. Денсаулық сақтау жүйесіне халықаралық стандарттарды енгізу медициналық туризмнің дамуын ілгерілетеді. Сонымен қатар, елге медициналық мақсатпен саяхаттайтын шетелдік туристер ағымын көбейтеді. Елбасы Н.Ә. Назарбаев Қазақстанда медициналық туризмді дамытуға шақырады. Осыған байланысты бұл мақалада медициналық туризмнің қазіргі даму жағдайына анализ жасалып, оның ұйымдастырылу мәселелері қарастырылған. Сонымен қатар, авторлармен медициналық туризм классификациясы құрастырылып, медициналық туризмнің дамуына әсер ететін негізгі факторлар анықталды және Қазақстандағы медициналық туризм дамуының негізгі бағыттары жүйеленді.

Түйін сөздер: медициналық туризм, Ұлттық Медициналық Холдинг, медициналық туризм классификациясы, диагностикалық тур, медициналық тур.

Aliyeva Zh.N., Mussakhan A.

Opportunities for Development of Medical Tourism in Kazakhstan

Nowadays, the most popular type of tourism becomes a medical tourism. Kazakhstan has great opportunities and potential for the organization and promotion of medical tours. To improve the quality of life through the provision of quality health services in the country, there was established a National Medical Holding. Implementation of international standards in the health care system will stimulate the development of medical tourism in Kazakhstan, in its turn , will increase the flow of foreign visitors for medical purpose. The head of State Nursultan Nazarbayev urges to develop medical tourism in Kazakhstan. In this regard, the article analyzes the current state of development of medical tourism in Kazakhstan, devoted to the problems of its organization. However, the authors developed a classification of medical tourism, defined the main factors influencing its development and systematized the main directions of the development of medical tourism in Kazakhstan.

Key words: medical tourism, National Medical Holding, classification medical tours, diagnostic tour, medical tour.

Алиева Ж.Н., Мусахан А.

Возможности развития медицинского туризма в Казахстане

В настоящее время наиболее популярным видом туризма становится медицинский туризм. Казахстан располагает большими возможностями для организации и продвижения медицинских туров. Для улучшения качества жизни населения путем предоставления качественных медицинских услуг в стране создан Национальный медицинский холдинг. Внедрение международных стандартов в систему здравоохранения будет стимулировать развитие медицинского туризма в Казахстане, это, в свою очередь, будет способствовать увеличению потока иностранных туристов с медицинской целью. Глава государства Н. Назарбаев призывает развивать медицинский туризм в Казахстане. В связи с этим в статье рассматриваются возможности развития медицинского туризма в Казахстане, а также проблемы его организации. Вместе с тем авторами разработана классификация медицинского туризма, определены главные факторы, влияющие на его развитие, также систематизированы основные направления развития медицинского туризма в Казахстане.

Ключевые слова: медицинский туризм, Национальный медицинский холдинг, классификация медицинского туризма, диагностический тур, медицинский тур.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 338.48

***Алиева Ж.Н., Мусахан А.**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: azhn99@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕДИЦИНАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Кіріспе

Қазіргі таңда туризмнің дамуы, әсіресе адамның тіршілігін қамтамасыз ету және оның физикалық және рухани денсаулығын қалпына келтіруге бағытталған медициналық туризмнің дамуы мемлекеттің басты міндетіне айналуда. Медициналық туризм, бір жағынан қоғамның тұрақты дамуына зор үлес қосса, басқа жағынан, мемлекет үшін тұрақты өсетін табыс көзін қамтамасыз ететін сала болып табылады. Медициналық туризм халықаралық масштабта қарқынды түрде дамып келе жатқан туризм түрі болып табылады. Дүниежүзілік Денсаулық Сақтау ұйымының болжамы бойынша 2022 жылға қарай туризм және денсаулық сақтау әлемдік салалардың негізгі саласына айналады. Медициналық туризм бойынша халықаралық конгресстің (Global Wellness Tourism Congress – GWTC) берген мәліметтері бойынша бұл сала жыл сайын 9,9%-ға өсіп тұрады. 2017 жылға қарай табыс жалпы туризм табысының 16% құрайды деп болжамданған [1].

«Медициналық туризм» түсінігі біріншіден, шетелде негізгі және толыққанды медициналық қызмет көрсетуді білдіреді. К. Росс бойынша медициналық туризм тұрғылықты жерден тыс жерге, денсаулықты қалпына келтіру мақсатымен жасалынатын саяхат. В.Ф. Теобальд бойынша медициналық турист дегеніміз тұрғылықты жерінен тыс 24 сағаттан көп медициналық қызметті тұтынған туристті айтамыз [2]. Жаһандану жағдайында көптеген мемлекеттер экономиканың бір саласы медициналық туризмге инвестиция салуда. Олар әлемнің мықты медициналық мектептерінде жоғары санатты қызметкерлерді дайындауда, жаңа технологиялармен жабдықталған комфортабельді клиникаларды салуда. Бұл мемлекеттер қатарына туризмі жоғары деңгейде дамыған мемлекеттерді жатқызамыз. Медициналық туризмнің әлемдегі негізгі бағыттары АҚШ, Германия, Түркия, Үндістан, Таиланд, Канада, Мексика, Коста-Рика, Ұлыбритания, Франция, Испания, Иордания, БАӘ, Малайзия, Сингапур, Жапония, Корея, Филиппин, ОАР.

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

Медициналық туризм – бұл азаматтардың сапалы және қымбат емес медициналық көмекті іздеу мақсатында шет елге шығуы негіз болып табылатын жаһандық құбылыс. Адамдардың медициналық

көмекті өзге елдерде алуына итермелейтін түрлі әлеуметтік-экономикалық себептері бар. Мұндай турлардың қатысушыларының көпшілігі, өз елінде уақытылы білікті ем алу мүмкіндігіне ие бола алмай, көршілес елдерге, сол сияқты қашықтағы елдерге де барады. Қазақстандық пациенттер ұзақ уақыт бойы кардиохирургия, нейрохирургия, мүшелерге трансплантация жасау, онкология және т.б. сияқты медицина салаларында медициналық көмек алу үшін өзге елдерге баруға мәжбүр еді.

Елбасы Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстан-2050. Бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты жолдауында отандық медициналық туризмді дамыту керектігін айтты. Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында «Ұлт денсаулығы – біздің жетістікті болашағымыздың негізі. Тек салауатты өмір салты ұлттың денсаулығының негізі» болып табылатынын атап айтты. Сонымен қатар, отандық медициналық туризмді дамыту керектігін еске салды [3].

Қазақстанда медициналық туризмнің негізін «Ұлттық медициналық холдинг» денсаулық сақтау нысандары құрайды. «Ұлттық медициналық холдинг» АҚ 2008 жылы Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысына сәйкес жарғылық капиталына мемлекеттің жүз пайыз қатысуымен құрылды. «Ұлттық медициналық холдинг» АҚ негізгі мақсаты халықаралық деңгейде бәсекеге қабілетті «Болашақ госпиталін» құру. «Болашақ госпиталі» жобасын жүзеге асырудың басты шарты, дамыған елдердің медициналық ұйымдары үшін «алтын стандарт» болып есептелетін JCI халықаралық аккредитациясын алу. Жалпы әлем бойынша 458 медициналық мекеме ӘСІ халықаралық аккредитациясын иеленген. Соның ішінде 7-уі Қазақстандағы медициналық орталықтарға тиесілі [4]. Ол қатерді азайтып, үнемі сапаны арттыруға мүмкіндік беретін халықаралық ресурсқа қолжетімділік қамтамасыз етеді. Ұлттық медициналық холдинг Астана қаласының медициналық кластері аумағында орналасқан 6 инновациялық денсаулық сақтау нысандарынан тұрады.

Қазақстанда ұйымдастырылатын медициналық турлардың ұйымдастыру ерекшеліктері, қамтитын аумағы, турдың мақсаты, қатысушылардың жас ерекшеліктері және т.б. критерийлері бойынша әртүрлі болып келеді. Осыған байланысты медициналық турлардың классификациясы құрастырылды. Медициналық туризм классификациясы 1-кестеде көрсетілген. Медициналық туристің басты мәселесі саяхатты ұйымдастырудың қиындығы болып табылады. Көптеген құжаттарды дұрыс рәсімдеуді білмеу, қажетті медициналық орталықты таңдай алмау, таныс емес тіл және мәдениет саяхатты ұйымдастыруға қиындық туғызады. Бірақ, бүгінгі күні саяхатты делдал арқылы ұйымдастыруға мүмкіндік бар.

1-кесте – Медициналық туризм классификациясы

Жіктелуі	Медициналық туризм	
Қамтитын аумағы бойынша	Кіру туризмі	
	Шығу туризмі	
Ұйымдастыру ерекшелігі бойынша	Туристтік агенттік	
	Қызмет көрсетуші топтар (провайдерлер)	
Қатысушылардың жас деңгейі бойынша	Ересектерге арналған	
	Балаларға арналған	
Саяхаттың мақсатына байланысты	Медициналық	• Кардиология • Гастроэнтерология • Гематология • Гинекология • Дерматология • Иммунология • Неврология • Нефрология • Онкология • Ортопедия • Отоларингология • Офтальмалогия • Стоматологиялық қызмет • Трансплантология • Урология

		• Хирургия • Эндокринология • Эстетикалық медицина • Косметология • Офтальмалогия • Педиатрия • Пластикалық хирургия • Психотерапия • Репродуктивті медицина
	Диагностикалық	
	«check up» турлар	• Базалық тексеріс • Мамандандырылған тексеріс • Балалар тексерісі
Медициналық мекеменің меншік формасына қарай	Мемлекеттік медициналық мекемелер	
	Жеке	
	Аралас	

Делдалдардың екі типі бар:

– туроператорлар мен туристік агенттік – медициналық туристерге арналған туристік пакет ұсынатын кәсіпорындар.

– қызмет көрсетуші топтар – халықаралық және американдық медициналық мекемелермен, медициналық туристермен жұмыс жасайтын шетелдік провайдерлер.

Делдалдармен жұмыс жасаудың артықшылықтары:

– медициналық турларды ұйымдастырудағы тәжірибенің көптігі;

– медициналық туризм бойынша барлық сұрақтарға жауап бере алуы;

– қауіпсіздікті қамтамасыз ету, сақтандыру, орналастыру орнын таңдауға, транспортты таңдауға көмектесу;

– медициналық орталықтар туралы ақпараттың болуы;

– қонақ үйді брондау, билеттерді алуға көмектесу;

– процедурадан кейін пациент қайта қалпына келуін ұйымдастыру;

– кейбір делдалдар кешенді қызмет көрсетуді ұсыну мүмкін (арзан бағаға алуға болады).

Делдалдардың кемшіліктеріне бағаның қымбат болуы, яғни делдалдардың комиссиясын және шектеулі таңдауды айтамыз.

Медициналық тур – қолында диагнозы бар, нақты бір аурудан емделуге баратын шетел пациентінің саяхаты. Медициналық туризмнің бірнеше бағыты бар. Әрбір медициналық мекеме бір бағыт бойынша немесе бірнеше бағыт бойынша жұмыс істей алады. Қазақстанда көрсетілетін негізгі медициналық туризм бағыттары 2-кестеде көрсетілген.

Диагностикалық тур – диагнозды тексеру және анықтауға баратын турист. Мұндағы негізгі емдеу шаралары: ультрадыбыстық зерттеу, магниттік-резонанстық томография, электрокардиограмма, фиброгастроскопия, коронарография, маммографиялық зерттеу, ангиография.

2-кесте – Қазақстанда көрсетілетін негізгі медициналық туризм бағыттары

Медициналық туризм бағыты	Негізгі медициналық емдеу шаралары
Гинекология	Жүктілікті жүргізу, гинекологиялық ауруларды емдеу
Кардиология	Ангиопластика, шунттау, кардиологиялық ауруларды емдеу, жүрек, қан-тамырлары мен өкпеге ота жүргізу
Неврология	Эпилепсия, жүйке жүйесі бұзылыстарын емдеу
Онкология	Химиотерапия, радиотерапия, гамматерапия, онкологиялық ауруларды хирургиялық жолмен емдеу
Офтальмалогия	Астигматизмды, катарактаны, глаукоманы, пресбиопмяны, қылилықты емдеу, көру қабілетін лазермен түзету, көз бұршағын алмастыру

Педиатрия	Балалар трансплантологиясы, неонатальды скрининг, балалар кардиологиясы
Репродуктивті медицина	Бедеулікті емдеу, ЭКО (экстракорпоральды ұрықтандыру), сурогатты ана
Трансплантология	Мүшелер трансплантологиясы
Хирургия	Лапароскопия, нейрохирургиялық ота, мастэктомия, стент орналастыру, Da Vinci орнатылуымен жүретін ота, жынысын ауыстыру отасы

«Check up» тур – ағылшын тілінен аударғанда «тексерілу» деген мағынаны білдіреді. Бұл – адам организмін профилактикалық тексеру болып табылады. «Check up» турлар бағдарламасына байланысты: базалық, мамандандырылған және балалар тексерісі болып бөлінеді.

Нәтижелер мен талдау

Медициналық туризм – бұл жаһандық құбылыс. Біздің мемлекетте медициналық туризмді дамытудың барлық мүмкіндіктері бар. Республикада «ұлттық медицинаның қозғаушы күші» Ұлттық медициналық холдинг жұмыс жасайды. 2011-2014 жылдар аралығында «Ұлттық медициналық холдинг» пен «Ұлттық ғылыми медициналық орталықта» 4799 шетел азаматы медициналық көмек алды [5]. Жыл сайын қазақстандық дәрігерлер шетелдің алдыңғы қатарлы клиникаларында тәжірибе өтеді, клиникаларға жаңа инновациялық технологиялар енгізілуде, күрделі трансплантациялық оталар жасалуда.

Қорытынды

Қазіргі таңда қазақстандықтар шет елге медициналық көмек іздеп бару қажеттілігі тумас үшін шынайы жағдайлар жасалуда. Соңғы жылдары елімізде жоғарғы санатты жақсы жабдықталған клиникалар салынды. Мамандарды даярлауға, сонымен қатар шетелдерде оқытуға және танымал шетелдік медиктерді шақыруға көп көңіл бөлінуде.

Медициналық туризмінің дамуына елдің жалпы туристік инфрақұрылым жағдайы да әсерін тигізеді. Медициналық туризмінің дамуына әсер ететін негізгі факторлар:

– әлемдік деңгейдегі медициналық орталықтар құру;

– денсаулық сақтау инфрақұрылымына инвестиция құю;

– халықаралық аккредитацияға сай сапа;

– пациенттердің халықаралық ағымы;

– ыңғайлы медициналық турлар;

– саяси тұрақтылық;

– туризм инфрақұрылымының дамуы;

– мамандардың білікті болуы;

– денсаулық сақтау жүйесінде инновациялық жетістікке жету;

– жаңа медициналық технологияларды пайдалану;

– халықаралық деңгейде білім алған персоналдың болуы.

Осы факторларды негізге ала отырып, Қазақстан Республикасында медициналық туризмінің дамуына зор мүмкіндіктер бар.

Әдебиеттер

1 [Электрондық ресурс]: New Study Reveals Wellness Tourism. http://medicaltraveltoday.com/new-study-reveals-wellness-tourism-a-439-billion-market-representing-1-in-7-tourism-dollars/

2 [Электрондық ресурс]: Исследование медицинского туризма 2011. http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/belge/1-15697/---2011.html

3 [Электрондық ресурс]: Елбасы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы. https://strategy2050.kz

4 [Электрондық ресурс]: JCI-Accredited Organizations. http://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/?c=Kazakhstan

5 [Электрондық ресурс]: Астана стала одним из центров медицинского туризма в Центральной Азии. http://www.inform.kz/rus/article/2741128

References

1 [Elektronnyi resurs]: New Study Reveals Wellness Tourism. http://medicaltraveltoday.com/new-study- reveals-wellness-tourism-a-439-billion-market-representing-1-in-7-tourism-dollars/

2 [Elektronnyi resurs]: Issledovanie meditsinskogo turizma 2011. http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/belge/1-15697/---2011.html

3 [Elektronnyi resurs]: Elbasy N.Nazarbaevtyn Kazakhstan halkyna zholdauy. https://strategy2050.kz

4 [Elektronnyi resurs]: JCI-Accredited Organizations. http://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/jci-accredited-organizations/?c=Kazakhstan

5 [Elektronnyi resurs]: Astana stala odnim iz tsentrov meditsinskogo turizma Tsentralnoy Azii. http://www.inform.kz/rus/article/2741128

Бейсембинова А.С.,
Ақтымбаева А.С.,
Көшкімбаева Ү.Т.,
Адбанова А.А.

Алакөл ауданының туристік кешенінің дамуының SWOT-анализі

Алакөл ауданының туристік потенциалының SWOT-анализі жасалды: туризмнің мықты және әлсіз жақтары, сонымен қатар ауданның мүмкіншіліктері мен қауіптері көрсетілді. Кіру және шығу туризмінің дамуына кедергі болған факторлар және Алакөл ауданында туризмнің дамуына жағымды әсер ететін факторлар анықталды. Қаражаттарды тарту және халықтың тұрмыстық жағдайын жақсарту үшін Алакөл ауданының туристік имиджін көтеру қажеттілігі көрсетілді.

Алакөл аймағында туризмнің дамуы үлкен мүмкіншіліктерге ие. Дәстүрлі демалыс және туризм орындары қол жетімсіз әрі қымбат болу факторын ескере отырып, Алакөл ауданында туризмді дамыту қажеттілігі және оның тартымдылық факторларын анықтау қажет болды, өйткені халық шаруашылығының саласы ретінде туризм аймақта әлеуметтік инфрақұрылым кешенінің дамуына ықпал етеді. Сонымен қатар, оның негізінде территориялардың әлеуметтік дамуы анағұрылым көтеріліп, жергілікті халықтың тұрмыстық әрі демалудың прогрессивті формалары пайда болады. Кіші қалалардың, сирек қоныстанған территориялардың әлеуметтік статусының көтерілуі байқалады.

Түйін сөздер: Алаколь бассейні, туризм индустриясы, рекреациялық потенциал, туристік ағын динамикасы.

Beisembinova A.S,.
Aktymbayeva A.S.,
Koshkimbaeva U.T.,
Adbanova A.A.

Swot-Analysis of the Touristic Complex in Alakol Area

SWOT-analysis of touristic potential of Alakol area has been conducted: strengths and weaknesses of tourism development have been analyzed, as well as possible threats and obstacles to beach tourism development in the region. Main factors impeding the development of inbound and domestic tourism, factors of tourism attractiveness increase in Alakol district have been outlined. On the basis of the SWOT-analysis the authors identified main obstacles to the development of inbound and domestic tourism in Alakol district. In order to attract financial flows, as well as to improve welfare of the residents it is needed to improve the touristic image of Alakol district.

The development of tourism in Alakol region has a great potential. Taking into account the factor that traditional recreation places and tourism became inaccessible and expensive, the need to identify factors of increasing tourism attractiveness in Alakol region is a relevant issue. Tourism as sector of economy contributes to comprehensive development of regional social infrastructure. On this basis, the level of social development of the territories significantly grows, and appear more progressive forms of daily life and recreation of local population. Social status of small towns and sparsely populated areas is increasing.

Key words: Alakol basin, tourism industry, recreational potential, tourist flow dynamics.

Бейсембинова А.С.,
Актымбаева А.С.,
Кошкимбаева У.Т.,
Адбанова А.А.

SWOT-анализ развития туристского комплекса Алакольского района

Проведен SWOT-анализ туристского потенциала Алакольского района: проанализированы сильные и слабые стороны развития туризма, а также возможности, угрозы и препятствия развития пляжного туризма в регионе. Выделены основные факторы, препятствующие развитию въездного и внутреннего туризма, факторы роста привлекательности туризма в Алакольском районе. На основе проведенного авторами SWOT-анализа выделены основные факторы, препятствующие развитию въездного и внутреннего туризма Алакольского района. Для привлечения финансовых поступлений, а также для улучшения благосостояния жителей показана необходимость повышения туристского имиджа Алакольского района.

Развитие туризма в Алакольском регионе имеет большие возможности. Учитывая тот фактор, что традиционные места отдыха и туризма стали недоступны и дороги, необходимость выявления факторов роста привлекательности туризма в Алакольском районе является актуальным. Ведь туризм как отрасль народного хозяйства способствует комплексному развитию социальной инфраструктуры в регионах. На этой основе существенно повышается уровень социального развития территорий, рождаются более прогрессивные формы быта и отдыха местного населения. Происходит повышение социального статуса малых городов, слабозаселенных территорий.

Ключевые слова: Алакольский бассейн, индустрия туризма, рекреационный потенциал, динамика туристского потока.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 908.11.311

[1]Бейсембинова А.С., *[1]Ақтымбаева А.С.,
[1]Көшкімбаева Ү.Т., [2]Адбанова А.А.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
[2]Т. Рысқұлов атындағы ҚазЭУ (Нархоз),
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: alia_79-30@mail.ru,

АЛАКӨЛ АУДАНЫНЫҢ ТУРИСТІК КЕШЕНІНІҢ ДАМУЫНЫҢ SWOT-АНАЛИЗІ

Кіріспе

Қазақстан республикасындағы туризм экономикалық даму стратегиясының басты бағыттарының бірі болып табылады. 2020 жылға дейінгі аралыққа туризм саласы экономиканың секторы ретінде дамуы қамтамасыз етілетін заманауи жоғары тиімді әрі бәсекеге қабілетті туристік кешенді қалыптастыру бойынша негізгі талаптар анықталған, сондай-ақ әлемдік туристік нарық жүйесін интеграциялау мен туризм саласындағы халықаралық серіктестікті ары қарай дамыту анықталған. Туристік кластерді қалыптастыруға потенциалы жеткілікті перспективті аймақтардың бірі ретінде еліміздің оңтүстік-шығысы анықталды. Сонымен қатар кластер құрушы элемент ретінде Алакөл көлі мен оған тиісті Қазақстанның екі ірі облыстарының территориялары қызмет етуі мүмкін: Алматы облысы мен Шығыс Қазақстан. Алакөл бассейнінің перспективтілігі соңғы жылдардағы туристік ағым динамикасының өсімі мен инфрақұрылымдық өзгерістермен расталды [1-2].

Қазіргі таңда Алакөл көлінің жағалауында туристік ресурстармен қоса туристік инфрақұрылымды да қамтитын туристік шаруашылықтың интенсивті өзгерісі іске асып жатыр. Территорияның туристік сіңісуінің интенсификациясы түрлі зерттеу әдістеріне – алаңдық және камеральді, экспедициялық тексеріспен қоса, ақпарат көздерінің анализі, статистикалық анализ, әлеуметтік зерттеулер (сауалнама, анкета толтыру, фокус группалар мен жеке респонденттерден интервью алу) басқа да әдістерге сүйенетін тиісті ғылыми түсініктемелерді қажет етеді.

Кешенді түрде қарастыру Алакөл маңының заманауи туристік шаруашылықтың жағдайын объективті бағалауға мүмкіндік береді және жергілікті туристік өнімді территорияның тұрақты туризм қағидаларына байланысты ішкі және халықаралық туризм үшін актуализациялау механизмін ұсынуға мүмкіндік береді.

Бастапқы деректер және зерттеу әдістері

Зерттеу әдістері: жүйелік қарастыру, синтез, салыстырмалы-сипаттамалық, картографиялық.

Алакөл бассейні еліміздің табиғи және тарихи-мәдени

мұрасы болып табылатын уникалды кешен. Аймақтың табиғат жағдайларының әртүрлілігі мен уникалдылығы туризмнің әр түрін дамытуға мүмкіндік туғызады. Дегенмен, аймақтың туристік-рекреациялық перспективаларын анықтау рекреация мен туризмнің даму шарттары мен мүмкіндіктерін терең және әр қилы жақтарынан анализдеуді талап етеді, әсіресе, отандық және шетелдік туристерді қабылдау үшін.

Осыған орай, Алакөл ауданының туристік потенциалын анализдеу мен осының негізінде рекреация мен туризмді дамыту бойынша кеңестерді қалыптстыру қажет [3].

Алакөл ауданының туристік потенциалын анализдеу үшін саладағы ситуацияларды анализдеуге арналған әмбебап құрал болып табылатын SWOT-анализ жасалды, сонымен қатар оны аймақтың туристік саласын дамыту бойынша стратегия қалыптастыру үшін тиімді пайдалануға болады.

SWOT-анализ жргізу саланың әлсіз жақтары мен мықты жақтары, мүмкіндіктері мен қауіптері енгізілетін матрицаның құрылуын қажет етеді. Мықты жақтарына қосымша мүмкіндіктер беретін ерекшеліктері жатады (саланы дамытуға пайдалана алатын жағымды жағдайлар), әлсіз жақтарына аймақта туризмді дамыту үшін қажетті бір нәрсенің болмауы не бір элементтің салаға кері әсер етуі (туристік потенциалдың дамуына теріс әсер беруі мүмкін элементтер).

Алакөл ауданының туристік потенциалының SWOT-анализі берілген (1-ші кестеде).

Авторлармен берілген SWOT-анализ негізінде Алакөл ауданыда шығу туризмі мен ішкі туризмді дамытуды тежеп отырған негізгі факторлар анықталды.

1-кесте – Алакөл ауданының туристік потенциалының SWOT-анализі [4-6]

Туризмді дамытудың мықта жақтары	Туризмді дамытудың әлсіз жақтары
– көп түрлі табиғи ресурстық потенциал; – тарихи-мәдени мұраға бай; – облыстың тарихы мен мәдениетіне байланысты шаралардың көптігі; – жағымды экологиялық жағдай.	– туризм нысандарын реконструкциялау қажеттілігі; – туристік саланың субъекттерін қамтитын ақпараттық базаның жоқтығы.
– Туризмнің тарихи, танымдық, этнографиялық, экологиялық, спорт, шытырман оқиғалы, рекреациялық түрлерін дамытуға мүмкіндік беретін ресурстардың көптігі.	– ұлттық және халықаралық турстік нарықтағы турөнімнің жоғары бағасы; – туристік қызметтердің халықаралық стандарттарға сәйкес келмеуі; – туристік қызметтердің маусымдылығы, климаттық жағдайларға байланысты болуы.
– орналастыру базаларының болуы: қонақ үйлер, кемпинг, киіз үй қалашықтары, пансионаттар мен демалыс базалары т.б.	– қонақ үй фондының бәсекеге қабілеттілігінің төмен болуы; – туристік маусым кезінде номерлік қордың жетіспеушілігі.
– Алакөл ауданының стратегиялық географиялық орналасуы.	– аймақтың брендингі жеткіліксіз;
– облыстың транспорттық жүйесі.	– туристік ағымға қызмет көрсететін заманауи автотранспорттық құралдардың болмауы; – чартерлік рейстерді ұйымдастыратын аймақтық әуе компанияларының болмауы, автомобиль жолдары жабынының сапасы төмен болуы.
– тамақтандыру инфрақұрылымының болуы. – аймақ тұрғындарының шығу және ішкі туризмді дамыуға қызығушылығы; – тұрақты әлеуметтік-экономикалық жағдай.	– тамақтандырудың сапасы бағасына сәйкес келмейді, яғни 1 бөлке нан 200 тг. тұрады, 1 мантының порциясы – 500 тг; – жол бойындағы дүрыс сервистің жоқтығы. – шығу және ішкі туризмді дамытуды ынталандыратын факторлардың жетпеуі; – туристік индустриядағы квалификацияланған мамандардың жетіспеушілігі. – жағымсыз демографиялық процестер.

– аймақтың тарихы мен мәдениетіне байанысты шаралар; – мұражайлар мен көрмелерді ұйымдастыру; – спорттың көптеген түрлері бойынша жарыстар өткізу тәжірибесі.	– маркетингтік шаралардың жетіспеушілігі, танымалдылық аз. – Аакөл ауданының туристік өнімі туралы жарнамалық материалдардың жетіспеушілігі; – іскерлік туризмді дамыту элементі ретінде жәрмеңкелер мен көрмелерді, фестивальдар мен семинарларды өткізудің тәжірибесі аз
Мәдени-танымдық туризмді дамытудың мықты жақтары	Мәдени-танымдық туризмді дамытудың әлсіз жақтары
– археология ескерткіштерінің болуы; – тарихи ескерткіштердің болуы; – тарихи скульптуралық ескерткіштердің болуы; – архитектура, қалақұрылыс және мұражай ескерткіштерінің болуы; – тарихи ескерткіштер болуы, мысалы, «Наскальные рисунки»	– археологиялық объекттердің туристерге қолжетімділігі төмен; – археология объекттерінің жағдайы көңіл толымсыз; – табиғи ескерткіштерге саяхаттаудың қауіпсіздігі төмен; – ұлттық сурет өнерінің тауарларын көрсететін көрме залдарының жетіспеушілігі; – ұлттық сурет өнерінің жеткіліксіз түрде дамуы.
Емдік туризмді дамытудың мықты жақтары	Емдік туризмді дамытудың әлсіз жақтары
– бальнеологиялық ресурстар бар.	– инвестициялық ресурстардың жетіспеушілігі; – құрылғысының жаңаруына байланысты туристік өнімнің құнының өсуі және бәсекеге

1-ші кестенің жалғасы

	– қабілеттілігінің төмендеуі.
Су туризмін дамытудың мықы жақтары	Су туризмін дамытудың әлсіз жақтары
– су туризмі түрлерін дамытуға жарамды су ресурстарының болуы; – су туризмін іске асыруда пайдалануға болатын шағын кемелердің болуы.	– кемелердің тозығы; – кемелерді реконструкциялау мен технологиялық қамтамасыздандыруға кететін шығынның көптігі; – жеке инвестициялық ресурстардың жоқтығы.
Экологиялық туризмді дамытудың мықты жақтары	Экологиялық туризмді дамытудың әлсіз жақтары
– 32 табиғи объектілердің болуы, оның ішінде 1-ЕҚТТ, 2-ерекше қорғалатын табиғат ескерткіштері, 7-мемлекетпен қорғалмайтын курорттық зоналар; – жеке меншік қонақ үйлер жүйесін дамыту мүмкіндігі; – салыстырмалы түрде капиталды және ұйымдастырушылықты аз шығын жарату мүмкіндігі	– антропогендік салмақты реттейтін механизм жоқ; – экологиялық соқпақтар мен тұрақтарда құрылғылар жоқ; – бақылау алаңдары жоқ.
Спорттық туризмді дамытудың мықты жақтары	Спорттық туризмді дамытудың әлсіз жақтары
– жаяу, шаңғы, су, велосипедтік және тау туризмін дамытуға табиғи ресурстар бар болуы; – аң-балық аулау туризмі үшін биоресурстардың болуы – инфрақұрылымның болуы	– материалдық-техникалық базаның тозуы; – туристік өнімдерді халықаралық нарықта жылжыту үшін жарнамалық материалдардың жоқтығы.
Мүмкіндіктер	Қауіптер
– халықаралық байланыстардың болуы; – туризмнің көптеген түрлерін дамыту мүмкіндігі; – туризмнің бірнеше түрлерін біріктіру мүмкіндігі; – ТМД, Қытай, Жапония, Корея елдерінен туристерді тарту мүмкнідігі; – туристік инфрақұрылымды инвестицияларды тарту арқылы дамыту мүмкіндігі; – қызмет нарығы дамуы негізінде экономикалық потенциалдың дамуы; – территорияның маркетингтік саясатын іске асыру тенденциясының негізінде аймақтың тартымдылығын көтеру; өндірістік базаны модернизациялау арқылы Қазақстанның жалпы даму стратегияснына қосылу мүмкіндігі.	– Нормативтік-құқықтық база жетілмеген; – Алакөл ауданында шығу туризмі мен ішкі туризмге деген сұраныс төмен, – Шығыс Қазақстанның басқа аймақтрымен үлкен бәсекелестік; – облыстң туристік фирмалары мен сыртқы туристік мекемелермен бәсекелестік; – транспорттық тежелімдерге байланысты туристік жолдамалардың бағасының жоғары болуы; – шығу туризмімен айналысатын фирмаларды қолдаудың жетіспеушілігі; – басқа облыстардан ресурстар бойынша бәсекелестік позициядан жеңілу.

Алакөл ауданыда шығу туризмі мен ішкі туризмді дамытуды тежеп отырған негізгі факторларға келесілерді жатқызуға болады [4]:

аймақта туристік инфрақұрылымның дамымауы;

туристік объектілердің жағдайы көңіл толымсыз, санаторлық-курорттық саланың физикалық және моральді тозуы, қосымша қызметтер саласының жеткіліксіз дамуы;

алакөлдік туристік өнімді жылжытуға бағытталған біркелкі маркетингтік саясаттың жоқтығы, саланың динамикасын қадағалауға мүмкіндік беретін статистикалық ақпарат жүйесінің жоқтығы;

қонақ үй және басқа да қызмет көрсетулердің бағасына сәйкес келмеуі, персоналдың квалификациясының әлсіздігі, туризм саласы кадрларын дайындауда жүйеліліктің жоқтығы;

территорияның облыс орталығынан алыс орналасуына байланысты туристік жолдама бағасындағы транспорттық шығындардың жоғары болуы;

облыстық және аудандық деңгейде туризм саласын жеткіліксіз қаржыландыру, туристерді қабылдаудың маусымдылық белгісі және т.б.

Өткізілген SWOT-анализ негізінде нақты бағытталған және ресурстармен қамтамасыздандырылған аудандық саясат арқылы территорияның туристік потенциалының көптеген әлсіз жақтарын жоюға болады деген тұжырымға келеміз.

Алакөл ауданының туристік тартымдылығын өсіретін факторлар ретінде келесілерді атауға болады [5-9]:

уникалды табиғи-ресурстық потенциал мен тарихи-мәдени мұраның болуы;

туристік фирамалардың саны көп, еңбек нарығындағы ерікті жұмыс күші;

аймақтың бай әрі қызық тарихы бар тарихи-мәдени жерлердің көптігі, мұсылмандарға арналған киелі жерлердің болуы;

Еуропадан Азияға бағытталған жолдардың қиылысында орналасуы;

ыңғайлы және тиімді географиялық орналасуы;

халықтың ықыласы мен қонақжайлылығы,

керемет табиғат мүмкіншіліктері, тау ландшафттары мен шөлдер, бай флора мен фауна.

Біз Алакөл ауданы территориясында туризмді дамыту үшін мыналар қажет деп есептейміз [1]:

туризмді дамытудың заңнамалық және нормативтік-құқықтық базасын жетілдіру;

шеттетілген туристік орындарда (мысалы, тау шатқалдары, көл маңы) өмір сүру орнын қалыптастыру үшін альтернативтік объекттер салу мүмкіндігі бар. Оларға қымбат тұрмайтын қонақжайларды, қыстық емес туристік объекттерге арналған палаткалық қалашықтарды жатқызуға болады. Назарды шетелдік туристерге ерекше қызықты болып табылатын киіз үйлік қонақ үйлер моделіне аудару керек;

«Алакөл ауданында туристік қызмет көрсету ережелері» атты аудандық нормативтік құжат жасап шығару;

туристік қызметтерді сертификаттау жүйесін енгізу;

шығу туризмімен айналысатын фирмаларға қаржылық қолдау көрсету шараларын ұйымдастырып, іске асыру (муниципалдық меншік пен жердің арендалық төлеміне льгота енгізу, коммуналдық қызметтер мен тарифтерге льготалар, т.б.);

ішкі және шығу туризмін дамытудың неғұрлым тиімді бағыттарын мақсатты қолдау мен қаржыландыруды қамтамасыз ету;

облыстық бағдарламалар негізінде табиғат, мәдениет және тарих ескерткіштерін қорғау;

жалпы орналастыру инфрақұрылымының мәселелерін шешуге бағытталған ауданның қонақ үйлер ассоциациясын ұйымдастыру;

ауданаралық инфрақұрылымдық схемаларды дамытуды қолдау (транспорт, коммуникация, байланыс, т.б.);

ауданішілік туризмді дамытушы туристік мекемелерді ынталандыру;

туризмді қолдаушы сервистік қызметтерді көрсету үшін шағын бизнесті дамытуды ынталандыру;

туристік шаруашылық субъектілері ассоциациясының қалыптасуы мен жұмысына қолдау көрсету;

туристік салада эффективті бәсекелестік ортаның дамуын ынталандыру;

туризм үшін кадрларды дайындау мен оқытуды бағдарламалық қолдау;

ішкі аудандық туристік өнімді облыс, ел және шетел көлемінде жылжытуды қолдау;

саланың негізгі параметрлерін сертификаттау негізінде ішкі нарықта халыққа қызмет көрсетуші туристік мекемелерге жалпы қызмет жасау шарттарын қалыптастыру;

туристік фирмаларға қызметтерді жылжыту мен ақпараттық материалдарды шағаруға (каталогтар, буклеттер), Алакөл ауданының туристік Web-сайтын жасауға ақпараттық қолдау көрсету; Қазақстан мен шетел үшін

теле және радиобағдарламалар, газеттер мен журналдарда мақалалар жариялауды ұйымдастыру және т.б.

Нәтижелер мен талқылау

Нәтижелер мен талқылауға Алматы облысының Алакөл және Үржар аудандық (Алакөл көлінің оңтүстік және солтүстік жағалауы) әкімшілік аймақтардың құрамына кіретін қалалық және ауылдық елді мекендердің, округтердің аймақтық спецификасын ескере отырып, сондай-ақ бәсекеге қабілетті туристік секторды қалыптастыру бойынша кеңестер негізінде туристік шаруашылықты заманауи рекреациялық бағалау кіреді.

Әлемдік экономикалық кризис туристік барлық саламен қоса туристік салаға да әсер етті. Шетелде демалғысы келетін қазақстандықтардың санының төмендеуі ұлттық валютаның девальвациясы есебінен жолдамалардың қымбаттауы әсерінен деп болжаймыз. Алайда, бұл ішкі туризмді дамыту мен көрші елдер тарапынан шығу туризмін ынталандыруы мүмкін. Ең танымал демалыс орындарының бірі Алакөл көлі болып табылады.

Қорытынды

Барлық ұсынылған шаралар аймақ территориясында бәсекеге қабілетті туристік аланды қалыптастыруға көмектеседі, ал саланың дамуы келесіге мүмкіндік береді: сапалы қызмет алуда туристердің қажеттілігін қамтамасз ету; қосымша жұмыс орындарын қалыптастыру; аймақтың инвестициялық тартымдылығын көтеру; аймақтық және аудандық бюджетке түсімді көбейту; аймақ тұрғындарының жағдайын жақсарту. Аталған шаралар кешені Алакөл ауданының туристік имиджін көтеруге мүмкіндік береді. Ал бұл өз кезегінде қаржылық түсімді өсіреді.

Алайда, керемет туристік-рекреациялық ресурстары бар Алакөл бассейнінде туризм әлі де өз потенциалды мүмкіндіктеріне сәйкес келетін даму деңгейіне жеткен жоқ. Туристік объекттер инфрақұрылымның дамымауына байланысты, биліктің түрлі деңгейлеріндегі мелекеттік реттеу механизмдерінің әлсіздігінен, туристік нарыққа жеке меншік инвестициялар құю үшін мотивациялаудың жоқтығы мен Алакөл бассейнінің туристік-рекреациялық потенциалын кешенді анализдеудің тиімді әдістері болмағандықтан әлі де сұранысқа ие бола алмай отыр.

Әдебиеттер

1 Отчет о НИР: Комплексные исследования туристско-рекреационного потенциала Алакольского бассейна в целях развития рекреации и туризма. – ГР № 0112РК00583. – Алматы: НИИ ПЭ, 2012-2014 гг. – 129 с.

2 Ердавлетов С.Р., Артемьев А.М., Актымбаева А.С., Айжолова Г.Р. Социально-экономические предпосылки развития рекреации и туризма в локальной туристско-рекреационной системе Алакольского бассейна. // Географический вестник. - Вып.4 (23. – Пермь: ПГНИУ, 2012. – С.81 - 85.

3 Erdavletov S.R., Aktymayeva A.S., Aizholova G.R. Alakol lake as natural-recourse subsystem of local tourist-territorial recreational subsystem of Alakol basin. - International proceeding of chemical, biological and environmental engineering: Volume 46 // Li Xuan. – Bangkok, 2012. – P. 80-86

4 Искакова К.А., Жакупова А.А., Актымбаева А.С., Абдреева Ш.Т., Айжолова Г.Р. Современное состояние рекреационного потенциала Алакольского бассейна. // Вестник КазНУ. Серия экологическая. - Алматы: Қазақ университеті, 2013. - № 2/1 (38). - С. 60 – 64.

5 Артемьев А.М., Искакова К.А., Жакупова А.А., Актымбаева А.С., Айжолова Г.Р. Проблемы и перспективы развития Алакольской рекреационной зоны// Томск, 2014- С. 217-221.

6 Абдреева Ш.Т., Жакупова А.А., Искакова К.А. Перспективы туристско-рекреационной деятельности Алакольской рекреационной зоны. // В сб. «Туризм и рекреация: региональные тренды». Материалы Международной научно-практической конференции. Томск, 22-23 мая 2014 г. - С. 33-37.

7 Aktymbayeva A.S., Ableeva A.G., Aktymbayeva B.I. Evaluation of Alakol Lake Ecosystem Sustainability Under Conditions of Antropogenic Buren in The Basin. // Proceedings of the IWA 6th Eastern European Young Water Professionals Conference «EAST Meets WEST». Istanbul, 28-30 of May, 2014 - P. 23-30.

8 Байхонова Т.А., Актымбаева А.С. Алакөл аймағында туризмді индустриясының қазіргі жағдайы / Вестник КазНУ. Серия географическая. -№1 (34)- Алматы: Қазақ университеті, 2012 -С. 127-131.

9 Артемьев А.М., Абдреева Ш.Т., Актымбаева А.С., Турсинбаева К.С. Формирование каркасной сети туристских маршрутов в Алакольском регионе. / Вестник КазНУ. Серия географическая. -№1 (38)- Алматы: Қазақ университеті, 2014 - С. – 88-93

References

1 Research report: Comprehensive study of tourist and recreational potential of Alakol basin for development of recreation and tourism. - GR № 0112RK00583. – Almaty: Research Institute EP, 2012-2014. – 129 p.

2 Erdavletov C.R., Artemyev A.M., Aktymbayeva A.S., Ayzholova G.R. Socio-economic prerequisites for the development of recreation and tourism in the local tourism and recreation system Alakol basin. // Geographical Bulletin. - Issue 4 (23 - Perm: PSNRU, 2012. - P.81 - 85.

3 Erdavletov S.R., Aktymayeva A.S., Aizholova G.R. Alakol lake as natural-recourse subsystem of local tourist-territorial recreational subsystem of Alakol basin. - International proceeding of chemical, biological and environmental engineering: Volume 46 // Li Xuan. - Bangkok, 2012. - P. 80-86

4 Iskakova K.A., Zhakupova A.A., Aktymbayeva A.S., Abdreeva Sh.T., Ayzholova G.R. The current state of the recreational potential of Alakol basin. // Bulletin of KNU. Series of Environmental. - Almaty: Kazakh University, 2013. - № 2/1 (38). - P. 60 - 64.

5 Artemyev A.M., Iskakova K.A., Zhakupova A.A., Aktymbaeva A.S., Ayzholova G.R. Problems and prospects of the development Alakol recreation zone // Tomsk, 2014- P. 217-221.

6 Abdreeva Sh.T., Zhakupova A.A., Iskakova K.A. Prospects of tourism and recreation activities Alakol recreational zone. // International scientific-practical conference: «Tourism and recreation: regional trends», 22-23 May – Tomsk, 2014 - P. 33-37.

7 Aktymbayeva A.S., Ableeva A.G., Aktymbayeva B.I. Evaluation of Alakol Lake Ecosystem Sustainability Under Conditions of Antropogenic Buren in The Basin. // Proceedings of the IWA 6th Eastern European Young Water Professionals Conference «EAST Meets WEST». Istanbul, 28-30 of May, 2014 - P. 23-30.

8 Bayhonova T.A., Aktymbayeva A.S. Alakol aumagynda turizmdy industriyasyn kazirgy zhagdaiy / Bulletin of the KazNU. Geographical Series. -№1 (34) - Almaty: Kazakh University, 2012 -C. 127-131.

9 Artemyev A.M., Abdreeva Sh.T., Aktymbaeva A.S., Tursinbaeva K.S. Formation of framing network of tourist routes in the region Alakol. / Bulletin of the KNU. Geographical Series. -№1 (38) - Almaty: Kazakh University, 2014 – P. 88-93

Бейсембинова А.С.,
Бижигитова А.С.

Инфотурларды ұйымдастырудың қазіргі мәселелері және оларды шешудің бағыттары

Кез-келген турфирманы дамытудың басты кезеңі туристік өнімді жылжыту болып есептелінеді. Туристік өнімді жылжытудың бірнеше жолдары бар, бірақ ең тиімді және туристік қызметкерлердің сапасын жоғарлату құралы ретінде инфотурларды ұйымдастыру болып табылады.

Мақалада Қазақстанның туристік кәсіпорындардың инфотурларды ұйымдастыруы сұрақтары қарастырылған. Инфотурларды ұйымдастырудың мәселелерін анықтау мақсатында Қазақстанның ірі қалаларында орналасқан туристік операторлар мен агенттіктер арасында сауалнама жүргізілді. Сауалнама туристік өнімді құрастыратын туроператорлар үшін және туристік өнімді сатып алатын турагенттіктер үшін бөлек құрастырылды. Инфотурлар турфирма қызметкерлеріне сол елден алған әсердің арқасында қалай турөнімді жақсы сатуға болатынына сілтеме береді. Сауалнамаға туристік кәсіпорындардың қызметі, оның кадр саясаты, кәсіпорынның өнімділігі және оның өнімділігіне әсер ететін факторлар және т.б. сұрақтар енгізілген. Сауалнама нәтижесінде туроператорлардың көбісі шет ел мемлекеттерге инфотурларды ұйымдастыратыны анықталды, ал ұлттық туристік өнімді жылжытуға және турагенттіктердің шетелдік туристердің назарын аудартуға жеткілікті көңіл бөлінбейді. Талдау нәтижесінде Қазақстан территориясы бойынша инфотурларды ұйымдастырумен байланысты басты мәселелер анықталды.

Түйін сөздер: инфотур, туризм, турагент, туроператор, туристік нарық, ұлттық туристік өнім.

Beysembinova A.S.,
Bizhigitova A.S.

Current Problems in the Organization of Infotours and Directions of Their Solutions

The major stage in activity of any турфирмы is advancement of tourist product. There is a great number of methods of advancement of турпродукта, but the most effective, and also basic instrument of increase of professionalism and quality of service of customers is organization of инфотуров.

The questions of organization of infotours the tourist enterprises of Kazakhstan are considered in the article. With the purpose of exposure of problems of organization of infotours the questionnaire of the tourist operators and agencies, located in the metropolises of Kazakhstan, is conducted. Questionnaires are made separately for tour operators and tourist agencies. In questionnaires questions were plugged touching activity of tourist enterprise, his skilled politics, the productivity of enterprise and factors of influencing on his productivity and other As a result of questionnaire is certain that infotours mainly get organized in foreign countries, and for advancement of national product and bringing in of foreign tourists tourist enterprises small that. The analysis identified the key issues related to the organization infotours in the territory of Kazakhstan.

Key words: infotour, tourism, tour agent, tour operator, tourist market, national tour product.

Бейсембинова А.С.,
Бижигитова А.С.

Современные проблемы организации инфотуров и пути их решения

Важнейшим этапом в деятельности любой турфирмы является продвижение туристского продукта. Существует множество способов продвижения турпродукта, но наиболее эффективным, а также основным инструментом повышения профессионализма и качества обслуживания клиентов является организация инфотуров.

В статье рассмотрены вопросы организации инфотуров туристскими предприятиями Казахстана. С целью выявления проблем организации инфотуров проведено анкетирование туристских операторов и агентств, расположенных в крупных городах Казахстана. Анкеты составлены отдельно для туроператоров и туристских агенств. В анкеты были включены вопросы касающиеся деятельности туристского предприятия, его кадровой политики, производительности предприятия и факторов влияющих на его производительность и др. В результате анкетирования определено, что инфотуры в основном организуются в зарубежные страны, а для продвижения национального продукта и привлечения иностранных туристов туристскими предприятиями мало что делается. В результате анализа результатов анкетирования определены ключевые вопросы, связанные с организацией инфотуров по территории Казахстана.

Ключевые слова: инфотур, туризм, турагент, туроператор, туристский рынок, национальный турпродукт.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 911.3

***Бейсембинова А.С., Бижигитова А.С.**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: ardak_bs@mail.ru

ИНФОТУРЛАРДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ҚАЗІРГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУДІҢ БАҒЫТТАРЫ

Кіріспе

Инфотурлар – турагенттер мен әуекомпания мүшелері үшін, туристік орталықтар мен маршруттармен таныстыру мақсатында ұйымдастырылған тур жеңілдігі бар немесе ақысыз тур. Инфотурлар туроператорлар және қабылдаушы компаниялар арқылы ұйымдастырылады, берілген турға қатысушы топты турагенттер мен туризм бизнесінің мамандары, және арнайы топтар құрайды, кез-келген туристер инфотурға қатыса алмайды.

Қазіргі таңда туризм нарығында инфотурлардың алуан түрлері ұсынылған. Туристік өнімді жылжытудың мұндай түрі кең пайдалануда, себебі турдың жылжытудың берілген құралы әсерлі болып табылады. Кез келген туроператор өз бағыты бойынша жарнамалық турларды ұйымдастыруымен айналысады. Туроператорлар туристік қызметті ұсынатын мекемелермен (әуе компаниялары, көлік компаниялары, қонақ үйлері мен танымдық орталықтармен) алдын-ала келісім шартқа отырады [1].

Кез-келген туристік өнімді ұйымдастыру мен жылжыту идея іздеуден басталады. Туристік нарықта идея іздеу саяхат жоспарын ұйымдастыру болып табылады. Осындай ақпарат алмасу кезінде көп қызықты кәсіби идеялар туындайды және жаңа инфотурға қатысты жобалардың іске асырылуына сілтеме береді.

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

Теориялық және әдістемелік зерттеудің негізі ретінде отандық және шетелдік ғалымдардың туризмдегі маркетинг бойынша еңбектері, туризм мәселесіне қатысты заңдық актілер, нормативтік-құқықтық құжаттар қарастырылды. Зерттеу жұмысында Қазақстан Республикасының статистика Агенттігінің ресми мәліметтері, туристік фирмалардың есептік мәліметтері және авторлар жүргізген зерттеу нәтижелері ақпараттық база болып табылады.

Зерттеулерді орындау мақсатында статистикалық, салыстыру, топтастыру, сауалнама, пікір сұрау әдістері пайдаланылды.

Нәтижелер мен талдау

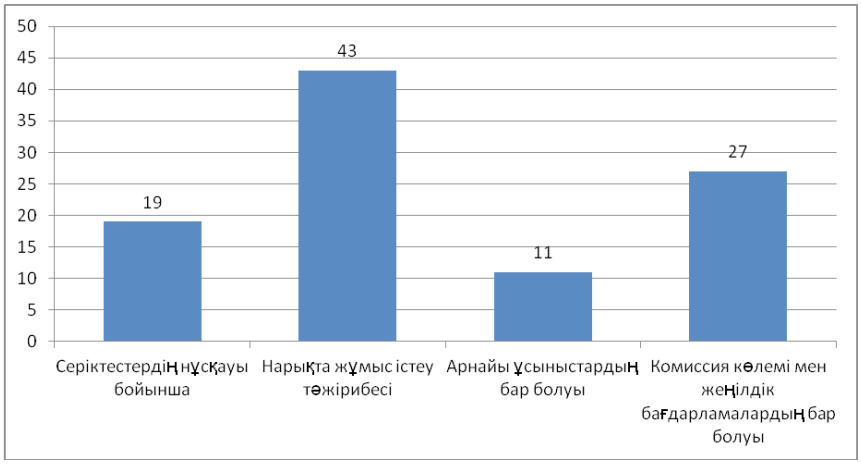
Инфотурларды ұйымдастырудың мәселелерін анықтау мақсатында Алматы, Астана мен Шымкент қалаларында орналасқан туристік операторлар мен агенттіктер арасында сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 50-н астам туроператор және турагент қатысты. Сауалнама сұрақтарын қосымша бірден көруге болады. Сауалнама нәтижесінде туроператорлардың көбісі шетел мемлекеттерге инфотурларды ұйымдастыратыны анықталды.

Мекеме басшыларына 26 сұрақтан құрастырылған сауалнама берілді. Сауалнама бірнеше бөлімге бөлінді: мекеме туралы жалпы сұрақ, туристік өнімді қалыптастырудағы әсер ететін басты факторлар. Сауалнама туристік өнімді құрастыратын туроператорлар үшін және туристік өнімді сатып алатын турагенттіктер үшін бөлек құрастырылды. Дегенмен, сауаламаға ортақ сұрақтар да кіргізілді.

Сұрақтардың бірінші бөлімі нәтижесінде туризм саласында тәжірибесі бар мамандар жұмыс істейтіндігі көрсетті (2-5 жыл).

Сұрақтардың бір бөлімі туристік өнімді қалыптастыруға әсер ететін факторларға байланысты болды.

Агенттіктер үшін туроператорды таңдау кезінде басты қағидаға байланысты сұрақтар құрастырылды. Барлық агенттіктер туристік нарығында тәжірибесі бар туроператорларды таңдайтынын көрсетті. Сонымен қатар, туроператорды таңдаудың қағидалардың бірі бұл, алдыңғы қатарлы техникалық қамтамасыз етілген туроператорлар болып табылады (online броньдау жүйелері, т.б.). Берілген екі қағиданы сұралғандардың 43% және 11% таңдады. Туроператорды таңдаудың факторлардың бірі бұл туристік өнімге қойылатын қосымша комиссияның пайызы мен жеңілдік бағдарламалары болып табылады (27%). Сұралғандардың 19% туроператорларды серіктестердің нұсқауы бойынша таңдайдады (1-сурет).



1-сурет – Турагенттіктердің туроператорларды таңдаудың қағидалары, % [авторлармен құрастырылған]

Туроператорлардың қызметі бойынша сұрақтардың бірі туроператордың қызмет бағытына байланысты болды. Сауалнамаға қатысқан агенттіктердің 75% бір бағыт бойынша бірнеше туроператорлармен жұмыс істейтіндігін көрсетті. Бұл туроператордың ұсынатын туристік өнімнің ұсынылу мерзімі мен сапасына байланысты болады. 18% ғана бір туроператормен жұмыс істейтіндігін көрсетті, дегенмен, кейбір факторларға байланысты бәсекелестердің ұсынатын туристік өнімін таңдау мүмкін. 6,5% бір туроператормен ғана жұмыс істейді.

Сауалнамаға қатысқан агенттіктердің 54% инфотурларға тәжірибесі жоқ қызметкерлерін жібереді. Берілген агенттіктер үшін инфотурлар тәжірибені алудың құралы болып табылады. 32% тәжірибесі бар менеджерлерді ғана жіберсе, қалған 14% инфотурларға қызметкерлерін белгілі бір жетістіктері үшін жібереді.

Келесі сұрақ клиентке турды ұсынған кезде қандай қасиеттерге негізделуге байланысты болды. Сұралғандардың 48,5% тур бағасы және менеджердің өзінің тәжірибесі деген жауаптарды таңдады. 39% турды ұсыну кезінде өздерінің серіктестерінің ұсынысына сүйенетінін атап

өтті. 4% комиссия мөлшеріне байланысты турды ұсынатынын көрсетті.

Келесі сұрақтар ұсыналытын туристік өнім түріне байланысты болды. Агенттіктердің 63% туристік өнімді алыс шетел мемлекеттеріне ұсынатынын көрсетті. Шетел мемлекеттеріне 21% алыс пен таяу ұсынады, қалған 16% ішкі турларды ұсынатынын көрсетті.

Турагенттікте маркетингтік бағдарлама құрастырылмаса да, стратегиялық жоспарды қолдана бастады. Онда негізгі календарлы іс – шаралар тіркелген (көрмеге қатысу, жарнамалық компаниялар кезеңдері). Мазмұны бойынша стратегиялық жоспарлар маркетингтік жоспарға ұқсас болады, бірақ жалпы сипатқа ие болған. Турагенттік өткізуді ынталандырудың жалпы құралдарын ғана қолданып, маркетинг бюджетін жоспарлау, тұтынушылардың мінез – құлқын анықтау және саяхат түрін таңдаудағы тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтау сияқты іс – шараларды жүргізбеген. Ең алғашында турфирманың маркетингтік қызметі тек жарнамалық іс – әрекетпен ғана шектелген және жарнама тиімділігі анықталып, талданбаған. Жарнамалық қызмет кездейсоқ жасалып, туристік саланың ерекшеліктері ескерілмеген.

Туристік агенттік өз қызметінде келесідей туристік маршруттарды қолданады: «Қазақстан мен Қырғызстандағы Ұлы Жібек жолы бойымен»; «Алатаудың таулы көлдері» атты туры; «Ұлы Жібек жолының Қазақстандағы бөлігімен» автобустық туры. Барлық маршруттар Ұлы Жібек жолының Қазақстандық бөлігі бойымен өтеді және туристердің сұрауы бойынша Орта Азия аймағымен де үлеседі.

Шетелдік туристерге Алматы облысындағы Көлсай көлдеріне, Шарын шатқалына саяхат, Ыстық көлге жаяу саяхат, Ежелгі Отырарға, Қожа Ахмет Яссауи кесенесі, Түркістандағы Арыстан Баб кесенесіне экскурсиялар ұйымдастырылады.

Өткізілген туристік қызметтер көлемі маусымдық сипатқа ие және әртүрлі факторларға тәуелді. Сондықтан, туристік саяхаттың өмірлік циклы синусоидтық қисық түрінде болады. Өткізілген туристік өнім көлемін талдау кезінде жеке айлар көрсеткіштерінің орташа жылдық көрсеткіштерден ауытқу заңдылықтарын ескеру керек.

Инфотурлар төмен мезгіл кезінде өтеді және ешқандай пайда әкелмейді. Оның құнына консулдік жиынтық пен авиабилеттің бағасы кіреді. Қабылдайтын жақ ақысыз қонақ үйдегі бөлмемен қамтамасыз етеді. Инфотурға экскурсия және нәр тамақ кіреді. Туроператорлар барлық сапардың құнын минимумға түсіруге тырысады. Анда-санда туроператорлар бонустық бағдарламасының жеңімпаз агенттіктеріне және сатудың көсемдеріне ақысыз инфотурлар ұйымдастырады. Туроператорлар жұмысты жақсы орындайтын менеджерлерді инфотурларға шақыруға тырысады, көбінесе аталмыш елде инфотурға қатыспаған менеджерлерге арнап жасалады. Мұнда турфирма директоры, есепші бөлімі немесе «жолдамашылардан» да турөнімнің сату менеджерлері инфотурға жіберілуі маңызды, тіптен осы бөлімдер агенттікке сатылымның үлкен көлемін берсе де. Инфотурға қатысушы топтар бағыттарға жасақталады. Инфотурға қатысушылардың саны сапар қай елде өткізілетіне тәуелді болады. Айталық, Мысырда және Түркияда қонақ үйлер кең, мұнда үлкен топты алып келуге болады. Ал Еуропаға сапарға кішігірім топпен барған дұрыс [2].

Барлық инфотурларды дифференцияландырып жасау керек. Директорлық турларда компанияның бірінші тұлғалары және бастықтары қатысуы міндетті емес. Мұндай турға қонақ үй бағыттары бойынша жақсы маманданған адамдар тобы жиналуы тиіс. Мамандарды неғұрлым сол елдегі жаңалықтар қызықтырады жаңа курорттар мен оның мүмкіндіктері, қалай қабылдап алады. Мұнда маңызды мәселелер «кәсіпқойлық – кәсібилік» талданады. Сол себептен директорлық турларға қатысуға жоғарғы буынның бастықтарына табысталады. Инфотурлар турфирма – қызметкерлеріне сол елден алған әсердің арқасында қалай турөнімді жақсы сатуға болатынына сілтеме береді [3, 4].

Инфотурларда адамдар бір-бірімен араласып, ақпарат пен білім алмасуы маңызды. Себебі барлық мамандар бір бағытта жұмыс істейді. Тіпті егер топ теңізде қайықта болса да, инфотур мүшелері жұмыс бойынша ақпарат алмасады. Осындай ақпарат алмасу кезінде көп қызықты кәсіби идеялар туындайды және жаңа жобалардың іске асырылуына сілтеме береді. Инфотурларда мамандарға да күніне бір-екі сағат демалуға көңіл бөлуі тиіс,себебі ол корпоративтік демалыстың тамаша мүмкіндігі. Кез-келген сапар қызықты болуы керек. Жақсы жасалған бағдарлама инфотур әсерлілігін жоғарылатады.

Қазір туристік ортада түрлі инфотурлар көпшілікке ұсынылған. Бұл турларды жылжытудағы маңызды мәселе. Өнім өте танымал болып, қолданысқа жиі ұсынылады. Нақтырақ

айтсақ кез-келген туроператор өзінің бағыттары бойынша инфотурларды ұйымдастырады. Қазір инфотурлармен әлемнің көрінген нүктесіне баруға болады. Кез-келген инфотурдың әсерлілігін тур аяқталғаннан кейін ғана білуге болады. Инфотур өте жақсы өткенін білу үшін, инфотурдан кейін сатылым деңгейімен анықтауға болады. Туроператор инфотурды қызықты ұйымдастырғанын әр турагенттердің сатылым деңгейінің жоғары немесе төмен болу нәтижесінен көреді. Инфотурды тур басталар алдында бірнеше ай бұрын жасалынуы тиіс.

Ішкі турларды ұсынысымен байланысты келесі сұрақтар түрлері қойылды: ішкі турлардың ұсынысының төмен болу себептері, Қазақстан территориясы бойынша инфотурларды ұйымдастырудағы басты бөгеттер, Қазақстан территориясы бойынша турларды ұсынудағы бөгеттер сияқты сұрақтар қойылды.

Қорытынды

Берілген сұрақтарға жауаптарды талдау нәтижесінде Қазақстан территориясы бойынша инфотурларды ұйымдастырумен байланысты басты мәселелер анықталды:

– келуші туристердің сұранысы бойынша бірнеше облысты қамтитын инфотурларды ұйымдастыру керек;

– туристік нысандардың бір-бірінен алыс орналасуы;

– Қазақстанда көлік құралдарының қымбат болуы;

– мемлекеттік қолдаудың төмен болуы.

Қазақстан территориясы бойынша инфотурларды ұйымдастыру жоғарыда аталған мәселелерді шешу барысында ғана шешіледі.

Инфотурларды ұйымдастырудың тиімділігін талдай келе, берілген турлардың түрлері шетел инвесторларды тартуға мүмкіндік туғызады.

Әдебиеттер

1 Ильина Е.И Основы туристской деятельности. – М., 2004 – 246 с.
2 Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СП-б.: Герда, 2002. – 192 с.
3 Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности: Учебное пособие. – М.: Нолидж, 1996.
4 Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ.; Под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 489 с.

References

1 Ilina E.I. Ocnovy turictckoy deyatelnocti. – M., 2004 – 246 s.
2 Birzhakov M.B. Vvedenie in tourism. – SP-b.: Gerda, 2002. – 192 s.
3 Guleaev V.G. Organizatciya turictckoy deyatelnocti: Uchebnoe posobie. – M.: Nolidsh, 1996
4 Kotler F., J. Bouen., J. Meykenz. Marketing. Goctepriimstvo and Tourism: Uchebnik for vuzov / Per. angl c.; Pod red. R.B. Nozdrevoy. – M.: UNITY, 2006. – 489 s.

Болхосоева Е.Б.,
Шагжиев К.Ш., Бабиков В.А.,
Митыпова А.Б.

Проблемы использования бальнеологических ресурсов для развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Бурятия

Статья посвящена изучению лечебно-оздоровительного туризма в одном из интереснейших с точки зрения развития туризма субъекте Российской Федерации – Республике Бурятия, которая находится в правобережье озера Байкал. В статье рассматриваются возможности и проблемы использования минеральных источников для развития лечебно-оздоровительного туризма в регионе, обладающем огромным потенциалом для развития туристского бизнеса. На территории Республики Бурятия известно свыше 300 проявлений минеральных вод и озер с лечебными грязями с различными физическими свойствами, химическим и газовым составом. Выделены следующие гидроминеральные области: Восточно-Саянская – термальных и холодных углекислых вод; Байкальская – азотных и метановых терм; Селенгинская – холодных негазирующих радоновых вод; Даурская – холодных углекислых и радоновых вод. На берегу знаменитого озера Байкал решено было создать ТР ОЭЗ (туристско-рекреационную особую экономическую зону) «Байкальская гавань» площадью 700 кв.км. Одно из ключевых преимуществ – наличие минеральных источников и лечебных грязей, на основе которого может развиваться лечебно-оздоровительный туризм.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, Республика Бурятия, бальнеологические ресурсы, минеральные источники, минеральные воды.

Bolkhosoeva E.B.,
SHagzhiev K.SH., Babikov V.A.,
Mitypova A.B.

Problems of use of Balneological Resources for Development of Medical and Health Tourism in the Republic of Buryatia

The article is devoted to the study of health tourism in one of the most interesting region of the Russian Federation – the Republic of Buryatia, which is located on the right bank of Lake Baikal. This article discusses the opportunities and problems of using mineral sources for the development of health tourism in the region has great potential for development of tourist business. There are more than 300 displays of mineral waters with different physical properties, chemical and gas composition on the territory of the Republic of Buryatia. There are four hydromineral field: Eastern Sayan – thermal and cold acidulous waters; Baikal – nitrogen and methane term; Selenga – cold radon water; Daurskaya – cold carbon dioxide and radon waters. It was decided to establish tourist-recreational special economic zone «Baikal harbor» (700 square kilometers) on the banks of the famous Lake Baikal. The presence of mineral springs and therapeutic mud may lead to the development of health tourism.

Key words: medical and health tourism, Republic of Buryatia, balneological resources, mineral resources, mineral waters.

Болхосоева Е.Б.,
Шагжиев К.Ш., Бабиков В.А.,
Митыпова А.Б.

Бурятия Республикасында емдік-сауықтыру туризмін дамыту үшін бальнеологиялық ресурстарды пайдалану мәселелері

Мақала Ресей Федерациясының субъекттерінің бірі, Байкал көлінің оң жағалауында орналасқан, туризмді дамыту тұрғысынан ең маңызды Бурятия Республикасында емдік-сауықтыру туризмін зерттеуге арналған. Бұл мақалада туристік бизнесті дамыту үшін үлкен әлеуетке ие аймақтағы емдік-сауықтыру туризмін дамыту үшін минералды көздерді пайдалану мүмкіндіктері мен мәселелері талқыланады. Бурятия Республикасы аумағында түрлі физикалық қасиеттерге, химиялық және газ құрамына ие 300-ден астам минералды су көздері мен емдік балшық көлдері бар. Келесі гидроминералды аймақтар ерекше бөлінген: Шығыс Саян аймағы – термальды және суық көмір қышқылды сулар; Байкал аймағы – азотты және метанды табиғи ыстық сулар; Селенга аймағы – суық газдалмаған радонды сулар; Даур аймағы – суық көмір қышқылды және радонды сулар. Атақты Байкал көлінің жағалауында 700 шаршы шақырымға ие «Байкал айлағы» туристік-рекреациялық арнайы экономикалық аймақ құру туралы шешім қабылданды. Минералды бұлақтар мен емдік балшық болуы емдік-сауықтыру туризмін дамытуға оң әсер етеді.

Түйін сөздер: емдік-сауықтыру туризмі, Бурятия Республикасы, бальнеологиялық ресурстар, минералды бұлақтар, минералды сулар.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.8.091

***Болхосоева Е.Б., Шагжиев К.Ш., Бабиков В.А., Митыпова А.Б.**

Бурятский государственный университет,
Россия, г. Улан-Удэ
*E-mail: uman5@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ

Введение

Оздоровительный отдых и лечебный туризм сегодня являются одним из самых динамично развивающихся направлений туристского бизнеса во всем мире. Президент Российской Федерации В.В. Путин осенью 2015 года обратил особое внимание на развитие в России санаторно-курортного дела в целях активизации и развития лечебно-оздоровительного туризма во всех регионах страны. И это явление не случайное, ибо туризм становится серьезной отраслью экономики.

Лечебно-оздоровительный туризм основан на курортологии. Курортология – это наука о природных лечебных факторах, их воздействии на организм и методах использования в лечебно-профилактических целях. А бальнеология – раздел курортологии, изучающий лечебные минеральные воды, их происхождение, физико-химические свойства, влияние на организм при различных заболеваниях, разрабатывающий показания к их применению на курортах и в некурортных условиях. На бальнеологическом курорте в качестве главного лечебного фактора используются природные минеральные воды [1].

Минеральные воды – это подземные (реже поверхностные) воды, характеризующиеся повышенным содержанием биологически активных минеральных (реже органических) компонентов и обладающие специфическими физико-химическими свойствами, на чем основано их действие на организм человека и лечебное применение. На поверхность Земли минеральные воды выходят в форме минеральных источников, а также выводятся из недр буровыми (артезианскими скважинами) [2, с. 175].

Основная ресурсная база минеральных вод России была создана до начала 90-х годов XX в., за счет бюджетных средств предприятиями прежде всего Министерства геологии СССР, а также других ведомств, преимущественно для обеспечения курортно-санаторных и оздоровительных комплексов в областях с наиболее благоприятными природно- климатическими условиями. В настоящий момент в стране отсутствует государственная система управления использованием минеральных вод и государственного учета добычи и использования этого типа

вод. Минеральные воды являются полезным ископаемым с высокой степенью ликвидности, поэтому с 1990-х годов прирост запасов минеральных вод осуществляется за счет средств недропользователей, среди которых резко возрос коммерческий интерес к розливу минеральных питьевых лечебно-столовых вод, являющемуся весьма прибыльной отраслью экономики.

В настоящее время количество разведанных участков 1273 (по данным 2013 г.) с запасами 327,23 тыс.куб.м/сут. Среди вновь разведанных объектов преобладали участки с запасами минеральных вод питьевого назначения. Основной объем добываемой воды используется для бальнеологического лечения – 4837,54 тыс. куб. м/год (71,1%) и для розлива – 1928,26 тыс. куб. м/год (28,3%). Новые объекты с запасами минеральных вод разведывались и осваивались преимущественно в европейской части России, в Центральном, Южном и Приволжском ФО; в азиатской части страны такие работы проводились в основном в Западной Сибири [3, с. 295].

По территории России ресурсы и запасы минеральных вод распределены неравномерно. Почти три четверти разведанных месторождений минеральных подземных вод России сосредоточено в европейской части страны. Исследованиями установлено, что в России самый крупный бассейн минеральных вод (более 100 минеральных источников разного состава с высокой лечебной эффективностью) расположен в северной части Кавказа (Ставропольский край). Здесь располагается группа бальнеологических курортов под общим названием Кавказские Минеральные воды. Районы Урала и Дальнего Востока бедны разведанными запасами лечебных вод – немногочисленные их месторождения расположены на юге регионов.

Исходные данные и методы исследования

Республика Бурятия обладает значительными ресурсами минеральных (лечебных) подземных вод различных типов, пригодных для санаторно-курортного лечения (питья и наружного лечения) и промышленного розлива. На территории Республики Бурятия известно свыше 300 проявлений минеральных вод и озер с лечебными грязями с различными физическими свойствами, химическим и газовым составом – холодные и термальные углекислые, азотно-углекислые, азотные и метановые термы, сульфидные, железистые, радоновые воды [4, с. 57].

По территории Республики месторождения минеральных вод и лечебных грязей распространены повсеместно и находятся в живописнейших местах, горных и степных зонах. Все минеральные источники расположены на подвижных участках земной коры – бортах впадин и долин рек. Это обусловлено геоструктурными особенностями региона, горными породами, гидрохимическими процессами.

Большое разнообразие бальнеологических ресурсов предопределяет огромный потенциал для развития лечебно-оздоровительного и комбинированного туризма в регионе. Сочетание уникальных природных ландшафтов и объектов, имеющих статус памятников природы, флора и фауна, поверхностные воды, минеральные источники, а также историко-культурное наследие региона, религия и этнокультурные особенности коренных народов, сохранившие вековые традиции природопользования и тесного общения с природой дают возможности для формирования различных комбинированных туристских маршрутов, сочетающих элементы оздоровительного, приключенческого, познавательного и научного туризма. [5, с. 196].

Учитывая наличие знаменитого озера Байкал, признанного ЮНЕСКО в 1996 г. Участком Всемирного природного наследия, расположенного в самом центре Евроазиатского материка, Республика Бурятия может стать одной из интереснейших дестинаций мирового значения. Именно в Республике Бурятия решено было создать ТР ОЭЗ (туристско-рекреационную особую экономическую зону) «Байкальская гавань» площадью 700 кв.км. Одно из ключевых преимуществ – наличие минеральных источников и лечебных грязей, на основе которого может развиваться лечебно-оздоровительный туризм. В соответствии с концепцией, «Байкальская гавань» формируется как всесезонный курорт мирового уровня с высокоразвитой инфраструктурой, горнолыжным курортом, центр SPA-терапии, бальнеологии и восточной медицины.

К середине 90-х гг. XX века из более чем 300 минеральных источников, было взято под охрану более 40 источников, а на трассе БАМ – 15 источников. Из наиболее известных и популярных памятников природы выделяются Хакусы и Котельниковский источник в Северо-Байкальском районе, которые имеют не только лечебную, но и рекреационную, научную и эстетическую значимость. Много минеральных источников с горячими, сероводородными, железистыми, радоновыми водами находятся в Баргузинском

и Курумканском районах, такие как Аллинский, Кучигерский, Гусихинский, Гаргинский и т.д. К настоящему времени большинство из них благоустраиваются. Уникальным памятников природы считается и минеральный источник нилова Пустынь в Тункинском районе. Вот уже более ста лет источник является не только бальнеологическим, но климатическим курортом регионального значения. Степень аэроионизации значительно выше, чем на курортах Крыма и Кавказа. Источники Хонгор-Ула и Шумак, находящие в труднодоступных местах, тоже являются не менее интересными водными памятниками природы Бурятии. Шумак называют жемчужиной Саян. Здесь, по существу, сконцентрированы все лучшие свойства минеральных вод Кисловодска и Пятигорска, Цхалтубо, Белокурихи и Нафтуси [4, с. 57].

Результаты и обсуждение

В зависимости от газового состава минеральные воды Бурятии разделены на следующие группы: углекислые, азотные, метановые, воды смешанного газового состава. На территории Республики выделены следующие гидроминеральные области: Восточно-Саянская – темальных и холодных углекислых вод; Байкальская – азотных и метановых терм; Селенгинская – холодных негазируюших радоновых вод; Даурская – холодных углекислых и радоновых вод [6, с. 458].

Восточно-Саянская область административно охватывает Тункинский, Окинский, Закаменский районы Республики Бурятия. Наиболее известные минеральные источники – Аршан, нилова Пустынь, Жойган, Шумак, Енгорбой.

Даурская область – Хоринский, Кижингинский, Еравнинский, Баунтовский районы Республики Бурятия. Наиболее известные минеральные источники – Баунт, Витлаус, Комсомольский, Эгитуйский, Попереченский.

Селенгинская область – Мухоршибирский, Кяхтинский, Джидинский, Иволгинский, Селенгинский районы Республики Бурятия. Наиболее известные минеральные источники – Загустайский, Халютинский, Этигиловский, Ута-Булак, Киран.

Байкальская область – Кабанский, Прибайкальский, Баргузинский, Курумканский, Северо-Байкальский районы Республики Бурятия. Наиболее известные минеральные источники – Горячинск, Загза, Кучигер, Умхэй, Гусихинский, Гоуджекит, Джелинда, Котельниковский.

Углекислые воды входят в состав двух гидроминеральных областей – Восточно-Саянскую и Даурскую. Углекислые воды относятся к категории наиболее ярких и интересных типов минеральных вод, широко применяемых на курортах мира. Они составляют одну из основных и наиболее бальнеологических групп. Лечебное значение определяется в основном наличием в них растворенной углекислоты, а также общей минерализацией и ионным составом. Холодные углекислые воды Даурской области характеризуются минерализацией от 0,35 до 2,9 г/дм^3, состав их обычно гидрокарбонатный кальциево-натриевый, концентрации железа достигают 20-50 мг/дм^3. Холодные радоновые воды (концентрация радона от 50 до 1000 эман и более) наиболее распространены в бассейне р. Селенги, они имеют невысокую минерализацию (до 0,5 г/дм^3), преимущественно гидрокарбонатные смешанного катионного состава, микрокомпоненты содержатся на уровне фоновых концентраций.

Состав азотных терм обычно гидрокарбонатно-сульфатный, сульфатно-гидрокарбонатный натриевый с минерализацией от 0,18 до 2 г/дм^3, температура 20-80 °С, отличаются содержанием фтора от 2-8 до 50 мг/дм^3 и более. Состав углекислых терм гидрокарбонатный, сульфатно-гидрокарбонатный магниево-кальциевый, минерализация 0,9-4,2 г/дм^3, температура их не превышает 45°С, характерным компонентом является железо в концентрациях 5-10 мг/дм^3 и более. Слабоминерализованные термальные воды, газирующие азотом, развиты исключительно в пределах Байкальской рифтовой зоны. К настоящему времени изучено 50 проявлений азотных гидротерм.

Метановые термы распространены в пределах межгорных кайнозойских впадин байкальского типа (Тункинская, Усть-Селенгинская и Баргузинская впадины). Термальные воды с преобладанием метана в газовом составе (до 80-90%) вскрыты на территории Бурятии скважинами.

Большинство радоновых источников приурочено к массивам интрузий, характеризующихся повышенным содержанием радиоактивных элементов. Минеральные радоновые воды имеют низкую температуру и малую минерализацию. Содержание радона в большинстве водопунктов не превышает 300-400 эман.

К железистым относятся минеральные воды с содержанием биологически активного компонента – железа – не менее 0,01 г/дм^3. В Восточном

Саяне известны три железистых источника: Хонгор-Улла (р. Харагун), Жаргалантай (бассейн р. Урика) и Хандагай-Шуулун (бассейн р. Оки).

Сероводородные минеральные воды – природные воды различной минерализации и ионного состава, которые содержат более 0,01 г/дм^3 общего сероводорода. В Бурятии выявлены следующие холодные сероводородные источники: Усть-Котерские (бассейн р. Котеры и Верхней Ангары); Пинесярикта (долина р. Улюгны – правого притока р. Баргузина); Солонцовый (левый берег одноименного ручья, впадающего в р. Усой); Халагунский (бассейн р. Иркута); Боргойский (бассейн р. Джиды).

Прогнозные ресурсы термальных вод Бурятии ориентировочно оценены З.М. Ивановой (1981) по дебиту 33 родников в количестве 2187,5 л/с (189,0 тыс. м^3/сут), прогнозные ресурсы холодных углекислых и радоновых вод не оценивались. Эксплуатационные запасы минеральных подземных вод разведаны на 5 месторождениях в пределах гидроминеральных областей Восточно-Саянской (Аршанское и ниловопустынское месторождения) и Байкальской (Горячинское, Питателевское и Котокельское месторождения) [7].

В XX веке были в разной степени изучены 96 минеральных источников в 16 районах республики. Довольно большое количество источников осталось необследованными. Наибольшее число минеральных источников выявлено в Баргузинском, Северобайкальском, Баунтовском, Курумканском, Мухоршибирском, Окинском и Тункинском районах [8, с. 58-85].

Также насчитывается 38 минеральных озер в 9 районах Республики Бурятия [8, с. 138-145]. Самыми известными из них являются озера Гусиное, Верхнее и нижнее Белое, Соленое (Киран), Таглей и озеро Бормашевое, обладающие уникальными лечебными факторами (илы, глина и вода). По числу мест проявления лечебных грязей и их балансовым запасам особо выделяются Баргузинский, Курумканский, Селенгинский и Иволгинский районы. Следует отметить, что лечебные грязи Республики Бурятия изучены недостаточно, особенно их бальнеологические свойства.

Изучению и описанию минеральных вод и лечебных грязей региона посвящено множество научных трудов, и исследование их состава и свойств продолжается и в настоящее время. Местные органы власти и органы власти муниципальных образований республики крайне заинтересованы в создании инфраструктуры на объектах лечебно-оздоровительного туризма, но выход из тупиковой ситуации, сложившейся вокруг проблем их промышленного освоения весьма затруднен в условиях дефицита финансовых ресурсов и отсутствия инвесторов, способных вложить средства в развитие санаторно-курортного дела. Если химический состав и физические свойства природных лечебных ресурсов региона изучены в достаточной степени, то уточнение их бальнеологических свойств, которое осуществляет единственный в Сибири Томский институт бальнеологии и физиотерапии, требует больших финансовых вливаний, которых у органов власти муниципальных образований и республики никогда не было и скорее всего, не будет в ближайшей перспективе.

В этой связи важно отметить, что в Бурятии местными жителями, а в последние десятилетия – многими туристами-рекреантами минеральные воды различных источников использовались и используются только на основании именно многолетней (а точнее, многовековой) практики и опыта, передаваемых от одного поколения людей к другому, от соседа к соседу, от отца к сыну, от сына к внуку и т.д. Здесь следует отметить еще одну и весьма своеобразную для Бурятии практику использования минеральных вод для лечения, отдыха, профилактики заболеваний. Во-первых, для установления лечебных (целительных) свойств минеральных вод, дренирующих естественным путем на дневную поверхность, привлекались буддистские священники (эмчи-ламы), владеющие основами тибетской медицины, и они на каждом источнике по старомонгольской письменности излагали и оставляли для пользования инструкции по применению и режиму использования указанных лечебных ресурсов. До «культурной революции» в СССР они свято оберегались, хранились и почитались, но впоследствии в 30-ые годы XX века были сожжены и уничтожены (за редким исключением) как свидетельства невежества и темноты местного населения – бурят и эвенков. Однако из поколения в поколение данные о показаниях и противопоказаниях передавались в виде отдельных, и сегодня плохо сохранившихся надписей на деревянных дощечках.

Большинство из известных на территории республики около 300 источников и десятков озер с лечебными грязями (кроме 5 с разведанными запасами объектов), не могут быть признаны лечебно-оздоровительными местностями с природными лечебными ресурсами, пока на них не будут установлены промышленные запасы. Это

не станет возможным даже при большом дебите дренирующих минеральных вод, таких как Хакусы (Северо-Байкальский район), Баунт (Баунтовский район), Умхэйский, Сеюйский, Кучигерский (Курумканский район), Гусихинский (Баргузинский район), Хойто-Гол, Вышка, нилова Пустынь (Тункинский район), Шумак (Окинский район) и многие другие. Как известно, запасы минеральных вод по промышленным категориям устанавливают посредством специального гидрогеологического бурения различных глубин. Эти работы являются дорогостоящими. Бурится не одна скважина, а целая серия. В условиях дефицита финансовых ресурсов без федеральной поддержки развитие санаторно-курортного дела в республике останется благим пожеланием.

Выводы

К настоящему времени промышленные запасы природных лечебных ресурсов установлены на четырех объектах. На источнике Аршан-Тункинский с углекислыми минеральными водами за все годы его функционирования пробурено свыше тридцати скважин различной глубины (некоторые до 600 м.). На термальном азотном кремнекислом Горячинском источнике на восточном побережье среднего Байкала, начиная с 30-ых годов XIX в. пробурены 21 скважины различной глубины (до 400-600 м.). На этих источниках созданы курорты регионального значения. Подсчитаны запасы на Питателевском источнике азотно-кремнистых терм вблизи г. Улан-Удэ с бурением 10 скважин. Но эти запасы списаны, так как 9 скважин попали под воды р. Селенги. Известны запасы лечебных грязей на озере Киран, расположенном на юге Бурятии, вблизи с государственной границей с Монголией. Здесь создан санаторий регионального значения.

Минеральные воды планомерно используются только на месторождениях Аршанское и Горячинское, где созданы и действуют курорты федерального и республиканского значения. Курорт Аршан расположен в Тункинской долине у подножья Саянских гор. Лечатся болезни эндокринной системы, органов пищеварения, дыхания, системы кровообращения и ряд других. Основные методы лечения: питье минеральной воды, ванны, души, грязелечение, парафинолечение и другие. Курорт «Горячинск» расположен в 180 км. от Улан-Удэ на берегу Байкала. Курорту более 200 лет, и он известен далеко за пределами Бурятии. Лечение болезней нервной, костно-мышечной систем, системы кровообращения, кожи. В комплексном лечении используются традиционные методики бальнеологии. Также курорт предлагает уникальные программы по лечебному голоданию.

Из санаторно-курортных учреждений на территории Бурятии функционируют широко известные санаторий «Аршан» и «Саяны» (федерального значения), «Горячинск», «Байкальский Бор» (республиканского значения) системы профсоюзов, 8 санаториев системы Минздрава, 12 профсоюзных санаториев-профилакториев. Кроме того, на многих минеральных источниках созданы небольшие пансионаты и дома отдыха предприятий, организаций и муниципальных образований Республики и Иркутской области. Как правило они имеют не более 10-15 коек. Созданы местные небольшие здравницы на базе термальных источников Котельниковского, Хакусы, Джелинда, Баунтовского, Гаргинского, Гусихинского, Кучегерского, Умхейского. Большое число родников минеральных холодных и горячих вод используются местным населением стихийно, без всякого медицинского обслуживания, и на них возникают так называемые «дикие» курорты (аршаны)

Литература

1 Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с. http://tourlib.net/books_tourism/babkin07.htm – Дата обращения: 07.04.2016

2 Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм: Учебное пособие. – Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 320 с.

3 Подземные воды // Состояние и использование минерально-сырьевых ресурсов Российской Федерации. – http://www.mineral.ru/Facts/russia/161/540/3_26_water.pdf – Дата обращения: 07.04.2016

4 Иметхенов А.Б. Памятники природы Бурятии. – Улан-Удэ: Бурятское книжное издательство, 1990. – 157 с.

5 Болхосоева Е.Б. Географические особенности развития туризма в РБ // Рекреация и туризм в регионе: современные проблемы развития, территориальной организации и управления: Материалы международной научно-практической конференции. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2010. – С. 196 – 199.

6 Хахинов В.В., Намсараев Б.Б. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в Бурятии // Устойчивое развитие туризма: опыт и инновации: Материалы II-ой международной научно-практической конференции. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2007. – С.457 – 463.

7 Подземные воды // Государственный Доклад «О состоянии озера Байкал и мерах по его охране в 2014 году». – http://geol.irk.ru/baikal/baikal/rep_2005/pdf/baikal2005_p1-2-1-3.pdf – Дата обращения: 07.04.2016.

8 Минеральные воды Южной части Восточной Сибири. Под ред. Н.А.Власова, В.Г.Ткачук, Н.И.Толстихина – М. – Л.: Изд-во АН СССР, 1962. – том II. – 199 с.

References

1 Babkin A.V. Spetsialnyie vidyi turizma. Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. – 252 s. http://tourlib.net/books_tourism/babkin07.htm – Data obrascheniya: 07.04.2016

2 Kuskov A.S., Lyisikova O.V. Kurortologiya i ozdorovitelnyiy turizm: Uchebnoe posobie. – Rostov n/D: «Feniks», 2004. – 320 s.

3 Podzemnyie vodyi // Sostoyanie i ispolzovanie mineralno-syirevyih resursov Rossiyskoy Federatsii http://www.mineral.ru/Facts/russia/161/540/3_26_water.pdf – Data obrascheniya: 07.04.2016

4 Imethenov A.B. Pamyatniki prirodyi Buryatii. – Ulan-Ude: Buryatskoe knizhnoe izdatelstvo, 1990. – 157 s.

5 Bolhosoeva E.B. Geograficheskie osobennosti razvitiya turizma v RB // Rekreatsiya i turizm v regione: sovremennyie problemyi razvitiya, territorialnoy organizatsii i upravleniya: Materialyi mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. – Voronezh: Voronezhskiy gosudarstvennyiy pedagogicheskiy universitet, 2010. – S. 196 – 199.

6 Hahinov V.V., Namsaraev B.B. Razvitie lechebno-ozdorovitelnogo turizma v Buryatii // Ustochivoe razvitie turizma: opyit i innovatsii: Materialyi II-oy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. – Ulan-Ude: Izd-vo BNTs SO RAN, 2007. – S. 457 – 463.

7 Podzemnyie vodyi // Gosudarstvennyiy Doklad «O sostoyanii ozera Baykal i merah po ego ohrane v 2014 godu». – http://geol.irk.ru/baikal/baikal/rep_2005/pdf/baikal2005_p1-2-1-3.pdf – Data obrascheniya: 07.04.2016.

8 Mineralnyie vodyi Yuzhnoy chasti Vostochnoy Sibiri. Pod red. N.A.Vlasova, V.G.Tkachuk, N.I.Tolstihina – M. – L.: Izd-vo AN SSSR, 1962. – tom II. – 199 s.

Егорина А.В., Сапаров К.Т., Женсикбаева Н.Ж.

Структура геокультурного пространства Южного Алтая как фактор туристко-рекреационного развития

На основе комплексного анализа экспедиционных и фондовых источников в пределах естественного пространства Южного Алтая выделены культурно-исторические слои рекреационного значения, которые в научной литературе получили название «геокультурное пространство» (ГКП). В пределах этого пространства выявлены объекты туристской деятельности, определяющие тип и специфику видов туризма. Показаны культурно-исторические слои: эпохи бронзы, скифо-сакского времени, культура номадов средневековья, переселенческая, советского времени, казахская, современная культура. В качестве первого ядра ГКП показаны культурные ландшафты Катон-Карагайского административного района: природные, природно-сельскохозяйственные, историко-культурные, а также культурно-исторических памятников эпохи бронзы, прежде всего курганов некрополя «Берель». Рассмотрен туристский потенциал первого ядра, это прежде всего ряд пантолечебниц, расположенных в селах: Язовая, Верхняя Катунь, Аксу, Репное, Катон-Карагай, Акмарал, Урыль. В качестве второго ядра ГКП выделена территория Курчумского района. Показаны основные историко-культурные и природные объекты: «Австрийская дорога», антропоморфные фигуры, петроглифы, писаницы, необычайной красоты эоловый город – Киин-Кериш, Маркакольский государственный природный заповедник и другие объекты.

Ключевые слова: геокультурное пространство, объекты рекреации, туристско-рекреационное развитие, культурно-исторические памятники, экологический туризм.

Egorina A.B., Saparov K.T., Zhensikbayeva N.Zh.

The structure of geo-cultural area in Southern Altai as a factor of tourism development

On the basis of a comprehensive analysis of the expedition and stock sources within the natural space Southern Altai marked cultural – historical layers recreational values, which are referred to in the scientific literature – geocultural space (SCE). Within this space – identified objects of tourist activity, determining the type and specificity of types of tourism. Showing historical and cultural layers: the Bronze Age, Scythian-Saka time, nomadic culture of the Middle Ages, resettlement, the Soviet period, the Kazakh and modern culture. The first nucleus of SCE, showing cultural landscapes Katon-Karagay Administrative Region: natural, natural and agricultural, historical and cultural, as well as cultural and historical monuments of the Bronze Age, especially mounds necropolis «Berel». Considered the tourist potential of the first core, it is first of all a number of villages located in pantoclinic: Yazov, Upper Katun, Aksu, Repnoe, Katon-Karagay, Akmaral, Uryl. As a second core SCE highlighted area Kurchum district. Showing the main historical, cultural and natural sites, «the Austrian road», anthropomorphic figures, petroglyphs, of great beauty aeolian city – Kiin-Kerish, Markakolsky State Nature Reserve and other objects.

Key words: geocultural space, objects of a recreation, tourist and recreational development, cultural and historical monuments, ecological tourism.

Егорина А.В., Сапаров К.Т., Женсикбаева Н.Ж.

Оңтүстік Алтайдың туристік-рекреациялық дамуының факторы ретінде геомәдени кеңістіктің құрылымы

Оңтүстік Алтайдың табиғи кеңістік шегінде экспедициялық және қор көздерінің кешенді талқылау негізінде, рекреациялық маңызы бар, ғылыми әдебиеттерде – геомәдени кеңістігі (ГМК) деген атауымен танымал мәдени-тарихи топтары көрсетілген. Осы кеңістіктің шегінде туризм түрлерінің мамандануын және түрін анықтайтын – туристік қызметінің нысандары анықталған. Қарастырылатын аумақтың мәдени-тарихи кезеңдері, атап айтсақ: қола дәуірі, скиф-сақ, орта ғасырлардағы номад мәдениеті, қоныс аудару, Кеңестік кезең, қазақ және қазіргі заманның мәдениеттері көрсетілген. Геомәдени кеңістіктегі бірінші ядросы ретінде – Қатон-Қарағай әкімшілік ауданының мәдени ландшафттары, атап айтсақ: табиғи, табиғи-ауыл шаруашылық, тарихи және мәдени, сондай-ақ қола дәуіріндегі мәдени және тарихи ескерткіштердің бірі «Берел» қорғаны сипатталған. Бірінші ядроның туристік әлеуеті ретінде Язовая, Жоғарғы Қатон, Ақсу, Репное, Қатон-Қарағай, Ақмарал, Өрел ауылдарының маңайындағы бірнеше пантымен емдеу орындары айқындалған. Геомәдени кеңістіктегі екінші ядросы ретінде – Күршім ауданының аумағы көрсетілген. Тарихи-мәдени және табиғи нысандары: «Австриялық жол», антропоморфты пішіндер, петроглифтер, эолды қалалардың бірі – Киын-Керіш, Марқакөл мемлекеттік табиғи қорығы және басқа да туристік нысандар сипатталған.

Түйін сөздер: геомәдени кеңістік, рекреация нысандары, туристік-рекреациялық даму, мәдени-тарихи ескерткіштер, экологиялық туризм.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 911. 2:504. 05

[1]Егорина А.В., [2]Сапаров К.Т., *[2]Женсикбаева Н.Ж.

[1]Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева,
Республика Казахстан, г. Усть-Каменогорск
[2]Евразийский Национальный университет им. Л.Гумилева,
Республика Казахстан, г. Астана
*E-mail: Naz_zanibek@mail.ru

СТРУКТУРА ГЕОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ЮЖНОГО АЛТАЯ КАК ФАКТОР ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Введение

В ландшафтно-географическом отношении Южный Алтай – типично горная страна, являясь частью Большого Алтая, сочетает в себе поразительной спектр природного разнообразия. Располагаясь на юго-западной окраине Большого Алтая, Южный Алтай – глубоко вклинивается в область сухих степей и полупустынь Казахстана, а на востоке, постепенно сливается с нагорными полупустынями Монголии [1].

На протяжении тысячелетий, народы, населявшие эту территорию, в процессе своей жизнедеятельности создали уникальную систему культурных ценностей, существенно обогатившую общечеловеческую историю. Накопленный обширный археолого-этнографический материал отражает процесс развития материальной и духовной культуры населения Южного Алтая от эпохи камня до средневековья, включая этнографическую современность.

Исходные данные и методы исследования

Исходными данными послужили экспедиционные исследования и фондовые материалы. Использованы методы: анализа натурных и фондовых материалов, обобщение опыта работы в сфере рекреации и туризма, экологическое моделирование.

Результаты и обсуждение

В пределах изучаемой территории можно выделить культурные ландшафты и национальные культуры, имеющие особую ценность для развития туризма. Такие территории, согласно [2], получили название «ядер геокультурного пространства» (ГКП).

В пределах ГКП Южного Алтая нами выделены два ядра. Первое ядро включает в себя ландшафты Катон-Карагайского административного района: природные, природно-сельскохозяйственные, историко-культурные.

Население района, преимущественно, казахи, а также, русские, татары, немцы, украинцы, белорусы. К культурно-историческим слоям отнесены культуры: эпохи бронзы, скифо-сакс-

кого времени, культура номадов средневековья, переселенческая, советского времени, казахская, современная культура.

Образ ядра складывается из специфических факторов: местоположения Катон-Карагайского административного района в системе горных хребтов Южного Алтая; района, обладающего уникальным историко-культурным наследием и редчайшим рекреационным потенциалом. Здесь, в долине Бухтармы, находятся курганы всемирно известного некрополя «Берель», месторождения радоновых вод и лечебные местности ТОО «Рахмановские ключи», пантолечебницы, гидрологические памятники природы – ряд горных водопадов, другие не менее значимые туристские объекты. Предлагаемое название ядра – «Загадки древних тюрков».

Изучение культурно-исторических памятников эпохи бронзы, прежде всего курганов некрополя «Берель», тесно связано с именами таких крупных ученых, как – З.С. Самашев, С.С. Черников, Л.С. Марсадолов, А.Г. Максимова и Ф.Х. Арсланова. Они заложили основы научного изучения проблем бронзового века в Восточно-Казахстанском регионе. С.С. Черников в свое время аргументировано сформулировал локальные особенности и отличительные признаки материальной культуры населения бронзового века и выделил четыре этапа развития культуры этой эпохи. Изучение С.С. Черниковым древних выработок на медь, олово и золото в районе Калбинского и Нарымского хребтов явилось новаторством для того времени.

К середине первого тысячелетия до н.э. на огромных просторах центрально-азиатских степей обозначились владения ранне-тюркских этнополитических объединений, создавших могущественный Тюркский каганат, а после его распада – Западно-тюркский каганат. К древнетюркскому времени относится несколько курганов некрополя Берель.

В реконструкции культурно-исторических процессов на территории региона в середине и во второй половине первого тысячелетия до н.э. исключительную роль сыграли материалы раскопок некрополя Берель. Памятник получил всемирную известность, благодаря найденным здесь захоронениям кочевой знати и высокохудожественным изделиям в скифо-сибирском зверином стиле. Древние номады не случайно выбрали этот чудесный по красоте уголок Алтая для погребения своих верховных вождей [3].

Археологические исследования Берельского некрополя позволили всему миру увидеть яркую культуру эпохи древнего «всадничества». Вольнолюбивые племена древних номадов «Великой Степи» были не только отличными всадниками и умелыми воинами, но и искусными мастерами. Неповторимый звериный стиль, в котором оформлены оружие, конская упряжь, украшения, одежда, посуда, послужил образцом для подражания древневосточным мастерам. Редкая сохранность «берельских» находок обусловила особую информационную их ценность. Они представляют широкие возможности для реконструкции материальной и духовной культуры скифо-сакских племен IV-III вв. до н.э. – костюма, головных уборов и причесок, сюжетов вышивки и.т.д. В этом заключена уникальность подобных памятников.

Традиционным занятием алтайских казахов считается деревообработка. Судя по материалам из царских и рядовых курганов, высокого развития это ремесло достигло именно в скифо-сакскую эпоху.

В 1999 г. Берельскую долину, где проводились археологические раскопки, посетил Президент Республики Казахстан Н. А. Назарбаев, который уже тогда отметил особое значение этого памятника средневековья как в плане изучения древней истории мира, так и в аспекте геополитического положения нашей страны. Постановлением Правительства РК от 4 июля 2008 года № 674 создан «Историко-культурный музей» в контексте национальной идеи и государственных задач о вхождении Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира. Музей стал важнейшим культурно-просветительским, научным и туристским центром Казахстана [4].

Восточно-Казахстанская область является одним из лидирующих регионов в мире по уровню развитию мараловодства и производству пантов, оставаясь единственным их поставщиком в Казахстане. Туристский потенциал первого ядра составляет и ряд пантолечебниц расположенных в селах: Язовая, Верхняя Катунь, Аксу, Репное, Катон-Карагай, Акмарал, Урыль. В селе Аксу развернуто производство продуктов из пантов маралов.

Власти региона целенаправленно стимулируют мараловодство – уникальную древнюю отрасль, которая давно стала одним из самых узнаваемых брендов Катон-Карагайского района. Кровь и мясо маралов издавна ценились на вес золота. Но главная ценность – это панты, неокостеневшие рога маралов. Панты содержат сложнейший набор биологически активных ве-

ществ с очень широким диапазоном лечебного воздействия на организм человека.

Удивительную неповторимость краю придают хрустально-чистые воды, рек и горных озер. Высокогорные озера окружены скалами и их вечными спутниками – снегом, льдом, туманами. В эти места редко проникает человек. Радугами сверкают многочисленные водопады. Самый большой из них – Кок-Кольский. Он расположен в долине реки Белая Берель. Водный поток шириной до десяти метров с оглушительным грохотом низвергается со стенки берельского порога. Водяная пыль ионизирует воздух, заряжает человека оптимизмом. Мощный водопад, живописное ущелье с кедровым лесом, мох-бородач, свисающий с еловых ветвей – от всего этого невозможно оторвать глаз [5].

В качестве второго ядра ГКП, по нашему мнению, целесообразно выделить территорию Курчумского района. Предлагаемое название ядра – «Золотые ворота». Этнокультурные показатели ГКП: здесь проживают казахи, русские, татары, немцы.

Культурно-исторические слои и культуры: эпохи бронзы, скифо-сакского времени, номадов средневековья, переселенческая, советская, казахская, современная культура.

Основными историко-культурными и природными объектами считается «Австрийская дорога», антропоморфные фигуры, петроглифы, писаницы, необычайной красоты эоловый город – Киин-Кериш, Маркакольский государственный природный заповедник и другие объекты

Уникальным историческим объектом в районе считается старая «Австрийская дорог» – это трасса, которая связывает Катон-Карагайский и Курчумский районы. Она была построена в период с 1914 по 1916 гг. австрийскими (чешскими) военнопленными первой мировой войны. Ее строили вручную на высоте 2000 м над уровнем моря. Эту легендарную дорогу можно рассматривать как исторический памятник героическому труду человека, который проложил ее в то далекое время, используя самые простые инструменты – лопату и лом. В наши дни «Австрийская дорога» имеет рекреационную ценность не только как исторический, но и как своеобразный природный памятник, который охватывает уникальные объекты природы, такие как Мраморный перевал, озеро Маркаколь, Алтайский и Бурхатский перевалы, долину реки Кара-Кабы и многие другие. Пересекая Северную ветвь Великого Шелкового пути, пролегающего через долину реки Бухтармы, «Австрийская дорога» вошла в разряд уникального исторического-культурного туристского объекта [6]. Мы полагаем, что «Австрийская дорога» претендует быть включенной в список объектов «ЮНЕСКО», как своеобразный памятник истории, архитектуры и человеческого труда.

В Курчумском районе, в окрестностях села Калгуты, встречаются каменные изваяния– грубые, довольно реалистические человеческие фигуры. Эти антропоморфные фигуры из камня, относящиеся к VII-XII векам, занимают особое место среди памятников материальной культуры древних племен. Кроме того, в районе сел Раздольное, Курчум, Мойнак, Доланалы, Болгартабыты, встречаются наскальные изображения петроглифы.

Писаница – особое явление в сфере духовного развития человека на протяжении многих тысячелетий.

Изучение историко-геологических памятников Южного Алтая остается актуальным. На современном этапе необходимо составить их описание и реестр природных и культурно-исторических памятников.

Памятник природы «Киин-Кериш» находится в Курчумском районе на площади 2 га. Уникальность памятника природы в том, что в его глинах, хорошо сохранены следы доисторического прошлого этого края. Это останки древних позвоночных и флоры. Находки Киин-Кериша – самые богатые по своему содержанию в пределах всей Евразии. Памятник создан для сохранения палеонтологических объектов, характерных эпохе начала кайнозоя, и своеобразных форм рельефа, имеющих облик эрозионных башен, разделенных обширными полями глинистых и глинисто-песчаных такыров. В отложениях Киин-Кериша обнаружены три костеностных горизонта и пять разновозрастных видов флоры. В костеностных горизонтах найдены останки представителей фауны позвоночных эоцена и олигоцена: носорогов, энтелодонтов, крокодилов, черепах-триониксов, саламандр и других обитателей субтропических лесов. По насыщенности костными остатками и разнообразию континентальных отложений, Киин-Кериш превосходит подобные памятники всей Евразии и имеет большое значение для геологической науки.

Другой памятник природы «Ашутас» площадью 2 га, территориально относится к Курчумскому району. Памятник природы создан для сохранения отложений с уникальным захоронением тургайской (средне-верхне-палеогеновой) широколиственной флоры. Отложения

горы Ашутас содержат 79 видов растений субтропической, теплоумеренной и засухоустойчивой листопадный флор, 45 из которых нигде более не найдены. В отложениях выделяются семь древних фитоценозов, содержащих отпечатки платана, бамбука, грецкого ореха, дуба, бука, липы, лавра, магнолии, метасеквойи, ивы, тополя, ольхи. Среди отложений среднего олигоцена (25 млн. лет назад) найдены остатки представителей индрикотериевого (носорогового) комплекса фауны – бронтотерия, энтелодонта [7].

Выводы

Природные и историко-культурные объекты Южного Алтая могут стать важнейшим фактором развития туризма в Восточном Казахстане. Причем они ценны, прежде всего, с позиций большой науки, бесценны как прекрасно сохранившиеся естественные образцы – наглядный материал, их можно рассматривать и как объекты коммерческой (туристской) деятельности. Поэтому существует необходимость систематизации всей собранной научной информации и создание онтологии природных и культурно-исторических объектов для целей развития туристской и краеведческой деятельности. Основываясь на проведенном анализе структуры ГКП Южного Алтая в самом общем виде его туристскую специализацию, можно представить в рисунке 1.

Рисунок 1 – Туристская специализация Южного Алтая

Прекрасные природные условия и разнообразие типов ландшафтов Южного Алтая позволяют развивать следующие виды экологического туризма: альпинизм и горный туризм, конный, вело-, мото-, авто-туризм, сплав-рафтинг, а также научные виды: геологический, зоологический, ботанический, исторический, сафари-туры – охотничий, рыболовный; паломнический и др. виды рекреационной деятельности. Ядра ГКП должны стать важнейшей составляющей развития регионального туризма. Их исследование, систематизация, картографирование и вовлечение в турбизнес, позволит дать новый импульс развитию туризма в Южном Алтае.

Литература

1 Егорина А.В. Барьерный фактор в развитии природной среды гор. – Барнаул, Наука, 2003. – С. 214-217.

Соболь И.Б., Редькин А.Г. Геокультурное пространство как основа развития туристской специализации региона. – Барнаул.: АКИПКРО, 2012. – 144 с.

3 СамашевЗ, Ермолаева А., Кущ Г. Древние Сокровища Казахского Алтая. – Алматы: Өнер, 2008. – 200 с.

4 Уникальный Восточный Казахстан – UnigueEastKazakhstan: фотоальбом – Усть-Каменогорск: БМ плюс, 2013. – 298 с.

Егорина А.В., Кайсина М.И. и др. Территориальная рекреационная система ККГНПП и его объекты как ядро рекреационного района // Материалы XII межд. науч. – практич. конф. / Перспективные технологии, оборудование и аналитические системы для материало- ведения и наноматериалов (21-22 мая). – Усть-Каменогорск: ВКГТУ им. Д. Серикбаева, 2015. – С.7-18.

6 Егорина А.В., Логиновская А.Н., Кайсина М.И. Культурно-исторические предпосылки развития туризма в Восточном Казахстане. // Материалы Международной научно-практической конференции / Экономика. Сервис. Туризм. – Барнаул: АлтТГУ им. И. Ползунова. – 2011. – С.97-105.

7 Жемчужины Восточного Казахстана – EastKazakhstangems: фотоальбом – Усть-Каменогорск: БМ плюс, 2010. – 297 с.

References

1 A.V Egorina. Barrier factor in the development of the natural environment of the mountains. – Barnaul, Science, 2003. – P. 214-217.

2 Sable IB Red'kin AG Geo-cultural space as a basis for the development of tourism in the region of specialization. Barnaul.: AKIPKRO, 2012. – 144 p.

3 Samashev Z, Ermolaeva A. Kusch G. Ancient Treasures of the Kazakh Altai. – Almaty: Oner, 2008. – 200 p.

4 Unique East Kazakhstan – Unigue East Kazakhstan: Photo album – Ust-Kamenogorsk: BM plus, 2013. – 298 p.

5 Egorina AV Kaysina MI et al. KKGNPP territorial recreational system and its objects as the core of the recreational area // Materials of the XII Int. scientific. – Practical. Conf. / Advanced technologies, equipment and analytical systems for materials science and nanomaterials (21-22 May). Ust-Kamenogorsk: EKSTU. D.Serikbaev, 2015. – S.7-18.

6 Egorina A.V Loginovskaya AN, MI Kaysina Cultural and historical background of the development of tourism in Eastern Kazakhstan. // Proceedings of the International scientific-practical conference / Economics. Service. Tourism. – Barnaul AltTGU them. Polzunov. – 2011. – S.97-105.

7 Pearl of East Kazakhstan – East Kazakhstan gems: Photo album – Ust-Kamenogorsk: BM plus, 2010. – 297 p.

Жаксыгулова Г., Гюмюш Н., Мырзабекова М.

Роль киноиндустрии в развитии туризма: опыт Турции

В маркетинге национального туристского продукта Турции, направленого на формирование, продвижение и позитивное развитие туристского имиджа и повышение конкурентоспособности дестинаций посредством брендинга территорий и страны в целом, кинематография выступает одним из инструментов маркетинга имиджа дестинации. В продвижении туристских дестинаций возрастает значимость применения и скрытой рекламы – product placement, технологии представления конкретной дестинации в кинофильмах и сериалах, которое позволяет в ненавязчивой форме достаточно подробно воспроизвести определенные особенности и конкурентные преимущества того или иного туристского региона Турции. Киноиндустрия Турции занимает важную роль в развитии нового направления отдыха – кино-туризма, которое позволяет совершить путешествие по местам съемок известных и популярных турецких фильмов и сериалов.

Ключевые слова: туристская дестинация, киноиндустрия и развитие туризма Турции, маркетинг имиджа территории, product placement, кино-туризм.

Zhaxygulova G., Gumus N., Myrzabekova M.

The Role of Film Industry in Development of Tourism: Experience of Turkey

In the market of Turkey's national tourist product which aimed at the formation, promotion and development of a positive tourist image and competitiveness, through branding of destination areas and the country as a whole, the cinematography is one of the tools of marketing destination image. The promotion of tourist destinations is increasing the importance of the application of closet advertisement – product placement, presentation technology specific destination in movies and TV series, which allows to reproduce the form unobtrusiveness sufficient detail certain features and competitive advantages of a tourist region of Turkey. Turkish film industry occupies an important role in the development of a new recreation area – a film-tourism, which allows you to make a journey to the places of filming and famous Turkish films and TV series.

Key words: tourist destinations, film industry in development of tourism of Turkey, marketing destination image, product placement, film-tourism.

Жақсығұлова Г., Гюмюш Н., Мырзабекова М.

Туризмді дамытудағы киноиндустрияның рөлі: Түркия тәжірибесі

Туристік имиджді қалыптастыруға, жылжытуға және позитивті дамытуға бағытталған Түркияның ұлттық туристік нарығында және бәсекелестікті дистонацияны мемлекеттік және шекаралық брендингпен дамыта отыратын дестинациялық маркетинг имиджінің құралы киноматография болып табылады. Туристік дестинацияны жүзеге асыруда жасырын жарнаманы қолдану кеңірек қолданыла бастады – олар: өнімді орналастыру, кинофильмдер мен сериалдарда нақты дестинациялық жағдай беретін технологияларды қолдану арқылы Түркияның туристік аймақтарының ерекшеліктері мен бәсекелік қабылеттілігінің жоғарылығын көрсете алады. Киноиндустрия Түркияның кино-туризмдік демалыс бағытын дамытуда маңызды рөл атқарады, ол түркиялық фильмдер мен сериалдарда әйгілі саяхат орындарын көруге мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: туристік дестинация, Түркияның киноиндустриясы мен туризмінің дамуы, аймақ имиджінің маркетингі, product placement, кино-туризм.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 379.85

***Жаксыгулова Г., Гюмюш Н., Мырзабекова М.**

Университет Кастамону,
Турция, г. Кастамону
*E-mail:gulzira-kz@mail.ru

РОЛЬ КИНОИНДУСТРИИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА: ОПЫТ ТУРЦИИ

Введение

В современном мире для каждого государства в целом и для его регионов является немаловажным создание благоприятного имиджа на мировой арене с целью привлечения интереса туристов, что влечет за собой улучшение положения региона как в экономическом, так и в политическом плане. Однако, позитивного имиджа недостаточно для привлечения больших потоков туристов. Здесь важная роль отводится позиционированию уникальных черт региона, которые создают его неповторимый образ и делают его привлекательным для туристких потоков.

При формировании привлекательности дестинации большое значение имеет использование маркетинга, который способствует укреплению конкурентоспособности определенной территории и может изначально влиять на ее привлекательность. На национальном уровне маркетинговые усилия направлены на продвижение страны как дестинации на международный рынок туризма. Продвижению услуг национальной туристской индустрии на иностранных рынках должно содействовать государство путем формирования благоприятного туристского образа своей страны. Созданию привлекательного имиджа страны и продвижению национального туристского продукта придается большое значение как в странах, уже завоевавших свое место на международном туристском рынке, так и в странах, появившихся на нем относительно недавно [1].

Исходные материалы и методы исследования

Концепция развития туристской дестинации Турции потребовала разработки систематической и долгосрочной маркетинговой стратегии, направленной на взращивание и совершенствование изначально присущих и потенциальных свойств местности. Таким образом, маркетинговая стратегия развития туризма Турции как многокомпонентная и многоцелевая программа взаимосвязанных системных мероприятий, сформированная на базе комплексного подхода, выступает на сегодняшний день основным инструментом применения марке-

тинга для развития туристской дестинации и направлена на обеспечение устойчивого развития туризма в стране.

Турция, войдя на международный туристский рынок, вступила в систему конкурентных отношений с другими государствами, целыми мировыми регионами. Стратегия туристского маркетинга Турции нашла свое отражение в принятии соответствующего законодательства, государственных долгосрочных программ и планов, таких как Стратегия туризма Турции – 2023, Планы реализации Стратегии туризма, Стратегический план Министерства культуры и туризма на 2015-2019гг и ряд других планов и документов в рамках указанных стратегий [2]. Правильность и эффективность построения, а также реализация запланированных мероприятий Стратегии туризма Турции-2023 позволила стране завоевать достойное место на мировом туристском рынке.

Стратегия туристского маркетинга Турции направлена на создание, продвижение и реализацию национального туристского продукта на мировом рынке. Национальный туристский продукт Турции – это совокупность имеющихся природных, климатических, культурных и историко-архитектурных ресурсов, привлекаемых и используемых в туристкой деятельности, туристской и сопутствующей инфраструктуры, а также деятельности туристских предприятий, выраженная в создании, продвижении и реализации конкретных туристских продуктов, направленных на привлечение туристов из других государств и мировых регионов.

Понятие национального туристского продукта отражает состояние и уровень развития туризма в том или ином государстве. Решающими факторами в принятии решения потенциальными туристами посетить ту или иную страну могут стать их представления о стране, степень их осведомленности о происходящих событиях, о безопасности путешествия, о свободе въездавыезда и перемещения по стране, об удовлетворении их культурных, познавательных и прочих интересов.

В отличие от маркетинга туристких организаций, направленного преимущественно на продвижение туристских услуг, маркетинг национального туристского продукта Турции направлен на формирование, продвижение и позитивное развитие туристского имиджа (ведущего туристского образа) и повышение конкурентоспособности дестинаций посредством брендинга территорий и страны в целом.

Имидж туристской дестинации представляет собой мнение потребителей об отличительных и исключительных характеристиках туристской дестинации, формирующих ее привлекательность или непривлекательность для потенциальных потребителей. В связи с чем, основной целью маркетинга имиджа территории становится – создание положительного образа территории, обеспечении его общественного признания.

Результаты и обсуждение

Ведущий инструмент маркетинга имиджа территории – коммуникационные мероприятия, демонстрирующие открытость территории для внешних контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существенности имеющихся у нее преимуществ. Именно с помощью формирования и продвижения имиджа регион становится более привлекательным, благодаря грамотному использованию имиджа. Составляющими имиджа Турции как туристской территории выступают:

– географическое положение;
– климатические условия;
– историко-культурное наследие;
– биологические и геологические особенности;
– этнический состав;
– природные «сокровища» региона.

В свете вышеизложенного, кинопродукция турецких кинематографов выступает одним из инструментов маркетинга имиджа дестинации и положительно демонстрирует составляющие ее имиджа [3].

Существенную роль в продвижении дестинаций играют общетерриториальные константы, которые можно отнести к элементам брендинга (государственные флаг Турции, гербы и общепринятые символы городов, логотипы, рекламные слоганы, мифы, предания, легенды и т.п.). В Турции уделяется огромное внимание созданию образов городов, регионов, страны в целом привлекательных для туристов. В качестве идентификационных кодов в продвижении туристских дестинаций часто выступают логотипы и рекламные слоганы используемые в кинороликах, фильмах и сериалах.

В отличие от других сфер деятельности в туристском бизнесе больший процент имиджевой рекламы, элементы которых (в большей или меньшей степени) используются во всех видах турецкой кинопродукции. Это связано с работой национальных туристских администраций и офисов, которые занимаются некоммерческой

рекламой, то есть продвижением дестинации в целом, формированием благоприятного имиджа страны и привлечением в страну туристов. Эта реклама некоммерческая потому, что продажа конкретного турпродукта не является её целью. В отличие от массовой сбытовой рекламы, индивидуальная и уникальная имиджевая реклама стремится быть красивой, безупречно исполненной. Её преимущество ещё и в том, что она ненавязчива, она является как бы приглашением, а не агитацией. Так, неизменными атрибутами рекламно-пропагандистских кинопродуктов по продвижению Турции, как страны благоприятной для туризма, является туристский логотип Турции – цветок тюльпана, одной из наиболее известных и узнаваемых в мире товарных марок, а так же с использование слоганов: «Ритм жизни ощути в Турции!», «Ритм цивилизации ощути в Турции!», «Ритм жизни ощути в Стамбуле!» и т.п.

В продвижении туристских дестинаций возрастает значимость и скрытой рекламы – product placement, то есть представление конкретной дестинации в кинофильмах и сериалах, которое позволяет в ненавязчивой форме достаточно подробно воспроизвести определенные особенности и конкурентные преимущества того или иного туристского региона Турции.

Современная скрытая реклама в кинематографе настолько разнообразна, что позволяет сказать: в кино и сериалах продвигаются практически все виды товаров. Однако на контент product placement в некоторой степени влияет и специфика стран.

В турецком кинобизнесе в структуре скрытой рекламы телезритель может наблюдать курорты, отели, автомобили, банковские услуги, мебель, средства электроники и телекоммуникаций, средства связи, одежду, продукты питания, лекарственные препараты и т.п.

Гостиничный бизнес Турции – один из мощных игроков рынка скрытой рекламы. Во многих турецких фильмах определенные действия картины происходит, как правило, в том или ином отеле и в большинстве случаев – это оплаченный product placement, задача котрого «продвижение» туристского бренда.

Турпродукт, услуга или логотип, показанные в кино или сериале, становятся более привлекательными для широких слоев общественности: привлекательной является продукт или услуга, форма подачи предстают перед зрителем в определенной атмосфере, в его естественной среде обитания. Основной эффект технологии product placement в турецких сериалах происходит от воздействия на восприятие человека на латентном уровне в течение длительного периода – от серии к серии: осуществляется запоминаемость бренда, косвенно формируется лояльность к торговой марке.

Киноиндустрия Турции занимает важную роль в развитии кино-туризма – нового направления отдыха, которое позволяет совершить путешествие по местам съемок известных фильмов и сериалов. Сюжеты с колоритом быта турецкого народа, культурно-историческими и архитектурными достопримечательностями, природным и городским пейзажем, видами на море и набережными, местными магазинчиками и ресторанами, создавая особую атмосферу каждого конкретного кинопродукта, становятся элементами соблазна для туристов, которые хотят ощутить на себе атмосферу тех мест, где проходили съемки.

Пытаясь разнообразить возможности турецких курортов, которые известны по большей части своим морем, солнцем и песком, местные чиновники, туроператоры и бизнесмены пытаются извлечь выгоду из популярности турецких телесериалов и фильмов, которые транслируются в 102 странах мира.

К примеру, после того, как макет троянского коня, который использовался в съемках фильма «Троя» с Брэдом Питом в главной роли, был перевезен в Чанаккале, число туристов, посещающих область, выросло на 73 %.

Впервые туристский сектор Турции ощутил на себе влияние сериалов в 2002 году, после выхода на экраны фильма «Asmalı Konak» (Особняк с виноградными лозами). Уже с первых дней показа Каппадокия, и особенно Ürgüp и исторический особняк, где снималась драма, стали своего рода музеем, куда начали стекаться турецкие туристы, а затем и иностранные. Все туроператоры включали этот особняк в свои туристские программы.

Бесспорна популярность сериала «Muhteşem Yüzyıl» (Великолепный век/Сулейман великолепный), благодаря которому Турция стала пользоваться особым спросом у туристов из Европы, Латинской Америки, Балкан и арабских стран. После выхода сериала дворец Топкапы и гарем султана в Стамбуле стал центром «поломничества» его поклонников.

Выводы

Динамичному успешному развитию кинематографа Турции, имеющему 120-ти летнюю историю, способствовало внимание государства

к отечественной киноиндустрии. Государственную политику в сфере кино в Турции осуществляет Правительство и Министерство культуры и туризма, важнейшим элементом в сфере реализации этой политики является государственная поддержка отечественной кинематографии. Благодаря действенным механизмам поддержки киноиндустрии турецкое кино стало важным феноменом культурной и общественной жизни в Турции. Принятые за последние годы новый Закон о кино, создание Совета по поддержке киноиндустрии при Министерстве культуры и туризма, подготовка кадров в отечественных вузах, финансовая поддержка государства (с 2006 г. по 2015 г. была оказана финансовая поддержка на общую сумму около 120 млн. турецких лир) [4], а так же поддержка таких организаций как Ассоциация туроператоров и инвесторов Турции (TUROB), Общества туроператоров Турции (TURSAB) способствовали достижению турецким кино такого уровня, что оно уже серьезно соперничает с лентами крупнейших европейских кинофестивалей, и завоевывает награды, делающие честь любому автору. Режиссеры нового поколения в короткий срок добились от критиков внимания и придали словосочетанию «турецкое кино» новый смысл.

Опыт Турции в развитии индустрии кино и туризма подтверждают то, что эти сферы являются мощными и жизнестойкими экономическими единицами, которые эффективны не только сами по себе, но и взаимно развиваясь, оказывают положительное воздействие на экономику и вносят свой вклад в создание положительного имиджа как отдельных дестинаций, так и страны в целом.

Литература

1 Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях Ч.1. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 268с.

2 Официальный сайт Министерства культуры и туризма Республики Туркия. http://yigm.kulturturizm.gov.tr/2016/03/29

3 R. Pars Şahbaz. Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajina Etkileri // İşletme Araştırmaları Dergisi – 2009 – №1/1. – С. 31-52 (на турец.языке)

4 Газета «Milli» от 19.02.2016г, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından film endüstrisi için devlet desteği (Государственная поддержка киноиндустрии Министерством культуры и туризма Турции) http://www.milligazete.com.tr /2016/03/29

References

1 Karpova G.A., Horeva L.V. Ekonomika i upravlenie turistskoj deyatel'nost'yu: uchebnoe posobie v 2-h chastyah CH.1. – SPb.: Izd-vo SPbGUEHF, 2011. – 268s.

2 Oficial'nyj sajt Ministerstva kul'tury i turizma Respubliki Turkiya. http://yigm.kulturturizm.gov.tr/2016/03/29

3 R. Pars Şahbaz. Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajina Etkileri // İşletme Araştırmaları Dergisi – 2009 – №1/1. – S. 31-52 (na turec.yazyke)

4 Gazeta «Milli» ot 19.02.2016g, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından film endüstrisi için devlet desteği (Gosudarstvennaya podderzhka kinoindustrii Ministerstvom kul'tury i turizma Turcii) http://www.milligazete.com.tr /2016/03/29

Жакупова А.А., Нурулы Е.

Особенности стратегического планирования развития туризма в Алматинской области и его место в системе регионального управления

Туризм, в соответствии с рекомендациями ЮНВТО, следует рассматривать с точки зрения развития и управления на контролируемой, комплексной и устойчивой основе, с учетом применения основных принципов планирования. Связано это, в первую очередь, с тем, что управление туризмом на основе планирования может создавать экономические, социальные и экологические преимущества, не вызывая деградации туристских ресурсов, сохраняя их для использования в будущем, и обеспечивая, таким образом, безопасное развитие как туристской отрасли, так и дестинации в целом. Управление развитием туризма на плановой основе, кроме того, позволяет устанавливать тесные взаимосвязи между туризмом и другими секторами экономики, сочетать государственные интересы с интересами частных структур и местного населения. Актуальность темы заключается в том, что при помощи стратегического планирования возможно сохранение миссии и стратегической цели развития туризма в Алматинской области, которые соответствуют Концепции разития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года и Мастер-плану развития туризма Алматинской области.В данной работе подробно рассмотрены особенности стратегического планирования туристской деятельности на примере Алматинской области и его место в системе регионального управления, сущность процесса и стоящие перед ним задачи.

Ключевые слова: планирование, стратегия, туристская деятельность, государственное и региональное управление.

Zhakupova A.A., Nuruly Y.

Features of Strategic Planning of Tourism Development in Almaty Oblast and its Place in the Regional Management System

Tourism, in accordance with the recommendations of UNWTO should be considered from the point of view of the development and management of controlled, integrated and sustainable basis, taking into account the application of the basic principles of planning. It is connected, primarily, to the fact that tourism management through planning can create economic, social and ecological benefits, without causing a tourist resource degradation, preserving them for future use, and thus providing safe development as the tourism industry, and a destination as a whole. Tourism Development Management on a scheduled basis, in addition, allows the close relationship between tourism and other sectors of the economy, to combine state interests with those of private organizations and the local population. Actuality of the theme is that with the help of strategic planning possible to preserve the mission and strategic goals of tourism development in Almaty oblast, which corresponds to the concept development of tourism industry of the Republic of Kazakhstan till 2020 and the Master plan of tourism development of Almaty oblast.

In this work detail the features of the strategic planning of tourist activity on the example of Almaty oblast and its place in the regional management system, the essence of the process and the challenges it faces.

Key words: planning, strategy, tourist activity, state and regional management.

Жакупова А.А., Нұрұлы Е.

Алматы облысында туризмді дамытудағы стратегиялық жоспарлаудың ерекшеліктері және оның аймақтық басқару жүйесіндегі орны

ДТҰ ұсыныстарына сәйкес, туризмді жоспарлаудың негізгі қағидаттарын қолдануды ескере отырып, бақыланатын, кешенді және тұрақты түрде дамыту және басқару тұрғысынан қарастырылуы тиіс. Жоспарлау негізіндегі туризмді басқару, ең алдымен, туристік ресурстардың деградациясын болдырмай, болашақта пайдалану үшін оны сақтайды және осылайша туристік сала мен жалпылай дестинацияның да қауіпсіз дамуын қамтамасыз етеді, сонымен қатар, экономикалық, әлеуметтік және экологиялық артықшылықтар жасай алады. Сонымен қатар, жоспарлау негізіндегі туризм дамуын басқару туризм мен экономиканың басқа да салалары арасында тығыз қарым-қатынас құруға, мемлекет мүдделерін жеке ұйымдар мен жергілікті халықтың мүдделерін байланыстыруға мүмкіншілік береді. Тақырыптың өзектілігі мынада: стратегиялық жоспарлаудың көмегімен Алматы облысының туризм дамуының стратегиялық мақсаты мен миссиясын сақтауға мүмкіншілік береді және ол Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасы мен Алматы облысы туризмін дамытудың Мастер-жоспарына сәйкес келеді. Осы жұмыста Алматы облысында туризмді дамытудағы стратегиялық жоспарлаудың ерекшеліктері және оның аймақтық басқару жүйесіндегі орны, процестің мәні және оның алдында тұрған міндеттері толық қарастырылды.

Түйін сөздер: жоспарлау, стратегия, туристік іс-әрекет, мемлекеттік және аймақтық басқару.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.2: 379.85

***Жакупова А.А., Нурулы Е.**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: aiman.zhakupova@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Введение

Со второй половины XX века сложились предпосылки для смены общей парадигмы экономической науки. В подавляющем большинстве стран развернута работа по формированию национальных стратегий устойчивого бескризисного развития с учетом общемировых тенденций, имеющегося научно-производственного и природного потенциала, особенностей духовных традиций и устремлений общества. Авторы все чаще стремятся найти пути оптимизации использования ограниченных ресурсов, с целью недопущения их истощения и обеспечения возможности сохранения ресурсов для будущих поколений. Со становлением региональной экономики государственное управление принимает форму регионального. Объективное содержание регионального управления определяется закономерностями регионального воспроизводства, заключающего в себе воспроизводство населения и социальных условий его жизнедеятельности [1].

Туризм, как и любая форма экономического развития, требует тщательного управления для успешного достижения целей, лежащих в основе его развития, которое невозможно без определенного набора инструментов. Под инструментами понимается совокупность средств и методов, способствующих осуществлению функций управления, среди которых особая роль принадлежит планированию. Умение работать с подобными инструментами может существенно облегчить соответствующие профильной деятельности процессы. Формальное планирование может привести к повышению конкурентоспособности и росту прибыли, в том числе, потому, что сулит целый ряд выгод, как то: системное осмысливание ситуации, четкая координация усилий, точная постановка задач.

Анализ конкурентных возможностей туризма Алматинской области с точки экономической деятельности предопределил не только ориентиры развития области на долгосрочную перспективу, нашедшие свое отражение в стратегических направлениях и программах, но и позволил обосновать необходимость усиления отдельных направлений туристской деятельности, ведущей к развитию экономики и социальной

сферы области, выявил новые стратегические возможности.

Без планирования останавливается развитие, а без развития останавливается и процесс капитальных вложений в данную область деятельности, а это в свою очередь приводит к постепенному откату нынешнего состояния развития туристской деятельности на уровень конца 90-ых, когда туризм вроде бы и есть, но его удельный вес в деятельности области настолько мал, что его никто не замечает. Планирование туризма со стороны государства на уровне страны и ее регионов представляет собой основу для управления туризмом. Проблеме планирования необходимо уделять первостепенное значение, поскольку развитие туризма находится в прямой зависимости от тех конкретных усилий, которые предпринимаются органами власти в целях увеличения потенциала приёма туристов.

Стратегическое планирование в туризме базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой стороны – на прогнозах по различным направлениям туристской деятельности, а также различным областям общественного развития (экономика, наука, техника и технология, демография, экология и т.д.). Стратегическое планирование развития туризма в регионе – это процесс моделирования эффективной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства на определенный период функционирования с установлением целей развития туризма в регионе и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, а также определение способа реализации этих целей и задач в соответствий с ресурсными возможностями региона [2].

На всех этапах планирования необходим сбор селективной информации, формирование банков данных, что позволяет выделить общий массив данных и таким образом формировать альтернативы развития туризма в регионе. Итогом стратегического планирования и главным инструментом стратегического управления являются документы стратегического характера: концепции, планы, программы.

Перспективные направления стратегического планирования в Алматинской области. Казахстан в целом и Алматинская область в частности, имеют реальные возможности стать полноценной туристской дестинацией с современной и развитой инфраструктурой при правильном планировании туризма. Алматинская область по праву обладает серьезным потенциалом для развития всесезонного внутреннего и въездного туризма. Это огромная территория контрастов, где практически рядом с крупными мегаполисами и городами находятся большие пространства нетронутой цивилизацией природы. Уникальность области обусловлена тем, что здесь можно полноценно развивать практически все виды туризма. К примеру, экологический туризм, бальнеологический, культурно-исторический, спортивно-экстремальный, приключенческий, семейный и т.д. и т.п. В настоящее время Алматинская область обладает 1 519 историческими и культурными памятниками, из которых 262 архитектурных памятника, 1 250 археологических, 7 природных, 9 республиканского и 1 мирового значения. Кроме наличия уникальных природных ландшафтов, археологических и архитектурных памятников, область является частью Великого Шёлкового Пути. Что, несомненно, может очень серьезно влиять на повышение уровня интереса у иностранных туристов к данному региону. В настоящее время Республика Казахстан участвует в очень важном и стратегическом проекте – строительстве транспортного коридора Западная Европа – Западный Китай. По территории Алматинской области будет пролегать порядка 301 км отрезка транспортного коридора Западная Европа – Западный Китай. С полной уверенностью можно сказать, что этот проект будет давать реальную возможность для развития авто-караванного туризма в регионе. Кроме всего вышеперечисленного, Казахстан в целом славится своим гостеприимством и очень уважительным отношением к иностранным гостям и туристам. И это лишь малая часть огромного количества положительных качеств, способствующих развитию туризма в регионе.

Программой развития Алматинской области на период до 2020 года туризм отнесён к числу приоритетных отраслей хозяйственного комплекса области. Развитие туризма Алматинской области осуществляется в соответствии с Концепцией разития туристкой отрасли Республики Казахстан до 2020 года, Программы по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года, куда включены ключевые туристские достопримечательности: археологический ландшафт Тамгалы с петроглифами (объект ЮНЕСКО); ГНПП «Алтын-Эмель», включенный в предварительный список ЮНЕСКО; Чарынский каньон на территории Чарынского ГНПП; водохранилище Капшагай; горнолыжные зоны вблизи города Алматы с Иле-

Алатауским ГНПП, туристский центр «Жана-Иле» [3, 4].

В соответствии с Концепцией разития туристкой отрасли Республики Казахстан до 2020 года утвержден Мастер-план развития туризма Алматинской области, в котором определены 5 кластерных направлений: Талгарско-Иссыкский кластер (курорт), Капчагайский кластер (курорт), Карадалинский кластер (курорт), Райымбекский кластер, Алакольско-Жетысуский и Восточно-Балхашский кластер [5].

Особое внимание в Алматинской области уделяется развитию детско-юношеского туризма (проводятся туристские поездки в город Астану учащихся, занимающихся в туристских секциях, кружках, туристские мероприятия по горному, пешеходному, водному туризму: туриада «Джунгария», детская регата «Жетысу Арайы», соревнования и Чемпионаты по туристскому многоборью на искусственном и естественном рельефах, Мастер-классы по водному туризму и другие).

В Алматинской области расположено 5 ГНПП и 2 природных заповедника, где имеется более 40 объектов экологического туризма, разработано 57 туристских маршрутов и экологических троп.

Подготовка туристских кадров для отрасли в области ведется в Жетысуском государственном университете им. И. Жансугурова и 4 колледжах области.

Исходные данные и методы исследования

Теоретической и методологической основой исследования явились фундаментальные и прикладные научные труды зарубежных ученых в сфере туризма, экономики, стратегического планирования, государственного и местного управления, материалы научной и периодической печати, Интернет-ресурсы, статистические данные, законодательные акты и нормативно-правовые документы.

В основу исследования положены общенаучные методы: метод системного анализа и синтеза, контент-анализ научной литературы, эмпирические методы исследования, сравнительный, структурно-логический анализ, аналитические методы исследования.

Результаты и обсуждение

Развитие туризма в регионе в 2015-2020 годах будет осуществляться в рамках Концепции развития туризма, Плана Мероприятий по реализации Послания Президента от 11 ноября 2014 года «Нурлы-жол – путь в будущее», Программы по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года [6, 7]. Согласно указанных документов приоритетами развития туризма в регионе будут: кластерная модель развития, развитие инфраструктуры, повышение эффективности маркетинговых мер, повышение производительности труда в секторе, создание новых рабочих мест.

Сегодня для успешного функционирования рынка туризма в Алматинской области необходимо формирование новых туристских дестинаций и выведение на новый уровень существующих. Вопросы формирования стратегий развития туристских территории в последнее время обсуждаются достаточно активно. Требования современного развития туристского рынка формируют необходимость изменения региональной туристской политики от разработки мероприятий, направленных на краткосрочную перспективу, к стратегическому планированию. Мировая практика показывает, что во времена постоянных преобразований, изменения установок и реализации требований устойчивого развития региона, укрепления его конкурентных позиций на национальном и мировом туристских рынках процессы управления развитием туризма необходимо ориентировать на стратегическую перспективу.

Таким образом, положения Программы регионального планирования туризма взаимоувязаны с задачами проведения аудита развития территории (дестинации). В этой связи аудит территории можно рассматривать как инструмент стратегического территориального планирования туризма.

Основными инструментами аудита территориального развития является комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала территории и особенностей продвижения, брендинга территории как туристкой дестинации.

Выбор данного инструментария связан с необходимостью всестороннего изучения внутренних и внешних рыночных условий региона, выявления активизирующих и лимитирующих факторов развития туризма, определения конкурентных преимуществ развития туриндустрии, а также анализа «нерыночных» факторов, влияющих на развитие туристского сектора, т.е. проведения SWOT-анализа территории (Таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ состояния развития отрасли:

Сильные стороны (S)	**Возможности (O)**:
1. Стартовый потенциал для развития туризма по территориям области: – экологический туризм (в Райымбекском, Кербулакском, Уйгурском, Талгарском, Алакольском, Сарканском, Енбекшиказахском, Карасайском, Аксуском районах, г. Текели); – культурно-познавательный (в Енбекшиказахском, Жамбылском, Талгарском, Кербулакском, Панфиловском, Каратальском районах, г. Талдыкорган); – лечебно-оздоровительный и медицинский (в Алакольском, Аксуском, Ескельдинском, Панфиловском, Карасайском, Илийском, Уйгурском районах); – пляжный (Алакольский, Сарканский район, г. Капшагай); – горнолыжный (в Талгарском, Карасайском, Енбекшиказахском, Ескельдинском, Аксуском районах, г.Текели); – сельский туризм (в Райымбекском, Балхашском, Енбекшиказахском, Талгарском районах); – водный (в Балхашском, Каратальском, Коксуском районах, г.Капшагай). 2. Положительная динамика показателей развития отрасли (объем услуг, оказанный местами размещения за 2012-2014 годы вырос в 2,3 раза). 3. Наличие Мастер-плана развития туризма Алматинской области. 4. Наличие значительных предпосылок для строительства мест размещения (количество мест размещения выросло за 2012-2014 годы в 1,8 раз). 5. Наличие интернет-портала «Жетысу» «almatyregion-tour.kz». 6. Ежегодное проведение туристских мероприятий: туриада «Джунгария», детская регата «Жетысу Арайы», областной туристский слет, Мастер-классы по водному туризму, Иле-Балхашская регата. 7. Наличие в области 5 национальных природных парков и 2-х заповедников, 3 памятников природы. 8. Наличие объектов включенных в список объектов Всемирного Наследия ЮНЕСКО.	1. Выгодное экономико-географическое положение области, близость города Алматы-генератора туристского потока в область. 2. Разнообразие ландшафтов, наличие уникальных памятников природы, культуры и истории. 3. Перспективы кластеризации в рамках Концепции развития туризма в РК. 4. Господдержка развития инфраструктуры в рамках Плана мероприятий «Нурлы жол – путь в будущее». 5. Развитие детско-юношеского туризма в рамках Программы развития сферы услуг в РК. 6. Обучение обучающих гидов в рамках Программы развития сферы услуг в РК. 7. Участие в мероприятиях ЭКСПО- 2017. 8. Перспективы участия в туристском проекте Ассамблеи народов Казахстана «Большая страна – Большая семья». 9. Участие в проекте по привлечению стратегических (якорных) инвесторов, имеющих успешный опыт создания туристских кластеров. 10. Развитие межрегионального сотрудничества в отрасли. 11. Интерес частного бизнеса к инвестициям в гостиничный и ресторанный бизнес. 12. Сотрудничество с национальными профессиональными ассоциациями в сфере туризма. 13. Краткосрочные курсы повышения квалификации в рамках сотрудничества с международными организациями. 14. Возрождение древней трассы проекта «Новый Шелковый Путь», который связан со строительством транспортного коридора «Западная Европа–Западный Китай». 15. Усиление экономического воздействия между туристскими предприятиями города Алматы и областью.
Слабые стороны (W)	**Угрозы (T)**
1. Отсутствие развитой инфраструктуры туризма, в том числе плохое состояние дорог, ведущих к туристским объектам. 2. Отсутствие профессионального маркетинга туристского продукта региона. 3. Ограниченные финансовые возможности поддержки туризма в рамках бюджетных средств. 4. низкий уровень профессионализма в туристском бизнесе, несоответствие качества и уровня и обслуживания ценам на предоставляемые туристские услуги. 5. Слабый уровень сетевого взаимодействия между различными местными участниками ЦДС в сфере туризма. 6. Сезонный характер большинства видов туризма. 7. Отсутствие предпринимаемых мер по охране, восстановлению и консервации культурно-исторических объектов.	1. Отсутствие отраслевой программы развития туризма в Казахстане. 2. Конкуренция с другими регионами Казахстана в сфере развития внутреннего туризма. 3. Длительные путешествие и прохождение контрольных процедур в пунктах пропуска на Государственной границе для кратковременного отдыха.

Выводы

Формирование эффективной системы стратегического планирования развития индустрии туризма в рамках комплексного социально-экономического развития региона представляет собой длительный процесс, связанный с совершенствованием всей системы управления регионом и повышением уровня его организационной культуры. Таким образом, основной целью развития туризма в области является создание необходимых условий для приоритетного развития въездного и внутреннего туризма, формирование новых туристских комплексов на базе конкурентоспособных туристско-рекреационных и историко-культурных ресурсов Алматинской области.

Подробно изучив процесс стратегического планирования можно с уверенностью утверждать, что при нынешней ситуации на рынке для выживания в конкурентной среде и успешного развития предприятию необходим четко разработанный план как на длительную перспективу, так и на текущий период.

Литература

1 Романова Г.М. Формирование системы планирования развития туризма в регионе: Диссертация д-ра экон. наук: 08.00.05. – Санкт-Петербург, 2003. – 268 с. РГБ ОД, 71:04-8/298

2 Кожевина О.В., Балашова С.П., Сиротенко М.В. Организационно-экономические основы стратегического управления территориальным развитием : монография / – М.: РУСАЙНС, 2015. – 142 с.

3 Программа развития Алматинской области на 2016-2020 годы // Решение областного маслихата от 14 декабря 2015 года №51-288, г. Талдыкорган.

4 О проекте Указа Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года» // Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 февраля 2013 года № 192.

5 Мастер-план развития туризма Алматинской области // Казахстанская ассоциация въездного и внутреннего туризма «KITA» совместно с Управлением туризма Алматинской области, 2015.

6 Послание Президента к народу Казахстана от 11 ноября 2014 года «Нурлы-жол – путь в будущее».

7 Об утверждении Программы по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года // Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 декабря 2014 года № 1378.

References

1 Romanova G.M. Formirovanie sistemy planirovaniya razvitiya turizma v regione: Dissertaciya d-ra ekon. nauk: 08.00.05. – Sankt-Peterburg, 2003. – 268 c. RGB OD, 71:04-8/298.

2 Kozhevina O.V., Balashova S.P., Sirotenko M.V. Organizacionno-ehkonomicheskie osnovy strategicheskogo upravleniya territorial'nym razvitiem : monografiya / – M.: RUSAJNS, 2015. – 142 s.

3 Programma razvitiya Almatinskoj oblasti na 2016-2020 gody // Reshenie oblastnogo maslihata ot 14 dekabrya 2015 goda №51-288, g. Taldykorgan.

4 O proekte Ukaza Prezidenta Respubliki Kazahstan «Ob utverzhdenii Koncepcii razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan do 2020 goda» // Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 28 fevralya 2013 goda № 192.

5 Master-plan razvitiya turizma Almatinskoĭ oblasti // Kazahstanskaya associaciya v»ezdnogo i vnutrennego turizma «KITA» sovmestno s Upravleniem turizma Almatinskoj oblasti, 2015.

6 Poslanie Prezidenta k narodu Kazahstana ot 11 noyabrya 2014 goda «Nurly-zhol – put' v budushchee».

7 Ob utverzhdenii Programmy po razvitiyu sfery uslug v Respublike Kazahstan do 2020 goda // Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 24 dekabrya 2014 goda № 1378.

Курсабаев М.К., Аяпбекова А.Е., Аяпбергенов Б.К., Демеуов А.Б.

Туристско-геоархеологический потенциал наскальных рисунков Кунгей Тарбагатая

На основе научных материалов казахстанских и зарубежных исследователей систематизирован сравнительный анализ о географии распространения петроглифов в регионе. Обобщен теоретический вклад, исследовательский ресурс туристко-геоархеологического потенциала наскальных рисунков, определены перспективы сохранения и международное значение каменных памятников. Сделан широкий обзор рекреационно-археологических особенностей и географического расположения объекта, описаны философское содержание и естественные ценности древних памятников Кунгей Тарбагатая в урочищах Таскескен, Акперлы. Определены перспективные задачи устойчивого развития и становления региона в свете реализации государственной программы развития туристской индустрии в Казахстане. Разработан проект стратегических предложений по приданию юридического статуса, планированию строительства инфраструктурных и транспортно-коммуникационных объектов территории. Обоснована необходимость составления туристско-археологической электронной карты каменных рисунков туристско-археологического комплекса «Кунгей Тарбагатай» как целостного контента Археологической карты Казахстана с применеием цифровой (digital archeology Map) технологии «Google Earth».

Ключевые слова: туристско-геоархеологический потенциал, петроглифы, Кунгей Тарбагатай, рекреация, Восточный Казахстан, потенциал, Урджар, Таскескен, Акперлы, археологический туризм, география наскальных рисунков.

Kursabayev M. K., Ayapbekova A.E., Ayapbergenov B.K., Demeuov A.Б.

TouristS and Geoarchaeological Potential Petroglyphs Kungei Tarbagatai

Comparative analysis of the geographical distribution of petroglyphs of the region have been system systematized on the basis of scientific materials of Kazakhstan and foreign researchers. Theoretical contribution and the potential of tourist geo-archaeological rock paintings have been generalized, as well as the prospects of preserving and international significance of stone monuments have been identified. The broad overview has been done about the recreational and archaeological features and the geographical location of the object, description of the philosophical content and the natural values of the ancient monuments in the tracts of Kungei Tarbagatay, Taskesken and Akperly. The long-term objectives of sustainable development and the formation of the region related to the implementation of the state program of development of tourism industry in Kazakhstan have been defined. The necessity of drawing up tourist and archaeological electronic card of stone pictures of tourist and archeological complex of «Kungei Tarbagatay» has been grounded as a holistic content of an archaeological map of Kazakhstan with the use of digital (digital archeology map) technology «Google Earth».

Key words: tourist-geo-archaeological potential, petroglyphs, Kungei Tarbagatai, recreation, East Kazakhstan, potential, Urdzhar, Taskesken, Akperly, archaeological tourism, geography rock paintings.

Құрсабаев М.Қ., Аяпбекова А.Е, Аяпбергенов Б.К., Демеуов А.Б.

Күнгей Тарбағатай тас ескерткіштерінің туристік-геоархеологиялық потенциалы

Қазақстан және шет елдік ғалымдар еңбектері негізінде көне заман жәдігерлері – өлкедегі петроглифтердің таралу географиясы жөнінде салыстырмалы жүйелі теориялық талдау жасалынды. Тас ескерткіштердің болашақтағы тағдыры мен туристік-геоархеологиялық потенциалының танымдық ресурстары туралы тұжырымдар сараланып, оның халықаралық маңызы мен ғылыми құндылықтары айқындалды. Күнгей Тарбағатай өлкесіндегі Таскескен, Ақперлі тас суреттердің орналасқан жері мен ерекшеліктері, философиясы мен мазмұны және аталмыш территорияның археологиялық-рекреациялық қазыналары жан-жақты сараланды. Қазақстандағы туристік индустрияның халық игілігіне айналуы ісінде аймақтың тұрақты дамуы мен қалыптасуы тұстары айқындалды. Өлкенің айырықша құқықтық мәртебесі мен инфрақұрылым, транспорттық және коммуникациялық нысандарын салу мен жоспарлау бағыты бойынша стратегиялық маңызы бар ұсыныстар сұлбаланды. Қазақстан Археологиялық картасының тұтас бөлшегі негізінде «Күнгей Тарбағатай» туристік-археологиялық кешенінің «Google Earth» технологиясы бойынша сандық картография (digital archeology Map) жобасын құрастыру жөнінде тұжырым жасалды.

Түйін сөздер: туристік-геоархеологиялық потенциал, петроглифтер, Күнгей Тарбағатай, рекреация, Шығыс Қазақстан, потенциал, Үржар, Таскескен, Ақперлі, археологиялық туризм, тас ескерткіштер географиясы.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 373.1.02:37.035.6

*Курсабаев М.К., Аяпбекова А.Е., Аяпбергенов Б.К., Демеуов А.Б.

Университет «Туран-Астана»,
Республика Казахстан, г. Астана
*E-mail: kursabaev@yahoo.com

ТУРИСТСКО-ГЕОАРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ НАСКАЛЬНЫХ РИСУНКОВ КУНГЕЙ ТАРБАГАТАЯ

Введение

В последние годы увеличивается количество иностранных туристов, которые посещают уникальные археологические объекты, так называемые «Art Rock tourism». К ним относятся петроглифы «Тамгалы», «Арпа-Узень», «Каратау», «Акбауыр» «Ешкиольмес», «Тамгалы-Тас», часть которых занесены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО [9]. Государственная политика в сфере развития туристской индустрии в Казахстане стала ключевым фактором и стимулом разработки Системного Плана кластерного подхода регионального характера, где особой зоной интереса зарубежных экспертов и ученых являются территория Восточного Казахстана [1]. Считаем, что включение территории Кунгей Тарбагатая, в частности, ущелья Акперлы, Уш-булак (Таскескен), где находятся уникальные памятники бронзового века, в список приоритетных туристских маршрутов будет способствовать бурному развитию международного туризма в данном регионе.

Район исследования. Великий казахский ученый-просветитель Шокан Валиханов, совершивший путешествие в Китай по маршруту Новосибирск–Урджар–Чугучак, навестил мавзолей «Козы Корпеш и Баян Сулу». По пути следования он внимательно беседовал с населением, изучал географическое положение региона, оценил демографическую ситуацию, а также занимался изучением фольклора и этнографии. По словам А.Маргулана, ему были известны каменные рисунки (об этом расказывали охотники), стоянка средневекового города «Найман-хала», царские золотые тропинки вокруг склонов Тарбагатайских гор (основателями тропинок являются казахские батыры Кабанбай и Ахтамберды жырау) и многое другое. Поездку Шокана Валиханова подтверждает историческое место «Шокан тасы» (Каменная скамья Шокана), которая находится на сопке Жай-тобе вблиз с.Маканчи (70 км. от Таскескена). В перспективном археологическом плане академика А.Маргулана в свое время была запланирована обширная археологическая научно-исследовательская экспедиция в регион «Кунгей Тарбагатай». Безусловно, вышеуказанные достопримечательности региона могут стать туристско-археологическим объектом

международного масштаба, и это Маргулан понимал.

Таскескенским каменным рисункам были посвящены краеведческие материалы А.Кожаева, О.Тургазина, Ж.Шакаримова и Г.Кулахметова. Несмотря на собранный материал, данная территория не стала объектом научного и археологического исследования. В 2006 году Таскескенские петроглифы стали объетом пристального внимания инициативных групп в составе Т.Мусанова, А.Куатбекулы, М.Кыдырбайулы, Ф.Мухтаркызы, А.Мухамедрахимулы и др., которые совершили туристко-краеведческую экспедицию. В результате был собран материал, представляющий огромный интерес [2; 3].

По словам Жаркына Шакаримулы, будучи еще студентом, он получил личное одобрение от академика Маргулана за содержательный материал про Таскескенские петроглифы, которые были опубликованы им в шестидесятых и семидесятых годах в средствах массовой информации.

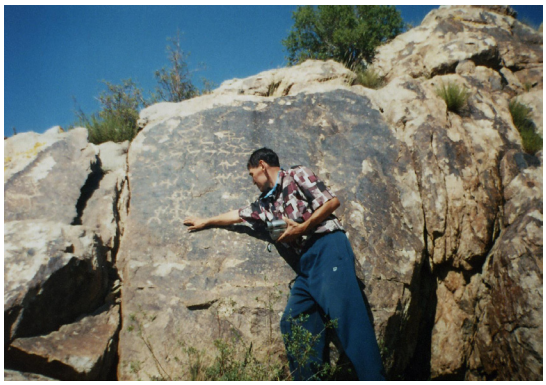
Огромного внимания заслуживает исследование группы ученых Нуркасымова К, Исина А, Туганова С, Г.Омарова, Р.Жуматева, благодаря которым был собран богатый археологический материал о наскальных рисунках «Акперлы».

Исходные данные и методы исследования

Насыщенность исследовательских ресурсов в области каменых рисунков в Казахстане и за его пределами широко отразились в трудах многих ученых: сложный историко-культурный синтез прошлого и настоящего (Маргулан А., Массон В.М., Алпысбаев Х., Таймагамбетов Ж.К.), геоархеологический парк и феномен культурогенеза (Кадырбаев М.К., Марьяшев А.Н., Рогожинский А.Е., Медоев А.Г., Новоженов В.А., Байтилеу Д.А.), пространство мифологической и интеллектуальной интеграции древних людей (Самашев З.С., Байпаков К.М., Окладников А.П., Акпанбет Г., Кубарев В.Д., Шер Я.А.), эталон историко-культурных конфигураций ценностей человеческой цивилизации (Benson L.V., Зайберт В.Ф., Watchman A., Кифишин А.Г.), мультмедийные, эмпирические и литературные источники про Тарбагатайские петроглифы (Шакаримов Ж., Қожаев Б., Тургазин О., Малдыбаев К., Кулахметов Г., Нуркасымов К., Исин А., Туганов С.) и др.

Следует отметить огромную ценность имеющихся материалов на основе многолетнего аналитического опыта, сложившегося в ходе сбора материалов и полученных результатов. В настоящее время, на наш взгляд, требуется новая интерпретация освещения и комплексной систематизации петроглифов Кунгей Тарбагатая.

Тарбагатайский хребет простирается с севера на юг. Таскескенский участок имеет небольшую высоту (сопка Ак-шаулы 256 м, Шаульдер 178 м, Бийк-Кызыл 125 м). С северо-восточной части хребта берет свое начало река Каракол (184 км.). Река полноводная, прозрачная и питьевая. Вокруг реки часто встречаются лесные кустарники. Горно-кустарниковая часть реки богата флорой и фауной. нижнее течение реки распологается в полупустынной ковыльно-солончаковой местности. Пойма реки и плотины используется в агротехнических целях. Река богата ихтио- и орнитофауной. В реке водятся маринка, пескарь и сазан. Оазис верхней (горной части) реки представляет уникальную экосистему. В горах встречаются медведь, рысь, бобер, лиса, волк, из птиц – орел, беркут, коршун, дикие утки.



Каменные рисунки древних людей находятся в 3 километрах от Таскескена в урочище Уш-булак. Уш-булак очень удобен для пастбища. Там находятся несколько объектов агротехнического назначения (несколько домов, зимние сооружения для скота, временные жилища для чабанов-скотоводов). Вдоль Уш-булака с востока на север течет маловодная речка [4].

Рисунок 1 – Наскальные рисунки в урочище Уш-Булак вблизи с.Таскескен

По данным ученых-исследователей, первые каменные рисунки на территории Казахстана (не только Таскескена, но и других мест, таких как Тамгалы, Каратау, Теректы Аулие, Улытау, Арпаузень, Ешки-Ольмес и др.) появились около 4 тыс. лет тому назад. Об этом свидетельствуют описания археологических исследований в центральных изданиях [5].

Все археологические объекты Восточного Казахстана внесены в Археологическую карту Казахстана. В этом немалая заслуга А. Маргулана, К. Байпакова, К. Акишева, Ж. Таймагамбетова, В.Ф.Зайберта, З. Самашева, А.Н. Марьяшева. Анализ исследовательских материалов, связанных с петроглифами, показал, что «таскескенские петроглифы» не попали в список исследуемых объектов. На Археологической карте Казахстана также отсутствуют данные о петроглифах урочища «Алтын-Емель» (Алматинская область, Панфиловский район, г. Жаркент).

По исследовательским данным, прибрежье реки Иртыш является древним пристанищем представителей каменного века. Труды М. Грязнова (археологические данные Прииртышья, каменные изделия, пещера, стоянки), Ж. Таймагамбетова (стоянка Козыбай, поселение возле реки Калгутты, артефакты каменного века) а также фундаментальные труды З. Самашева и В.Ф.Зайберта о миграциях древних скотоводов на территории Казахстана дают основание полагать, что Таскескен и другие территории стали объектом пристального внимания древних скотоводов [6].

Благоприятный климат, богатая флора и фауна стали решающим фактором для интенсивного освоения данных территорий, в основном для расширения географии скотоводческого хозяйства. Каменные пещеры, где обитали представители каменного века (хребты Калба, Саур-Тарбагатай) и притоки Иртыша (Бухтарма, Курчум, Оба, Ульба, Шар), обеспечивали благоприятный почвенно-растительный покров (горно-степной оазис) для хозяйственной деятельности древних людей (стоянка Койтас, Канай, Железинка, Аблакетка, Нурмамбет, Зевакино, Кокдомбак и другие андроновские поселение).

Удивительно, но природа здесь сохранилась в первозданном виде. Маленькая речка берет начало не от ледниковых вершин Тарбагатая, а от родника. Вода в роднике прозрачная и питьевая. Вдоль речки произрастает множество видов кустарников: дикая вишня (мойыл), малина, смородина, большое изобилие диких яблонь, различных видов ягод. Благоприятная атмосфера создает необычный комфорт для путешественников.

Одним из уникальных объектов, который попал в поле зрения нашего наблюдения, является туристско-археологический комплекс «Акперлы». Наскальные рисунки, которые распространены в высокогорных сопках центральной части хребта Тарбагатай, представляют собой малоизученный археологический объект каменного века. Наличие многообразных видов идеограмного и тотемистического характера петроглифов образца бронзового века могут стать объектом туристской рекреации и научного исследования международного значения [7;8].

Результаты и обсуждение

С одной стороны Таскескенский регион был выбран скотоводами-художниками как место для летнего пастбища, а с другой стороны, как оптимальный рельеф для реализации творческого и изобразительного искусства. Древние художники жили в этих краях временно. Видно, что они находились здесь в основном в теплые времена года. Пышная горно-покровная роща и оптимальный почвенно-растительный покров участка свидетельствуют о выпадении в этом районе максимального количества атмосферных осадков (от 350 до 88 мм год).

Урочище Уш-булак расположено между небольшими сопками. Почвенно-растительный покров вокруг сопки представляет уникальную и живописную естественную природу. Вдоль безымянной речки произрастает густой кустарник. Встречаются несколько разновидностей деревьев и кустарников. На некоторых участках горного пейзажа встречаются пещеры малого размера, но пригодные для временного жилища. Место прибывания и нахождения древних художников в районе Уш-булак было связано с развитем скотоводческого хозяйства в регионе. Организация хозяйственной деятельности во многом зависила от годовой цикличности природы и климатических условий. Как известно, древние скотоводы в летнее время отгоняли скот к подножью горных хребтов (джайляу), а зимой – в полупустынные или ветровые степные зоны (кыстау).

По предположению исследователей эти места для «таскескеновцев» служили не только скотоведческо-хозяйственной базой, но имели и культурно-мифологическое значение. По сюжетам каменных рисунков можно видеть, что у древнего человека существовала вера в свехестественные силы. Ри-

сунки в основном носят зооморфный и природно-ассоциативный характер. Из них особое место занимает образ верблюда и оленя с семью рогами.

Глубокое поклонение могущественной силе животного мира, как протототемистическое начало человеческого мировозрение, художники использовали с целью передачи достижений и традиций своего поколения [9]. Из этого следует, что древние люди в силу различных причин (природные катаклизмы, движение тектонических плит, землетрясения, пожары и засухи, наводнения), питаясь мясом, обрабатывая шкуры и кости диких животных, воспринимали эти явления как подарок сверхестественных сил. Эти первые религиозно-мифологические представления создали в их среде не только культово-тотемистические традиции древних «архитекторов», но дали возможность появления эмпирического понятия философско-религиозного представления об окружающем мире в виде каменных памятников.

Таскескенские петроглифы растянулись у подножья хребта Тарбагатай (вблизи с.Уч-булак) в трех направлениях:

1. Юго-восточное направление;
2. Центральное направление;
3. Северо-восточное направление.

1. Юго-восточное направление. На этом направлении петроглифы расположились в основном на высоких холмах. Нами было обнаружено всего лишь два вида каменных рисунков. Место было выбрано идеально. Каменные композиции находятся в труднодоступных местах. Камни для рисования были тщательно подготовлены и отобраны. К удивлению мы нашли всего несколько петроглифов.

2. Центральное направление. На этом участке сконцентрированы несколько видов каменных рисунков. Каменные рисунки возможно стали главным смыслом этнонима «Таскескен», что в переводе обозначает долина каменной резьбы.

3. Северо-восточное направление. По нашему мнению, эта часть является второй по значимости для посещения. Нами обнаружено знак «Ħ», высеченный отдельно на камне. Рисунки здесь сохранены хорошо, хотя есть и сильно пострадавшие от процесса выветривания.

Рисунок 2 – Долина каменных рисунков в урочище Акперлы вблизи с. Уржар

Одной из основных достопримечательностей Кунгей Тарбагатая является горно-ландшафтный туристско-археологический комплекс «Акперлы». Члены научной экспедиции (Нуркасымов К, Исин А, Туганов С и др.), которые посетили данный объект летом 2015 года, обнаружили множество уникальных каменных рисунков, отличающихся от других петроглифов Казахстана множеством жанров религиозно-философского направления.

Туристско-археологический комплекс представляет собой сложный историко-культурный объект, где сконцентрированы духовно-нравственные и общественно-бытовые ценности, свидетельствующие об эмпирическом и тотемистическом мировозрениях обитателей данной местности эпохи бронзового века.

Древнее пристанище выбрано неслучайно. Нестандартный горный массив и труднодоступность рельефа, сопровождающаяся крутыми спусками и каменистыми глыбами, удивительно сочетается с диким ландшафтам края. Семантика знаковых идеограмм, декларирующая единство мысли и удивительную схожесть каменной текстовой информации, подтверждает существование паралельного географического ареала на территории Евразийского континента [10].

Акперлы (в переводе обозначает Святая сопка) расположен вблизи города Уржар. Абсолютная высота сопки составляетя 1450 м над уровнем моря. Острые и прямоугольные каменные стены, вытянутые кривым углом, осложняют доступ к месту, где сохранены уникальные наскальные рисунки. Учитывая симметричность и паралельный стержень расположения петроглифов, можно констатировать, что каменные рисунки повторяют мифологические представления древнего человека и имеют общие узы и понятия, часто встречающие в труднодоступных местах Казахстана и за его пределами.

Урочище Акперлы представляет собой сложный и неповторимый археологический ансамбль. Центральное место в нем отведено святому месту, где кратко отражаются историко-культурные и религиозно-мифологические события древнего мира. Каменная стелла, специально отбитая по периметру прочной раскаленной плитой, отражает самые важные события той эпохи. Особо подчеркивается жизнь и быт, традиции охоты и походы, религиозные праздники, жизнь диких животных и растений, взаимоотношения человека с природой и космосом. Центральное место ансамбля претендует на роль религиозно-мифологической площадки под названием «Карта мира».

Огромные каменные плиты «Кой-тас» и стелла «Кабырга-тас» с удивительной схожестью повторяют почти все смысловые понятия мировозрения древних людей из урочищ «Теректы Аулие», «Ешки-Ольмес», «Каратау», «Улытау», «Алтын Эмель» и др.

Выводы

В результате проведенного анализа, мы считаем, что данный регион должен стать объектом комплексного и планомерного исследования со стороны государственных структур и международных научных сообществ. Обращаем общественное внимание на необходимость решения неотложных задач, вытекающих из основного содержания нашего исследования:

Разработка туристско-археологической электронной карты каменных рисунков туристско-археологического комплекса «Кунгей Тарбагатай» как целостного контента Археологической карты Казахстана с применеием цифровой (digital archeology Map) технологии «Google Earth»;

Юридическое и консалтинговое сопровождение деятельности по внесению петроглифов «Уш булак», «Акперлы» в Официальный Список объектов ЮНЕСКО;

Внедрение результатов исследования в процесс модернизации образовательных программ по стандарту Bolonga Process с условием корректировки в формате ArcGIS;

Систематизация имеющихся знаний на основе достоверной информации и фундаментальных трудов в сфере изучения петроглифов, пиктограмм, рунических письменностей, тотемизма и других направлений археологической науки;

Организация туристско-краеведческих экспедиций и экологических мероприятий с молодежью и школьниками на основе специально созданных программ на государственной основе и стратегической инициативе общественных институтов;

Вовлечение международных финансовых институтов и представителей ведущих инвестиционных проектов с целью развития инфраструктуры региона;

Подготовка проекта Постановления Правительства РК «О статусе туристско-археологического комплекса Кунгей Тарбагатай»;

Включение туристско-археологического комплекса «Кунгей Тарбагатай» в приориетные направления развития туристского кластера Восточного Казахстана;

Создание археологического музея, электронной базы, библиографических каталогов, издание сборников трудов представителей научных и общественных школ с целью широкой пропаганды и расширения связи в научном мире.

Литература

1 Маргулан А.Х. Петроглифы Сарыарки. Гравюры с изображением волчьего тотема. Каменные изваяния Улытау / Под ред. Н.А.Назарбаева Алматы, -2003. Т. 3-4.

2 Кадырбаев М.К, Марьяшев А.Н. Наскальные изображения хребта Каратау.Алма-Ата: «Наука», – 1977. – 232 с.

3 Марьяшев А.Н., Рогожинский А.Е., Наскальные изображения в горах Ешки-Ольмес, А,199.1

4 Окладников А.П., Окладникова Е.А. Древние рисунки Кызыл-кёля. Новосибирск: Наука, 1985. – 147 с.

5 Ақпанбек Ғ., – Қазақтардыs дүниетанымы., – А, Қазақ университеті,. 1993, 53 бет.

6 Медоев А.Г. Древние памятники изобразительного искусства в урочище Калмакжаткан-карашат // Вестник АН КазССР. № 2 (191). Алма-Ата, – 1961а). С. 100-101.

7 Молодин В. И. Каракольская культура // Окуневский сборник-2: Культура и ее окружение. СПб.: Элексис Принт, 2006. – С. 273-282.

8 Petroglyphs within the Archaeological Landscape of Tamgaly. http://whc.unesco.org/en/list/1145

9 «Мастер план кластерной программы развития туризма Восточно-Казахстанской области, Presentation East Kazakhstan Report part, Iter Persona Kosmos (IPK) Barbara Postel, Rudolf Vienands (Germany)

10 «Roger Jones Golf & Leisure Ltd» (USA), Innovative Tourisn Advisors (THR), «Системный план развития туризма зоны Кендерли», Презентация окончательного отчета, System Plan for Tourism Development in the Kenderli Area,SKS Studio+SB Architects+Roger Jones Golf & Leisure Ltd, 16.11.2012

References

1 Margulan A.H. Petroglyfy Saryarki. Grafiyry s izobrajeniem volchego totema. Kamennye izvayania Ulytau / Pod redakchiey nazarbayeva N.A, Almaty: 2003. – T 3-4. – 245 s.

2 Kadyrbayev M.K., Maryashev A.N. Naskalnye izobrajenya khebta Karatau. – Alma-Ata.: Nauka, 1977. – 232 s.

3 Maryashev A.N., Rogozhinsky A.E. Naskalnye izobrajenya v gorach Eshki-Olmes. – Alma-Ata.: 1999. – 152 s.

4 Okladnikov A.P., Okladnikova E.A. Drevnyie risunki Kyzyl-Kolyia. – Novosibirsk.: Nauka, – 1985. – 147 s.

5 Aqpanbet G. Qazaqtardyn dynietanymy. – Almaty.: Qazaq Universiteti. – 1993. – 53 bet.

6 Medoev A.G. Drevnyie pamyatniki izobrazitelnogo iskusstva v urochitche Kalmakzhatkan-Karashat // Vestnik AN Kaz SSR.- №2 (191).- Alma-Ata.- 1961. – S.100-101.

7 Molodin V.I. Karakolskaya kultura // Okunevskii sbornik-2: Kultura i ee okruzhenie / SPb.: Elecsis Print. – 2006. – S.273-282.

8 Petroglyphs within the Archaeological Landscape of Tamgaly. http://whc.unesco.org/en/list/1145

9 Presentation East Kazakhstan Report part, Iter Persona Kosmos (IPK) Barbara Postel, Rudolf Vienands (Germany).

10 «Roger Jones Golf & Leisure Ltd» (USA), Innovative Tourisn Advisors (THR),System Plan for Tourism Development in the Kenderli Area,SKS Studio+SB Architects+Roger Jones Golf & Leisure Ltd, 16.11.2012.

Мамадияров М.Д.

Использование рекреационных ресурсов ЮКО в целях развития туризма

В статье рассматриваются некоторые подходы к оценке степени рационального использования рекреационных ресурсов Южно-Казахстанской области с точки зрения организации туризма. На примере лечебных ресурсов определены наиболее и наименее освоенные районы. Показаны степень влияния природно-климатических условий, развитость инфраструктуры, а также удаленность от центра на освоение имеющихся рекреационных ресурсов. Также отмечается, что неэффективность использования рекреационных ресурсов в лечебно-оздоровительных целях связана с тем, что в области не сформирована оптимальная модель ТРС, опирающаяся не только на природные возможности, но и учитывающая социально-экономические и экологические факторы, при том, что область, с ее имеющимся туристско-рекреационным потенциалом и благоприятными природно-климатическими условиями является перспективной территорией для развития туризма и рекреации.

Ключевые слова: рекреационные ресурсы, туристский район, природный ладшафт, рекреант, лечебный туризм.

Mamadiyarov M.D.

Using of Recreational Resources of Sout Kazakhstan Region for Development of Tourism

Using of recreational resources of Sout Kazakhstan region for development of tourism

This article highlights some of the approaches to assessing the degree of rational use of recreational resources of South-Kazakhstan region in terms of tourism organization. Based on medical resources the most and least developed regions have been identified. The extent of influence of natural-climatic conditions, infrastructural development, as well as distance from the center on the development of available recreational resources has been presented. Also, it is noted that inefficient use of recreational resources in medical and recreational purposes, is due to the fact that TRS optimal model in the area is not formed, which is based not only on natural possibilities, but also takes into account socio-economic and environmental factors, despite the fact that region with its existing tourist and recreational potential and favorable climatic conditions is a promising area for the development of tourism and recreation.

Key words: recreational resources, a tourist area, natural landscape, recreants, medical tourism.

Мамадияров М.Д.

ОҚО-да туризмді дамыту мақсатында рекреациялық ресурстарды пайдалану

Мақалада Оңтүстік-Қазақстан облысының рекреациялық ресурстарын туризм мақсатында ұйымдастыруды тиімді пайдалануының кейбір тәсілдемелері қарастырылған. Емдік ресурстарының мысалында жақсы және аз игерілген аудандар көрсетілген. Бар рекреациялық ресурстарды игеруде табиғи-климаттық жағдайының, инфрақұрылымының дамуы, орталықтан алыстығы сияқты себептердің әсері көрсетілген. Сонымен бірге, емдік-сауықтыру мақсатында рекреациялық ресурстарды тиімсіз пайдалануының себебі, табиғи мүмкіндіктеріне, әлеуметтік-экономикалық, экологиялық факторларына сүйенетін ТРЖ-ң оптималды моделінің құрылмауы. Солай бола тұрып облыс туристік-рекреациялық әлеуетімен және қолайлы табиғи-климаттық жағдайымен туризм дамуының болашағы зор аудандарының біріне жатады.

Түйін сөздер: рекреациялық ресурстар, туристік аймақ, табиғи ландшафт, рекреант, емдік туризм.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338. 48

Мамадияров М.Д.

Южно-Казахстанский Государственный педагогический университет,
Республика Казахстан, г. Шымкент
E-mail: MMD_64@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ЮКО В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Введение

Изучение теоретических работ по проблемам территориального размещения производств и производственных комплексов, в основе которых лежит концепт причинно-факторного анализа предпосылок и условий территориальной организации экономики и экономического районирования, а также литературы, отражающей специфику территориальной организации рекреационных систем, мы предприняли попытку обоснования собственной позиции, определяющей подходы к оценке степени рационального использования рекреационных ресурсов с точки зрения организации туристской отрасли.

Исходные данные и методы исследования

Степень рационального использования рекреационных ресурсов отражает один из признаков эффективной организации ТРС и размещения предприятий туристско-рекреационного хозяйства. Степень использования или уровень их освоения является дополнительным признаком классификации туристских районов, которая проявляется практически на всех стадиях их формирования: резервных территориях, пионерного, значительного, мощного и комплексного развития туристского хозяйства. Взаимодействие этих признаков функционирования туристских районов определяет основные формы территориального сосредоточения их материально-вещественных компонентов.

Оценка степени использования рекреационных ресурсов также сложна, как и сама их оценка для целей отдыха и туризма, и входит в задачу планового регулирования, управления туризмом и решения вопроса оптимизации территориальной структуры туристского хозяйства. Ресурсы каждого вида туризма специфичны по своим характеристикам. Важнейшими из них являются, прежде всего:

– объем запасов необходимый для определения уровня освоенности и степени использования ресурсов;

– площадь распространения ресурсов и степень их освоения на момент оценки;

– периоды эксплуатации ресурсов и уровень используемых сезонных возможностей для привлечения туристских потоков;

– уровень развития социально-культурной инфраструктуры предыдущего периода и степень ее эксплуатации на настоящий момент;

– экономический эффект на момент оценки при плановом экономическом прогнозе (объем оказываемых услуг и прибыль);

– степень деградации природных комплексов территории и возможности проведения реанимационных работ в решении экологических проблем.

Исходя из этого, оценка степени рационального использования рекреационных ресурсов должна проводиться с учетом комплекса показателей и конкретным указанием типа ресурсов, оцениваемых объектов и территорий, видов туризма, циклов рекреационных занятий населения, категорий рекреантов и т.д.

Выделяются три основные формы организации туризма: лечебный, оздоровительно-спортивный, познавательный, развивающихся на базе ресурсов лечебного и лечебно-оздоровительного отдыха, ресурсов оздоровительного и спортивного туризма, ресурсов экскурсионного туризма.

Как и любой тип туристско-рекреационных ресурсов, лечебно-оздоровительные ресурсы: природные ландшафтно-климатические условия, минеральные лечебные воды и грязи должны характеризоваться рядом количественных и качественных показателей, позволяющих оценивать степень их использования по тому или иному функциональному назначению, а также реальные масштабы этого использования.

Результаты и обсуждения

В области ресурсы лечебного отдыха представлены четырьмя месторождениями минеральных вод, прогнозные ресурсы которых составляют 3,267 тыс. куб. м/сут. и относятся к провинции азотных и азотно-метановых и метановых вод артезианских бассейнов платформенных областей (Южно-Казахстанская область. Инвест Казахстан. Информ. справочник., 2001).

Основным признаком отнесения подземных вод к минеральным, являются их бальнеологические свойства и способность оказания на организм человека лечебного профилактического действия, свойства рекреационного характера.

На территории области распространение получила группа минеральных вод «без специфических компонентов и свойств» (дом отдыха «Манкент», санаторий «СарыАгаш», бальнеолечебница в г. Туркестан, завод разлива в Тамерлановке). Это в основном термальные азотные гидрокарбонатные натриевые и хлоридно-гидрокарбонатные натриевые воды. Коэффициент организованного использования минеральных вод в бальнеологических целях по области весьма низок, а в рекреационных минимален. Свойства минеральных вод, хорошо изученных источников и рекомендованных для лечебного использования остаются до сих пор невостребованными [2].

Неэффективность использования рекреационных ресурсов в лечебно-оздоровительных целях связана с тем, что в области не сформирована оптимальная модель ТРС, опирающаяся не только на природные возможности, но и учитывающая социально-экономические и экологические факторы. Вместе с тем, доказано преимущество лечения на базе местных санаторно-курортных образований. Это экономит время и расходы, позволяет добиваться лучших результатов профилактики и лечения, так как отпадает необходимость в акклиматизации к условиям других часовых поясов и природно-климатических зон.

Особенности распространения санаторно-курортных факторов на территории области изучены недостаточно, чтобы дать полную оценку современного уровня их использования в рекреационных целях.

Степень использования ресурсов санаторно-курортного типа рассчитать относительно легко, принимая во внимания соотношение объема их запасов и количества рекреантов, использующих ресурсы данного типа в целях оздоровления и отдыха. Однако и здесь необходим общий коэффициент нормы их потребления на душу населения, характеризующие степень использования ресурсов данного типа для исследуемой территории.

Степень использования ресурсов оздоровительного туризма определяется из наличия территорий с благоприятными ландшафтно-климатическими условиями, акваториями озерно-речной сети и искусственных водохранилищ, площадями природных парков и искусственно созданных зон отдыха. Функциональность каждого из компонентов позволяет использовать их специфические характеристики для целей прогулочного, купально-пляжного, водно-сплавного, горно-пешеходного, конного и других видов оздоровительного туризма и рекреационных занятий на природе.

Районирование территории области по степени аттрактивности природных ландшафтов и анализ их оздоровительных функций показывает, что наиболее используемые ресурсы оздоровительного типа находятся в 50-80 км от областного центра, городских и сельских урбосистем Центрального туристско-рекреационного района. Это, прежде всего, ландшафты предгорной, низкогорной и среднегорной зон Юго-Западного Тянь-Шаня, речные ландшафты рек Арыси, Бадам, Бугунь и впадающих в них малых рек, Бугуньское, Бадамское и Тугузское водохранилища. Это определяется, прежде всего, наибольшей степенью доступности: хорошим качеством дорог, интенсивностью пассажирских перевозок и временным фактором 1-2-х часовой доступности [3].

Площадь предгорных и горных ландшафтов области составляет почти четвертую часть ее территории. Однако степень их использования в рекреационных целях достаточно низка. Вместе с тем, концентрация отдыхающих наблюдается лишь в двух районах: Толебийском в урочище Бургулюк предгорья хребта Каржантау и Тюлькубасском в урочище Машат предгорий хребта Боралдайтау. Здесь находятся в общей сложности более 15 бывших турбаз и ведомственных зон отдыха.

Несмотря на отсутствие значительных водных акваторий и качественных пляжных ресурсов, в области наблюдается достаточно высокая степень развития купально-оздоровительных рекреационных занятий. Сеть мелких рек с их пойменными ландшафтами и прибрежной залесенностью привлекают внимание отдыхающих и туристов. Наибольшую степень использования имеют рекреационные ресурсы природных зон рек: Арысь, Бадам, Бугунь, Борижар, Чубарсу, Боралдай, Машат; водохранилищ: Бадамское, Бугуньское, Тогузское. Наиболее интенсивно используются ландшафты вблизи дачных массивов и в пределах 20-60 км от густонаселенных мест. Однако отдых здесь практически не организован: нет баз отдыха, лодочных станций, пляжей, автостоянок. Берега водохранилищ илистые и неблагоприятные для пляжных видов рекреации. При том, что продолжительность купального сезона достигает в центральной зоне до 5 месяцев и начинается с середины мая, а в отдельные годы и с его начала до середины октября. Температура воды в середине мая достигает +20-24°С , а в жаркую летнюю погоду +26+27°С .

Наиболее благоприятные ландшафты крупнейшей реки Средней Азии Сырдарьи, протекающей по границе Центральной зоны, являются наименее освоенными. Наличие достаточно обширных площадей с мелкозернистыми, промытыми, прогретыми песками и чистой, спокойной водой позволяет организовать купально-пляжные виды отдыха. Особенно в районе слияния р. Арысь с Сырдарьей в Отрарском районе близ села Шаульдер. Этому сопутствует достаточно развитая агломерация населенных пунктов и наличие дорог республиканского, областного и районного значения, хорошее пассажирское сообщение. Ограничивающим фактором является отдаленность 180-200 км от областного густонаселенного центра и жаркие дискомфортные температуры июля и августа, превышающие отметку 35-40 градусов. Однако для рекреации местного населения этот фактор довольно незначителен [4].

Природные составляющие, определяющие степень использования территории для развития туризма, складываются из комфортных климатических условий, живописной местности, экзотичности и уникальности природных ландшафтов.

Количество дней с комфортными погодными условиями на территории области в течении года достигают в среднем 135 дней, на севере в равнинной зоне Бетпак-Далы и песков Мойынкум, крайнем юге Мактааральского района и юго-западной зоне песков Кызылкум из-за жарких дискомфортных условий июля и августа количество таких дней может резко снижаться. Вместе с тем в отдельные годы комфортная погода начинается с середины марта до середины июня, и продолжается с октября до середины декабря.

Между северными и южными районами области отчетливо прослеживаются различия по продолжительности благоприятного периода. На юге период с благоприятной погодой составляет до 9 месяцев и достигает в среднем более 270 дней [5].

Продолжительность периода с благоприятной средой для организма рекреантов является основным показателем медико-биологической оценки климата. В горных районах, климатические условия которых наиболее ценны при выборе мест строительства санаториев, здравниц, домов отдыха и других объектов лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного лечения, необходимо учитывать особенности рельефа и широту расположения горной местности. С ними связаны важнейшие астрофизические и общегеографические особенности условий погоды.

Выводы

Исходя из выше сказанного, можно резюмировать, что область с ее имеющимся туристско-рекреационным потенциалом и благоприятными природно-климатическими условиями является перспективной территорией для развития туризма и рекреации. Тем не менее, анализ степени использования ресурсов лечебно-оздоровительного типа показывает, что область, несмотря на значительные запасы разведанных и освоенных минеральных источников (объем освоения которых весьма невелик), наличия крупнейших в Казахстане санаторно-курортных комплексов относится к рангу территорий с весьма неудовлетворительной степенью использования имеющегося рекреационного потенциала.

Литература

1 Филонец П.П., Омаров Т.Р. Озера Центрального и Южного Казахстана.- Алма-Ата: Наука, 1973.- 197 С .

2 Мамадияров М.Д .Туристско-рекреационные ресурсы Южно- Казахстанской области Учебное пособие. Шымкент 2004

3 Тасболат Б., Пыхарев А.Н., Мамадияров М.Д. География туризма: потенциал туристско- рекреационных ресурсов Великого Шелкового пути (Южно-Казахстанская область), Учебное пособие. Шымкент, 2007

4 Шибутов М.М., Медведева И.К. Оценка благоприятности климата городов Казахстана // Вестник Каз.НУ,-Сер. географ. - Алматы: Казақ университеті, 1999. - с. 8-9

5 Мамадияров М.Д. Социально-экономические основы природных ландшафтов юга Казахстана для развития туризма /сб. научн. трудов ТСХА выпуск №281, Москва - с.39-42

References

1 Filonec P.P., Omarov T.R. Ozera Central’nogo i YUzhnogo Kazahstana.- Alma-Ata: Nauka, 1973.- 197 S.

2 Mamadiyarov M.D. Turistsko-rekreacionnye resursy YUzhno- Kazahstanskoj oblasti Uchebnoe posobie. SHymkent 2004

3 Tasbolat B., Pyharev A.N., Mamadiyarov M.D. Geografiya turizma: potencial turistsko- rekreacionnyh resursov Velikogo SHelkovogo puti (YUzhno-Kazahstanskaya oblast’), Uchebnoe posobie. SHymkent, 2007

4 SHibutov M.M., Medvedeva I.K. Ocenka blagopriyatnosti klimata gorodov Kazahstana // Vestnik Kaz. GU,- Ser. geograf.- Almaty: Izd. KazGU,1999.- s.8-9

5 Mamadiyarov M.D. Social’no-ehkonomicheskie osnovy prirodnyh landshaftov yuga Kazahstana dlya razvitiya turizma /sb. nauchn. trudov TSKHA vypusk №281, Moskva - s.39-42

Мышлявцева С.Э.

Современные подходы к организации территорий активного туризма на Урале

Статья посвящена вопросам организации территорий активного туризма на Урале, выделяется два типа территорий по уровню организации. К первому типу относятся ООПТ – заповедники, национальные и природные парки. Эти территории подготовлены к встрече с массовым туристом, проведено их функциональное зонирование с выделением рекреационных зон и зон абсолютного покоя, создана необходимая инфраструктура для посетителей, а именно проложены маршруты, оборудованы стоянки и кемпинги, налажена логистика и навигация, существует единое управление, есть возможность вести мониторинг как за туристскими потоками, так и за состоянием экосистем и т.д. Второй тип – это территории, на которых существуют устойчивые активные туристские маршруты (водные, пешеходные, лыжные и т.д.), но отсутствуют элементы туристского благоустройства. Таких территорий большинство. Проблемы касаются в первую очередь замусоривания берегов рек бытовыми отходами, вытаптывания растительного покрова в местах стоянок, несанкционированной рубке леса и т.д. Особенно остро проблема стоит на территориях, наиболее транспортно доступных, что приводит к деградации природных комплексов и одному из следствий снижению их ценности и рекреационной привлекательности. В статье рассматриваются возможные пути решения обозначенных проблем.

Ключевые слова: активный (приключенческий) туризм, Урал, туристский маршрут, национальный парк, природный парк.

Myshlyavtseva S.E.

Modern Approaches to the Territory Organization for Active Tourism in the Urals

The article deals with the issues of the territory organization for active tourism in the Urals, defining two kinds of such territories on the basis of their organizational type. The first one is SPNA (specially protected natural areas): sanctuaries, national and wildlife parks. These territories have been prepared for mass tourism and functional zoning has been carried out, setting off recreational and absolute rest zones, and creating all the necessary infrastructure for visitors, namely, routes have been mapped, parking and campings equipped, logistics and navigation are up and running, and there's an integrated management system with a possibility of monitoring both the tourist flow and the ecosystems' condition. The second prevailing type is the territories with permanent active tourist routes (hiking, skiing, or water etc.), yet without any tourist amenities. Problems are primarily related to littering riverbanks with household waste, trampling of vegetation in the parking places, unauthorized felling, etc. This large-scale problem is especially acute in the most accessible territories, which leads to the degradation of natural systems and, among other consequences, to the decrease in their value and recreational appeal. The article looks at the possible solutions to the highlighted issues.

Key words: active (adventure) tourism, Ural, tourist route, national park, wildlife park.

Мышлявцева С.Э.

Оралда белсенді туризм аумақтарын ұйымдастырудың заманауи тәсілдемелері

Мақалада Оралдағы белсенді туризм аумақтарын ұйымдастыру мәселелері қарастырылған. Ұйымдастыру деңгейі бойынша аумақтардың екі түрі көрсетілген. Бірінші түріне ЕҚТА-лар – қорықтар, ұлттық және табиғи парктер жатады. Бұл аумақтар туристердің жаппай келуіне дайын; олар функционалды аймақтарға жіктелген: рекреациялық зоналар және абсолюттік тыныштық зоналары бөлінген; келушілер үшін қажетті инфрақұрылым жасалған: желілер жолдары салынған, тұрақтар мен кемпингтер жабдықталған, логистика мен навигация реттелген, басқару бір жерден жүргізіледі, туристік ағындардың да, экожүйелер күй-жайының да мониторингін жүргізу мүмкіндігі бар және т.б. Екінші түріне тұрақты белсенді туристік маршруттары (су, жаяу, шаңғы және т.б.) бар болғанымен, туристік әрлендіру элементтері жоқ аумақтар жатады. Мұндай территориялар аумақтың басым бөлігін алады. Басты мәселелерді атап шықсақ, олар: өзен жағаларын тұрмыс қалдықтарымен ластау, тұрақ орындарында өсімдік жамылғысын таптау, орманды рұқсатсыз кесіп алу және т.б. Мұндай мәселелер әсіресе, көлікпен қолжетімді аумақтарда туындайды. Аталған әрекеттер табиғи кешендердің азуына, оның нәтижесінде құндылығы мен рекреациялық тартымдылығын жоғалтуға әкеліп соғады. Мақалада осындай мәселелерді шешу жолдары қарастырылады.

Түйін сөздер: белсенді (шытырман оқиғалы) туризм, Орал, туристік маршрут, ұлттық парк, табиғи парк.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 502.4:796.5

Мышлявцева С.Э.

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, г. Пермь
E:mail: mushl_sve@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИЙ АКТИВНОГО ТУРИЗМА НА УРАЛЕ

Введение

В последние десять лет отмечается существенное увеличение интереса к активному туризму, под которым принято понимать путешествия в слабоизмененной природной среде, по туристским маршрутам. На туристском рынке сформирована масса предложений в области приключенческого, экстремального, экологического, природоориентированного и др. видов туризма. В сфере влияния активного туризма оказываются в основном территории, где сохраняется естественная природная среда. В пределах Урала наибольшая их концентрация обнаруживается в пределах Уральской горной страны на периферии таких регионов как Республика Коми, Пермский край и Свердловская область, Челябинская область и Республика Башкортостан. Сеть туристских маршрутов тяготеет к местам слабо обжитым и наименее хозяйственно освоенным, туристские маршруты прокладываются по самым ландшафтно-разнообразным и эстетически привлекательным природным местам. Специальных исследований, направленных на оценку величины туристских потоков в регионах не ведется. Однако, статистика посещаемости национальных парков Урала говорит о неуклонном росте этих потоков. По экспертным оценкам посещаемость туристских маршрутов, так же существенно возросла и для целого ряда природных туристских объектов достигла критической величины. Наблюдается настоящий туристский бум в основном в летнее время. В связи с этим необходимо оперативное решение вопросов, связанных с усилившимся негативным влиянием туризма на природные туристско-рекреационные территории.

Исходные данные и методы исследования

Все территории на которых существуют устойчивые туристские маршруты можно условно разделить на два типа: специально организованные для приема туристов и рекреантов и неорганизованные для приема.

К первому типу относятся территории особо охраняемых природных территорий (далее ООПТ) – национальных и природных парков, и с 2011 года территории заповедников (табл.1).

Таблица 1 – Особо охраняемые природные территории Урала

Регион	Заповедник	Национальный парк	Природный парк
Республика Коми	«Печоро-Илычский», 1930 г	«Югыд-Ва», 1994 г	Нет
Свердловская область	«Денежкин камень», 1991 г «Висимский», 1971 г	«Припышминские боры», 1993 г	«Оленьи ручьи», 1999 г «Река Чусовая», 2004 г «Малый исток», 2004 г
Пермский край	«Вишерский»,1991 г «Басеги», 1982 г	Нет	Нет
Челябинская область	«Ильменский», 1920 г «Южно-Уральский», 1979 г	«Таганай», 1991 г «Зюраткуль», 1993 г	Нет
Республика Башкортостан	«Башкирский», 1958 г «Южно-Уральский», 1979 г «Шульган-Таш», 1986 г	«Башкирия», 1986 г	«Аслыкуль», 1993 г, «Кандрыкуль», 1995 г «Мурадымовское ущелье», 1998 г

Из таблицы видно, что регионы по-разному обеспечены ООПТ, так все виды ООПТ представлены только в Свердловской области и Республике Башкортостан. В Пермском крае отсутствуют национальные и природные парки, то есть именно такие территории которые максимально подготовлены к приему активных туристов. А вместе с тем, в Пермском крае активный туризм является одним из приоритетных видов, определяемых программой по развитию туризма. Край имеет давние традиции и большой спрос на активные путешествия.

Одним из показателей осуществления туристской деятельности на территории ООПТ является туристская посещаемость.

Как уже было сказано посещаемость природных территорий с целью туризма и рекреации растет год от года, это можно проиллюстрировать данными о потоках туристов и рекреантов в некоторых ООПТ Урала (табл.2).

Таблица 2 – Посещаемость национальных и природных парков Урала*

Национальныйприродный парк	Посещаемость в тыс.чел.					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
НП Башкирия	23,8	39	32,5	47,2	49	48,5
НП «Таганай»	58	62	69	78	89	104
НП «Зюраткуль»	Нет данных	Нет данных	82,7	Нет данных	Нет данных	90,3
ПП «Оленьи ручьи»	50	60,4	71,2	75,6	75	78,6

Примечание* – данные о посещаемости предоставлены администрациями вышеназванных ООПТ.

Данные таблицы показывают, что посещаемость, например национального парка «Таганай» за пятилетний период выросла практически вдвое и превысила 100 тыс. посещений в год. К 100 тыс. приближается посещаемость национального парка «Зюраткуль». К сожалению данных о посещаемости российских национальных парков нет в свободном доступе и нет возможности выполнить сравнение между всеми парками по этому показателю, что было бы весьма полезно для понимания современных тенденций и построения прогнозов дальнейшего развития.

Второй тип – это территории, на которых существуют устойчивые активные туристские маршруты (водные, пешеходные, лыжные и т.д.), но отсутствуют элементы туристского благоустройства. Таких территорий в регионах Урала большинство. Так в Пермском крае, насчитывается более 50 маршрутов разной протяжен-

ности и продолжительности. По ним проходят как самостоятельные туристы, так и группы организованных туристов. На маршрутах существуют стихийно сложившиеся стоянки, на которых отсутствуют элементы благоустройства, нет условий для сбора бытового мусора, отсутствуют туалеты и т.д.

Таким образом, ценные природные туристско-рекреационные территории оказываются под прессом массовых туристских потоков. Проблемы касаются в первую очередь замусоривания берегов рек бытовыми отходами, вытаптывания растительного покрова в местах стоянок, несанкционированной рубке леса и т.д. Эпизодические акции по очистке берегов от бытового мусора, оставленного после туристского сезона не решают проблему кардинально. Особенно остро проблема стоит на территориях наиболее транспортно доступных, что приводит к деградации природных комплексов и одному из следствий снижению их ценности и рекреационной привлекательности.

Очевидно существующая ситуация не может быть исправлена без участия региональных и муниципальных администраций. Поиск путей выхода из сложившегося положения не только насущная практическая, управленческая, но и научная задача.

Результаты и обсуждение

Теоретически решение видится в придании особо ценным в туристско-рекреационном плане территориям особого статуса национального или природного парка.

Знакомство с опытом работы по организации туризма на территории этих парков показывает, что появление аналогичных территорий в местах массовых туристских потоков является не только целесообразным, но необходимым для сохранения природной среды и удовлетворения туристско-рекреационных потребностей населения. В этой связи, в каждом регионе где существует такая проблема необходимо создание ООПТ, одной из приоритетных целей которой являлось бы развитие туризма (активного, экологического, познавательного).

В качестве примера можно привести сведения, касающиеся работы по созданию природного парка в Пермском крае. Создание национального или природного парка с необходимым природоохранным обустройством и квалифицированным персоналом (централизованное управление, служба благоустройства, охраны и т.д.) насущно необходимо Пермскому краю. Несмотря на сложность выбора территории для создания ООПТ такого уровня, у специалистов-географов есть понимание, что такая территория должна появиться в долине р. Усьвы в ее среднем течении (от пос. Шумихинский до пос. Мыс) и на прилегающей к ней территории. Это обусловлено целым рядом факторов.

По оценкам специалистов в области туризма эта территория обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом для развития природоориентированных (активных) видов туризма, таких как водный (сплавы на гребных и надувных судах), пешеходный (пешие походы и экскурсии), занятия скалолазанием, ледолазанием, спелеотуризмом, горнолыжным туризмом и т.д. [1].

Изучаемая территория имеет хорошую транспортную доступность и в настоящем является самой посещаемой. Ближайшие города Гремячинск и Чусовой расположены в 15 и 60 км от пос. Усьва, расстояние до г. Перми, где формируется основной туристский поток, составляет 190 км, до г. Березники 125 км. Поселок Усьва, который находится на автодороге краевого значения Кунгур – Соликамск, может выполнять функцию «ворот» в проектируемый парк. Так же по территории проходит ветка железной дороги Чусовой – Соликамск. Часть значимых достопримечательных объектов доступна с помощью автомобильных дорог, находящихся на балансе органов местного самоуправления (дорога от а/д «Кунгур – Соликамск» до п. Юбилейный, дорога Юбилейный – Безгодово в Гремячинском районе, дорога В. Калино – Мыс в Чусовском районе).

Туристское освоение имеет давнюю историю. Маршруты по р. Усьва описаны в путеводителях второй половины XX века. В настоящее время водный маршрут по реке Усьва (от пос. Усьва до пос. Мыс является одним из самых посещаемых маршрутов выходного дня в летний период).

Уникальными ландшафтами Среднего Урала являются скалистые лабиринты, украшающие многие вершины лесистых гор. Это так называемые каменные города или «чертовы» городища. Один из самых живописных скальных городов находится на хребте Рудянский Спой вблизи поселка Усьва. Каменные останцы вдоль Усьвы, а так же «чертовы городища» – излюбленные места отдыха и тренировок, туристов, альпинистов, скалолазов, и отдыхающих. Это один из природных объектов, ставших экскурсионным.

Так же исследуемый район необычайно насыщен пещерами. В пределах территории проектируемого природного парка находится более 10 пещер. Это пещеры Геологов 1, 2, 3, Первомайская, Ребристая, Динамитная, Усьвинская ледяная, Высоцкого, Усьвинская-1, Усьва-Угольная, Усьвинская медвежья. Здесь же находятся и самые характерные геологические разрезы Пермского периода. Все пещеры активно посещаются спелеологами.

Здесь на относительно компактной территории площадью 26,5 тыс. га расположено несколько ООПТ регионального значения: памятники природы «Столбы», «Большое Бревно», «Панорамная скала» «Поворотный лог», «Омутной камень», «Сухой лог», «Каменный город». Все ООПТ испытывают повышенную туристско-рекреационную нагрузку. Для сохранения природного наследия и упорядочения туристских потоков предлагается создание здесь природного парка. Работа по проектированию ведется в настоящее время. Однако срок появления парка не обозначается.

Если рассматривать ситуацию в России в целом, то с принятием современной концепции развития системы ООПТ предполагается дальнейшее развитие сети, в том числе создание до 2020 года 11 новых заповедников, 20 национальных парков. Среди определяемых концепцией приоритетных целей и задач ставятся такие как развитие эколого-просветительской деятельности заповедников и национальных парков в масштабах страны; вовлечение особо охраняемых природных территорий в развитие экологического туризма; интегрирование особо охраняемых природных территорий в сферу социально-экономического развития регионов [2]. Заповедники официально становятся объектами развития познавательного (экологического туризма), таким образом сеть ООПТ России, на которой развитие туризма является одной из приоритетных задач, расширяется до 150 единиц.

Несмотря на то, что сеть ООПТ увеличивается, территорий специально оборудованных, с проложенными тропами и туристскими маршрутами катастрофически недостаточно.

Другой, более осуществимый сценарий видится активизации деятельности специалистов по туризму муниципальных администраций в следующем направлении. Необходимо провести анализ маршрутной сети на территории муниципалитета, далее определить места с максимальной туристско-рекреационной нагрузкой. Опытным путем установлено, что такими местами будут места туристских стоянок. На следующем этапе проведение работ по инвентаризации туристских стоянок на маршрутах, проходящих по территории муниципалитета. Далее следует подготовить инвестиционные предложения для предпринимателей, заинтересованных в эксплуатации туристских маршрутов. Инвестиционное предложение может касаться как стоянок, по всему маршруту, так и отдельных стоянок. Сегодня наблюдается такая ситуация, что на одном маршруте работает несколько туроператоров, каждый из которых заинтересован в создании наилучших условий для своих клиентов. Появление ответственности за эксплуатируемый маршрут позволит решить проблему варварского отношения к природе. Туроператоры, со своей стороны уже начали задумываться о более цивилизованной работе, к этому их подвигает усилившаяся конкуренция. Однако ситуация существенно не меняется в силу большой сложности в решении земельных вопросов, а так же инертности муниципальных властей. Этот вариант уже применяется на практике, особенно успешно в Республике Башкортостан, есть единичные проекты в Пермском крае. Но инициатива исходит в первую очередь от предпринимателей. Развитие этого сценария, хоть и более реально по сравнению с первым, но так же не безупречно, сложно гарантировать, что перевод всех стоянок в коммерческое русло принесет только желаемое улучшение ситуации, а не создаст еще большую проблему, так как главная цель предпринимательства получение прибыли, иногда любой ценой.

Можно предположить третий сценарий развития событий, когда за состояние туристских маршрутов, проходящих по территории муниципальных образований будет нести ответственность администрация сельского поселения, муниципального района и т.д. Необходимо появление ответственных специалистов, в идеале это специалист по туризму в штате администрации. А так же программа по развитию туризма на территории, в которой определены конкретные мероприятия по приведению маршрутов и мест стоянок в нормативное состояние.

Выводы

В заключенit следует сказать, что для целого ряда территорий Урала прошло время, когда первоочередными задачами в развитии активного туризма регионов являлись задачи привлечения туристов, продвижения туристского продукта. В

настоящем туристские потоки сложились и увеличиваются год от года. Это ставит перед наукой и практикой новые цели, требующие достижения. Поиск путей устранения последствий массового туризма на природных территориях Урала только начат. Предстоит сделать выбор формы организации территорий для устойчивого развития активного туризма. Это может быть создание специализированных территорий, таких как национальные и природные парки. Эти территории подготовлены к встрече с массовым туристом, проведено их функциональное зонирование с выделением рекреационных зон и зон абсолютного покоя, создана необходимая инфраструктура для посетителей, а именно проложены маршруты, оборудованы стоянки и кемпинги, налажена логистика и навигация, существует единое управление, есть возможность вести мониторинг как за туристскими потоками, так и за состоянием экосистем и т.д. Национальные и природные парки стали в XX веке для большинства стран мира такой формой, в которой сочетаются задачи охраны природы и организации туризма.

Однако в нашей действительности недостаточного развития сети ООПТ и давних традиций развития активного туризма на любых пригодных для этого вида территориях, безотносительно их статуса, необходимо искать компромиссные пути организации пространства для активного туризма. В этом ключе видится необходимость повышения ответственности муниципалитетов и предпринимателей (туроператоров) за состояние природных комплексов, по которым проходят туристские маршруты.

Литература

1 Мышлявцева С.Э. Туристско-рекреационное обоснование создания природного парка «Усьвинский» на территории Гремячинского и Чусовского районов Пермского края // Географический вестник – 2012 – № 4 (23). – С. 89-96.

2 Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2011 г. N 2322-р г. Москва «О концепции развития системы особо охраняемых природных территорий федерального значения на период до 2020 г.» [электронный ресурс] – URL: http://base.garant.ru/70116598/#block_2000 дата обращения 25.03.2016)

References

1 Myshlyavtseva S.E. Turistsko-rekreatsionnoe obosnovanie sozdaniya prirodnogo parka «Usvinskii» na territorii Gremyachinskogo i Chusovskogo raionov Permskogo kraya // Geographicheskii vestnik – 2012 – № 4(23). – S.89-96.

2 Rasporyazenie Pravitelstva Rossiiskoi Federatsii ot 22 dekabrya 2011 g. № 2322 – r g.Moskva «O kontcepcii razvitiya sistemu osobo ohranyaemuh prirodnuh territorii federalnogo znacheniya na period do 2020 g.» [electronic resource] – URL: http://base.garant.ru/70116598/#block_2000 data obrashcheniya 25.03.2016)

Nyussupova G.N., Kairanbayeva G.K., Beimbetov A.A.

Socio-Economic Characteristics of the Population of Almaty Oblast as a Indicator of Life Quality of Population

This paper provides suggestions to the assessment of the socio-economic indicators of life quality level of the population as one of the most important tasks regulating social policy of the country. The objects of research are socio-economic indicators of life quality of Almaty region population. As the main indicators the following components of life quality are considered: population's health, level of education development and population income. In world practice, the level and dynamics of health, life expectancy, are put on the first place in determining the quality of life, as are considered to be a basic human need, the main condition of his life. Education - the main factor in the formation of human capital, which, in turn, becomes the most important economic development resource. The standard of living should be considered as the degree of satisfaction of the material and spiritual needs of people, determined, above all, the ratio of income and cost of living. The article gives a comprehensive assessment of the level of quality problems and prospects of development of human potential in the region. In the article there is given the complex assessment of the level, problems and prospects of the human potential quality development in the region.

Key words: socio-demographic processes, the life quality of the population, education, average subsistence minimum.

Нүсіпова Г.Н., Кайранбаева Г.К., Беймбетов А.А.

Алматы облысының әлеуметтік-экономикалық жағдайын халықтың өмір сүру сапасы көрсеткіштері ретінде

Бұл мақалада республиканың әлеуметтік саясатын реттеудің негізгі міндеттерінің бірі ретінде халықтың өмір сүру сапасының көрсеткіші - әлеуметтік-экономикалық жағдайы бағаланған. Зерттеу нысаны ретінде - Алматы облысы халқының өмір сүру сапасының әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштері: халықтың денсаулығы, білім беру жүйесінің деңгейі мен табыстары алынған. Дүниежүзі бойынша денсаулығының деңгейі мен динамикасы, өмір сүру ұзақтығы халықтың өмір сүру сапасын анықтауда бірінші орынға қойылады. Себебі адамның өмір іс-әрекетіне әсер ететін жағдайын және қажеттіліктер арасындағы базалық болып табылады. Білім беру – адам капиталылын қалыптастыруда негізгі фактор, ал ол өз кезегінде экономикалық даму ресурсы болып табылады. Өмір сүру деңгейі – адамның өзінің материалдық және рухани қажеттіліктерінің қанағаттандырылуы саналады. Алматы облысының негізгі әлеуметтік-демографиялық және экономикалық көрсеткіштері талданып, оның халықтың өмір сүру сапасына әсері анықталды.

Түйін сөздер: әлеуметтік-демографиялық үдерістер, халықтың өмір сүру сапасы, білімділік, төменгі күнкөріс деңгейі.

Нүсіпова Г. Н., Кайранбаева Г.К., Беймбетов А.А.

Социально-экономические показатели Алматинской области как индикатор качества жизни населения

Статья посвящена оценке социально-экономической ситуации в Алматинской области как одной из важнейших задач регулирования социальной политики Республики Казахстан. Объектом исследования являются социально-экономические показатели качества жизни населения Алматинской области. В качестве основных показателей, имеющих влияние на уровень качества жизни населения, считаются: здоровье населения, уровень развития образования и доходов населения. В мировой практике уровень и динамика здоровья, продолжительности жизни ставятся на первое место при определении качества жизни населения, поскольку рассматриваются как базисная потребность человека, главное условие его жизнедеятельности. Образование – основной фактор формирования человеческого капитала, который, в свою очередь, становится важнейшим экономическим ресурсом развития. Уровень жизни следует рассматривать как степень удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, определяемую, прежде всего, соотношением уровня доходов и стоимостью жизни. В статье дается комплексная оценка уровня, проблемы и перспективы развития качества человеческого потенциала в регионе.

Ключевые слова: социально-демографические процессы, качество жизни населения, образование, прожиточный минимум.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

UDC 911.3:314

***Nyussupova G.N., Kairanbayeva G.K., Beimbetov A.A.**

Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty
*E-mail: Gulnara.Nyusupova@kaznu.kz

SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTICS OF THE POPULATION OF ALMATY OBLAST AS A INDICATOR OF LIFE QUALITY OF POPULATION

Introduction

At the present stage, the problem of improvement of quality of life of the population, guarantee of social justice and security of the population, creation of favourable living conditions for each citizen, equal starting possibilities, supporting of vulnerable social groups of the population, and also leveling of a social inequality through various mechanisms of management and regulation plays a certain part among set of the problems facing the society of Kazakhstan.

To realize programs on development of the socially-focused market state raised by the President of the country and the Government, to make effective decisions on social policy at the state and regional level it is necessary to know the basic tendencies of change in a degree of quality of life of the population of the country, to carry out monitoring of dynamics of socio-demographic processes, an economic and ecological situations. In fact, in the issue the productivity of economic and social reforms is estimated by improvement of quality of life of the population. [1]

Materials and methods

The methodology of a domestic and foreign geographical science was taken as a research basis: evolutionary and system approaches, centre-periphery theory, the theory of diffusion of innovations, researches of non-uniformity of spatial development in the conditions of globalization. General scientific methods of research, both traditional, and modern, including the system and comparative-geographical analysis, methods of mathematical statistics, cartographical, and also geographic and GIS methods were applied in paper. The official statistical data of Department of Statistics, Department of Work and Social Protection, Department of Education of Almaty region are used in the thesis.

Socio-economic assessing of the population. Over twenty years of independence, Kazakhstan has experienced positive developments in improving the standards and quality of life. This is evidenced by the report of the UNDP Human Development, which, according to the results of 2011, Kazakhstan climbed one position in the Human Development Index and ranked 68th out of 187. For the further

development of human potential in the country is necessary, first of all, to improve the living conditions of the population in the regions. From this perspective , Almaty region is of great interest as a region ranks second in the country in terms of population (in its territory accounts for 12 % of the total population), and as a region with a booming economy - the share of gross regional product (GRP) in the general area Kazakhstan's GDP is 4.7 % (Fig. 1) .

Almaty oblast has significant human and economic potential, so a comprehensive analysis of the living conditions of the population, improving the quality of his life, is the actual direction for the development of Almaty region.

On 1 January 2015 the population of Almaty oblast of 2.01 million people, including urban population - 468.8 thousand people. (23.1%), rural - 1549.9 thousand people (76.9%).

Among the indicators that determine the quality of life offered such basic categories as: life expectancy, level of education, provision of food, shelter, clothing, satisfaction of spiritual and social needs. Taken together, they reflect the standard of quality of life: health and life expectancy, extensive and accessible knowledge, infrastructure, rich social and cultural life, etc.

Another important indicator of the formation of high-quality human capital is the education of the population. Ability to obtain a qualitative and competitive education - one of the most important components of quality of life. The education system of Almaty oblast has faced a number of serious problems, such as small schools, low coverage of preschool education, poor technical equipment of schools, lack of qualified personnel, and other.

Figure 1 – Map of administrative division of Almaty oblast

Today in Almaty oblast operates 741 state secondary schools, including 69 - primary schools, 51 - and 621 primary school - high school. The adult literacy rate in the Almaty oblast is 99%. Share of primary education enrollment is 89.8%, while the share of secondary enrollment - 96.4%. (Table 1.)

Table 1 – Coverage indicators in primary and secondary education, in a percentage

Indicator	Almaty oblast	Republic of Kazakhstan
Net enrollment ratio in primary education (6-10 year),%	89,8	90,9
The share secondary education enrollment (7-17 year), %	96,4	96,4

Different is the situation in the field of higher education. Proportion of children entering higher education, up only 3.1% of total population aged 16-18 years, whereas Nationwide level is 20.3%, it is the lowest in the country.

Education - the main factor in the formation of human capital, which in turn becomes the most important economic resource development. Therefore, in primary, secondary and higher education in the region requires investments and qualitative transformation. Thus, in the framework of the State Program of Education Development of the Republic of Kazakhstan for 2011-2020. in Almaty region for 2011 were achieved the first positive results - open 369 preschools and doubled the number of preschool children, covered by training. [2]

Continuing to examine the position of characterizing the socioeconomic situation in the Almaty region, you cannot miss such a figure as the standard of living of the population. Living standards should be regarded as the degree of satisfaction of the material and spiritual needs of people, determined primarily by the relation of income and cost of living.

In world practice, used to characterize the welfare indicators such as the value of gross domestic product per capita. At the regional level into account gross regional product (GRP). Gross regional product of the Almaty region in 2011, per capita amounted to 680.1 thousand tenge. In the total of the country's GDP share of GRP takes 4.7%.

One of the most important indicators of the standard of living of the population is considered income. Thus, in January 2013, per capita nominal income amounted to 42,596 tenge, which is 16% higher than the previous year.

Continuing to examine the position of characterizing the quality of life in the Almaty region, you cannot miss such a figure as the standard of living of the population. Living standards should be regarded as the degree of satisfaction of the material and spiritual needs of people, determined primarily by the relation of income and cost of living.

In world practice, used to characterize the welfare indicators such as the value of gross domestic product per capita. At the regional level into account gross regional product (GRP). Gross regional product of the Almaty region in 2011, per capita amounted to 680.1 thousand tenge. In the total of the country's GDP share of GRP takes 4.7%.

Results and discussion

One of the most important indicators of the standard of living of the population is considered income. Thus, in January 2013, per capita nominal income amounted to 42,596 tenge, which is 16% higher than the previous year. (Table 2)

In addition to the revenue figures for the assessment of living and study establishes minimum social payments (salaries, pensions, benefits) as well as identifying areas of social policy indicator is calculated subsistence level. Subsistence minimum - required minimum cash income per person equal in magnitude to the minimum consumer basket. [3]

Table 2 – Subsistence minimum in the Republic of Kazakhstan, Almaty and Almaty region in 2007 - 2014.

	Subsistence minimum in average , tenge							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Republic of Kazakh-stan	9 653	12 364	12 660	13 487	16 072	15 817	16 983	19068
Almaty oblast	9 556	12 460	12 788	13 812	16 716	17 087	18 157	19696
Almaty city	12 282	15 786	15 557	16 233	18 638	19 065	19 157	22 202

In Almaty oblast for the period from 2007 to 2014, the subsistence minimum per capita increased by 2 times and in January 2014 was 19,696 tenge. In addition, a living wage helps to assess the standard of living of the population with the lowest income. Population with incomes below the subsistence level can be considered as poor. (Fig. 2)

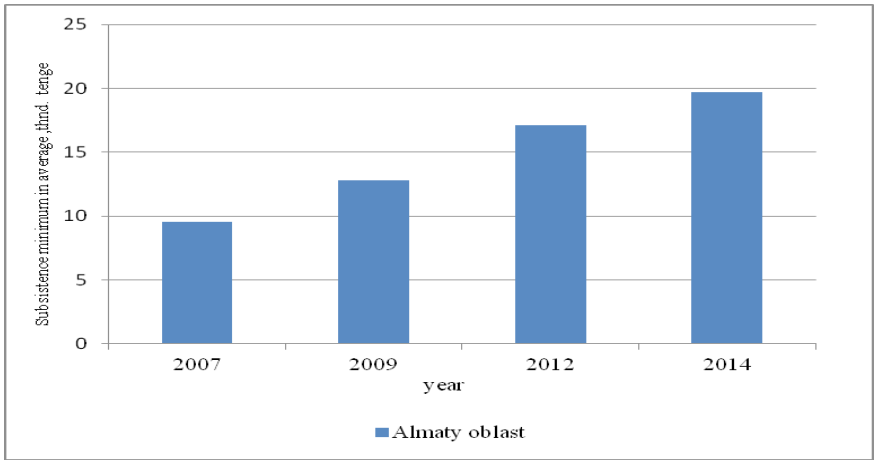


Figure 2 - Subsistence level for 2007-2014 in Almaty oblast.

In Almaty region, the proportion of the population with incomes below the subsistence level in 2011 was 1.7%, which is almost three times lower than the national average, which is 5.3%. In general, the dynamics in the region develops positive - there is an annual decline in the share of low-income population in total employment.

Despite this in the Almaty region remains significant differentiation of incomes in urban and rural areas, which has become an urgent problem, given that 76% of the population lives in rural areas. According to the Statistics Department of the Almaty region in 2014, the proportion of low-income population in urban areas was 1.8%, while in rural areas - 2.2%.[4]

Conclusions

Wheels of quality of life indicators on the performance of urban residents of the rural population creates social instability causes increased migration from the city to the village, a negative impact on the socio-economic development of the village as a whole. Therefore, the fight against poverty from rural areas and to ensure equitable distribution of income between urban and rural areas can greatly improve the quality of life in the Almaty region.

In general, to date, the level of quality of life in the Almaty region can be estimated as medium. Problems of quality of life in Almaty oblast should be considered and be solved in terms of socio-demographic processes. Despite a strong performance of the economy and social sphere, in still remain some problems in the field of education and health, as well as the wide gap in living standards between urban and rural areas. Solving these problems will be another step towards improving the living conditions of the population in the area and human development in Kazakhstan as a whole.

Over the past decade, Kazakhstan has made significant strides in improving the quality of life. This was made possible largely due to the country's government carried out development programs, as well as investments in human capital. Currently, the main objective of social policy and the main criterion of its effectiveness is the steady increase in the quality of life of the people. High quality of life are becoming a prerequisite for sustainable development of Kazakhstan and its competitiveness in the world market.

References

1 Poslanie Prezidenta Respubliki Kazahstan N.Nazarbaeva narodu Kazakhstana. 14 dekabrya 2012 g.

2 G.Nyussupova, Kairanbayeva G., Kaibaldiyeva L. «Social-demography indicator of urbanisation of Republic of Kazakhstan». // «The International Conference on Social Science and Humanity» 27-28 September 2013. Mezhdunarodnaya konferentsiya «Nauka i chelovechestvo». 27-28 sentyabrya 2013 godas. 197-210, London, Velikobritaniya.

3 Kayranbaeva G.K. «Auyil halnyinyin omir suru sapasyin bagalaudyin geografiyalyik aspektileri (Almatyi oblyisyi myisalyinda)». // 6D060900 – Geografiya Filosofiya doktoryi (PhD) darzhesin alu ushin daindalgan dissertastiya.

4 Nyussupova, A.Tokbergenova, Kairanbayeva G «Socio-demographic index as indicator of quality of environment» // Global Conference on Energy, Soil, Water, Air and Environment. - Antalya, 2013. Global Journal on Advances in Pure and Applied Science. Vol. 2(2014) p. 86-92

Ондар Х.А., Бабиков В.А.

Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Тыва

В статье рассмотрены вопросы перспектив развития культурно-познавательного туризма в Республике Тыва, дано описание наиболее известных и чаще всего посещаемых российскими и иностранными туристами объектов природного, культурного и этнографического назначения. В республике имеется значительный потенциал для развития именно данного вида туризма, но для этого необходимо проведение работ по исследованию и определению туристско-рекреационного потенциала исследуемой территории. В связи с ростом внутри российского сегмента туристской деятельности необходим поиск новых объектов и ресурсов для развития культурно-познавательного туризма. Развитие этого вида туризма должно стать основой особой отрасли специализации, одним из перспективных направлений реализации социальной политики и развития местной экономики, важным фактором духовной жизни жителей Республики Тыва

Ключевые слова: туризм, культура, этнос, памятник природы, историко-культурный памятник, Республика Тыва, бальнеологические ресурсы, сакральные объекты.

Ondar Kh.A., Babikov V.A.

Prospects of Development Cultural-Cognitive Tourism in the Republic of Tyva

In article questions of prospects of development of cultural and informative tourism in the Republic of Tyva are considered, given the description of the most known and most often the objects of natural, cultural and ethnographic appointment visited by the Russian and foreign tourists. In the republic has the considerable potential for development of this type of tourism, but work on research and determination of tourist and recreational capacity of the studied territory for this purpose is necessary. Due to growth in the Russian segment of tourist activity search of new objects and resources is necessary for development of cultural and informative tourism. Developments of this type of tourism has to become a basis of special branch of specialization, one of the perspective directions of realization of social policy and development of local economy, an important factor of spiritual life of inhabitants of the Republic of Tyva

Key words: tourism, culture, ethos, nature sanctuary, historical and cultural monuments, Republic of Tyva, balneological resources, sacral objects.

Ондар Х.А., Бабиков В.А.

Тыва Республикасында мәдени-танымдық туризмді дамыту болашағы

Мақалада Тыва Республикасында мәдени-танымдық туризмді дамыту болашағы қарастырылады. Ресейлік және шетелдік туристер жиі баратын ең танымал табиғи, мәдени және этнографиялық туристік нысандарға сипаттама берілген. Тыва Республикасы туризмнің дәл осы түрін дамыту үшін айтарлықтай әлеуетке ие, алайда зерттеу аумағының туристік-рекреациялық әлеуетін зерттеу және анықтау бойынша жұмыс істеу қажет. Ресей сегментінде туристік қызметтің өсуіне байланысты мәдени-танымдық туризмді дамыту үшін жаңа нысандар мен ресурстарды іздеу қажет. Туризмнің осы түрінің дамуы мамандануды арнайы саласы, жергілікті экономиканы дамыту мен әлеуметтік саясатты жүзеге асырудың перспективалық бағыттарының бірі, Тыва Республикасы тұрғындарының рухани өмірінде маңызды фактор болуы тиіс.

Түйін сөздер: туризм, мәдениет, ұлты, табиғи ескерткіш, тарихи-мәдени ескерткіш, Тыва Республикасы, бальнеологиялық ресурстар, киелі нысандар.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48(571.52)

***Ондар Х.А., Бабиков В.А.**

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р. Филиппова,
Россия, г. Улан-Удэ
*E-mail: mien_bsu@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА

Введение

Культурно-познавательный туризм – совокупность различных форм туристской активности, обусловленных стремлением к познанию многообразия феноменов этнокультурной сферы. В пользу необходимости признания самостоятельного и комплексного характера культурно-познавательного свидетельствует специфика используемых в его рамках туристских ресурсов, мотивации его участников, квалификационных требований к кадрам и менеджменту.

Культурно-познавательный туризм представляет широкие возможности, во-первых, для активного обращения к региональному и локальному аспектам проявлений этнической культуры, во-вторых, для приобщения к традициям давно ушедших в историю этнических групп, и наконец, для фиксации и популяризации жизненного опыта, особых черт природопользования и мировоззрения этнокультурных групп [3].

Культурно-познавательную деятельность в туризме можно разделить на несколько групп по следующим признакам:

– знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов;

– посещение театрализованных представлений, музыкальных, кино, театров, фестивалей, религиозных праздников, спортивных соревнований, концертов и оперных сезонов, выставок картин, скульптур, фотографий;

– посещение лекций, семинаров, симпозиумов, курсов иностранного языка, тренингов;

– участие в демонстрациях фольклора, национальной кухни и прикладного искусства на фестивалях фольклорных ансамблей и выставках национального народного творчества [2].

Исходные данные и методы исследования

В последние годы на туристском рынке появился тип интеллектуальных туристов, которые с большим интересом относятся к различным культурным традициям, к истории народов и человечества, их привлекают вопросы сохранения культурно-

го наследия. Тем самым можно говорить о популярности и востребованности культурно-познавательного туризма. Данный вид туризма понятийно и предметно объединяет все виды туризма, направленные на познавательные и ознакомительные цели, изучение культурного наследия человечества.

В качестве основных причин, продолжающих тормозить развитие туристской индустрии в пределах исследуемой территории, в том числе и культурно-познавательного туризма, можно назвать проблемы, связанные со слабой туристской политикой, регулирующей процесс управления продвижением совокупных туристских продуктов территориальных туристско-рекреационных комплексов в туристском информационном поле.

В качестве основных методов, используемых в данной работе следует выделить анализ имеющейся литературы по теме исследования, анализ имеющегося туристско-рекреационного потенциала территории Республики Тыва, картографический метод и ряд других.

Результаты и обсуждение

Республика Тыва – субъект Российской Федерации, входит в состав Сибирского федерального округа. Находится в верховьях реки Енисей на юге Восточной Сибири. Граничит с Красноярским краем, Иркутской областью, Монголией, республиками Бурятия, Хакасия, Алтай. Население – 311761 человек (2014 г.). Административный центр – г. Кызыл.

В Республике Тыва имеются все составляющие для того, чтобы здесь развивался именно культурно-познавательный туризм. Тыва привлекательна богатым историко-культурным наследием. Из 800 объектов культурного наследия, 680 памятников являются памятниками археологии. Определенный интерес для туристов представляют археологические памятники, которые подразделяются на несколько групп:

стоянки каменного и бронзового веков;

петроглифы и писаницы;

курганы и поминальные сооружения периода кочевых цивилизаций.

Основой культурно-познавательного туризма являются памятники природы, истории, искусства, культуры, археологии, системы ООПТ (особо охраняемых природных территорий) находящиеся на территории республики. Определяя специфику предмета исследования данной статьи, следует отметить, что культурно-познавательный туризм знакомит туриста, прежде всего с культурными ценностями, расширяет его культурный кругозор. При этом турист получает знания, сообразуясь с собственными культурными запросами собственному выбору.

Тыва со своей уникальной, богатой природой и культурой коренного населения вполне достойно может претендовать на статус крупнейшего туристского объекта в Российской Федерации. Туристские ресурсы Тывы впечатляют: она богата водными ресурсами – реками, озёрами, подземными водами, высокогорными ледниками, лечебными источниками – аржаанами. Большинство рек относится к водоёмам горного типа.

Республика обладает богатейшими запасами минерализованных вод, многие из которых по лечебным свойствам близки к таким известным источникам как Цхалтубо, Белокуриха, и относятся к типу вод боржомскому и железноводскому. Лечебно-оздоровительными свойствами известны многие озера республики. Санаторно-курортный комплекс республики только начинает развиваться. В республике в настоящее время функционирует 3 санатория, каждый из которых действует на основе месторождений уникальных источников лечебных вод и грязей. Ежегодно их посещают сотни рекреантов желающих хорошо отдохнуть и оздоровиться.

В традиции тувинского народа минеральные источники ли аржааны автоматически считаются священными землями и обегаются в соответствии со строгими правилами. Аржаан освящают раз в год. Люди приезжают к нему, в основном, чтобы лечиться от различных болезней и отдохнуть. Таким образом, минеральные источники выполняют и бальнеологическую функцию, и функцию сакрального места. Сакральные, священные земли у тувинцев существовали с древних времен. Под священной землей понимается территория священной горы, вместе с подножием, или акватория озера. Также священными землями считаются земли родовых групп. Каждая родовая группа имеет собственное сакральное место, обычно это гора красивой формы, или с высокими и острыми вершинами. Каждый год в начале лета это место посещают представители рода и проводят обряд «оваа дагыр», такой же обряд может проводиться и вблизи аржаана или рядом с лечебным озером [1].

Среди объектов имеющих статус ООПТ на территории Тывы известен заповедник в Убсунурской котловине.

Убсу-Нурский биосферный заповедник. Он расположен в пределах четырех административ-

ных районов Республики Тыва и части Монголии. На его территории обитают более 300 видов редких пернатых, около тысячи видов растений, многие их которых занесены в Красную Книгу России. Среди редких исчезающих около 80 видов млекопитающих, в том числе: снежный барс ирбис, кот манул, северный олень, горный архар и другие. Объект внесен в список памятников Всемирного природного наследия ЮНЕСКО.

Государственный природный заповедник «Азас» создан в январе 1985 года. Расположен в центральной части Тоджинской котловины – огромной межгорной впадины в пределах Алтае-Саянской горной страны в Тоджинском районе Республики Тува. Заповедник «Азас» занимается сохранением и изучением типичных и уникальных экосистем Тоджинской котловины и обрамляющих ее гор, охраной растительного и животного мира Тувы входящей в регион Южная Сибирь.

Озеро Тере-Холь – озеро, расположенное на юго-востоке республики, в десяти километрах к западу от села Кунгуртуг. Озеро расположено в тектонической котловине на высоте 1300 м. На Тере-Холь есть остров, на котором сохранились остатки уйгурской крепости Пор-Бажын, построенной в VIII в. н. э. Озеро хранит в себе множество тайн, над которыми по сей день бьются ученые. От водорослей вода в нем кажется светло-зеленой. Но на однотонной глади, почти от края до края, лежит отчетливая темная черта, происхождение которой до сих пор остается загадкой. Это место считается одним из самых красивейших уголков Тувы.

Тыва также привлекает богатым историко-культурным наследием и сохранившейся самобытной национальной культурой, неотъемлемой частью которых являются традиционное жилище тувинцев-кочевников – юрта, национальная кухня, народные промыслы и ремесла, национальные виды искусства, особенно, горловое пение «Хоомей», национальные виды спорта – борьба «Хуреш», конные скачки, а также уникальное сочетание традиций шаманизма и буддизма, быт русских староверов. Культурно-исторические достопримечательности Тывы весьма разнообразны, что способствует развитию культурно-познавательного туризма.

Любой народ обладает уникальной культурой, которая передается из поколение в поколение. Гордостью тувинского народа является горловое пение. Это уникальный вид искусства, присущий лишь некоторым народом Саяно-Алтайского региона. Но, по мнению большинства специалистов, тувинское горловое пение – хоомей – заметно отличается, прежде всего, большим разнообразием стилей. Основными считаются 5 стилей – каргыраа, хоомей, сыгыт, эзенгилээр, борбаннадыр, кроме того, существуют несколько разновидностей – думчуктар (новализация), хоректээр (петь грудью), хову каргыраазы (степное каргыраа). В республике ежегодно проводится фестиваль исполнителей в стиле хоомей. [4]

Наиболее известным за пределами республики являются уникальные археологические памятники «Долина царей». В котловине Турано-Уюкской, в окружении гор, сосредоточено большое количество цепочек курганов крупного размера, которые являются могилами родовых и племенных вождей скифских времен. Цепочки же, вероятно, отражают кровное родство захороненных в них людей. Находится это место недалеко от поселков Аржан и Тарлык.

Наиболее изученными являются курганы – «Аржан-1» и «Аржан-2». Первый имеет диаметр 120 м и состоит из чистого камня с родником в центре и огромными деревянными сооружениями внутри. Вместе с древним вождем было захоронено еще 16 человек и 160 коней. Раскопанный в 1971-1974 гг. курган датируется IX-VIII вв. до н.э.

Курган «Аржан-2», возраст которого 2700 лет, был обнаружен в 2001 году. Эта могила шириной 80 метров принадлежит знатной супружеской паре. На территории гробницы также обнаружены останки людей и коней, захороненных вместе с вождем. Рядом с останками найдены украшения из золота, медные и янтарные изделия, железное оружие, воинские доспехи, посуда и др. Общий вес золота, извлеченного из гробницы, составил около 20 килограммов. Эта долина является архитектурным и историческим памятником тувинского народа.

Практически во всех административных районах Тывы встречается архитектурные достопримечательности, различные по стилю, эпохам и назначению, а также многочисленные памятники природы.

Выводы

Таким образом, культурно-географический фактор в развитии культурно-познавательного туризма играет ведущую роль. В данной статье охарактеризованы природные условия Республики Тыва ее рекреационный потенциал, дано краткое описание многообразия культурного

наследия, которые способствуют развитию культурно-познавательного туризма. Разнообразие пейзажей, бескрайние степные просторы; холмы, покрытые горами-одиночками; крутые горные склоны хребтов и предгорий, то сплошь покрытые вековыми широколиственными и хвойными лесами, то обнаженные и усыпанные каменными россыпями; глубокие каньоны, с бурно мчащимися потоками; живописные сочетания высоких гор с лугами и долинами, множество рек и озер, благоприятный, здоровый климат, плодородные равнины – все это делает Тыву прекрасной, щедро одаренной природой страной [5].

На сегодняшнее время в республике сохранены природные, исторические и архитектурные памятники, созданы и функционируют музеи, отражающие историю республики в целом и культуру народа в частности, ее выдающихся граждан, природные богатства региона и уникальные археологические объекты.

Ориентация на историко-культурное богатство становится одной из реальных возможностей перспективного социального и экономического развития республики Тыва. Развития культурно-познавательного туризма может стать основой особой отрасли специализации, одним из перспективных направлений реализации социальной политики и развития местной экономики, важным фактором духовной жизни ее жителей.

Литература

1 Аракчаа Л.К., Дадаа Г.И. Традиционное природопользование тувинского этноса. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2005 – 85 с.

2 Богданов Е.И. Проблемы теории и практики развития культурно-познавательного туризма: учеб. пособие / Е.И. Богданов, У.А. Федорова, Г.Н. Захаренко. – Соликамск: Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. проф. образования «Соликам. гос. пед. ин-т» СГПИ, 2012.-155 с.

3 Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм: учеб. пособие / А.Г. Бутузов. – М.: Изд-во. «Кнорус», 2013. – 247 с.

4 Монгуш Кенин-Лопсан. Тувинские традиции и культура: учеб. пособие. – Кызыл, 2010.

5 Министерство культуры и туризма. Культура и туризм в Тыве: итоговый журнал.- Кызыл, 2010.

References

1 L.K. Arakchaa, Dadaa G. I. Traditional environmental management of the Tuva ethnos. – Ulan-Ude: BGU publishing house, 2005 – 85 pages.

2 Bogdanov E.I. Problems of the theory and practice of development of cultural and informative tourism: ucheb.posoby / E.I. Bogdanov, U.A. Fedorova, G. N. Zakharenko. – Solikamsk: Feder.gos.byudzh.Obrazovat.Uchrezhdeniye высш.проф. formations of «Solikam.gos.ped.in-t» of SGPI, 2012.-155 pages.

3 Butuzov A.G. Ethnocultural tourism: studies. grant / A.G. Butuzov. – M, prod. «Knorus», 2013. – 247 pages.

4 Mongush Kenin-Lopsan. Tuva traditions and culture: ucheb.posoby. – Kyzyl, 2010.

5 Ministry of Culture and tourism. Culture and tourism in Tyva: final magazine. – Kyzyl, 2010.

Тоқпанов Е.А., Асубаев Б.Қ., Жұмаділов А.Р.

Алматы облысындағы Жалаңашкөл көлінің емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамытудағы маңызы

Мақалада емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамытуға мүмкіндік беретін Алматы облысындағы Жалаңашкөл көліндегі судың органолептикалық құрамын, физикалық-химиялық көрсеткіштерін зерттеу нәтижелері ұсынылған. Соңғы уақыттарға дейін ғылыми зерттеулер мен ғылыми жобаларда Жалаңашкөл көлінің суы мен емдік балшықтарының бальнеологиялық қасиеттері әлі толық зерттелмеген. Зерттеу барысында көл суының физикалық-химиялық және органолептикалық (түсі, иісі, консистенциясы, құрылымы) құрамы анықталды. Зертханалық талдау нәтижелері көл суы мен пелоидтардың құрамында детергенттер, ауыр металдар сияқты ластаушы заттар болғанымен олар белгіленген шектен аспайтынын көрсетті. Осыған орай Жалаңашкөл көлінің суын емдік-сауықтыру туризмін дамытудағы маңызын зерттеу өзекті мәселенің бірі болып табылады.

Түйін сөздер: пелоид, рапа, бальнеология, микроэлемент, рекреация, талассотерапия.

Tokpanov E.A., Asubaev B.K., Zhumadilov A.R.

Meaning of Lake Zhalanashkol located in Almaty Region for the Development of Health Tourism and Recreation

The article deals with the results of a study of physical and chemical composition and values of water in Zhalanashkol lake, located on the territory of Almaty region, for the development of health tourism and leisure. Until recently, the research and project works did not give sufficient data on the balneological properties of water and brine in Zhalanashkol lake. As a result of studies, the physico-chemical and organoleptic (color, smell, texture, structure) composition of water in the lake was determined. The results of the laboratory analysis showed that, despite the presence of pollutants such as detergents and heavy metals in the lake waters and peloids, their content does not exceed the permissible limits. In this regard, the study of use of water in Zhalanashkol lake to develop health tourism is an urgent task.

Key words: peloid, brine, wellness, trace mineral, recreation.

Токпанов Е.А., Асубаев Б.К., Жумадилов А.Р.

Значение озера Жаланашколь, расположенного на территории Алматинской области, для развития лечебно-оздоровительного туризма и отдыха

В статье представлены данные о результатах исследования физико-химического состава и значения воды озера Жаланашколь, расположенного на территории Алматинской области, для развития лечебно-оздоровительного туризма и отдыха. До последнего времени в научных исследованиях и проектных проработках не получено достаточно данных о бальнеологических свойствах воды и рапы озера Жаланашколь. В ходе исследований был установлен физико-химический и органолептический (цвет, запах, консистенция, структура) состав вод озера. Результаты лабораторного анализа показали, что, несмотря на наличие в составе вод озера и пелоидов таких загрязнителей, как детергенты и тяжелые металлы, их содержание не превышает допустимых пределов. В связи с этим исследование значения использования вод озера Жаланашколь для развития лечебно-оздоровительного туризма представляется актуальной задачей.

Ключевые слова: пелоид, рапа, бальнеология, микроэлемент, рекреация.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 911.3:61

[1]Тоқпанов Е.А., [2]Асубаев Б.Қ., [*3]Жұмаділов А.Р.

[1] І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті,
Қазақстан Республикасы, Талдықорған қ.
[2] Республикалық педагогикалық шеберлік орталығының Алматы қаласындағы филиалы,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
[3] Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: grandchef56@yandex.ru

АЛМАТЫ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ЖАЛАҢАШКӨЛ КӨЛІНІҢ ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ МЕН ДЕМАЛЫСТЫ ДАМЫТУДАҒЫ МАҢЫЗЫ

Кіріспе

Ғылыми зерттеулер мен ғылыми жобаларда аридті климат жағдайында Жалаңашкөл көлінің суы мен емдік балшықтарының түзілу жолдары мен қоректену режимін зерттеу, сонымен қатар, емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамыту мақсатында пайдалануды көздейтін бағалау мәселелері әлі де толық зерттелмеген.

Ғылыми әдебиеттерде шөл зонасында орналасқан көл суының бальнеологиялық қасиеттері туралы деректердің болмауы 2010 жылдың шілде айынан бастап Алматы облысының солтүстік-шығысында орналасқан Жалаңашкөл көлін рекреациялық мақсатта пайдалану мүмкіндіктерін зерттеу жұмыстарын жүргізуге негіз болды.

Жалаңашкөл көлі суының құрамында алуан түрлі микроэлементтердің кездесуі бальнеологиялық қасиеттері мен емдік мақсатта пайдалануға жарамдылығын анықтау мәселелерін зерттеуге мүмкіндік береді. Зерттеу барысында көл суының физикалық-химиялық және органолептикалық (түсі, иісі, консистенциясы, құрылымы) құрамы анықталды. Зертханалық талдау нәтижелері көл суы мен пелоидтардың құрамында детергенттер, ауыр металдар сыяқты ластаушы заттар болғанымен олар белгіленген шектен аспайтынын көрсетті. Осыған орай Жалаңашкөл көлінің суын емдік-сауықтыру туризмін дамытудағы маңызын зерттеу өзекті мәселенің бірі болып табылады.

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

2010-2012 жылдар аралығында Алматы облысы аумағындағы Жалаңашкөл көлінің батыс және шығыс бөлігінен жағалаудан 3 метр қашықтықта бір-біріне 250 метр қашықтықта орналасқан 8 қосыннан әртүрлі тереңдіктен суының 15, табанына шөккен емдік балшық тұнбаларынан 10 сынамасы алынды.

Талдау жұмыстары «Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында жүргізілді. Сынамалардың талдамаларын алу үшін 180-50 үлгілі «Хитачи» атомдық-абсорбциялық спектрометр (Жапония); PFP7-жалынды фотометр (Ұлыбритания),

жеке байланысты плазмасы бар Optima 2000 DV оптикалық эмиссионды спектрометр (АҚШ) қолданылды.

Алматы облысы аумағындағы судың құрамында адам ағзасына пайдалы әсері бар алуан түрлі химиялық элементтерге бай, Жалаңашкөл көлі емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамытуға мүмкіндік береді. Біз жүргізген ізденіс жұмыстары аталған көлдің минералдық және химиялық құрамының қалыптасуына саяздығы мен тұйықтығы, жазда буланудың қарқынды жүруі күшті әсер ететінін көрсетті. Осыған орай 2010 және 2012 жылдар аралығында Жалаңашкөл көлінде емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамыту мүмкіндіктерін анықтауды көздейтін екі экспедициялық жорық ұйымдастырылып, суының, тұнбаларының сынамалары алынды.

Зертханалық талдау нәтижелері көл суы мен тұнбалары құрамы жағынан сульфатты-хлорлы-натрийлі сулардың қатарына жататынын көрсетті [1].

Экспедициялық зерттеу барысында алынған су сынамаларының физикалық-химиялық және бальнеологиялық қасиеттерін анықтау үшін «Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында спектралік талдау жүргізілді. Зертханалық зерттеу барысында спектрлік талдауға камералық өңдеу жүргізілді.

Жалаңашкөл көлінің суы мен емдік балшықтың өлшемдері ҚР Үкіметінің 2012 жылғы 18 қаңтардағы № 104 қаулысының санитарлық-эпидемиологиялық талаптарына сәйкес келеді және емдік-сауықтыру мақсатында пайдалануға жарамды.

Жалаңашкөл көлінің суы мен табанындағы тұнбаларға Талдықорған қаласындағы суды гидрохимиялық зертханада жүргізілген спектрлік талдау қорытындыларына сәйкес 1 литр суда 4-6 ‰-ге дейін еріген минералды заттар болатын тұзды көлдердің тобына жататынын көрсетті [2]. Көл суының минералдануына жерасты еспе суралымен қоректенуі де ықпал етеді.

2010-2012 жылдар аралығында Жалаңашкөл көлінен алынған сынамаларға жасалған химиялық талдау нәтижелері суы мөлдір, жалпы қаттылығы 0,4-5,6 мгэкв/л, pH батыс бөлігінде 8,8, шығыс бөлігінде 9 шамасында болатынын көрсетті. Құрамында сульфаттар (7,68 г/л), хлоридтер (15,778 г/л), гидрокарбонаттар (1169,0 г/л), кальцийден магний басым (магний 93,9 г/л, кальций 30,0 г/л). Жалпы минералдануы 3,0 г/л. Құрамындағы магнийдің, хлоридтердің, гидрокарбанаттар мен кальцийдің мөлшері концентрацияның рұқсат етілген шегіне сәйкес келеді (1-кесте).

1-кесте – Жалаңашкөл көлінің табанына шөккен тұнбаның құрамына жүргізілген талдаудың нәтижелері анықталған химиялық элементтер (100 г шаққандағы мг/эк есебімен)

Көлдің аты	сынама алынған күн	Ca үлесі мг/экв	Mg үлесі мг/экв	Na+ K үлесі мг/эк	Сілтілігі		SO_4 үлесі мг/экв/л	CL үлесі мг/экв/л	Қалған қатты тұнбалар , г
					CO_3 үлесі мг/экв/л	HCO_3 үлесі мг/экв			
Жалаңашкөлдің батыс бөлігі	21.08 10	0,7	0.004	2.75		0.2	1,8	0,05	0,234
Жалаңашкөлдің шығыс бөлігі	21.08 10	0,1	0.004	2.65		1.5	1,6	0,05	0,193

Жалаңашкөл көлінің суы мен табанындағы тұнбалардың құрамынада анықталған Менделеев кестесіндегі 8 элемент бар. Олардың ішінде әсіресе, натрий мен калийдің (1039 мг/л.), хромның (223,6 мг/л) мөлшері көл табанындағы тұнбаларда көп кездеседі [3].

Әртүрлі кезеңде алынған сынамаларды салыстыру мақсатында Жалаңашкөлден алынған су мен тұнба сынамаларына «Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында спектрлік талдау жүргізілді (2-кесте).

2-кесте – Жалаңашкөл көлінің шығыс бөлігіндегі судың химиялық құрамына жасалған спектрлік талдау нәтижелері

Табылған катиондар				Табылған аниондар			
құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв	құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв
Натрий+ кальций	1039,1	43,3	82,4	CO_3	120,0	4,0	7,6
кальций	30,0	1,5	2,9	HCO_3	1769,0	29,0	55,2
магний	16,0	0,80	0,0	хлоридтер	233,6	6,3	12,0
				сульфаттар	633,6	13,2	25,2

Жалаңашкөл көлінің батыс және шығыс бөліктері суының химиялық құрамына жасалған спектрлік талдауды бір-бірімен салыстырсақ, біршама айырмашылықтың бар екені айқын байқалады. Оны 8-кестенің деректерінен айқын байқауға болады (3-кесте).

Жалаңашкөл көлі суының химиялық құрамына жасалған талдау қорытындысына сүйенсек, батыс бөлігінде шыңыс бөлігіне қарағанда натрийдің мөлшері 2,4 %; магний 0,8 %; HCO_3 0,1%; сульфаттар 1,4 % артық. Ал кальций 1,0%; хлоридтер 0,2%-дан кем екенін көрсетті.

3-кесте – Жалаңашкөл көлінің шығыс бөлігіндегі судың химиялық құрамына жасалған спектрлік талдау нәтижелері

Табылған катиондар				Табылған аниондар			
құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв	құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв
Натрий+ кальий	1039,1	43,3	82,4	CO_3	120,0	4,0	7,6
кальций	30,0	1,5	2,9	HCO_3	1769,0	29,0	55,2
магний	16,0	0,80	0,0	хлоридтер	233,6	6,3	12,0
				сульфаттар	633,6	13,2	25,,2

4-кесте – Жалаңашкөл көлінің батыс бөлігіндегі судың химиялық құрамына жасалған спектрлік талдау нәтижелері

Табылған катиондар				Табылған аниондар			
құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв	құрамдас бөліктер	мг/л	мг/экв/л	% мг/экв
Натрий+ кальий	1039,1	43,3	82,4	CO_3	120,0	4,0	7,6
кальций	30,0	1,5	2,9	HCO_3	1769,0	29,0	55,2
магний	16,0	0,80	0,0	хлоридтер	233,6	6,3	12,0
				сульфаттар	633,6	13,2	25, 2

Жалаңашкөл суының химиялық құрамына жасалған талдау қорытындысына сүйенсек, батыс бөлігінде шығыс бөлігіне қарағанда натрийдің мөлшері 2,4 %; магний 0,8 %; HCO_3 0,1%; сульфаттар 1,4 % артық. Ал кальций 1,0%; хлоридтер 0,2% кем екенін көрсетті (5-кесте).

5-кесте – Жалаңашкөл көлінің шығыс және батыс бөліктеріндегі химиялық элементтердің үлес салмағы.

Табылған катиондардың үлесі % ес-н				Табылған аниондардың үлесі % есебі-н			
құрамдас бөліктер	шығыс бөлігі	батыс бөлігі	айырмасы %	құрамдас бөліктер	шығыс бөлігі	батыс бөлігі	айырмасы %
Натрий+ калий	82,4	84,0	2,4	CO_3	7,6	8,9	1,3
кальций	2,9	1,9	1,0	HCO_3	55,2	55,1	0,1
магний	14,7	14,1	0,6	хлоридтер	12,0	12,2	0,2
	1,9	2,2	0,3	сульфаттар	25,2	23,8	1,4

«Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында көл суына жасалған спектрлік талдау деректеріне сүйенсек, Жалаңашкөлдің шығыс бөлігіндегі судың pH 8,8; мг/л есебімен алғандағы минералдану дәрежесі 3909,3; мг/л есебімен алғандағы – HCO_3 минералдану дәрежесі 1769,0; г/л есебімен алғандағы су құрамындағы құрғақ заттартар 3,024; мг-экв/л есебімен алғандағы көл суының жалпы қаттылығы 0,4-5,6; мг/л есебімен алғандағы пергаменттік тотығуы –

$$M3{,}0\frac{HCO_4 55.2 SO_4 25.2}{Na 82.4}\ \text{pH } 9.0$$

Көл суына жасалған спектрлік талдау деректеріне сүйенсек, Жалаңашкөлдің батыс бөлігіндегі судың pH 8,8; мг/л есебімен алғандағы минералдану дәрежесі 3841.1; мг/л есебімен алғандағы – HCO_3 1738.5; мг/л есебімен алғандағы су құрамындағы құрғақ заттар 2.972; мг-экв/л есебімен алғандағы көл суының жалпы қаттылығы 0,4-5,6; мг/л есебімен алғандағы пергаменттік тотығуы

$$M3{,}0\frac{HCO_3 55.1 SO_4 23.8}{Na 84.0}\ \text{pH } 8{,}8.$$

Көл суындағы адам ағзасының жұмысын, өсімдіктер мен жануарлардың тіршілігін реттеуде ерекше орын алатын емдік-сауықтыру туризмін дамытуға мүмкіндік беретін микроэлементтер мен судың химиялық құрамының арасында тығыз байланыс бар. Өсімдік өнімінің құрамында микроэлементтердің мөлшерінің жетіспеуі мен олардың судың құрамындағы мөлшерінің ауытқуы жануарлар мен адам өміріне өз әсерін тигізеді [3, 4].

2, 3, 4, 5-кестелердің деректеріне талдау жасайтын болсақ, Жалаңашкөл көлі суының құрамында кальций мен натрийдің және хлордың, гидрокарбанаттардың, сульфаттардың мөлшері біршама жоғары, ал магний мен кальцийдің мөлшері біршама аз екенін байқауға болады. Кестедегі деректерге жасалған талдаулар мен ғылыми жазба деректерге сәйкес натрий тұздың мөлшері көп болғандықтан сульфаттың, сонымен қатар, емдік маңызы металдардың концентрациясының аз екені айқын байқалады.

Нәтижелер мен талдау

«Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында көл табанына шөккен тұнбалардың құрамында жүргізілген спектрлік талдау қорытындыларына сәйкес шығыс бөлігінде Ca мөлшері 0,7 мг/экв/100г; Mg 0.4 мг/экв /100г; Na мен K 2,75 мг/экв; HCO_3 0,2 мг/экв/100г; SO_4 1.8 мг/экв/100г; Cl 0.05 мг/экв/100 г тең екенін және жоғарыда аталған химиялық элементтер мен құрамында болатын басқа да микроэлементтер өзіміз бес күн жүргізген бақылау нәтижелері емделуге келген сырқаттардың жанына дауа болатынын көрсетеді.

Көл табанынан алынған тұнбаларға жасалған зертханалық талдаудар Ca (0,4 мг/экв/100 г) мен Cl (0.05мг/экв/100г) мөлшері батыс және шығыс бөлігінде тең; ал Na мен K (2,65 мг/экв/100г), SO_4 (1.6 мг/экв/100 г HCO_3), Ca (0,1 мг/экв/100 г) шығыс бөлігіне қарағанда кем екенін; ал HCO_3 (1,5 мг/экв/100 г) шығыс бөлігіне қарағанда артық екенін көрсетті. Жалаңашкөл көлінің

тұнбасының құрамындағы күкірт пен магнийдің абсорбенттік қасиеті буындағы тұз бен сарысуды сорып алуға мүмкіндік береді.

Жалаңашкөл көлінің зерттелген суының физикалық-химиялық көрсеткіштері сульфидті-тұнбалы балшықтардың нормативтеріне сәйкес келеді және карбонатты- сульфатты-натрийлі сулары тобына (8,8) жатады.

Жалаңашкөл көлінің басты байлығы емдік балшық болып табылады, құрамы бойынша, біріншіден, Алакөл көлінің екіншіден, теңіз емдік балшықтарына ұқсас. Атап айту қажет, Жалаңашкөл балшығының концентрациясы Алакөлдікінен жоғары. Балшық құрамындағы тұздардың сергітетін әсері байқалады, сондықтан ол теріні тазартады әрі жасартады. Мұндай емдік балшықты көптеген ауруларды, оның ішінде жүйке жүесінің ауруларын (радикулит, неврит, ганглионит, невралгия және т.б.), жарақаттардан кейінгі асқынған зақымдарды; тірек-қимыл аппаратының дене буындарының сырқаттары, артрит, полиартрит сияқты ауруларын, ас қорыту органдарының күйдіргі, гепатит, холецистит, энтероколит, колит, гастрит сияқты ауруларын; жатырдың, қынаптың, үстеме өсінділердің ауруларын, ерлердің жыныс ауруларын (простатит, фуникулит, везикулит және т.б.); терінің созылмалы экзема, нейродермит, псориаз сияқты ауруларын; тыныс органдарының бронх демікпесінің кейбір формалары, бронхит, пневмония сияқты ауруларын; құлақ, тамақ пен мұрынның кейбір ауруларын емдеу үшін пайдалануға болады.

Қорытынды

Алынған нәтижелер зерттелген сынама үлгісінің физикалық-химиялық қасиеттері шипажайлар мен физиоемдеуде қолданылатын емдік балшықтардың нормативті көрсеткіштеріне сәйкес келеді. Жалаңашкөл көлінің табанына шөккен емдік балшықтың химиялық құрамында Ca, Cl, Na, K, Ca иондарының, карбонат пен сульфаттың үлестері басым. Зерттеу нәтижелері бойынша ұсынылған үлгінің су мен тұнбалардың сапасын бағалауға қойылатын талаптарға сәйкес келетінін және емдік мақсатқа пайдалануға болатынын көрсетті.

Әдебиеттер

1 Филонец П.П., Омаров Т.Р. Содержание микроэлементов в поверхностных водах Талды-Курганской и Алма-Атинской областей. – Алма-Ата: Наука КазССР, 1970.

2 Холенок В.Ф. Природные и лечебные богатства Казахстана. – Алма-Ата: Ғылым, 1982. – С. 33-67.

3 Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. – М.: Филита, 2005. – 460 с.

4 Кусков А.С. Курортология и оздоровительный туризм / А.С. Кусков, Лысикова О.В. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 317 с.

References

1 Filonets P.P., Omarov T.R. Sodepzhanie mikroelementov v poverhnostnyh vodah Taldy-Kurganskoy i Alma-Atinskoy oblastey. – Alma-Ata: Nauka KazSSR, 1970.

2 Holenok V.F. Prirodnye i lechebnye bogatstva Kazahstana. – Alma-Ata: Gylym, 1982. – S. 33-67.

3 Kuskov A.S., Golubeva V.L., Odintsova T.N. Rekreatsionnaya geografiya. – M.: Filita, 2005. – 460 s.

4 Kuskov A.S. Kurortologiya i ozdorovitelnyiy turizm / A.S. Kuskov, Lysikova O.V. – Postov n/D: Feniks, 2004. – 317 s.

Тоқпанов Е.А.,
Мылкайдаров А.Т., Кереева А.Р.

Алакөл жағалауындағы «Қоссор» кен орнының емдік балшығын емдік-сауықтыру туризмін дамыту мақсатында санитарлық-микробиологиялық құрамын зерттеу

Емдік балшықтар (пелоидтар) – өсімдіктер мен жануарлар қалдықтарының микробиологиялық ыдырауының есебінен гидрологиялық және гидрохимиялық режимі әр түрлі су қоймаларында түзілетін табиғи экологиялық жүйе болып табылады. Адам ағзасына қарқынды фармакологиялық әсері болатын олар физикалық-химиялық құрамы, биологиялық және химиялық белсенді заттармен қанығу дәрежесі жағынан алуан түрлі болуымен ерекшеленеді.

Мақалада Алакөл жағалауында орналасқан «Қоссор» кен орнындағы емдік балшықтың шығу тегін, құрылымын, органолептикалық құрамын, санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштерін зерттеу нәтижелерін айғақтайтын деректер ұсынылған. Соңғы уақыттарға дейін ғылыми зерттеулер мен ғылыми жобаларда Алакөл жүйесіндегі көлдерде кездесетін әлсіз минералданған сульфидті тұнбалы емдік балшықтардың бальнеологиялық қасиеттері мен санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштері әлі толық зерттелмеген.

Түйін сөздер: пелоид, рапа, бальнеология, микробтардың жалпы саны, микрофлора, жылу сыйымдылық, гидротроилит.

Tokpanov E.A., Mylkaidarov A.T., Kireyev A.R.

Sanitary-Microbiological Research Lechebnyh the Mud Mestorozhdenie «Kossor» Pobereje Lake Alakol to the Development of Medical Tourism

Therapeutic mud (peloids) – natural ecologic systems being formed in the b with different hydrological and hydrochemical conditions, mostly due to microbiological decomposition of plants and animals residues, distinguish with their variaty of chemical composition, rich with bilogical and chemical active components, most of them have clearly expressed effect of pharmacodynamic action to the organism of the human. The data provided in the article about the results of the analysis on study the origin, physical and chemical, sanitary and microbiological characteristics of the therapeutic muddeposit «Kossor» on the coast of lake Alakol (Kazakhstan). In scientific researches and projects studies the sufficient information about balneological properties and sanitary and microbiological characteristics of low-mineralized sulfite-silt therapeutic muds of the system of Alakol lakes has not been received.

Key words: peloid, brine, balneology, general microbial number, microflora, thermal capacity, hydrotroilite, sanitary-microbiological indicator.

Токпанов Е. А.,
Мылкайдаров А.Т., Кереева А.Р.

Санитарно-микробиологическое исследование лечебных грязей месторождения «Коссор» на побережье озера Алаколь для развития лечебного туризма

Лечебные грязи (пелоиды) – природные экологические системы, которые, формируясь в водоемах с различными гидрологическими и гидрохимическими режимами преимущественно за счет микробиологического разложения растительных и животных остатков, отличаются разнообразием химического состава, обогащены биологически и химически активными компонентами, многие из которых оказывают четко выраженное фармакодинамическое воздействие на организм человека.

В статье представлены данные о результатах исследования по изучению происхождения, структуры, органолептических, физико-химических, санитарно-микробиологических показателей и его микробиоценоза месторождений лечебных грязей «Коссор» на побережье озера Алаколь. До последнего времени в научных исследованиях и проектных проработках не получили достаточного исследования бальнеологические свойства и санитарно-микробиологические показатели слабоминерализованных сульфитных иловых лечебных грязей системы Алакольских озер.

Ключевые слова: пелоид, рапа, бальнеология, общее микробное число, микрофлора, рапа, теплоёмкость, гидротроилит, санитарно-микробиологический показатель.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘОЖ 911.3:61

*[1]Тоқпанов Е.А., [2]Мылкайдаров А.Т., [1]Кереева А.Р.

[1]І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті,
Қазақстан Республикасы, Талдықорған қ.
[2]Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
*E-mail: tokpanov1960@mail.ru

АЛАКӨЛ ЖАҒАЛАУЫНДАҒЫ «ҚОССОР» КЕН ОРНЫНЫҢ ЕМДІК БАЛШЫҒЫН ЕМДІК-САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІН ДАМЫТУ МАҚСАТЫНДА САНИТАРЛЫҚ-МИКРОБИОЛОГИЯЛЫҚ ҚҰРАМЫН ЗЕРТТЕУ

Кіріспе

«Алакөл-Жетісу және Шығыс Балқаш» туристік кластерінің [1] құрамына енетін Алакөл демалыс аймағы емдік-сауықтыру туризмін дамытуға мүмкіндік беретін емдік балшықтың мол қоры бар Алакөлдің оңтүстігіндегі Ақтүбек ауылы маңындағы «Қоссор» кен орнында шоғырланған. Оның негізінде қазір жұмыс істеп тұрған Алакөл-арасан шипажайы ашылған. Жоғарыда аталған кен орнының ресурстарын емдік-сауықтыру туризмін дамыту мақсатында пайдалануға жарамдылығын анықтау үшін олардың физикалық-химиялық құрамы мен санитарлық-микробиологиялық жарамдылығын зерттеу қажет.

Ғылыми әдебиеттерде құрлықтық су қоймаларында пелоидтардың түзілу үрдісі туралы біртұтас тұрғыдан қараудың болмауы 2012 жылдың шілде айынан бастап Алакөл жағалауындағы «Қоссор» кен орнындағы емдік балшықтарын рекреациялық мақсатта пайдалануға жарамдылығын, физикалық-химиялық құрамын зерттеу, санитарлық-микробиологиялық жарамдылығын бағалау жұмыстарын жүргізуімізге негіз болды.

«Қоссор» кен орынының пелоидтарын рекреациялық мақсатта пайдалануға жарамдылығын бағалау барысында балшық үлгісінің органолептикалық, физикалық-химиялық және микробиологиялық көрсеткіштері, табиғи микрофлоралары санитарлық нормаларға сәйкес келетінін, шипажайларда, буын басқа да сыртқы тері ауруларын емдеуге болатынын көрсетті. Сол көрсеткіштері бойынша балшық түзілетін су қоймасының жағдайын экологиялық таза және болашақта Алматы облысында туризмді дамытудың 2018 жылға дейінгі даму бағдарлмасына сәйкес қалыптастыру жоспарланған. «Алакөл-Жетісу және Шығыс Балқаш» туристік кластері аумағында құрылған «Алакөл-Арасан» шипажайына гидроминералдық ресурс ретінде пайдалануға болады. Осыған орай пелоидтың түзілу үрдісі мен оның емдік-сауықтыру туризмін дамытудағы маңызын зерттеу өзекті мәселенің бірі болып табылады [2].

Бастапқы деректер мен зерттеу әдістері

2012-2014 жылдар аралығында рекреациялық мақсатта пайдалануға санитарлық-микробиологиялық жарамдылығын бағалау үшін Алакөлдің оңтүстік бөлігіндегі Ақтүбек ауылының маңында орналасқан «Қоссор» кен орнындағы бір-бірінен 120 метр қашықтықта орналасқан 12 қосыннан әр түрлі тереңдіктен пелоидтардың 30, құрғап қалған сордағы тұздың 12 сынамасы алынды.

Талдау жұмыстары У.М. Ахметсафин атындағы гидрогеология және геоэкология ғылыми-зерттеу институтының зертханасында, «Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасы мен Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігінің ғылым комитетінің микробиология және вирусология ғылыми-зерттеу институтының азотты ыдырататын микроағзалар биологиясы зертханасында жүргізілді. Сынамалардың талдамаларын алу үшін 180-50 үлгілі «Хитачи» атомдық-абсорбциялық спектрометр (Жапония); PFP7 – жалынды фотометр (Ұлыбритания), жеке байланысты плазмасы бар Optima 2000 DV оптикалық эмиссионды спектрометр (АҚШ), ГОСТ 9586-61 бойынша электрлі автоклав, ГОСТ 8284-78 бойынша Leica DMLS маркалы Leica DC 300F сандық бейнекамерасы бар биологиялық микроскоп қолданылды.

Нәтижелер мен талқылаулар

Бальнеолог ғалымдар мен дәрігерлердің пікірі мен «Қоссор» кен орнына келуші емделушілердің көптігі рапа, балшық сияқты сыртқы, жалпы және жергілікті тұз ерітіндісі қауыздарын қабылдау мақсатта кеңінен қолданылатынын айғақтайды. Қоссор кен орнындағы емдік балшық сынамасына жасалған химиялық талдаулар құрамындағы қаныққан тұз ерітінділері рапаның негізіне бишофит ($MgCl_2$) құрайтынын көрсетті. Бишофит – бұл хлоридті-натрилі-магнийлі табиғи минерал кешені.

Бальнеолог ғалымдардың пікіріне сәйкес, бишофит тірек-қимыл аппараттарын (деформациялайтын артрозбен, ревматоидты артритпен, құяңмен, басқа да созылмалы қабыну және жүйке-бұлшықет) ауруларына, орталық және шеткі жүйке жүйесінің патологиясына, тері және жүрек-қантамырлар жүйесі ауруларын емдеуге қолданады. Айтар ойымызды «Қоссор» кен орнында буын, тірек-қимыл аппараты, тері, құяң басқада созылмалы ауруларға шалдыққан науқастардың көптігі айғақтайды. Бишофитті қабынуға қарсы, қалпына келтіруші, ауруды басатын сыртқы зат ретінде қолданады [3].

Құрамында магний тұздарына бай бұл емдік балшық пен пелоидтарды емдік- сауықтыру мақсатында пайдалану үшін олардың санитарлық микробиологиялық жарамдылығын бағалау қажет.

Алматы облысы аумағындағы «Алакөл-Жетісу және Шығыс Балқаш» туристік кластерінде емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамытуға жарамды емдік балшықтардың (пелоидтардың) кен орындары табиғи ортада геологиялық, физикалық-химиялық және биологиялық үрдістердің әсерінен түзіледі. Пелоидтардың емдік сапасын анықтайтын және оларды емдік балшықтар тобына біріктіретін маңызды қасиетін жылу конвекциясының болмауына, жоғары гидрофильдігіне негізделген жоғары коллойдтығы, біршама жылу сиымдылығы мен жылу ұстау қабілетінің, балшық микрофлорасының тіршілік әрекетінің нәтижесінде түзілетін көптеген биологиялық белсенді химиялық қосылыстардың болуы айқындайды.

Емдік балшықтардың физикалық-химиялық және микробиологиялық сипатын зерттеу өзекті болып табылады және балшықпен емдеуге маманданған маусымдық емдеу мекемелерін салуда, сонымен қатар, емдік-сауықтыру рекреациясын дамытуда маңызы зор.

Алматы облысының негізгі емдік балшықтары Балқаш пен Алакөл жағалауларындағы жазда құрғап қалатын шағын лиманды көлдерде немесе сорларда таралған. Солардың ішіндегі болашағы зоры Алакөлден 3 шақырым оңтүстікте Ақтүбек ауылының маңында орналасқан «Қоссор» емдік балшық кен орны болып табылады. Осыған орай 2012 және 2014 жылдар аралығында «Қоссор» кен орнында емдік-сауықтыру туризмін дамыту мүмкіндіктерін анықтауды көздейтін 5 күндік экспедициялық жорықтар ұйымдастырылып пелоидтар мен тұздардың сынамалары алынды. Жазда буланудың есебінен көлдің деңгейі 0,5-0,8 метрге төмендейді. Бірақ Алакөлмен жер асты байланысының болуы есебінен толық кеуіп қалмайды. Бұл көл суының хлоридті-магнийлі тобына жататынын айқындайды [4].

Табиғи тұнбалы шөгінділер беткі қара тұнбалы және астыңғы күңгірт сұр сазды-құмды қабаттардан тұрады. Қара тұнбалы қабаттың орташа қалыңдығы 0,4 метрге дейін жетеді және жағалауға жақындаған сайын ол көрсеткіш 5 см дейін кемиді.

Экспедициялық зерттеу барысында алынған сынамалардың физикалық-химиялық және бальнеологиялық қасиеттерін анықтау үшін «Жер туралы ғылымдар, металлургия және байыту орталығы» акционерлік қоғамының Ұлттық ғылыми зертханасында спектрлік талдау жүргізілді. Сараптау қорытындылары «Қоссор» кен орнындағы емдік балшықтың өлшемдері ҚР Өкіметінің 2012 жылғы 18 қаңтардағы № 104 қаулысының санитарлық-эпидемиологиялық талаптарына сәйкес келеді және емдік-сауықтыру мақсатында пайдалануға жарамды екенін көрсетті [1-кесте].

1-кесте – «Қоссор» кен орнындағы емдік балшықтардың қасиеті мен құрамының көрсеткіштері

№	Көрсеткіштердің атауы	Норматив бойынша (болған жағдайда) % дейін	Іс жүзінде табылғаны
	түсі, иісі құрылымы		Батпақтың түсі қара, бетін сұр түсті қабыршық жылдам басады, жақсы жағылады, қою құрылымы біркелкі, иісі жоқ
	180?	37-70	26,15
	Диаметрі > 0,25 мм үлкен түйіршіктермен ластануы, %	< 3	0,76
	Ластанудың сипаттамасы		Тұз кристаллдары, өсімдік қалдықтары
	Қозғалысқа қарсылығы дин/см^3	1500-2000	12060
	Қыздырғанда жоғалтуы (900°C), %		12,99
	Жылу сиымдылығы, кал/г. град	0,400 кем емес	0,847
	Көлемді салмағы, г/дм^3	1,2-1,6	1,90
	CO_2 жалпы мөлшері, %		3,62
	Сутектік көрсеткіштері, ед pH		6,91
	H_2S жалпы мөлшері, %		0,14

Ортаның қышқылдық дәрежесі сілтілік әрекет ортасына сәйкес pH өлшемі 9,2 тең. Балшықтарды жіктеуге сәйкес «Қоссор» кен орнындағы емдік балшық pH>9,0 болатын сілтілі балшықтар тобына жатқызуға болады. «Қоссор» кен орнынан алынған сынамалар үлгілерінің физикалық-химиялық көрсеткіштері сульфидті-тұнбалы балшықтардың нормативтеріне сәйкес келеді. Күлділігі біршама жоғары 81% құрайды, ерімейтін шөгінділерден темір, алюминий, кремний, кальций тотықтары және басқа да элементтер бар [4]. Қатты фазадағы бөлшектер өлшемі 0,001 мм болатын кристаллды қаңқадан және гидрофильді коллоидты кешеннен тұрады. Кристаллдық негізі шамамен құрғақ заттардың 44% құрайды. Сазды бөлшектердің құрамы жағынан Қоссор кен орнының балшығын ұсақ түйіршікті тұнбалардың қатарына жатқызуға болады. 100 г балшықтағы H_2S орташа концентрациясы 0,14 % тең.

Жоғарыда аталған емдік балшық кен орнының орташа иондық құрамы 2-кестеде берілген [2-кесте]. Емдік балшық сынамасының құрамында негізінен кальций мен магний иондары, ал аниондардан сульфаттар мен хлоридтер басым. Зерттелген үлгіде қорғасын мен мырыш табылмады. Мыс пен хромның концентрациялары шамалы және рұқсат етілген шектен аспайды. Бұл көрсеткіштердің барлығы пелоид құрамындағы алуан түрлі микроағзалардың белсенді әрекетіне негіз болады.

Емдік балшықтың фекальді ластануының негізгі санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштеріне ішек таяқшаларының оң лактозалық көрсеткіші мен жалпы микроб саны жатады. Әлеуетті потагенді микроағзалардың табы-

луы (P. Aeruginosa-синеіріңді және S. aureus – стафилококк таяқшалары) пелоидтың эпидемиологиялық қауіптілігін көрсетеді. Фекальді колиформды бактериялар мен энтерококктардың табылуы жаңадан факельдік ластанғанын көрсетеді [5].

2-кесте – «Қоссор» кен орнындағы емдік балшықтың орташа иондық құрамы

№	Анықталған химиялық элементер, өлшем бірліктері	Зерттеу нәтижесінде іс жүзінде табылғаны	Зерттеу әдістерін айқындайтын нормативті құжаттар
1	Магнийдің массалық үлесі, %	4,65	ГОСТ 26428-85
2	Кальцийдің массалық үлесі, г/т	4,83	ГОСТ 26428-85
3	Барийдің массалық үлесі, г/т	0,016	ГОСТ 5382-91
4	Қорғасынның массалық үлесі, %	табылмады.	СТ РК ИСО 11047-2008, А әдісі
5	Мырыштың массалық үлесі, %	табылмады	СТ РК ИСО 11047-2008, А әдісі
6	Мыстың массалық үлесі, %	0,0027	СТ РК ИСО 11047-2008, А әдісі
7	Хромның массалық үлесі, %	0,006	СТ РК ИСО 11047-2008, А әдісі
8	Хлоридтердің массалық үлесі, %	1,51	ГОСТ 26425-85
9	Карбонаттардың массалық үлесі, %	0,16	ГОСТ 26424-85
10	Натрийдің массалық үлесі, %	3,7	ГОСТ 26427-85
11	Калийдің массалық үлесі, %	0,54	ГОСТ 26427-85
12	Сульфаттардың массалық үлесі, %	3,9	ГОСТ 26426-85

Алынған деректер 3-кестеде берілген. «Қоссор» кен орнынан алынған сынамалардың санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштері барлық емдік балшықтар үшін бекітілген нормативтерге сәйкес келеді. Ұсынылған балшық үлгісінде факельдік ластануды көрсететін микроағзалар, сонымен қатар адам үшін әлеуетті потогенді (S. aureus) және патогенді (Pseudomonas aeruginosa) бактериялар жоқ. Микроб жасушаларының жалпы саны (1 грамм балшықта 33 мың) және ол нормативтік көрсеткіштен аспайды (1 грамм балшықта 500 мың) [3-кесте].

«Қоссор» кен орнындағы емдік балшық құрамындағы табиғи микрофлорасының құрамын анықтау барысында микробтық ценозда бактериялар – 92,3%, актиномицеттер – 5,1%; микромицеттер – 2,6% құрады (сұлы агарында өсірілген) [3-кесте].

Пелоидтан табылған актиномицеттер ($2{,}0x10^1$ КОЕ/г балшық), микроскопиялық саңырауқұлақтар ($1{,}0x10^1$ КОЕ/гбалшық) сияқты гетеротрофты және аэробты микроағзалар клетчатка және лигнин тәрізді берік органикалық заттардың өзін қарқынды минералдауға, сонымен қатар, ақуыз бен көмірсутектерді органикалық қышқылдарға айналдыруға белсенді түрде қатысып, минералдардың ыдырауын, органикалық-минералдық кешендердің түзілуін күшейтеді. Органикалық заттарды ыдыратуға қабілетті зең саңырауқұлақтары мен балшықтытұнбалы бактериялар бірлестігі бұл үрдістің жүру қарқынын арттырады [6;7].

Бірқатар зерттеушілердің пікіріне сәйкес актиномицеттер органикалық заттардың ыдырауына ғана емес, батпақтың микробқа қарсы қасиетін күшейтетін метаболизм өнімдерін де бөледі [5; 8; 9].

3-кесте – «Қоссор» кен орнындағы емдік балшық сапасын бағалаудың санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштері

Көрсеткіштері	Өлшемдері	Балшықтағы көрсеткіштер	Барлық балшықтар үшін нормативтік көрсеткіш
1 г табиғи балшықтағы микробтың жалпы саны (МЖС)	1 г балшықтағы бактериялар	33000	500000 артық емес
Колиформды бактериялардың жалпы титрі (коли – титр)	1 бактерияға грамм	10 және оданда жоғары	10 және оданда жоғары
10 г табиғи заттағы патогенді кокк микрофлорасы (стафилококктер)	1 г балшықтағы бактериялар	жоқ	жоқ
10 г табиғи заттағы патогенді кокк микрофлорасы (энтерококки)	1 г балшықтағы бактериялар	жоқ	жоқ
10 г табиғи заттағы синеіріңді таяқша (Pseudomonas aeruginosa)	1 г балшықтағы бактериялар	жоқ	жоқ
Ескерту: кестедегі деректер микробиология және вирусология ғылыми-зерттеу институтының азотты фиксациялайтын микроағзалар биологиясы зертханасында жүргізілген зерттеу нәтижесіне негізделіп құрылған.			

3-кестеге жасалған талдау нәтижелері «Қоссор» кен орнындағы емдік балшық құрамында іріңді таяқша мен коккты микроағзалар жоқ болуы және балшық құрамындағы микрофлораның саны қалыпты болуы, санитарлық-микробиологиялық көрсеткіштері шипажайлар мен физиоемдеуде қолданылатын емдік балшықтардың нормативті көрсеткіштеріне сәйкес келетінін және Ақтүбек ауылында жаңадан ашылған «Алакөл-Арасан шипажайында пайдалануға болады деген қорытынды шығаруға мүмкіндік берді.

Қорытынды

Қазіргі кезде дәрінің қымбаттығына және әр түрлі аллергиялық аурулардың пайда болуына байланысты емдік сауықтыру туризмінің маңызының зор екенін көрсетіп отыр. Оны әрі жолдың нашарлығына қарамастан дерттеріне дауа іздеп «Қоссор» кен орнында емдік балшық пен тұз ерітінділерін ем ретінде қолдану мақсатында келушілер санының көптігі дәлелдейді. Болашақта «Қоссор» кен орнында емдік-сауықтыру туризмін дамыту үшін Ақтүбек ауылында іске қосылған «Алакөл-Арасан» шипажайының материалдық-техникалық базасын жетілдіріп, жыл бойы істейтін ірі шипажайларға айналдыру керек. Ол үшін жазда құрғап қалатын сорлар табанына шөккен тұз бен тұнбалардың химиялық құрамы мен олардың адам ағзасына тигізетін жағымды әсерін анықтау мақсатында Талдықорған, Алматы сияқты қалаларындағы мамандандырылған зертханаларда спектрлік талдау жасап, оларды мұқият зерттеп шипажайтанушы ғалымдар мен бальнеолог дәрігерлер өз қорытындыларын шығаруы тиіс. Шығарылған қорытындыларға сай ем қабылдау үшін арнайы білікті маман дәрігерлермен қамтамасыз етілуі тиіс. Болашақта «Қоссор» кен орнында емдік сауықтыру жұмыстарын жүргізу үшін Алматы облысында туризмді дамытудың 2018 жылға дейінгі даму бағдарлмасына сәйкес «Алакөл-Жетісу және Шығыс Балқаш» туристік кластерін қалыптастыру үшін республикалық деңгейде маманданған және жыл бойы жұмыс істейтін Ақтүбек пен мемлекет тарапынан және жеке инвесторлардың есебінен құрылысы басталған халықаралық талаптарға сәйкес келетін Ақши ауылындағы көп салалы емдік-сауықтыру және демалыс орындарын толық іске қосу қажет.

Болашақта еріген минералдық заттары мен адам ағзасына пайдалы микроэлементтердің қоры жеткілікті «Қоссор» емдік балшық кен орнын шипажайтанушы ғалымдар жан-жақты зерттеп, сульфитті балшықпен, $MgCl_2$ тұзы бишофитпен емдейтін Алакөл-Арасан шипажайының инфрақұрылымын қалыптастыру шешімін табуды қажет ететін өзекті мәселелердің бірі болып табылады.

Әдебиеттер

1 Мастер план развития туризма Алматинской области. – Электронный ресурс. – www.tourism-zhetysu.gov.kz

2 Адилов В.Б., Михеева Л.С., Требухов Я.А. К вопросу о систематизации лечебных грязей // Вопр.изучения лечебных минеральных вод, грязей и климата. – М., 1980. – С. 90-105. (Тр. ЦНИИКиФ; т. 43).

3 Александров В.А. Пелоиды (лечебные грязи) Советского Союза // Основы курортологии. – М.:Медгиз, 1956. – Т. 1. – С. 347-372.

4 Заварзин Г.А., Колотилова Н.Н. Введение в природоведческую микробиологию.- М.:Университет, 2001.- 255 с.

5 Звягинцев Д.Г. Деструкция органического вещества в почве // Микробиологическая деструкция органических остатков в биогеоценозе: материалы всесоюз. совещ. – М., 1987. – С. 42-44.

6 Килина Е.С., Тронова Т.М., Клопотова Н.Г. Биологическая активность сапропелевых лечебных грязей Сибири // Вопр. курортологии, физиотерапии и лечеб. физ. культуры. – М., 1997. – № 2. – С. 23-25.

7 Красильников Н.А. Антагонизм микробов и антибиотические вещества. – М.: Сов. наука, 1958. – 338 с.

8 Новожилова М.И., Фролова Л.Ф. Микрофлора лечебных грязей Казахстана. – Алма-Ата: Наука, 1975. – 179 с.

9 Методические указания по санитарно-микробиологическому анализу лечебных грязей № 143-9/316-17 от 11.09.1989 г.

References

1 Master plan razvitija turizma Almatinskoj oblasti. – Jelektronnyj resurs. – www.tourism-zhetysu.gov.kz

2 Adilov V.B., Miheyeva L.S., Trebukhov Ya.A. To a question on systematization of therapeutic mud // ques. the study of medicinal mineral water, mud and climate. – M., 1980. – P. 90-105. (W. CNIIKiF; vol. 43).

3 Aleksandrov B.A. Peloids (mud) of Soviet Union // Basics Health Resort. – M.:Medgiz, 1956. – Vol. 1. – P. 347-372.

4 Zavarzin G.A., Kolotikova N.N. Introduction to the natural history microbiology.- M.:University, 2001.- 255 p.

5 Zvyagincev D.G. The destruction of organic matter in the soil // Microbiological destruction of organic residues in biogeocoenose: materials All-Union. meeting. – M., 1987. – P. 42-44.

6 Kilina E.S., Tronova T.M., Klopotova N.G. The biological activity of sapropelic therapeutic muds Siberia // Problems balneology, physiotherapy and exercise therapy. – M., 1997. – № 2. – P. 23-25.

7 Krasilnikov N.A. Antagonism of germs and antibiotic substances. – M.: Sov. Science, 1958. – 338 p.

8 Novojilova M.I., Frolova L.F. The microflora of therapeutic mud Kazakhstan. – Almaty: Science, 1975. – 179 p.

9 Methodical instructions on the sanitary-microbiological analysis of therapeutic muds № 143-9/316-17 11.09.1989

Турсинбаева К.С.

Музейно-мемориальные комплексы как объекты туристско-рекреационной деятельности

Музейные комплексы как один из видов аттракций должны быть ориентированы на удовлетворение потребностей туриста и являться собственно целью путешествия. В данной статье показано значение музейного комплекса и его просветительская роль для населения, а также место музеев в развитии и территориальной организации туризма в регионах Казахстана. Рассмотрены музейно-мемориальные комплексы Карлаг и АЛЖИР, расположенные в Карагандинской и Акмолинской областях, как объекты туристско-рекреационной деятельности и центры научной, воспитательной работы. В соответствии с требованием современных технологий для эффективной организации работы музейно-мемориальных комплексов и привлечения как отечественных, так и зарубежных туристов, предложено перенять опыт зарубежных стран, использовать новые формы деятельности.

Ключевые слова: Карлаг, Долинка, АЛЖИР, мемориальный комплекс, организация туризма, экскурсионный маршрут, экспонаты.

Tursinbayeva K.S.

Memorial Museum Complexes as Objects of Tourist and Recreational Activity

Museum complexes as one of the types of attractions should be oriented to satisfy tourist needs and also be a goal of the travel itself. This article demonstrates importance of a museum complex and its educational role in society as well as its value for the development and territorial management of tourism in regions of Kazakhstan. Memorial museum complexes such as Karlag and ALZHIR, which are located in Karagandy and Akmola oblasts, are reviewed in this article as objects of tourist recreational activities and centers of research and education. Due to the rapid development of technologies, experience of foreign countries and new forms of activities are offered to be adopted for the effective management of memorial museum complexes and attraction of foreign and local tourists.

Key words: Karlag, Dolinka, ALZHIR, memorial museum, tourism management, excursion route, exhibits.

Турсинбаева К.С.

Мұражай-мемориалды кешендері туристік-рекреациялық шаралардың нысандары ретінде

Мұражай кешендері аттракцияның бір түрі ретінде туристің қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталуы тиіс. Бұл мақалада мұражай кешенінің маңызы мен оның халыққа деген ағартушылық ролі, сонымен қатар Қазақстан өңірлеріндегі туризмнің дамуы мен аймақтық ұйымдастырылуындағы мұражайлардың алатын орны көрсетілген. Қарағанды және Ақмола облыстарында орналасқан Карлаг пен Алжир мұражай-мемориалды кешендері туристік-рекреациялық шаралардың нысаны және ғылыми, тәрбие жұмыстарының орталығы ретінде қарастырылған. Заманауи технология талаптарына сәйкесінше, мұражай-мемориалды кешендер жұмысын тиімді ұйымдастыру және отандық, шетелдік туристерді тарту үшін шет мемлекеттердің тәжірибесін қолдану мен іс-шаралардың жаңа формаларын пайдалану ұсынылған.

Түйін сөздер: Карлаг, Долинка, АЛЖИР, мұражай-мемориалды кешендері, туризмді ұйымдастыру, экскурсиялық маршрут, экспонаттар.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48

Турсинбаева К.С.

Жезказганский университет имени О.А. Байконурова,
Республика Казахстан, г. Жезказган
E-mail: kaniya_t@mail.ru

МУЗЕЙНО-МЕМОРИАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение

С позиций организации туризма музейные комплексы можно рассматривать как один из видов аттракций – ключевых элементов туристской дестинации, то есть территория, которая в силу своих специфических свойств способна удовлетворить потребности туриста и является собственно целью путешествия. Туристская дестинация включает следующие функциональные подсистемы: аттракции, транспортную, социально-бытовую, производственную, а также дополнительную, сопутствующую, поддерживающую подсистемы [1].

Культурное наследие – это национальное достояние страны, гарантия устойчивого развития, фундаментальное понятие, определяющее жизненность многих аспектов современного общества. Главным социокультурным институтом, призванным заботиться о сохранении наследия является музей. Музеи – «грандиозная памятная книга человечества», необычайно сложное общественное явление, где сливаются воедино мысль и слово, наука и искусство, духовная жизнь отдельного человека и всего общества, весь необъятный мир культурных, исторических ценностей. Они вносят большой вклад в патриотическое воспитание и формирование мировоззрения населения, способствуют повышению его образовательного уровня. Музеи – это своего рода особые средства коммуникации между прошлым и будущим, между природой и цивилизацией, между наукой и обществом. В обществе музеи всегда были и остаются значимой частью его культуры [2].

Согласно Закону Республики Казахстан о культуре, музеями являются организации культуры, созданные для хранения, изучения и публичного представления музейных экспонатов и музейных коллекций, призванные осуществлять культурные, образовательные, научно-исследовательские, воспитательные функции и обеспечивать популяризацию историко-культурного наследия.

В Казахстане наибольшее количество музеев сосредоточено в Южно-Казахстанской, Алматинской и Карагандинской областях. Из городов лидирует г. Алматы [3].

Цель нашего исследования: на примере Музея памяти жертв политических репрессий Карлаг и Музейно-мемориально-

го комплекса жертв политических репрессий и тоталитаризма АЛЖИР показать значение и просветительскую роль музеев для населения, а также их место в развитии и территориальной организации туризма в регионах Казахстана.

Исходные данные и методы исследования

Равенсбрюк, Бухенвальд, Дахау, Майданек, Освенцим, Саласпилс, Карлаг, АЛЖИР –это были фабрики смерти. Страшные названия, как и надписи над воротами. В Бухенвальде – «Каждому свое». Надпись над входом в лагерь Освенцим гласила: «ARBEIT MACHT FREI», что означает «труд ведет к свободе». Он и освобождал. Только посмертно. Труд стал еще одной формой геноцида, которую нацисты называли «уничтожение работой». До сих пор историки спорят о том, сколько людей уничтожено в этих концентрационных лагерях. Современные историки сходятся во мнении, что только в Освенциме в 1941–1945 годах было уничтожено от 1,4 до 1,8 миллиона человек, большинство из которых, около 1 млн., составляли евреи [4]. На территории этих лагерей после войны были созданы музеи, мемориальные комплексы, некоторые из них включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Ежегодно Музейно-мемориальные комплексы посещают миллионы туристов со всего мира.

На территории бывшего Советского Союза лагеря были созданы еще раньше. В 1929 году по инициативе Объединенного государственного политического управления (ОГПУ) были разработаны мероприятия, в числе которых предусматривался переход от «системы существующих мест заключения к системе концлагерей» [5]. В соответствии с постановлением Политбюро ЦК ВКП «Об использовании труда уголовно-заключенных» концентрированные лагеря ОГПУ переименовывались в исправительно-трудовые. Документ предписывал расширить существующие и организовать новые лагеря в районах, где планировалось освоение «природных богатств путем применения труда лишенных свободы» [6].

10 июля 1934 года с образованием Наркомата внутренних дел (НКВД) СССР ОГПУ было ликвидировано. В числе различных управлений НКВД важное место стало занимать Главное управление лагерей и колоний – ГУЛАГ. Количество лагерей стремительно росло. Так, в 1932 году в стране насчитывалось 11 исправительно-трудовых лагерей (ИТЛ) ГУЛАГа. В начале 1940 года в ведении ГУЛАГа находилось уже 53 лагеря и так называемых лагерей строительства НКВД, 425 исправительно-трудовых колоний. Росла и численность лагерного контингента: если в 1930 году насчитывалось 179 тысяч заключенных, то к началу 1940 года их было уже 1 миллион 668 тысяч 200 человек [7]. По всему Советскому Союзу были раскиданы сотни лагерей ГУЛАГа, Карлаг и АЛЖИР были одними из этих эпицентров ада на Земле.

Крупнейшей структурой ГУЛАГа являлся Карлаг, один из крупнейших концентрационных лагерей в 1930 – 1959 годах в системе ОГПУ, созданный в 1930 году на территории Казахстана в Карагандинской области. На 1939 год среди 42 лагерей НКВД Карлаг занимал девятое место по численности заключенных, около 3% всех советских заключенных [8]. Самый большой по количеству сосредоточенных в 9 отделениях заключенных (более 35 тыс.) был Степной лагерь – особый лагерь №4, дислоцированный в Жезказганском регионе. Именно в Степном лагере в 1954 году было самое крупное по масштабам выступление заключенных советских ИТЛ, внесших свой вклад в крушение тоталитарной системы и демократизации страны.

Одной из главных целей организации Карлага было создание крупной продовольственной и производственной базы для развивающейся угольно-металлургической промышленности Центрального Казахстана: освоение Карагандинского угольного бассейна, строительство Жезказганского и Балхашского медеплавильных комбинатов, а также железных дорог, городов.

В Карлаге работала выездная коллегия Карагандинского областного суда. Приговоры исполнялись на местах. Приговоренных ставили на колени перед вырытой другими заключенными ямой, и стреляли в затылок. Расстрелянные брались на списочный учет с грифом «умер», личные дела уничтожали. Считается, что за годы своего существования Карлаг принял около миллиона человек. Но поскольку архивы Карлага все еще засекречены, невозможно назвать даже приблизительное число его жертв. 27 июля 1959 года Карагандинский исправительно-трудовой лагерь был закрыт. К своему закрытию лагерь уже практически не содержал заключенных по политическим статьям.

АЛЖИР. Вначале здесь была так называемая «26-я точка». На ее базе в январе 1938 года появился Акмолинский лагерь жен «изменников» родины. Он относился к Акмолинскому спецот-

делению Карлага НКВД. Узницы лагеря назвали его коротко: АЛЖИР. Известно, что по приказу №00486 НКВД было арестовано 18 тысяч жен «изменников родины», из них 8 тысяч женщин этапом прошли через Акмолинский лагерь жен изменников родины. Потом лагерь превратился в многопрофильное хозяйство с крупным сельскохозяйственным производством, мастерскими, швейной фабрикой. После его закрытия в 1953 году поселок стал называться Малиновкой, а теперь – Акмол по историческому названию местности. Карагандинская и Акмолинская области находятся в центральной части Казахстана, среди просторных степей и низкогорья Сары-Арки. Сегодня на территории областей расположены самые мрачные достопримечательности, такие как уникальный Музей памяти жертв массовых политических репрессий на месте Карлага – одного из множества лагерей печально известного ГУЛАГа и Музейно-мемориальный комплекс жертв политических репрессий и тоталитаризма «АЛЖИР».

Результаты и обсуждение

Задачей нашего исследования является рассмотреть музейно-мемориальные комплексы Карлаг и АЛЖИР как объекты туристско-рекреационной деятельности и центры научной, воспитательной работы. К музейно-мемориальным комплексам можно проехать как из Караганды, так и из Астаны по экскурсионному маршруту, организованными турфирмами.

В посёлке Долинка, в 50 км к юго-западу от Караганды, в бывшем здании Управления Карлага расположен Музей памяти жертв политических репрессий. Музей был основан 24 февраля 2001 года распоряжением акима Карагандинской области, решением акима г. Шахтинска по поручению Президента РК.

В 2009 году здесь были проведены реставрационные работы. То, что такое репрессии и каково было жить с клеймом «враг народа», можно ощутить, пройдясь по многочисленным залам обновленного музея. В 14 залах и экспозициях музея представлены уникальные коллекции и экспонаты, документы и другие информационные материалы, которые расскажут о трагедии 30-х годов, о массовом терроре в СССР, унесшем миллионы жизней советских граждан, ни в чем не повинных ни перед страной, ни перед народом. В каждом помещении музея – отдельная история жизни людей той страшной эпохи. Рассматривается период времени с 1918 года по 1933 год. Сюда относится момент организации Карлага, период красного террора и коллективизации на территории Казахстана, а так же последствия коллективизации: откочевка местного населения с территории Казахстана и Великий Джут 1932 – 1933 гг.

В научно-исследовательской лаборатории показана научная деятельность ученых, которые находились в Карлаге, а так же представлены условия, в которых они трудились. Здесь и скромная карлаговская библиотека с исключительно политкорректной литературой, и небольшой актовый зал для занятий художественной самодеятельностью, и мрачные помещения барачного типа, где жили политзаключенные или интернированные военнопленные. Можно заглянуть и в кабинет начальника Карлага: массивный письменный стол, портрет Феликса Дзержинского на стене, красный флаг и старенький приемник «ЗИЛ». А потом спуститься в мужскую и женскую камеры, показаны условия содержания заключенного в карцере, а также один из видов физического воздействия на заклю ченных (дивизионная яма или зиндан), которые согласно «Архипелагу Гулаг» Солженицина, на тот период применялись относительно заключенных. В экспозиции камеры дознания перечислены некоторые виды физического воздействия на заключенных при допросах, которые были на тот период времени разрешены к применению. Согласно «Архипелагу Гулаг» Солженицина, был разрешен 31 метод физического воздействия.

В отдельной экспозиции музея подробно раскрыта тема Кенгирского восстания 1954 года в Жезказгане. В большом зале представлены репродукции наиболее известных репрессированных художников, которые отбывали наказание в Карлаге, а также были депортированы в Казахстан.

Отдельно имеется зал с материалами политических репрессий казахской интеллигенции. Экспозиция рассматривает репрессии против представителей казахской интеллигенции, духовенства, политических деятелей, историков, журналистов. Более 100 тыс. человек только в нашей стране оказались жертвами политических репрессий, более 25 тыс. из них расстреляны без суда и следствия, среди них был цвет казахской нации: политики, просветители, писатели и поэты. От сталинских репрессий пострадали не только тысячи граждан, но и целые народы. Если говорить о Советском Союзе, то масштабы еще более ужасающие. «Вот уже полтора десятилетия в Казахстане ежегодно от-

мечается День памяти жертв политических репрессий XX века, учрежденный моим указом в 1997 году. Память о миллионах людей разной этнической и религиозной принадлежности, попавших в жернова тоталитарной системы, невинно осужденных за инакомыслие, погибших в гулаговских застенках и безжалостно изгнанных с родной земли, для нас, граждан свободного, независимого Казахстана, всегда была и будет священна...За годы независимости издано 14 «Книг скорби» с именами почти 146,5 тысячи пострадавших соотечественников. Более 340 тысяч незаконно репрессированных людей были реабилитированы. Памятными знаками отмечены места захоронений жертв тоталитаризма. На территориях бывших лагерей были возведены мемориальные комплексы. Все это помогает нам осознавать жестокие уроки прошлого и обязывает сделать все, чтобы не допустить повторения подобных трагедий в современной и будущей истории человечества» – эти слова Нурсултана Назарбаева к открытию музея после реставрации – дань памяти жертвам тоталитарного режима и назидание потомкам, чтобы трагедия не повторилась.

На площади перед музеем установлена стена Скорби. По желанию туристов экскурсия включает посещение Мамочкиного кладбища, расположенного в 4 км от музея. А недалеко от шахтерской столицы находится Спасский мемориал. Здесь захоронены заключенные Карлага и установлены памятники узникам из разных стран. Среди известных заключенных – историк Лев Гумилев, писатель Анатолий Марченко, украинская актриса Мария Капнист, поэтесса Анна Тимирева, ученый Александр Чижевский, причисленный к лику святых православный епископ Уар (Петр Шмарин) и другие.

Музейно-мемориальный комплекс АЛЖИР расположен в 35 км от Астаны, в поселке Акмол на месте бывшего «Акмолинского лагеря жён изменников родины». Открыт 31 мая 2007 года по инициативе Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева. Открытие Музея было приурочено к 10-летию со дня принятия в 1997 году Указа «Об установлении дня памяти жертв политических репрессий – 31 мая», 70-летию с момента начала массовых политических репрессий.

Музейно-мемориальный комплекс включает в себя: здание музея, «Сталинский вагон», монумент «Арка скорби», скульптурные композиции «Отчаяние и бессилие», «Борьба и надежда», Стену памяти и памятные плиты, установленные посольствами, аккредитованными в Казахстане. Вниманию посетителей представлены разделы «Алаш» и «Алжир», малый зал «Сквозь муки ада», художественные работы, выполненные в неволе репрессированными художниками Карлага, АЛЖИРа.

Экспозиция раздела «Алжир», посвященная политической истории Казахстана XIX – XX вв., знакомит с историей ликвидации ханской власти в Казахстане, национально-освободительного движения под руководством Кенесары Касымова, политической деятельности «Алаш» и казахской интеллигенции 1905 – 1916 гг., периода установления советской власти, коллективизации и трагедии крестьянства, голода 30-х годов, «Большого террора 1937 – 1938 гг». В центре зала композиции – «Цветок жизни». Цветок пробивается сквозь камень, говоря о том, что, несмотря на многие ужасы и беды, жизнь продолжается. По центру атриума расположена композиция «Свобода и неволя». Композиция представляет собой силки, внутри которых 15 голубей бьются крыльями в надежде взлететь. В малом зале «Сквозь муки ада» всесторонне раскрыт геноцид тоталитарной системы против собственного народа: трагические последствия Семипалатинского ядерного полигона и Афганской войны, экологическая катастрофа Арала. Центральное место занимает тема независимости, которой посвящен раздел «Ата-баба арманы» (Мечта предков).

Экспозиция раздела «АЛЖИР» посвящена истории Акмолинского лагеря жен изменников Родины, – женщинам, невинно отбывавшим там срок. Среди узниц АЛЖИРа были широко известные в Союзе певица Лидия Русланова, актрисы Татьяна Окуневская и Наталья Сац, известная писательница Галина Серебрякова, жены поэтов, писателей, государственных деятелей Азиза Рыскулова, Гуляндам Ходжанова, Зуфнун Нурмакова, Аиш Кулумбетова, Фатима Дивеева, Елизавета Садвокасова и многие другие [9,10]. Экскурсия включает показ документального фильма.

Музейно-мемориальные комплексы работают и в выходные дни. Режим работы: с 9.00 до 18.00, выходной – понедельник; обед: 13.00 – 14.00 ч. Входные билеты не дорогие. Льготная категория посетителей – участники Великой Отечественной войны, ветераны тыла, пенсионеры, дети – сироты, дети из малоимущих семей, инвалиды. Для групп экскурсоводы специально проводят ознакомление с музейно-мемориальным комплексом.

Выводы

После экскурсии по музейным комплексам Карлаг и АЛЖИР у меня осталось чувство глубокого опустошения и подавленности. Такое ощущение испытывала я в Саласпилсе. На месте, где во время войны находился концлагерь Саласпилс, в 1967 году был открыт одноименный мемориальный комплекс. Ужасные свидетельства лагеря, особенно детей, потрясли меня! В период с 18 мая 1942 года по 19 мая 1943 года в этом лагере наряду со взрослыми военнопленными, политзаключенными, погибли около 3 тысяч детей до 5 лет.

Проживая в своем регионе, мы особо не стараемся посещать исторические места, изучать фактические материалы совсем еще недавних событий. Я не представляла себе насколько масштабной может быть политика человеческой жестокости. Поэтому считаю, что очень важно иметь на земле такие музеи, они переворачивают сознание, они – свидетельство того, что человек в своих поступках может заходить сколь угодно далеко, где нет никаких границ, где не существует никаких принципов морали. Как важно восстановить историческую справедливость и рассказывать, особенно молодежи, детям, о колоссальных жертвах, понесенных народами в годы правления Сталина, военного периода.

Проведение экскурсий в мемориальные комплексы позволяет туристам познать уникальные фактические исторические события, а увиденные фото и другие материалы оставляют неизгладимых след в сердцах людей, посетивших эти места. Необходимо разработать единую программу развития познавательного туризма, особенно для учащихся и студентов в масштабе не только Карагандинской области, но и других областей и городов страны. Включать в разработку туров обязательное посещение музейных комплексов, расширить спектр туристских услуг и ориентировать не только на внутренний, но и на международный рынок.

В 2017 году в дни проведения международной выставки ЭКСПО необходимо включить в программу туристских экскурсий для гостей столицы посещение мемориальных комплексов Карлаг и АЛЖИР. Для этого нужно обустроить транспортные пути, оживить работу музеев в соответствии с требованием современных технологий, придать широкой известности. Турфирмам Астаны и Караганды нужно перенять опыт зарубежных стран (организация экскурсий в Бухенвальд, Освенцим) и превратить музейно-мемориальные комплексы Карлаг и АЛЖИР в особые объекты туристско-рекреационной деятельности, центры научной, воспитательной работы и формирования познавательного туризма республиканского и международного масштабов.

Результаты исследований по музеям отражены в материалах научно-исследовательской работы «Развитие и территориальная организация туризма в Карагандинской области», выполняемой в рамках грантового финансирования МОН РК (3401/ГФ4).

Литература

1 Богданова Л.П., Ситникова Н.С. Роль музеев в развитии туризма в регионах Центральной России / Сб. материалов V Междунар. Научно-практ. конф. «Туризм и рекреация: инновации и ГИС–технологии». – Астрахань, 2012. – С.279–284.

2 Богомолова Ю.В. О научно – образовательной и просветительской роли музейного комплекса Томского государственного университета // Матер. V Междунар. Научно-практ. конф. 2015. – С.226-229.

3 Турсинбаева К.С., Абдреева Ш.Т. Музеи Казахстана и их роль в развитии туризма (на примере Карагандинской области). Туризм Казахстана: Проблемы и перспективы // Матер. V Междунар. Научно-практ. конф. Алматы: Қазақ университеті. 2014. – С.218-221.

4 Польша – страна объектов ЮНЕСКО. В память о жертвах нацизма. / Польская туристская организация, 2014. – С.5.

5 Хлевнюк О. Принудительный труд в экономике СССР // Свободная мысль. – 1992. – №13. С.75.

6 Абылгожин Ж.Б. Очерки социально – экономической истории Казахстана. XX век. Алматы: Университет «Туран», 1997. – С.238.

7 Земсков В.Н. Заключенные в 30 – е годы // Социологические исследования. – 1996. – №7. С.3.

8 ГУЛАГ в годы Великой Отечественной войны // Военно – исторический журнал. – 1991. – №1. – С.19.

9 http://dlyakota.ru/50359 – pechalnaya – istoriya – zhenskogo – konclagerya – ravensbryuk – 11 – foto. html #sthash.sFZAF0VJ.dpuf

10 http://tengrinews.kz/travel/evropeyskih – turistov – pozvali – v – karlag – 230687

References

1 Bogdanova L.P., Sitnikova N.S. Rol museev v rasvitii tourizma v regionach Zentralnoi Rossii / mat. V meqdun. nauchno – prak. konf. «Tourizm i rekreaziya: innovazii i GIS – technology». – Astrachan, 2012. – P.279 – 284.

2 Bogomolova U.B. O nauchno – obrasovatelnoi и prosvetitelskoi roli museinogo kompleksa Tomskogo gosudarstvennogo universiteta // mat. V meqdun. nauchno – prak. konf . 2015. – C.226 – 229.

3 Tursinbayeva K.S., Abdreeva Sh.T. Musei Kazakztan I ich rol v razvitii tourizma (na primere Karaganda obl.). Tourizm Kazakztan: Problem i perspektivi // Mat. V meqdun. nauchno – prak. konf. Almaty: Kazak universitet. 2014. – C.218 – 221.

4 Polska – strana obektov UNESKO. V pamyat o gertwach nazisma / Polska Tourizm organisaziya, 2014. – P.5.

5 Chlevnuk O. Prinuditelni trud v ekonomike SSSR // Svobodnaya misl. – 1992. – №13. P.75.

6 Abilgoqin Q.B. Ocherki sozialno – ekonomik istorii Kazakztan. XX v. Almaty: Universitet Turan. 1997. – P.238.

7 Semskov B.N. Sakluchennie v 30 – e godi // Sozialogicheskie issledovaniya. – 1996. – №7. P.3.

8 GULAG v godi Belikoi Otechestvennoi voini годы // Boenno – istoricheskii qurnal. – 1991. – №1. – P.19.

9 http://dlyakota.ru/50359 – pechalnaya – istoriya – zhenskogo – konclagerya – ravensbryuk – 11 – foto.html #sthash.sFZAF-0VJ.dpuf

10 http://tengrinews.kz/travel/evropeyskih – turistov – pozvali – v – karlag – 2306874

3-бөлім

АУЫЛ ТУРИЗМІ

Раздел 3

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ

Section 3

RURAL TOURISM

Erdavletov S.R.,
Aktymbayeva A.S.

Differentiation between the Concepts «Agrotourism» and «Rural Tourism»

The article deals with correlation between the terms «agrotourism» and «rural tourism» in conceptual and terminological apparatus of scientists from different countries. Currently, in foreign practice the concepts of rural tourism and agrotourism are the synthesis of various definitions which are diverse, voluminous, sometimes contradictory, that make it difficult to conduct comparative research of these types of tourism. The authors present their vision of inconsistency in this matter, they propose generalized - pluralistic interpretation of the concept «agrotourism», which includes such segments as agrotourism, rural tourism, tourism in rural areas and agrocultural tourism product.

In a broad sense, agrotourism is explored in territorial aspect, as the dominant key branch, i.e., other related industries technologically adjust to the proper nature-oriented environment. In this context, agrotourism is also considered as a kind of eco-tourism.

Key words: agrotourism, rural tourism, tourism in rural area, agrotourproduct, gastronomic tourism, enotourism, diversification of agriculture.

Ердавлетов С.Р.,
Актымбаева А.С.

«Агротуризм» және «ауылдық туризм» түсініктерін ажырату мәселелері

Бұл мақалада әр түрлі елдер ғалымдарының мағыналы-терминологиялық аппаратындағы «агротуризм» және «ауылдық туризм» терминдері арақатынастарының сұрақтары қарастырылады. Қазіргі таңда, шетел тәжірибесінде ауылдық туризм және агротуризм ұғымдары түрлі анықтамалардың синтезі болып табылады және олар алуан түрлі, көлемді, кей жағдайда қарама-қайшы болып келеді, осыған орай, туризмнің нақ осы түрінің салыстырмалы зерттеуін жүргізуге қиындықтар туғызады. Автор осы мәселеге байланысты өзінің көзқарасын келтіреді, өзіне агротуризм, ауылдық туризм, ауылды территориялардағы туризм және аграрлы туристік өнім секілді мәнді сегменттерді қамтитын «агротуризмнің» жалпылама-плюралистік түсіндірмесін ұсынады.

Кең мағынада аграрлық туризм территориялық аспектісінде үстемді негізгі сала ретінде қарастырылады, яғни басқа да ілеспелі салалар технологиялық тұрғыда табиғи-бағытталған ортаға тиісті икемделеді. Осыған орай, агротуризм экологиялық туризмнің бір түрі ретінде қарастырылады.

Түйін сөздер: агротуризм, ауылдық туризм, ауылды территориялардағы туризм, агротурөнім, гастрономиялық туризм, энотуризм, ауыл шаруашылығын әртараптандыру.

Ердавлетов С.Р.,
Актымбаева А.С.

К вопросу разграничения понятий «агротуризм» и «сельский туризм»

В статье рассматриваются вопросы соотношения терминов «агротуризм» и «сельский туризм» в понятийно-терминологическом аппарате ученых разных стран. В зарубежной практике понятия сельского туризма и агротуризма в настоящее время являются синтезом различных определений, которые разнообразны, объемны, порой противоречивы, что отражает трудности в сравнительном исследовании по этим видам туризма. Авторы приводят свое видение проблемы разночтения в этом вопросе, им предлагается обобщенное – плюралистическое толкование понятия «агротуризм», включающее в себя такие сущностные сегменты, как собственно агротуризм, сельский туризм, туризм на сельских территориях и аграрный туристский продукт.

В широком смысле аграрный туризм рассматривается в территориальном аспекте как доминирующая ключевая отрасль, т.е. другие сопутствующие отрасли технологически подстраиваются под соответствующую природно-ориентированную среду. В этой связи агротуризм также рассматривается как разновидность экологического туризма.

Ключевые слова: агротуризм, сельский туризм, туризм в сельской местности, агротурпродукт, гастрономический туризм, энотуризм, диверсификация сельского хозяйства.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

UDC 379.83.11

***Erdavletov S.R., Aktymbayeva A.S.**

Research Institute of Ecological Issues of Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty
*E-mail: erdavletov@mail.ru

DIFFERENTIATION BETWEEN THE CONCEPTS «AGROTOURISM» AND «RURAL TOURISM»

Introduction

Basically diversification of rural tourism assumes any number of heterogeneous elements (sub-sectors), which are acting systematically and thus fulfilling their target goals. The effective distribution of agrotourism, which can be one of the areas of economic diversification of economy of rural areas, will enhance sustainable development and competitiveness of agrocultural sector [1].

Taking into account the sustainable development of tourism around the world, it would be correct to assume that development of rural tourism sector should be in line with general development of tourism. However, the difficulties of research on trends of rural tourism development in the world and in the Republic of Kazakhstan are due to the fact that at present there is no general concept of the terms «agrotourism» and «rural tourism».

Undeveloped terminology is one of the urgent issues of modern tourism science. Even a cursory analysis of specialized literature reveals the presence of many fundamental discrepancies in comparison of interpretations offered by different authors. It should be noted that existence of such differences in conceptual and terminological apparatus of scientists in many areas is quite natural, and moreover very necessary for further improvement of science.

The development of agrotourism directly depends on the degree of favorable climate, especially in summer season, lakes, and the aesthetics of landscape as a whole. However, socio-economic parameters are also important, and in some cases are the determining factors. These include economic and geographical situation (EGS) of the region, natural-climatic conditions, environment, level of overall economic development, agriculture, service sector, in particular, the investment climate, the willingness of population to do business and other factors that shape the touristic offer, on the one hand, and determining the degree of risks, on the other [2].

Agrotourism involving tourism product involves a package of services ranging from accommodation in rural house, tours, meals and active participation in rural life. Every rural settlement which has necessary prerequisites for the development of this type of tourism, such as specialized guest-houses or houses of rural residents, adapted to receive tourists, can promote agrotourism. The residents

of villages who want to be engage in agrotourism, should provide the following services to agrotourists: comfortable accommodation, food, sightseeing, opportunity to participate in family economic activities – caring for animals, fishing, mushroom picking (berries, herbs), bathhouse, horse walks, etc.

Due to the fact that the owners of agri guest houses will not be able to provide all types of entertainment even for their tourists, they are forced to cooperate with other entities that can serve the guests of the village, and thus create additional infrastructure.

Agrotourism (rural tourism) includes visiting the countryside by tourists for recreation and (or) organization of entertainment in environmentally friendly (in comparison with urban settlements) areas. The main motives for selecting recreation such as rural tourism can be as follows: lack of funds to travel to expensive fashionable resort or hotel; traditional way of life in rural areas; the need for health improvement in climatic conditions recommended by a doctor; closeness to nature and opportunity to spend much time outdoors, in the woods; the opportunity to eat organic food; the need for a quiet life; an opportunity to join different culture and customs.

Materials and methods

The basis of the concepts «agrotourism» and «rural tourism» have been formulated in general terms by many touristic organizations and scientific developments of researchers from different countries, and some of them contain important elements that require further analysis. There are many formulations of the principles and objectives of these types of tourism, and their determinations.

The research is based on general scientific and special methods that take into account the specifics of the issue, and analysis of terminological diversity. Following scientific methods were used: historical approach, analysis, synthesis, abstraction, analogy. Category of particular methods includes structural-functional, computer technologies of data processing and presentation.

Results and discussion

There is an opinion which is difficult to avoid, that the above presented approach to the definition of agrotourism, considering it as synonym of rural or village tourism, is quite traditional, but not quite correct. It is, in particular, justified by G.A. Volkova-Goncharova and S.O. Markaryan in their article dealing with the concept «rural tourism» [3]. The article highlights typical situation in which the authors consider these concepts, and often the concept of agrocultural and ecological tourism as related and not requiring differentiation. Moreover, both theoreticians and practitioners of organization of tourism, including rural tourism mostly have such approach.

In contrast to this approach, the mentioned article proves that agri and rural tourism are quite different kinds of touristic activity. In terms of theory of organization of tourism, the distinction between them results in the fact that the adjective «agrocultural» characterizes the obligatory presence of the purpose of touristic travel, and the adjective «rural» - type of visited areas. In many ways, this approach is in line with the point of view of A.D. Chudnovsky, who links rural tourism with tourism in rural areas, and distinguishes ethnic, religious, cultural-educational, resort, professional, business, sports, adventure tourism and recreation tourism [4]. We should note that A.D. Chudnovsky does not completely clarify the differentiation of professional and business tourism, and it seems that though it may be possible in rural areas, but mostly at insignificant level. Also the content of the concept «touristic recreation» is not clear. And finally, it is fundamentally important, that he doesn't distinguish agrotourism as a separate type of tourism activity.

M.B. Birzhakov has similar approach to definition of this type of tourism activity, but he calls it rural tourism and like A.D. Chudnovsky doesn't distinguish agrotourism within it [5]. However, agrotourism, in a number of countries which have high level of rural tourism development, serves as its basis, and has specific features that are inherent only to it, but not to other types of tourism. Such typical feature is the ability to reduce tour cost (to receive a discount on accommodation and meals up to one hundred percent) in exchange for involvement of tourist in agrocultural production of the host. Special institutional mechanisms aim at providing this opportunity, the most famous of which are the programs such as World Wide Opportunities on Organic Farms and Willing Workers on Organic Farms. These programs foresee exchange of tourist's work for accommodation and food provided by the host, in 2011 farmers from 39 countries participated in WWOOF program. [6].

Participation of tourists in agrocultural production of the host often is not considered by them as some kind of «work duty» because allows to change the type of activity, gain new knowledge, skills, etc. That means that involvement in agrocultural production in this case is a kind of outdoor activities and a source of psychological rehabilitation by

gaining new knowledge and experience. Otherwise (and such precedents are also found in practice) participation in agrocultural production is linked solely with the desire to receive the above benefits, so that agrocultural component turns from end goal into intermediate goal, such as, for example, tool for ensuring tour accessibility.

Thus, the authors mentioned above, separating the concepts of rural and agrocultural tourism or, at least, considering rural tourism as an independent concept, justifying that the type of visited area is a separate classification feature for distinguishing the varieties of touristic activity, do not mention agrotourism at all or do not specify a definite differentiation between it and rural tourism, and do not show their place in classification of tourism activities, although mention a higher level of the type of visited area, on which basis namely rural tourism is distinguished. In order to fill this gap, taking the UNWTO terminology as a basis, we can propose the following definitions of rural and agrocultural tourism, indicating fundamental differences between them: rural tourism – is a group of functional types of tourism activities that can be implemented in rural areas and include activities of persons who are outside their usual environment, traveling and staying in rural area for recreation and other purposes; including participation in agrocultural production of host entity to gain new knowledge and skills, physical loads, impressions, as well as on the basis of other non-economic motives and (or) as exchange for a reward [7].

The differentiation of concepts of agrocultural and rural tourism and their formulated definitions, including qualification of agrocultural tourism as independent, having specific features of functional type of touristic activity; rural tourism - as a specific group of functional types; the type of visited areas – as classification feature on which basis this group is outlined, allow to clarify the hierarchy of classification features and types of tourist activity:

By exploring different trends in conceptual and terminological apparatus in most cases the definition of agrotourism is treated by specialists in monistic interpretation, which means the excessive use of analytical capabilities only in relation to conditions of tourism industry and reflects specific features of agrocultural production. Monistic influence determines the interpretation of agrotourism, which emerge at the merge of two industry markets – agrocultural and tourism markets.

International experts in the field of rural tourism explain «agrotourism» as - a sector of tourism industry, focused on the use of natural, cultural- historical and other resources of rural area and its specificity to create an integrated tourism product [8].

For example, M. Turkovsky gives the following definition: «Agrotourism is one of the possibilities of vacation and recreation and is carried out using the existing natural resources, free premises or facilities, and reserves of living labor» [9].

Agrotourism – The Association provides its definition: «Agrotourism - is the type of activity, organized in rural areas, which assumes complex services on accommodation, recreation, meals, food, excursions, recreation and sports activities, active kinds of tourism, fishing organization, hunting, acquisition of knowledge and skills, which are formulated and offered for guests» [8]. Based on this definition, agrotourism is focused on the use of agrocultural, natural, cultural and historical resources of the countryside and consequently its specificity for creating an integrated touristic product.

The system of concepts of tourism it is very important to observe a strict hierarchy. A more general concept is «tourism in rural areas», which should be distinguished from «rural tourism». In this case, the definition of «rural area» is a key element in the overall system of optimal variant of separation of tourism types on the basis of localization feature.

Modern interpretation of the rural area is based on such important characteristics that emphasize its difference from urban area: population density, size of settlements, degree of sparseness of settlements; structure of population employment, dominant sectors of economy; population lifestyle, mentality and traditions. Accordingly, the rural area can be defined as a set of territories that meet certain numerical resettlement criteria (established at national level), distinguish in prevailing development of agriculture as the main source of employment of population, as well as dissemination of rural way of life. In physical and geographical terms the rural area is characterized by the predominance of agrocultural (agro) landscapes.

It is necessary to clarify the concept of rural areas in order to use comparable statistical data on the development of tourism in rural areas in the countries of the world. Introduction of various numerical criteria for classifying settlements in rural or urban type in the countries makes it virtually impossible to obtain consolidated statistics on tourism in rural areas [10].

Pluralism (from the Latin pluralis - multiple) – is the position, according to which there are several or many origins or types of life which are independent and irreducible to each other, reason and forms of knowledge, styles of behavior and so forth.

In this research we propose a generalized – pluralistic interpretation of the concept of agrotourism, which includes such segments as agrotourism, rural tourism, tourism in rural area and agrocultural tourism product.

Agrotourism – is a related branch of agriculture, which allows to create new jobs, provide employment for rural population and the involved persons to increase the volume of primary production and personal incomes of citizens due to elements of relaxation and recreation.

To achieve completeness of mentioned interpretations in distinction between concepts «rural» and «agrocultural» tourism, it should be also emphasized that the scale of the considered phenomena in ambiguous. Rural tourism is usually concentrated in small agrotourism businesses which provide small amounts of agrocultural products. Depending on tourism and recreational potential, agrocultural tourism can have narrow areas of specialization. In this case, sports, event, ethnic, and ecological forms of tourism can become separate areas, which reflect specific form of agrotourism activity and produce a variety of commercial products, and in this case agrotourism villages serve as accommodation facilities. Tourism in rural areas can be defined as temporary trips of citizens to rural areas for the purpose of rest and recreation.

Consideration of tourism in rural areas (or rural tourism in its broadest sense) requires detailed characteristics of each type of tourism that is included into research scope based on localization feature. Rural tourism (in narrow sense of the word), eco-tourism, ethnographic tourism, partly naturalistic and educational, variety of medical and sports tourism can be attributed to the types of tourism, which are directly related to rural area.

Rural tourism – is a special kind of tourism that combines forms of organized and unorganized leisure of tourists in rural areas aimed at getting closer to rural nature, exploring the rural way of life and traditions of farming both at professional and non-professional levels [10]. In the latter case, the flow of tourists into rural area are defined by their natural desire to spend their free time in the bosom of agrocultural landscapes, feel the specifics of rural life and organize leisure activities, learn to communicate and work together with people living in villages.

Therefore, rural tourism is one of the types of tourism that shape tourism in rural area according to territorial features, but in any case, is not synonymous with tourism in rural areas. Rural tourism stands out as a separate type of tourism on the basis of certain forms of leisure activities and motivation of making touristic trips.

Rural tourism in narrow sense is closely related to other types of tourism, developing in rural areas. Sometimes they are related so closely that it is possible to speak about their merging. Moreover, in some cases, other types of tourism have initiated the development of rural tourism. It may seem that own possibilities and resources of rural tourism are insufficient for its active promotion on market of touristic services. However, we should keep in mind the varieties of rural tourism, which actively develop without any help, gastronomic tourism, wine or «beer» tourism.

Thus, concept of agrotourism in the framework of pluralistic direction is in line with the context of segmentation and outlining of specific concepts.

The work of researcher D. Kovacs is also noteworthy, which reflects the confident research position on introduction of structuring of the basic elements within common system of definitions of foreign rural tourism, developing in two directions; agrotourism as direction of diversification of touristic activity and agrotourism as the basis for sustainable development of rural areas [11].

Rural tourism is geographically tied to specific territories, respectively, the development of theoretical and methodological foundations for its development is interlaced with the development of conceptual apparatus of «rural tourism» in direct proportion to regional conditions and socio-economic prerequisites.

It becomes obvious that the concepts of «rural tourism» can vary greatly in different countries depending on the existing approaches of the research team to this kind of activity. Rest in rural area is considered as general trend.

In addition to the main features of tourism development in international practice, we can outline a whole series of important events that lead to significant increase of touristic flows and diversification of their territorial focus. Such phenomena, which represent particular importance to the development of tourism in Kazakhstan, include extending of scopes and diversification of forms of rural tourism. Definitions of rural tourism are very diverse and in different countries, this concept can be interpreted in different ways, depending on criteria used for allocation of rural areas or villages. Rural tourism is often combined with other types of tourism – sports, health improvement, route, ethnic, etc. In modern conditions it is not always possible to distinguish between rural tourism and recreation in countryside house (especially in cases where

countryside house is rented for the summer season, or is a living house in the countryside).

Development of rural tourism facilitates the improvement of rural houses, streets, village, stimulates the development of social infrastructure. Of course, at the beginning stage, the tourists are served on the basis of the existing housing stock using local recreational and infrastructural resources. When people who are involved in this business activity will receive incomes resulted from these activities, they will invest in the improvement of public housing, streets; make joint efforts to improve service sector.

Development of rural tourism plays the essential role in raising cultural and educational level of rural population. During preparation to receive and serve the travelers, members of farm families have to learn about housekeeping, hygiene and sanitation, cooking, etc., and communication with guests broadens their horizon, gives the opportunity to meet people, make friends in other towns [12].

Analyzing the above material, we can identify main problems to be solved in rural areas through the development of rural tourism (Figure 1).

Furthermore, tourism often has an impact on socio-cultural aspects of rural life. Positive effect is that rural tourism contributes to a better use of available resources (land, labor, capital, natural and cultural values), socio-economic changes, contributes to protection of cultural heritage and environmental conservation, provides more social contacts with locals and increases their chance to learn more about other cultures.

Thus, rural tourism is a suitable tool for revival of declining rural areas and ensuring their self-sufficient future by preserving or creating jobs, expanding types of works and services, farm support, cultural maintenance, landscape and natural resource management, as well as rural arts and crafts aimed to attract tourists.

In general, in this regard, mass dissemination of rest in country side houses in Kazakhstan makes it unique compared to other countries of the world (except for some former Soviet republics). Abroad, as a rule, only very wealthy people can afford country side houses. In some countries, such as Germany, there are quite numerous «analogues» of country side houses, but in most cases they are actually located in the city, often at a distance of less than half an hour walk from the place of residence of the owners. Furthermore, they are small in size and assume different type of recreation. In general, the presence of country houses and gardens of many of people in Kazakhstan can be considered as a factor which largely «distracts» them from practicing different forms of tourism [12].

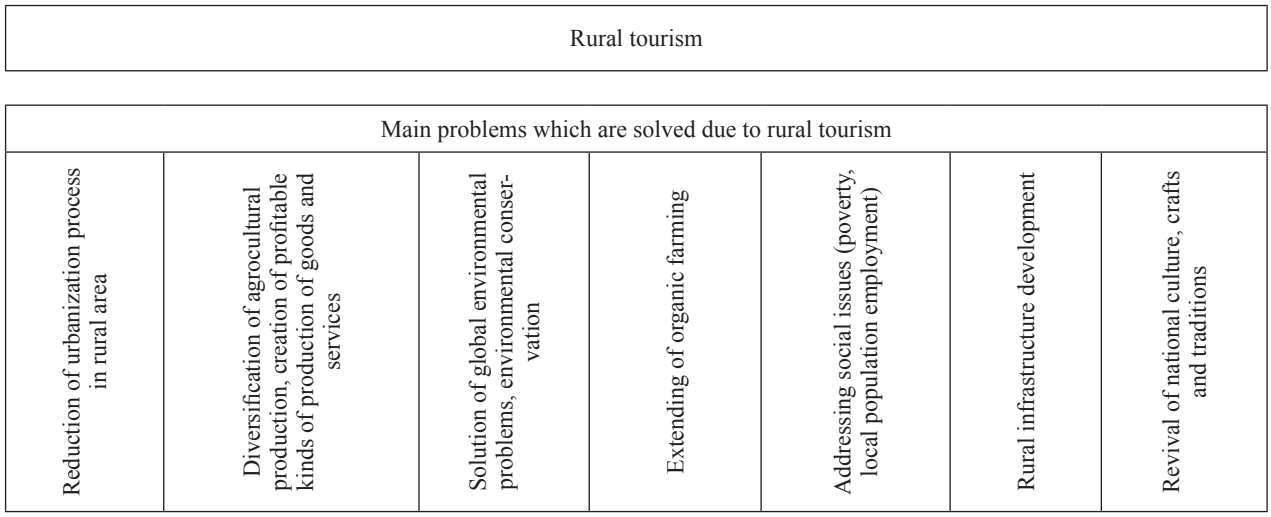


Figure 1 – The main problems to be solved in rural areas through rural tourism development [12]

In Spain rural tourism and in Switzerland farm tourism – is recreation on farms, in rural houses, small rural hotels, as well as ancient castles, reconstructed as high class hotels with a full range of services for relaxation [8]. In Cyprus, rural tourism means vacation in national village or agrocultural park- museum in the open air [13].

Rural tourism in Poland means maximum possible use of resources of agrocultural sector to meet all needs. In terms of communication, the term «ecological village» is actively used, ie «socially oriented area that provides recreation in natural environment using traditional means of accommodation and food» [14].

In Germany, rural (natural, soft) tourism refers to a segment of tourism market, the specific features of which are recreational activities in nature in attractive rural areas, in protected natural areas. This segment includes a number of different activities: scientific tourism, wildlife watching, photography and consumer activities (fishing and hunting), as well as sports and adventure tourism [15].

In the US, exists the concept of «green tourism», which is defined as a full value rest in rural area, when the tourists experience rural way of life for some period of time, learn about local culture, customs and crafts, participate in traditional rural labor, national holidays and festivals [3].

Rural tourism as a relatively new phenomenon, which is rapidly developing abroad only during the last decade, and becoming recognizable in Kazakhstan, has many definitions (Table 1) [16].

All definitions cover only part of the concept «rural tourism». The most accurate is the definition of S.R. Yerdavletov (2010): Rural tourism – is a set of relations and phenomena that occur during the journey and stay of people in rural areas, which are related to agriculture or forestry, land cultivation or animal husbandry, using natural and cultural attractions or trumps of daily life of village residents and organized by entities, not necessarily related to this area due to economic or social aspects. In our opinion it would be best to combine two definitions given by S.R. Yerdavletov and the World Tourism Organization.

Table 1 – The definitions of «rural tourism» done by various authors and organizations [16]

№	Author	Content of definition
1	World Tourism Organization	Rural tourism – is a segment of travel market, which distinguishing features are recreational activities in nature in attractive rural areas, in protected areas. This segment includes a number of different activities: scientific tourism, wildlife watching and photography, consumer activities (fishing and hunting), as well as sports and adventure tourism.
2	L.V.Efremov	Rural tourism – is tourism outside the city, in areas with low population density
3	A.P. Ioshenko	Rural tourism - is a set of various services when staying at village house, eco-tours, adventure trips, and direct participation in local rural population's life
4	A.S. Kuskov, Y.A. Jaladyan	Rural tourism - is recreation of the city people in a rural guest houses, built by rural family on the basis of their own residential house and garden, as well as on land plot designated for farming. The principal figure, who provides accommodation, food and sightseeing in the countryside is a rural family
5	A.B. Zdorov	Rural tourism – travels focused on rural areas with respectively undisturbed ecosystems and ethno-cultural complexes, providing a direct contribution to addressing the issues of the rural population and subject to adequate management regime based on sustainable development.
6	Agrotourism Development Association	Rural tourism – is a type of activity, organized in rural areas, involving formation and provision of complex services on accommodation, recreation, food, excursions, recreation and sports activities, fishing and hunting, acquisition of knowledge and skills, as well as opportunities for active types of tourism

In this case, the definition of rural tourism would look as follows: rural tourism – is a set of relations and phenomena that occur during the journey and stay of people in rural areas related to agriculture or forestry, agriculture or animal husbandry using natural or cultural attractions or trumps of daily life of residents of village, as well as a number of different activities: ranging from scientific tourism, wildlife watching and photography, to consumer activities (fishing and hunting) as well as sports and adventure tourism.

Agrotourism – is a set of relations and phenomena that occur during the journey and stay of people in functioning agrocultural enterprise, organized by the owners of enterprise using own resources and touristic sightseeing. It is a form of rural tourism, which involves people looking for calm and quiet life and interested in the life and customs of the village.

Conclusion

In a broad sense, agrocultural tourism is considered in territorial aspect as a dominating key branch, i.e., other related industries technologically adjust to the proper nature-oriented environment. In this context, agrotourism is also considered as a kind of eco-tourism.

From geo-demographic point of view agrotourism – is tourism outside the city, in areas with low population density. From recreational point of view – it is a set of a variety of services ranging from accommodation in a rural house, eco-tours, adventure trips to direct participation of local population.

Another feature of agrotorism – is the lack of a single universal concept which is equally applicable to conditions in different countries, however, agrotourism is successfully operating as an efficient sector of modern tourism industry. In Europe, for example, it has been rapidly developing during past two decades. Use of new information technologies and methods of organization of tourism industry facilitated this development to a large extend, which enhanced the increased volume of services in a number of countries to industrial scale [17].

Agrotourism can be regarded as a social dumper in restructuring of agrocultural sector of economy. It can prevent unemployment and migration, decrease of living standards and other negative phenomena leading to degradation of the village.

The success of agrotourism industry as agrotourism sector is provided by a number of factors: high economic efficiency of the model at micro economic level, flexibility of touristic product, modern organization of agrotourism business, use of modern information technologies, creation of electronic databases and interactive agrotourism portals.

High economic efficiency of the model at micro economic level - is a highly effective cost structure of each farm in formation of touristic product, which provides low cost and, therefore, its high level of competitiveness compared with other, more high cost, and therefore, more expensive types of tourism products. Low-cost agrotourism can compete in terms of «price - quality» with other types of tourism.

Agrotourism product meets the key requirements of modern product, as it is targeted, comprehensive and flexible. Current trend towards individualization of tourist services package and the increasing popularity of individual tourism (from VIP to the simplest client's requests). The product is focused at a large segment of the effective demand, meeting the demands of a wide social stratum - middle class, which ensures a consistently high level of demand on tourist services market.

References

1 Poslaniye Prezidenta Respubliki Kazakhstan – Lidera natsii N.A. Nazarbayeva narodu Kazakhstana Strategiya «Kazakhstan – 2050» (Novyy strategicheskiy kurs sostoyavshegosya gosudarstva). - Astana: Akorda, 2012. – 56 s.

2 Mozgunov N.A. Sel'skiy turizm kak faktor razvitiya territorii (na primere Orlovskoy oblasti) // Orlov: Regional'nyye issledovaniya, 2010. – № 2 (28). – S. 69-82.

3 Volkova-Goncharova T.A., Markaryan S.O. Ponyatiye i sotsial'no-ekonomicheskaya funktsiya sel'skogo turizma // Vestnik SGUTiKD.. – SPb., 2011. - № 2 (16).- S. 22-25.

4 Turizm i gostinichnoye khozyaystvo: Uchebnik / Pod red. A.D. Chudnovskogo. Izd. 2-ye pererab. dop. - M.: YURKNIGA, 2005. – 448 s.

5 Birzhakov M.B. Vvedeniye v turizm. – SPb: Izdatel'skiy torgovyy dom «Gerda», 2000. – 118 s.

6 WWOOF – World Wide Opportunities on Organic Farms // http://www.wwoof.org.

7 Gvarliani T.Ye., Borodin A.N. Sel'skiy i agrarnyy turizm kak spetsificheskiye vidy turizma // M.: Terra economicus. - Tom 9. - № 4. - Chast' 3. - 2011. S. 61 - 65.

8 Assotsiatsiya razvitiya agroturizma / Internet-portal. Vse ob agroturizme [Elektronnyy resurs]. Rezhim dostupa: www.agrotourism.ru

9 Zdorov A.B. Ekonomika turizma: Uchebnik. – M.: Finansy i statistika, 2004. – 272 s.

10 Geografiya turizma: uchebnik / kol. avtorov; pod red. A.YU. Aleksandrovoy – M.: KNORUS, 2008. – 592 s.

11 Kovács D. Falusi turizmus az átalakuló mezPgazdaság és a vidék gazdaságának egyik diverzifikációs lehet. – Psége Magyarországon. Doktori (Ph.D.) értekezés, Szent István Egyetem, – GödöllP. – Polka, 2002. - 201 r.

12 Pugach N.A. Pol' sel'skogo turizma na sele // Agroturizm: opyt, problemy, resheniya: Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. / Pod red. I.L. Vorotnikova. – FGBOU VPO «Saratovskiy GAU», 2012. – 102 s.

13 Krivtsov N.V. Istoricheskiy putevoditel'. Kipr – ostrov bogov i svyatykh. – M.: Veche, 2001. – 217 s.

14 Kaz'mina Ye.B. Razvitiye uslug sel'skogo turizma v Rossiyskikh regionakh: Avtoreferat, k.e.n, 09.10.12. – M.:FGBOU VPO «Gosudarstvennyy universitet upravleniya», 2012. – 24 s.

15 Zdorov A.B. Agroturistskiy kompleks: prognozirovaniye regional'nogo razvitiya: monografiya. - M.: RIB Turist, 2007. - 315 s.

16 Drzewiecki M. Agroturystyka – zalozenia, uwarunkowania, dzialania. - Warszawa, 2001. – Vol. 21, iss. 15.– 128 r.

17 Nefedova M. Rekreatsionnoye ispol'zovaniye territorii. – M.: Nauka, 1980. – 182 s.

Искакова К.А.,
Актымбаева А.С.,
Жакупова А.А.

Концептуальные подходы в организации сельского туризма (мировой опыт)

В статье проанализирован и систематизирован опыт зарубежных стран в развитии и территориальной организации отдельных видов современного сельского туризма.

Рассматриваются несколько моделей организации сельского туризма по национальному колориту в мире. Здесь выделяются четыре основные модели: западноевропейская, восточноевропейская, азиатская и англо-американская. При успешной реализации той или иной модели сельский туризм в разных странах за последние два десятилетия стал высокодоходным сектором туриндустрии.

Развитие сельского туризма, помимо экономических, преследует социальные и социокультурные цели: остановить деградацию сельских районов, их обезлюживание и рост негативных социальных явлений, сохранить и отчасти воссоздать культурное наследие, национальную самобытность регионов.

В широком смысле сельский туризм можно рассматривать как доминирующую отрасль в территориальном аспекте, когда остальные отрасли (дорожное хозяйство и транспорт, снабжение продовольствием и торговля, народные ремесла и культурологические мероприятия) подстраиваются технологически под соответствующую природно-рекреационную среду.

Ключевые слова: сельский туризм, модели развития сельского туризма, агротуризм, опыт зарубежных стран.

Iskakova K.A., Aktymbayeva A.S.,
Zhakupova A.A.

Conceptual Approaches to Organization of Rural Tourism (World Experience)

The article includes the analyses and systematization of experience of foreign countries in the development and territorial organization of certain types of modern rural tourism.

Several models of organization of rural tourism in the world have been explored according to national specifics. There are four basic models: Western European, Eastern European, Asian and British-American. Over the past two decades tour-industry sector has become a highly profitable sector of tourism industry in different countries due to the successful implementation of a certain model of rural tourism.

In addition to economic goals, rural tourism development has also social and socio-cultural goals: eliminate the degradation of rural areas, depopulation and increasing negative social phenomena, preserve and partially reconstruct cultural heritage, and national identity of regions.

In a broad sense, rural tourism can be regarded as dominant sector in territorial aspect, when the rest of the sectors (road maintenance and transport, food supply and trade, crafts and cultural events) are technologically adjusted to appropriate natural and recreational environment.

Key words: rural tourism, rural tourism development model, agritourism, experience of foreign countries.

Искакова К.А.,
Актымбаева А.С.,
Жакупова А.А.

Ауылдық туризмді ұйымдастырудағы тұжырымдамалық көзқарас

Мақалада ауылдық туризмнің заманауи түрлерін дамыту мен территориялық ұйымдастырудың шетелдік тәжірибелері анализделіп, жүйеленген. Ауылдық туризмді әлем бойынша ұлттық колоритте ұйымдастырудың бірнеше моделі қарастырылады. Мұнда төрт модель ерекше атап өтіледі: Батыс Европалық, Шығыс Европалық, Азиялық және англо-американдық. Қандай да бір моделін табысты іске асыру арқасында ауылдық туризм соңғы екі онжылдықта әр түрлі елдерде туриндустрияның жоғары табысты секторына айналды.

Ауылдық туризмнің дамуы экономикалық мақсаттармен қоса әлеуметтік және әлеуметтік-мәдени мақсаттарды да көздейді: ауылдық аудандардың деградациясын тоқтату, халықтан босату және теріс әлеуметтік құбылыстардың өсімі, мәдени мұраны және аудандардың ұлттық нақышын сақтап қалу және қалпына келтіру.

Кең мағынасында ауылдық туризмді табиғи-рекреациялық ортаға технологиялық тұрғыдан бағынатын өзге салаларға қарағанда (жол шаруашылығы мен транспорт, өндіріспен қамтамасыз ету және сауда, ұлттық өнер мен мәдени шаралар) территориялық аспект бойынша басты сала ретінде қарастыруға болады.

Түйін сөздер: ауылдық туризм, ауылдық туризмді дамытудың модельдері, агротуризм, шетелдік тәжірибе.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 631.95

[1]Искакова К.А., [1*]Актымбаева А.С., [2]Жакупова А.А.

[1]Научно-исследовательский институт Проблем экологии
Казахского национального университета имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
[2]Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: alia_79-30@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ В ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА (МИРОВОЙ ОПЫТ)

Введение

Процесс диверсификации сельского хозяйства поставлен во главу угла перспективного развития отраслевой экономики. Вступление Казахстана во Всемирную торговую организацию (далее ЮНВТО), а также вхождение в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира, являются важнейшими приоритетами экономической политики республики. Важным фактором успешного вступления Казахстана в ЮНВТО и в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира, является повышение общего уровня конкурентоспособности экономики республики, в том числе ее аграрного сектора [1-3].

Развитие агропромышленного комплекса (далее АПК) республики в последние годы шло поступательно. Наблюдались позитивные сдвиги в сторону увеличения производства сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. Но, несмотря на достигнутые успехи в сельском хозяйстве республики, на долю аграрного сектора приходится лишь 10 % валового внутреннего продукта.

В современном Казахстане рынок труда сельских территорий – трудоизбыточный, при одновременной нехватке квалифицированных и высококвалифицированных работников (безработица составляет в разрезе 27–37 %, это в среднем; реальные цифры еще больше из-за роста неформальной занятости и в силу того, что сельские жители просто не регистрируются в службах занятости). Если к формам открытой безработицы добавить еще и скрытые формы, выраженные в снижении заработной платы, то проблема трудоизбыточности в сельской местности остается одной из самых острых [3].

Становление сельского туризма является важным направлением повышения экономики сельского хозяйства, туристской индустрии и вследствие этого достижения экономической стабильности государства в целом. Эксперты отмечают, что туризм позволяет сочетать диверсификацию сельскохозяйственной деятельности с валоризацией (повышением стоимости) производимой в ее рамках продукции и имеющейся в сельхозяйственных организациях недвижимой собственности. Он способствует преодолению процесса деградации и оттока насе-

ления с сельских территорий, повышению их инвестиционной привлекательности [4]. Однако планирование и организация сельского туризма требует тщательной научной проработки и изучения опыта других стран.

Исходные данные и методы исследования

В исследовании были использованы материалы Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан, статистические сборники об экономическом и социальном развитии Казахстана; данные областных управлений сельского хозяйства, экологии и биоресурсов, туризма, культуры, экономики; фондовые, проектные отчётные и другие материалы, материалы диссертаций по рекреационной географии, географии туризма, некоторым отраслям сельского хозяйства.

Использовались следующие методы исследования: системный анализ; обзор зарубежных материалов; картографический.

Результаты и обсуждение

Сельский туризм – особый вид туризма, объединяющий формы организованного и неорганизованного отдыха туристов в сельской местности в целях приобщения к сельской природе, знакомства с сельским образом жизни, традициями ведения сельского хозяйства, как на профессиональном, так и непрофессиональном уровне [5-6].

Сельский туризм является одним из видов туризма, формирующих туризм в сельской местности по территориальному признаку, но ни в коем случае не является синонимом туризма в сельской местности. Сельский туризм выделяется как самостоятельный вид туризма на основе отдельных форм досуговых занятий и мотивации свершения туристских поездок.

Сельский туризм в узком смысле тесно связан с другими видами туризма, развивающимися в сельской местности. Подчас связь с ними настолько тесна, что можно говорить об их сращивании. Более того, в отдельных случаях именно сторонние виды туризма инициировали развитие сельского туризма. Может сложиться впечатление, что собственных возможностей и ресурсов сельского туризма недостаточно для его активного продвижения на рынок туристских услуг. Однако нельзя забывать о непосредственных разновидностях сельского туризма, активно развивающихся без какой-либо помощи – гастрономическом туризме, винном или пивном туризме.

Сельский туризм географически привязан к определенным территориям, соответственно выработка теоретико-методологических основ для его развития переплетена с разработкой понятийного аппарата «сельского туризма» в прямой зависимости от региональных условий и социально-экономических предпосылок.

Очевидным становится, что концепции «сельского туризма» могут значительно отличаться в разных странах в зависимости от имеющихся подходов исследовательской группы к этому виду деятельности. В качестве общей тенденции рассматривается отдых в сельской местности.

В зависимости от территориального положения той или иной сельской местности можно выделить условные географические типы сочетаемости сельского туризма с другими видами туризма:

– континентальный тип туризма охватывает значительные внутренние территории, не имеющие выхода к морю, характеризуется преимущественным сочетанием сельского туризма с познавательным и спортивным (Альпийский регион);

– приморский тип отличается сочетаемостью сельского, познавательного и купально-пляжного туризма (южное побережье Испании, Франции, Италии);

– островной тип – туризм, в котором доминирует сочетание сельского и купально-пляжного туризма (Балеарские и Канарские острова, Кипр, Мальта, греческие острова Эгейского моря) [6].

В мире существует несколько моделей организации сельского туризма по национальному колориту. Здесь выделяются четыре основных модели: западноевропейская, восточноевропейская, азиатская и англо-американская. При успешной реализации той или иной модели сельский туризм в разных странах за последние два десятилетия стал высокодоходным сектором туриндустрии.

В Европе успешно работают свои модели сельского туризма. Это британская, французская, итальянская, германская.

Признанным лидером в Европе по сельскому туризму считается Италия. Именно с этой страны началось победное шествие сельского туризма по всему миру. Официальное признание и господдержку он получил лишь в 1985 г., когда правительство приняло закон о содействии сельскому туризму.

Во Франции еще в 1971 г. была создана ассоциация «Туризм в сельской местности», координирующая организацию сельского туризма в национальном масштабе.

Во многих странах (Кипр, Венгрия, Польша, Болгария и др.) разрабатываются специальные государственные программы по развитию сельского туризма, при поддержке властей образуются необходимые для функционирования этой отрасли государственные, общественные или частнопредпринимательские организационные структуры – объединения агротуристских хозяйств.

Интересен опыт развития сельского туризма на Кипре. Здесь власти следят, чтобы инвестиции на развитие сельского туризма получали лишь те крестьяне, которые купили дома в деревнях до 1989 года, т.е. настоящие местные жители, а не бизнесмены, думающие лишь о своей выгоде, и чтобы деревни не перенаселялись агротуристами, чтобы этот вид отдыха не терял свой изначальный смысл.

Помимо экономических, такая государственная политика преследует социальные и социокультурные цели: остановить деградацию сельских районов, их обезлюживание и рост негативных социальных явлений, сохранить и отчасти воссоздать культурное наследие, национальную самобытность регионов [1].

В широком смысле аграрный туризм можно рассматривать как доминирующую отрасль в территориальном аспекте, когда остальные отрасли (дорожное хозяйство и транспорт, снабжение продовольствием и торговля, народные ремесла и культурологические мероприятия) подстраиваются технологически под соответствующую природно-рекреационную среду [2].

Как показывает мировая практика, сельский туризм в первую очередь предназначался для соотечественников и был призван стимулировать внутренние турпотоки, только на определенном этапе развития агротуры становятся привлекательными для иностранцев. Во многих странах мира аграрный туризм превратился в сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и иную ее специфику для создания комплексного туристского продукта. Обязательным условием развития аграрного туризма является то, что средства размещения туристов должны находиться в сельской местности [3].

Однако развитие агротуризма (сельского туризма) в разных географических регионах имеет свои особенности. А. А. Баканова определила четыре основные модели, по которым возможно развитие агротуристской деятельности (таблица 1) [4].

Таблица 1 – Агротуристские модели и страны, их практикующие [4-6]

Агротуристская модель	Страны
Англо-американская	Великобритания, США, Канада
Азиатская	Шри-Ланка, Малайзия, Япония
Западноевропейская	Франция, Италия, Испания, Германия, Дания, Финляндия, Австрия и другие страны Западной Европы
Восточноевропейская	Болгария, Польша, Чехия, Литва, Кипр, Греция

Англо-американская модель возникла в англоязычных странах в послевоенный период, когда национальная экономика пребывала в тяжелом состоянии и требовала немедленных мер по выходу из кризиса. В этот период началось активное строительство автодорог, активизировался автотуризм. Именно авторуристы стали в англоязычных странах основными потребителями услуг сельского туризма. Этот факт обусловил следующие характерные черты данной модели:

– ориентированность на внутренний туризм;

– предоставление основного набора услуг, поскольку дополнительные услуги, как правило, не востребованы;

– пренебрежение национальной спецификой (за исключением Англии, где национальная специфика выражена достаточно ярко).

Азиатская модель сельского туризма является полной противоположностью англо-американской модели, поскольку предполагает национальный колорит, большое количество дополнительных услуг и размещение агротуристов в специально построенных «VIP-деревнях» или

дорогих национальных гостиницах, расположенных в сельской местности. Азиатская модель развития агротуризма может практиковаться только в тех странах, где выработана высокая культура гостеприимства, туриндустрия находится на довольно высоком уровне и наблюдается стабильный приток иностранных туристов из года в год.

Западноевропейская модель возникла в 1970-е годы во Франции и Италии на фоне кризиса сельского хозяйства, связанного с потерей конкурентоспособности агропродукции на международном рынке. В данном случае агротуризм стал мерой, принятой Евросоюзом для предотвращения деградации и депопуляции аграрного сектора. Факторами успешности развития и функционирования западноевропейской модели являются [7-8]:

– системная государственная поддержка агротуристских хозяйств;

– нормативно-правовое и рекламно-информационное обеспечение продвижения совокупного национального и региональных агротуристских продуктов;

– создание ассоциаций субъектов агротуризма, поддерживающих порталы с базами данных по всему агротуристскому сектору;

– финансовая поддержка – система льготного кредитования или дотирования агротуристских хозяйств;

– достаточно высокий уровень комфортности и хорошее состояние жилого фонда (как правило, это частные дома с автономной системой обеспечения).

Восточноевропейская модель сельского туризма распространена в странах Восточной Европы – Болгарии, Польше, Чехии, а также в Греции и на Кипре. Формирование этой модели происходило в условиях слабо развитого жилищно-коммунального фонда сельского сектора, поэтому требовала разработки программ по реконструкции деревень, соответственно, эта модель, в отличие от западноевропейской модели, является более затратной [4].

На сегодняшний день сложились несколько национальных европейских моделей организации сельского туризма: британская, французская, германская, итальянская, чешская, испанская, польская и латвийская модель.

Характерными чертами британской модели являются системы размещения, предусматривающие как контакт с семьей фермера, так и возможность самостоятельного обслуживания, а также, ввиду развитой культуры верховой езды, частые практики общения с животными, поездки. Британская модель включает элементы познавательного и экологического туризма.

Французская модель включает разнообразные формы классического сельского туризма, изменяющиеся в зависимости от близости к морю. Также модель предполагает больший уклон в сторону гастрономического и винного туризма. Формы размещения туристов в меньшей степени предполагают проживание с фермером; туристы размещаются в коттеджах.

Для немецкой модели, по сравнению с французской, очень характерно проживание и питание в доме фермера. Также сельский туризм тяготеет к фермерскому, к непосредственной работе в полях или в огороде. Событийный туризм тоже необходимо отнести, в рамках данной модели, к сельскому, виду частых поездок жителей в сельскую местность в период проведения фестивалей.

Итальянская модель делится на три основных направления по специфике предоставления услуг. Это совмещения типичного отдыха в сельской местности с восстановлением здоровья (экотуризм), изучением гастрономии и продуктов местного производства, которые отличаются ввиду их территориальной расположенности, а также занятия спортом. Размещение туристов происходит в апартаментах и комнатах. Иногда встречаются палаточные городки.

Чешская сельская местность привлекает отдыхом в известных винодельческих регионах и регионах, граничащих с заповедными территориями. Для Чехии это сравнительно недавний вид отдыха в селе, поэтому предприниматели склонны рассматривать его как возможность диверсифицировать свой агробизнес. Самый распространенный вид туризма сочетает посещение конных ферм и погружение в аутентичный сельский образ жизни.

Испанская модель – одна из самых наиболее развитых. Распространен отдых в деревне, отдых на ферме, знакомство с бытом, гастрономией, уход за животными.

Польская модель отличается четким разграничением хозяйств, принимающих туристов на те, для которых это единственный бизнес, и те, которые рассматривают туристскую деятельность как источник дополнительного дохода. Средства размещения разнятся в стоимости и качестве предоставляемых услуг

В Латвии сельский туризм – это такой вид отдыха, который предполагает нахождение туриста в сельской местности с численностью

местных жителей до 5000 или в поселении, и предоставлении ему персонализированных услуг, связанных с погружением в быт, образ жизни и традиции фермера. Особенность понимания сельского туризма в Латвии – он должен трудоустраивать и приносить доход тем людям, которые проживают непосредственно в той местности, куда приехали туристы. Это позволяет рассматривать латвийскую модель сельского туризма как инструмент развития территории, а не только как вид туризма. Размещение – до 20 койко-мест, при этом количество мест для туристов – до 50% от мест постоянного проживания. Проведение выездных мероприятий и прием массового туриста, согласно критериям латвийской модели, нельзя считать сельским туризмом. К не рекомендованным видам отдыха относятся активные виды спорта, гольф, палаточные площадки, лыжный спорт. Поддерживается высокий уровень местной кооперации, сотрудничество для достижения общего эффекта, в том числе экономического (таблица 2).

Таблица 2 – Программы развития сельского туризма в некоторых государствах зарубежной Европы [5]

Страна	Предпосылки развития сельского туризма	Основные задачи	Основные инструменты	Источники финансирования	Значение сельского туризма
Великобритания	Возможное в будущем выведение земель из сельскохозяйственного оборота, наличие памятников пер-вобытной куль-туры в сельской местности	Развитие фермер-ского туризма, устранение терри-ториальных дис-пропорций в уров-нях развития сель-ского туризма	Кредитование и дотирование программ развития сельского туриз-ма, отстаивание интересов ферме-ров туристскими организациями	Государство + частные инвесторы	Альтернатива аграрной специализации
Франция	Наличие неудобных и малопродуктивных земель, возможности сочетания сельского туризма с познавательным, спортивным и лечебным туризмом	Устранение терри-ториальных дис-пропорций в уров-нях развития сель-ского туризма, раз-витие гастрономи-ческого и винного туризма	Продвижение турпродуктов северо-западных департаментов, адресная поддержка фермеров и их проектов	Государство + частные инвесторы	Альтернатива аграрной специализации
Германия	Контрасты в уровнях социально-экономического развития отдель-ных федеральных земель, возможность сочетания сельского туризма с познавательным, спортивным и лечебным туриз-мом	Развитие фермерс-кого туризма, сель-ского туризма на базе событийного туризма	Адресная поддержка фермеров и их проектов, продвижение турпродуктов менее развитых земель	Сами фермеры, чаяные инвесторы и государство (в меньшей степени)	Сопутствующая специа-лизация в развитых землях, альтернатива аграрной специализации в менее развитых землях быв-шей ГДР
Италия	Депрессивное состояние аграрных районов юга страны, возможность сочетания сельс-кого туризма с купально-пляж-ным, познавательным, спортив-ным и лечебным туризмом	Развитие фермер-ского и гастроно-мического туризма	Стимулирование восстановления сельских домов и строительство коттеджей, прод-вижение сельс-кого турпродукта южных провин-ций	Государство + частные инвесторы	Альтернатива аграрной специализации

Продолжение таблицы 2

Испания	Депрессивное состояние аграрных районов на юге страны, возможность сочетания сельского туризма с купально-пляжным, познавательным, спортивным и лечебным туризмом	Развитие сети детских лагерей, создание сети отелей на базе старинных замков, развитие гастрономического туризма	Стимулирование восстановления сельских домов и строительство коттеджей, продвижение сельского турпродукта внутренних провинций	Государство + частные инвесторы	Альтернатива аграрной специализации
Австрия	Возможность сочетания сельского туризма с познавательным, спортивным и лечебным туризмом	Развитие фермерского туризма, повышение доходов фермеров от приема туристов	Координация раз-вития сельского туризма специализированными организациями, снижение налогового бремени	Сами фермеры (преимущественно) + частные инвесторы	Сопутствующая специализация в аграрных регионах
Румыния	Депрессивное состояние аграрных регионов, богатый рекреационный потенциал сель-ской местности	Совершенствование средств размещения, развитие инфраструктуры в сельской местности, повышение предпринимательской культуры крестьян, продвижение сельского турпродукта	Кредитование крестьянских хозяйств, развивающих сельский туризм, обучение крестьян европейским стандартам обслуживания, улучшение транспортной сети в сельской местности	Государство (преимущественно)	Альтернатива аграрной специализации

Принимая во внимание тот факт, что определенная часть жителей Европейского Союза (далее ЕС) проживают в сельской местности, необходимо обратить внимание на сбалансирование уровня развития урбанистических и сельских территорий. Под сельской местностью здесь принято понимать территорию с населением не более 5000 и с плотностью не более 300 человек на 1 км.

В период глобальных изменений потребительского поведения и фокусировки на ценностях устойчивого развития, сельский туризм выступает инструментом сглаживания разницы между более развитыми урбанизированными регионами и менее развитыми сельскохозяйственными. Основная идея сельского туризма – персонализированный подход по предоставлению услуг размещения, проживания, питания в сельской местности, знакомство с образом жизни, культурой, бытом.

На территории ЕС сельский туризм получил широкое развитие и является одним из наиболее привлекательных видов отдыха. Однако, фермеры в менее развитых странах ЕС, используют туризм как инструмент диверсификации агробизнеса, а не как основной источник дохода.

Подводя итог, необходимо добавить, что сельский туризм, основанный на принципах устойчивого развития, в совокупности с грамотным маркетингом и широкой кооперацией позволит получить долгосрочный экономический и социальный эффект в рамках заданной территории (таблица 3).

Мировая практика сельского туризма подтвердила положительное влияние развития сельского туризма на экономику и социальную сферу: в регионах, развивающих сельский туризм, увеличились доходы сельских жителей, расширился ассортимент сельхозпродукции, были созданы новые рабочие места, началось развитие инфраструктурной сети, активизировался внутренний турпоток.

В последние годы интерес к сельскому туризму начал распространяться и на территории бывшего Советского Союза. Особого успеха в развитии сельского туризма достигли Белоруссия, Молдова и бывшие прибалтийские республики.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика моделей организации сельского туризма [7]

Модели	Государственная поддержка	Средства размещения	Потребители	Виды сельского туризма	Особенности
Западно-европейская	да	Дома фермеров, гостевые дома	Внутренние туристы	Аграрный, познавательный, гастрономический, спортивный, альпийский, промысловый, событийный	Минимум дополнительных услуг. Высокая комфортность гостевых сельских домов. Предоставление основного набора услуг (проживание, питание).
Восточно-европейская	да	Коттеджи, апартаменты, миниотели	Туристы из стран Западной Европы	Аграрный, познавательный, спортивный (конный)	низкий уровень комфорта гостевых сельских домов. Высокий уровень комфорта апартаментов, миниотелей. Предоставление основного набора услуг (проживание, питание). Минимум дополнительных услуг.
Англо-американская	да	Дома фермеров, отдельное здание, изолированное помещение	Внутренние туристы	Аграрный, познавательный, промысловый, экологический, детский	Средний уровень комфорта гостевых сельских домов Предоставление основного набора услуг (проживание, питание). Минимум дополнительных услуг
Азиатская	да	VIP-деревни, национальные гостиницы	Иностранные туристы	Аграрный, познавательный, гастрономический, промысловый, событийный, этнографический	Высокая комфортность гостевых сельских домов и национальных гостиниц. Предоставление основного набора услуг (проживание, питание). Большое количество дополнительных услуг

Существует опыт развития сельского туризма и в российских регионах: Ленинградской, Калининградской, Ярославской и некоторых других областях и краях России. По мнению С.А. Воробчукова, в России уже отмечен опыт организации аграрных туристских предприятий по моделям типа «пансион», «тур с проживанием в кочевом традиционном жилище», «национальная деревня», «сельская гостиница» и другие. Спрос на туристские ресурсы (но не турпродукт) в российской провинции имеется, об этом говорит поток неорганизованных туристов в ряде популярных мест средней полосы. Однако в настоящее время в России имеются только агротуристские ресурсы, но практически нет реального турпродукта, как рыночного товара, наделенного соответствующими признаками [4].

Краткий обзор дефиниций сельского туризма показал нижеследующее:

– сельский туризм – вид туризма, основной мотивацией которого является отдых в сельской местности, приобщение к традиционным культурам, преобладающим на сельских территориях;

– сельский туризм создает социально-экономические выгоды для принимающих сообществ в виде новых рабочих мест и дополнительных источников дохода;

– сельский туризм подразумевает обязательное размещение в сельской местности, преимущественно в фермерских, личных подсобных хозяйствах или гостиничных комплексах, сохраняющих самобытность народа, сохраняя самосознание местного населения от «всеобщего окультуривания» и глобализации туризма в целом;

– сельский туризм обеспечивает поддержку природоохранной деятельности и включает

те аспекты туризма, которые обычно называют «устойчивым туризмом»: сведение к минимуму негативного воздействия на людей и природную среду и в то же время обеспечение адекватной экономической прибыли.

Выводы

Таким образом, международная практика показывает, что развитие сельского туризма является крупной социально-экономической программой по переводу части аграрного населения из производства в сферу услуг. Помимо экономических, такая государственная политика преследует социальные и социально-культурные цели: остановить деградацию сельских районов, потерю ими населения, сохранить и отчасти воссоздать культурное наследие, национальную самобытность регионов.

Отметим, что в развитии сельского туризма заинтересованы сельскохозяйственные предприятия, крестьянские и личные подсобные хозяйства, туристские предприятия, государственные учреждения, национальные органы власти и потребители агротуристского продукта. Поэтому предлагается рассматривать сельский туризм, не только как территориальный объект управления, но и как экономический объект управления.

Литература

1 Здоров А.Б., Антонян А.Г. Агротуристский комплекс как путь реализации национальных программ экономики // Региональная экономика: теория и практика. – М., 2008. – №36. – С. 88–91.

2 Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.

3 Айдарханова Г.С. Агроэкология: Учебник / Г.С. Айдарханова, М.Б. Хусаинов, А.Т. Хусаинов. – Кокшетау, 2015. – 191 с.

4 Ассоциации развития агротуризма / Интернет-портал. Все об агротуризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.agritourism.ru;

5 Отчет о НИР: Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма. – ГР № 0115РК00380. – Алматы: НИИ ПЭ, 2015 г. – 115 с.

6 Akmaral Temirova, Asiya Kasenova, Aliya Aktymbayeva, Galiya Mauina, Janar Esz, ets Labor factor efficiency in the agricultural industry//Journal of Scientific Research and Development. 2(9): P. 42-49, 2015/ISSN1115-7569/JSRAD-42

7 География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю. Александровой – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.

8 Булгакова А.Н. Особенности развития сельского туризма в зарубежной Европе // Теория и практика международного туризма. – М.: КНОРУС, 2003. – С. 314.

References

1 Zdorov A.B., Antonjan A.G. Agroturistskij kompleks kak put' realizacii nacional'nyh programm jekonomiki // Regional'naja jekonomika: teorija i praktika. – M., 2008. – №36. – S. 88–91.

2 Babkin A.V. Special'nye vidy turizma. – Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. – 252 s.

3 Ajdarhanova G.S. Agrojekologija: Uchebnik / G.S. Ajdarhanova, M.B. Husainov, A.T. Husainov. – Kokshetau, 2015. – 191 s.

4 Associacii razvitija agroturizma / Internet-portal. Vse ob agroturizme [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: www.agritourism.ru;

5 Research report: Conceptual model of revitalization of rural areas of the Republic of Kazakhstan through the development of agrotourism. – GR № 0115PK00380. – Almaty: Research Institute EP, 2015. – 115 p.

6 Akmaral Temirova, Asiya Kasenova, Aliya Aktymbayeva, Galiya Mauina, Janar Esz, ets Labor factor efficiency in the agricultural industry//Journal of Scientific Research and Development. 2(9): P. 42-49, 2015/ISSN1115-7569/JSRAD-42

7 Geografija turizma: uchebnik / kol. avtorov; pod red. A.Ju. Aleksandrovoj – M.: KNORUS, 2008. – 592 s.

8 Bulgakova A.N. Osobennosti razvitija sel'skogo turizma v zarubezhnoj Evrope // Teorija i praktika mezhdunarodnogo turizma. – M.: KNORUS, 2003. – S. 314.

Михайленко Т.А.,
Намазбаева З.Е.

Сельский туризм как фактор устойчивого развития регионов

В настоящее время активно развивается новое для Казахстана туристское направление – сельский туризм. Наша страна обладает значительным потенциалом для развития этого перспективного направления: богатая природа, живописная сельская местность с сохранившимися национальными традициями и культурной средой, гостеприимные люди, экологически чистые продукты, возможность познакомиться с национальной казахской кухней – все это делает отдых в сельской местности привлекательным для отдыхающих не только из Казахстана, но и иностранцев.

В статье рассматриваются перспективы развития сельского туризма в Казахстане, его функции и тенденции развития, анализируется опыт зарубежных стран, который показывает важность этой сферы для экономического развития регионов. Оценивается возможный экономический эффект от развития сельского туризма в Республике Казахстан.

Ключевые слова: сельский туризм, аграрный туризм, экологический туризм, туристский потенциал региона.

Mikhailenko T.A.,
Namazbayeva Z.E.

Rural Tourism as a Factor in Sustainable Development of Regions

Currently there is an active development of new destintions – rural tourism. Our country has a great potential for the development of this promising destination: rich nature, picturesque countryside with preserved national traditions and cultural environment, hospitable people, ecological products, the opportunity to taste of Kazakh cuisine – all this makes rural tourism attractive to travelers not only from Kazakhstan, but also foreigners.

This article describes outlook for rural tourism development in Kazakhstan, its functions and development trends, analyzes the experience of foreign countries, which shows the importance of this sector for the economic development of regions. It also evaluates the possible economic impact of the development of rural tourism in the Republic of Kazakhstan.

Key words: rural tourism, ecological tourism, agricultural tourism, tourism potential of regions.

Михайленко Т.А.,
Намазбаева З.Е.

Ауыл туризмі аймақтардың тұрақты дамуының факторы ретінде

Қазіргі таңда Қазақстан үшін белсенді туристік жаңа бағыт өрбіген – ол ауылдық туризм. Біздің еліміз осы келешекті бағыттың дамуы үшін елеулі әлеуетке ие: табиғи байлығы, ұлттық дәстүр мен мәдениетті ортаны сақтаған тартымды ауылдық аймақ, қонақжай адамдар, экологиялық таза өнімдер, қазақ халқының ұлттық ас мәзірімен танысу – осы құндылықтар ауыл аймағындағы демалысты тартымды етеді, ол тек Қазақстанның түпкір-түпкірінен келген демалушыларды ғана емес, шетелдік қонақтарды да қызықтырады.

Аталмыш мақалада, Қазақстанның ауылдық өңірлеріндегі туризмді дамытудың келешегі қарастырылған: оның қызметі мен даму үрдісі, шетелдің тәжірибесіне талдау жасалып, экономикалық дамуы үшін осы аяның маңызды екенін көрсеткен. Қазақстан Республикасында ауыл туризмінің дамуынан елдегі экономикалық тиімділікті арттыру мүмкіндігі бағаланған.

Түйін сөздер: ауыл туризмі, аграрлық туризм, экологиялық туризм, аймақтық туристік әлеует.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338:48(574)

***Михайленко Т.А., Намазбаева З.Е.**

Университет Нархоз
Республика Казахстан, г. Алматы
*E-mail: mta.kz@mail.ru

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Введение

В концепции развития туристкой отрасли и Республики Казахстан, составленной на основе стратегии «Казахстан-2030», туризм рассматривается как одна из важных сфер в социально и экономическом развитии страны. Для успешной реализации Стратегии вхождения Казахстана в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира, решающую роль играют создание инновационной экономики и развитие не сырьевого сектора в экономике страны, одним из приоритетов которого является туризм.

Современная индустрия туризма является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами в сфере туриндустрии. На основе исследований Всемирной туристской организации, выявлено, что общее число туристов по всему миру достигнет 1,6 миллиарда к 2020 году. В настоящее время все больше стран видят экономическую привлекательность развития туризма, включая сельский туризм.

Цель исследований: 1) изучить представления о сельском туризме и опыт его развития; 2) определить тенденции и перспективы развития сельского туризма в Казахстане.

Исходные данные и методы исследования

В качестве исходной информации выступили текстовые и количественные материалы. Использованы данные Казахстанской Туристской Ассоциации (КТА), Департамента индустрии туризма[оздоровительная;

– познавательная;

– социально-культурная;

– экономическая.

Рассмотрим каждую из них:

Оздоровительная функция. В последние годы люди стали больше заботиться о своем здоровье, следовательно, они стали стремиться к здоровому питанию, свежему воздуху, экологически чистым продуктам, что приводит к оздоровительному эффекту. В связи с ростом городов и увеличением численности

населения, проживающего в крупных городах, все больше людей стремится провести свой отдых с семьей в экологически чистом месте, на свежем воздухе, питаться экологическими чистыми продуктами. Сельский туризм позволяет окунуться в атмосферу употребления здоровых, экологически чистых фермерских продуктов питания. Например, овощи, ягоды и фрукты, собранные с грядки своими руками, парное молоко, свежий мед с пасеки и т.д. Некоторые туристы выражают желание заняться посильным физическим трудом, получая удовольствие от сбора овощей, ягод или ухода за цветами.

Познавательная функция. Сельский туризм позволяет узнать культуру народа, национальные традиции, обычаи, ремесла и промыслы, много нового и интересного из области сельского хозяйства: овощеводства, животноводства, птицеводства и.т.д. Современное поколение детей порой не знает, как растут отдельные виды овощей, как пасечник качает мед, как курица несет яйца, как доят коров.

Социально-культурная функция заключается в том, что сельский туризм способствует социально-экономическому и культурному развитию того региона, в котором он развивается.

Экономическая функция заключается в том, что сельский туризм фактически превратился в эффективный и перспективный сектор туриндустрии. Развитие туристской индустрии в регионе и повышение качества туристского обслуживания являются дополнительным источником формирования доходной части регионального бюджета, позволяет привлекать инвестиции, в том числе и иностранные, способствует развитию инфраструктуры.

Также следует отметить улучшение ситуации на рынке труда в регионах, где развивается сельский туризм. Развитие сельского туризма позволяет создавать новые рабочие места в сельской местности и способствует развитию малого семейного бизнеса, что в целом улучшает ситуацию на рынке труда данного региона.

Сельский туризм должен отвечать следующим характеристикам:

– осуществляться в сельской местности;

– знакомить с культурным наследием народа принимающей страны;

– турист должен иметь возможность питаться экологически чистыми продуктами;

– знакомить с национальной кухней и обычаями.

В настоящее время в Казахстане наблюдаются следующие тенденции, способствующие развитию сельского туризма. К ним можно отнести: ориентацию туристов на небольшие комфортабельные средства размещения с семейной атмосферой, стремление избегать шумных, загазованных городских зон, повышенный интерес к здоровому образу жизни в экологически чистых местах, желание питаться натуральными фермерскими продуктами, повышенный интерес к культурным ценностям и национальным обычаям разных народов.

Развитие сельского туризма возможно осуществлять по следующим направлениям: туристская гостевая усадьба и туристская деревня.

Туристская гостевая усадьба обычно состоит из жилого дома с номерным фондом от двух номеров, с беседкой, баней, зоной отдыха с цветником и садом, иногда имеется небольшой огород.

Туристская деревня представляет собой туристский объект в сельской местности. Может состоять из нескольких десятков домов (коттеджей) или миниотеля, объединенных единой концепцией и имеющих единое руководство и инфраструктуру. В обоих случаях рядом должна быть ферма, по производству экологически чистых продуктов питания.

Сектор сельского туризма (агротуризм) очень разнообразен, в каждой стране присутствует своя специфика, также разнообразны конкретные агротуристские продукты. В современном мире спрос на сельский туризм достаточно высок, особенно в Европе. Бронирование сельских домов и отелей осуществляется заранее, как правило, не менее чем за месяц до поездки. В Италии и в Испании, например, спрос желающих отдохнуть в сельской местности превышает предложение. Здесь туристам, желающим провести отдых в сельской местности, в основном предлагают размещение в апартаментах, в кемпингах (для молодежи). Некоторые программы предполагают размещение в агрохозяйствах, специализирующихся на определенном виде продукции: мясомолочные продукты, овощи и фрукты, вина, оливковое масло, рыба, морепродукты и т. д. – в зависимости от региона.

В Германии и во Франции сельский туризм рассматривается как один из путей экономического развития сельской местности и поддерживается министерством сельского хозяйства. Здесь концепция сельского туризма несет большую социально-экономическую и культурную нагрузку: сохранение и популяризация традиционного облика деревни, традиционных промыслов и ремесел.

Международный опыт последних лет говорит, что во многих странах Европы, где сельский туризм получил достаточно большое развитие, это в основном сектор внутреннего туризма, хотя доля зарубежных туристов постепенно растет (например, Испания, Италия, Франция, Германия, Греция).

В таких странах как Малайзия и Кения концепция сельского туризма ориентирована на создание национальных и сельскохозяйственных парков, являющихся в основном государственными организациями, пропагандирующими национальное сельское хозяйство и приносящими доход от туризма.

В Шри-Ланке акцент делается на богатую культурно-развлекательную программу, кухню, сопровождение – все в национальных традициях и стиле. Туристу обеспечен контакт с «живой природой», знакомство с национальными парками и заповедниками, с сельскими ремеслами и промыслами, элементами традиционного быта и национальной культуры.

Проанализировав опыт зарубежных стран в области развития сельского туризма, можно выделить следующие национальные модели организации сельского туризма, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Национальные европейские модели организации сельского туризма

№	Наименование модели	Особенности модели
1	Британская	Британская модель включает элементы познавательного и экологического туризма. Системы размещения, предусматривают контакт с семьей фермера, дают возможность самостоятельного обслуживания, уроки верховой езды, прогулки верхом на лошадях, общение с животными, поездки.
2	Французская	Включает разнообразные формы классического сельского туризма, изменяющиеся в зависимости от близости к морю, предполагает уклон в сторону гастрономического и винного туризма. Туристы размещаются в коттеджах.
3	Итальянская	Эта модель делится на три направления по специфике предоставления услуг: – совмещения типичного отдыха в сельской местности с восстановлением здоровья; – изучение гастрономии и продуктов местного производства; – занятия спортом; – размещение туристов происходит в апартаментах и комнатах, реже встречаются палаточные городки.
4	Чешская	Сельский туризм в Чехии привлекает отдыхом в известных винодельческих регионах и регионах, находящихся рядом с заповедными территориями. Туристам часто предлагается посещение конных ферм и погружение в сельский образ жизни.
5	Немецкая	Для этой модели характерно проживание и питание в доме фермера. Сельский туризм в Германии тяготеет к фермерскому. Туристы могут участвовать в работе в полях или в огороде. Ввиду частых поездок жителей в сельскую местность в период проведения фестивалей, событийный туризм в рамках данной модели, можно отнести, к сельскому.
6	Испанская	Это один из самых наиболее развитых видов туризма в последние годы. В рамках сельского туризма в этой стране распространен отдых в деревне, отдых на ферме, знакомство с бытом, гастрономией, уход за животными.
7	Польская	Средства размещения в этой модели отличаются друг от друга встоимостью и качеством предоставляемых услуг Хозяйства, принимающих туристов четко разграничиваются на те, для которых это единственный бизнес, и те, которые рассматривают туристскую деятельность как источник дополнительного дохода.
Составлено авторами на основании источников [1; 3]		

В настоящее время сельский туризм является наиболее перспективным видом туризма, он пользуется огромной популярностью среди жителей крупных городов, уставших от суеты и плохой экологии. Он оказывает положительное влияние на устойчивое развитие территории и получение экономической выгоды. Так, во Франции каждый третий турист – это сельский

турист, в Великобритании 10% предпринимателей, ведущих бизнес в сельской местности, предлагают услуги в сфере сельского туризма, в Германии 4%.

Сельский туризм, как и другие виды туризма, испытывает негативное влияние экономических кризисов, но все же, туристский бизнес опережает все виды промышленного производства и платных услуг.

Выводы

Проведенный анализ позволил сделать вывод, что развитие сельского туризма в Казахстане может быть эффективным, как с социальной, так и с экономической точки зрения. В настоящее время потенциал Республики Казахстан в области сельского туризма не реализуется в полной мере, потому что не во всех регионах имеется необходимая инфраструктура, недостаточно развита транспортно-логистическая система, слабо проводится рекламная политика, направленная на создание имиджа региона в качестве одного из наиболее привлекательных центров отдыха по типу сельский туризм.

Таким образом, сформулируем основные особенности сельского туризма в Казахстане:

– богатый и уникальный туристско-рекреационный потенциал;

– сельский туризм – надежная возможность занятости и обеспечение рабочих мест населения, проживающих в сельской местности;

– сельский туризм способствует охране и восстановлению памятников природы и культуры в этих районах;

– благодаря сельскому туризму сельские населенные пункты и фермерские крестьянские хозяйства получают дополнительные источники финансирования, что способствует их экономическому развитию;

– развитие сельского туризма положительно влияет на развитие предпринимательства в сфере туризма, поддерживая малый бизнес в этой области;

– появляются новые рабочие места в сельской местности, что способствует развитию рынка труда;

– не требует значительных инвестиций и использует преимущественно частные источники финансирования, капиталовложения быстро окупаются;

– сельский туризм является дополнительным источником формирования доходной части регионального бюджета и позволяет привлекать инвестиции, что способствует развитию инфраструктуры.

Социально-экономическая значимость сельского туризма очевидна. Развитие сельского туризма в Республике Казахстан вносит значительный вклад в развитие экономики страны за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения числа рабочих мест, а также обеспечивает контроль над сохранением и рациональным использованием природных и социально – экономических ресурсов. Развитие сельского туризма будет одним из основных факторов поддержки сельских жителей.

Литература

1 Казахстанская Туристская Ассоциация [электронный ресурс]//Официальный сайт Казахстанской Туристской Ассоциации, 2010-2016. – URL: http://www.kaztour-association.com (дата доступа 23.03.2016).

2 Здоров А.Б. Агротуристский комплекс: прогнозирование регионального развития: монография. – М.: РИБ «Турист», 2014. – 230 с.

3 Департамент индустрии туризма [электронный ресурс]//http:// Официальный сайт Департамента индустрии туризма РК, 2016. – URL: http://www.mid.gov.kz/en/kategorii/departament-industrii-turizma

4 Ердавлетов С.Р. История туризма. Развитие и научное изучение. – Алматы.:, Қазақ университеті, 2003. – 215 с.

5 Шайкенова Р.Р., Мамутова К.Р.//Сборник статей Научно-практической конференции «Экологический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития», Хабаровск, 2009. – с.335-337.

6 Здоров А.Б. Экономические аспекты аграрного туризма //В уч.: Экономика туризма: М.: Финансы и статистика, 2011. – 335 с.

References

1 Kazahstanskaya Turistskaya Associaciya [electronniy resurs] // Official site of the Kazakhstan Tourist Association, 2010-2016. – URL:http://www.kaztour-association.com. (data dostupa 23.03.2016).

2 Zdorov A.B. Agrotouristskiy complex: prognozirovanie regionalnogo razvitiya: monographiya. – M.: RIB «Tourist», 2014. – 230 s.

3 Official site of the Kazakhstan Ministry for investments and development, 2016. – URL: http://www.mid.gov.kz/en/kategorii/departament-industrii-turizma

4 Departament industrii turizma[electronniy resurs] //http:// Oficialniy sait Departamenta industrii turizma RK, 2016. – URL: http://www.mid.gov.kz/en/kategorii/departament-industrii-turizma

Yerdavletov S.R. Historya tourisma. Razvitie I nauchnoe izucyenie – Almaty:. Kazakh university, 2003 – 215 s.

6 Shaikenova R.R., Mamutova K.R. //Sbornik stayei Nauchno-prakticeskoi konferencii «Ecologicheskiy I etnograficheskiy turizm:stsnovlenie, problem I perspektivi razvitiya»– Khabarovsk, 2009. – p. 335-337.

7 Zdorov A.B. Economicheskie aspecti agrarnogo turisma //V uch .Economika turizma:.- M.: Finance i Statistika, 2011. – s.335.

Салиев А.С., Федорко В.Н., Курбанов Ш.Б.

Сельский туризм в Узбекистане: возможности и проблемы развития

В статье рассматриваются ресурсные предпосылки и географически обоснованные методы организации сельского туризма в различных регионах Республики Узбекистан в комплексе с другими направлениями индустрии отдыха и туризма. Неповторимый облик сельской местности, богатая в своём историческом единстве и многообразии материальная и духовная культура сельского населения Узбекистана определяют значительный агротуристский потенциал республики. Крупные регионы страны отличаются значительной внутренней контрастностью природно-хозяйственного облика и туристко-рекреационного потенциала. Поэтому необходим дифференцированный подход к использованию этих возможностей.

В заключении выделяются проблемные аспекты становления агротуризма в стране. Ключевыми препятствиями интенсификации сельского туризма в республике можно назвать недостаточную развитость гостиничной инфраструктуры и сферы сервиса в отдалённых, сельских районах, слабую кадровую базу, отсутствие стабильного и качественного транспортного сообщения в периферийных районах, недостаточный уровень рекламы рекреационно-туристских возможностей сельской местности регионов страны.

Ключевые слова: сельский туризм, агротуризм, рекреационно-туристские ресурсы, агротуристский потенциал, аттрактивность, инфраструктура.

Saliev A.S., Fedorko V.N., Kurbanov Sh.B.

Rural Tourism in Uzbekistan: Development Opportunities and Challenges

This article discusses resource preconditions and geographically-based methods of organization of the rural tourism in the various regions of the Republic of Uzbekistan in conjunction with other areas of recreation and tourism. Significant potential of agro-tourism in Uzbekistan is determined by the unique appearance of the countryside which rich in its historical unity and diversity of material and spiritual culture of the rural population. Large parts of the country characterized by significant internal contrasts in natural- economic aspect and tourist- recreational potential. Therefore, a differentiated approach to the use of these opportunities are necessary.

The findings highlight the problematic aspects of the formation of agro-tourism in the country Main obstacles of intensification of rural tourism in the country can be called a lack of developed of hotel infrastructure and services in remote rural areas, weak human resource base, lack of stable and high-quality transport links in the peripheral areas, insufficient advertising of tourist- recreation opportunities in rural regions of the country.

Key words: rural tourism, agritourism, recreation and tourist resources, agro tourist potential, attractiveness and infrastructure.

Салиев А.С., Федорко В.Н., Курбанов Ш.Б.

Өзбекстандағы ауыл туризмі: мүмкіндіктері мен даму мәселелері

Мақалада Өзбекстан Республикасы аймақтарында ауыл туризмін ұйымдастырудың ресурстік алғышарттары мен географиялық тұрғыдан тиісті әдістері, демалыс пен туризмнің басқа бағыттарымен бірге қарастырылған. Ауылдық өңірлердің қайталанбас бейнесі, Өзбекстанның ауыл тұрғындарының тарихи біртұтастығы мен әртүрлілігі жағынан өте бай рухани мәдениеті республиканың ауқымды агротуристік әлеуетінің негізі болып табылады. Елдің ірі аймақтары табиғи-шаруашылық сипаты мен туристік-рекреациялық әлеуеттің әралуандылығымен ерекшеленеді. Сондықтан осындай мүмкіндіктерді пайдалану барлық жерлерде бірдей бола алмайды.

Мақаланың қорытындысында елдегі агротуризмнің қалыптасуының мәселелеріне көңіл бөлінеді. Республикадағы ауыл туризмінің даму қарқындылығына алыс орналасқан ауылдық аудандардағы қонақүй инфрақұрылымы мен сервис саласының нашар дамуы, мамандардың жетіспеуі, периферияльық аудандардағы тұрақты әрі сапалы көлік байланысының болмауы, ел аймақтарының ауылдық аудандарының рекреациялық-туристік мүмкіндіктерінің жарнамасының төмен деңгейі кедергі жасауда.

Түйін сөздер: ауыл туризмі, агротуризм, рекреациялық-туристік ресурстар, агротуристік әлеует, аттрактивтілік, инфрақұрылым.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.482.22

Салиев А.С., *Федорко В.Н., Курбанов Ш.Б.

Национальный университет Узбекистана имени М. Улугбека,
Республика Узбекистан, г. Ташкент
*E-mail: viktor-f-89@mail.ru

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Введение

В кругу задач дальнейшего социально-экономического развития Республики Узбекистан немаловажное место занимает развитие индустрии отдыха и туризма, для чего в стране имеются разнообразные предпосылки и возможности, созданы необходимые правовые и организационные основы. Здесь, прежде всего, следует отметить создание ещё на заре Независимости, в 1992 году, Национальной компании «Узбектуризм», принятие ряда законов и государственных программ и стратегических планов развития этой сферы.

Однако, как показывает анализ, имеющиеся ресурсы рекреационно-туристского профиляиспользуются недостаточно, а развитие отрасли характеризуется односторонней направленностью. Достаточно отметить, что в настоящее время туризм в Узбекистане ограничивается в основном посещением древних городов Самарканда, Бухары, Хивы, Ташкента, Шахрисабза и некоторых других для ознакомления с их многочисленными достопримечательностями. Вместе с тем, большими потенциальными возможностями располагает сельская местность республики, ибо историю и культуру всей Средней Азии нельзя представить без органичного единства города и деревни, без учета главного стержня региональной цивилизации, связанного с многовековой практикой поливного земледелия.

Результаты и обсуждение

Многие районы республики обладают значительным потенциалом развития сельского, или агротуризма, являющегося одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мирового туристского рынка. Не случайно интенсификация туризма именно в сельской местности выдвинулась в настоящее время в числе приоритетных направлений государственной политики Узбекистана. Это продиктовано тем, что агротуризм способен внести весомый вклад в повышение уровня жизни сельского населения посредством создания новых рабочих мест, повышения спроса на продукцию фермерских, домашних хозяйств и мастеров-ремесленников, оптимизации региональных систем

транспортной, коммуникационной и социальной инфраструктуры. Более того, агротуризм способствует повышению общественного интереса к жизни села, помогает сохранить многовековые традиции и культуру сельчан, что в современных условиях имеет большое социально-гуманитарное и духовное значение для устойчивого развития сельской местности.

Говоря о природно-хозяйственных предпосылках развития сельского туризма в нашей стране, прежде всего, необходимо подчеркнуть, что Узбекистан расположен в центральной части Средней Азии, представляющей собой глубоко самобытный в естественно-географическом и историко-культурном отношениях внутриконтинентальный край. Большим своеобразием, среди прочих феноменов региональной действительности, отличаются агроландшафты и сельская культура страны. Именно неповторимый облик сельской местности, богатая в своём историческом единстве и многообразии материальная и духовная культура сельского населения различных географических частей Узбекистана определяют значительный агротуристский потенциал республики. Определённый интерес для туристов в сельской местности могут представлять этнокультурные ландшафты, хозяйственные и бытовые традиции населения, народные художественные промыслы, праздники и фестивали, связанные с теми или иными фазами годового цикла сельскохозяйственных работ, фольклорные коллективы, культовые святыни. Важно отметить, что практически все природно-хозяйственные районы Узбекистана, особенно староосвоенные территории, насыщены разнообразными объектами сельского туризма. Наибольшего внимания в этом отношении заслуживают Ферганская долина, Ташкентская область, долина Зарафшана, Кашкадарьинская и Сурхан-Шерабадская межгорные котловины, низовья Амударьи (Хорезмская область и Каракалпакстан), Нурата-Туркестанские горы (горно-предгорный пояс Джизакской, Навоийской и Самаркандской областей).

В данной статье кратко рассматриваются некоторые обоснованные с точки зрения географической науки предложения по конструктивному использованию имеющихся ресурсных возможностей сельских местностей Узбекистана. В первую очередь, следует подчеркнуть необходимость увязки территориальной организации сельского туризма в республике с пространственной структурой других секторов туристского рынка, более развитых в настоящее время в республике. Среди последних особое место занимает, как было отмечено ранее, городской историко-культурный туризм. Следовательно, первоочередной географической задачей в контексте освоения агротуристского потенциала Узбекистана представляется интенсификация индустрии сельского туризма в районах, прилегающих к городам, давно уже ставшим своего рода туристскими «брендами» Узбекистана - Самарканду, Бухаре, Хиве, Шахрисабзу, Ташкенту.

Это предполагает комплексный и системный анализ и оценку рекреационно-туристских ресурсов сельских районов, разработку научно-практических основ их эффективного использования, формирование благоприятного инвестиционного климата для желающих вложить свои средства в развитие агротуризма, становление индустрии высококачественного сервиса, создание необходимой инфраструктуры, организацию подготовки туристского персонала и.т.д. Над решением данных проблема деятельное участие должны принимать Национальная компания «Узбектуризм», фирмы, специализирующиеся на организации путешествий по национальным туристским центрам, органы власти на местах, финансово-кредитные учреждения.

Другой перспективной формой территориального сочетания агротуризма с иными видами туристской деятельности в республике видится его взаимосвязанное развитие с экологическим туризмом, главными объектами которого служат особо охраняемые природные территории и другие районы с малоизменённой естественно-ландшафтной средой, расположенные в большинстве своём в горной зоне Узбекистана. Это требует вовлечения в локальные рекреационно-туристские кластеры многообразных ресурсов отдыха и туризма близлежащих сельских поселений, использования уникальных объектов неживой и органической природы, сопряжённого использования аттрактивных ландшафтов гор и равнин, пустынь и оазисов. Реализация данных задач связана, на наш взгляд, главным образом, с конструктивным сотрудничеством туристических компаний и фирм с администрациями сельских районов и сходов граждан, местными предпринимателями в сфере услуг.

Закономерно, что по мере успешной реализации проектов по развитию агротуризма в обозначенных рекреационно-туристских ареалах, станет возможным вовлечение в пространственный каркас сельского туризма страны других территорий, не менее богатых необходимыми ресурсными предпосылками, но

относительно отстающих при этом по уровню развития многообразной инфраструктуры.

При планировании и организации агротуризма следует комплексно подходить к оценке и освоению рекреационно-туристских ресурсов сельской местности различных регионов Узбекистана. Такой подход подразумевает одновременный учёт и вовлечение в сферу агротуристского потенциала таких компонентов, как природные достопримечательности, стоянки древнего человека, городища и крепости, архитектурноеи культурноенаследие прошлого, религиозныеобъекты, места паломничества, элементы материальной и духовной культуры, фольклорные коллективы и т.д. Этими туристскими возможностями богаты почти все регионы республики, но каждый из них имеет свои специфические особенности. Так, в Зарафшанской долине (Самаркандская, Навоийская и Бухарская области) много мест паломничества, религиозно-культовых объектов, на юге Узбекистана, в Сурхандарьинской и Кашкадарьинской областях, имеются многочисленные останки древних городищ, а также селения с хорошо сохранившимися фольклорными традициями и жизненными устоями обихода, Ферганская долина изобилует центрами разнообразных художественных промыслов.

Большой интерес для туристов может представлять неповторимая традиционная кухня различных сельских районов Узбекистана. Например, привлекательным видится посещение ряда сельских районов, расположенных в бассейне реки Кашкадарьи (северо-восточная часть одноимённой области республики), где практически в каждом поселении сложились уникальные традиции приготовления вкусных и калорийных мясных блюд. Много незабываемых впечатлений способно оставить знакомство с региональным разнообразием рецептов плова, являющегося, без преувеличения, гордостью национальной кухни Узбекистана. Однако всё же наиболее эффективным представляется комплексный учёт многообразных примечательных особенностей сельской культуры тех или иных географических частей Узбекистана и эффективное использование агротуристского потенциала.

Для повышения содержательности путешествий в сельскую местность различных районов страны и привлекательности познавательного агротуризма немаловажное значение имеет этноландшафтный подход. Суть его заключается в том, что в качестве объектов сельского туризма принимаются целостные природно-хозяйственные системы, сформировавшиеся в результате многовекового взаимодействия общества с географической средой. Знакомство с особенностями эколого-географических связей местного населения с естественным ландшафтом, элементами традиционного природопользования сельских жителей, их экологической культурой, гармонией устойчивого сосуществования социума с окружающей природой, находящей своё воплощение в облике традиционных жилищ, хозяйственных помещений, одежды, обуви, посуды, а также годовом цикле жизнедеятельности населения, представляет большой просветительский и мировоззренческий интерес для посетителей села.

Крупные регионы страны отличаются значительной внутренней контрастностью природно-хозяйственного облика и туристко-рекреационного потенциала. Поэтому необходим дифференцированный подход к использованию этих возможностей. Так, например, в Джизакской, Самаркандской, Кашкадарьинской и Сурхандарьинской областях - следует организовать экскурсионно-агротуристские маршруты, охватывающие несколько агрогеографических зон: поливно-земледельческую, пустынно-пастбищную, богарную и горно-пастбищную. Это обстоятельство способно существенно повысить туристскую привлекательность и информативность сельской местности вышеназванных регионов республики.

Развитие внутреннего сельского туризма в Узбекистане связано, по нашему представлению, не только с совершенствованием специальной агротуристской инфраструктуры на селе, но и с интенсификацией городского туризма в густонаселённых регионах страны. Это обусловлено тем, что рекреационно-туристские ресурсы крупного города и его сельского окружения успешно дополняют друг друга, образуя своеобразную ргкреационно-географичгскую пару «город-село». При этом индустрия городского отдыха и туризма служит удовлетворению рекреационных потребностей сельских жителей, а агротуризм, в свою очередь, пользуется большой популярностью среди горожан, так как для отдыхающих, как правило, существенным притягательным мотивом служит качественно отличающаяся от каждодневной обстановка в месте отдыха

С точки зрения географической науки, эффективному использованию агротуристского потенциала Узбекистана и сопредельных стран Средней Азии послужит также разработка

трансграничных маршрутов сельского туризма, охватывающих такие крупные природно-хозяйственные геосистемы Среднеазиатского региона, административно расположенные в границах нескольких соседствующих государств, как Ферганская, Зарафшанская, Гиссарская долины. В связи с этим, необходимо подчеркнуть, что целостные трансграничные географические образования Средней Азии более насыщены агротуристскими ресурсами, интересны и аттрактивны в данном отношении по сравнению с их отдельным частями, расположенными в пределах отдельных государств. Этому способствуют значительное разнообразие природной, экономической и культурной среды, высокая концентрация в этих регионах экологических, археологических, этнографических, религиозных, архитектурно-градостроительных, курортно-бальнеологических и иного рода туристских объектов. Однако становление и интенсификация трансграничного отдыха и туризма в Средней Азии настоятельно требует создания в регионе реального и устойчивого интеграционного экономического пространства, разработки соответствующих правовых механизмов, а также развития необходимой, межгосударственной инфраструктуры, прежде всего транспортной.

Выводы

На настоящем этапе агротуризм в Узбекистане является новым направлением развития индустрии отдыха и туризма и, как всякое новое начинание, характеризуется многообразным проблемными аспектами. Ключевыми препятствиями интенсификации рассматриваемой разновидности туризма в республике можно назвать недостаточную развитость гостиничной инфраструктуры и сферы сервиса в некоторых, особенно отдалённых, сельских районах, слабую кадровую базу отрасли, отсутствие стабильного и качественного транспортного сообщения в периферийных районах, недостаточное внимание отраслевых фирм и агентств к программам развития агротуристских маршрутов и, как следствие, недостаточный уровень рекламы рекреационно-туристских возможностей сельской местности регионов страны. Комплексное и системное решение этих проблем будет способствовать развитию сельского туризма как неотъемлемой части национальной индустрии отдыха и туризма в Узбекистане.

Литература

1 Александрова О.А. Аграрный туризм – источник инвестиционного дохода сельских территорий // Агротуризм: опыт, проблемы, решения. Материалы Международной научно-практической конференции. / Под ред. И.Л. Воротникова. – ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2012. - С.4-10.

2 Панков С.В. Вопросы реализации туристско-рекреационной деятельности в сельской местности // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы V Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. Н.А. Комаревцевой, А.Г. Максименко. - Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2012. – С.221-224.

3 Федорко В.Н. Некоторые географические вопросы эффективного использования агротуристского потенциала природно-хозяйственных систем Узбекистана // Агротуризм: опыт, проблемы, решения: Материалы Международной научно-практической конференции. / Под ред. И.Л. Воротникова. – ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2012. - С.169-173.

References

1 Alexandrova O.A. Agrarnyi turizm – istochnik investitsionnogo dohoda selskih territoriy // Agroturizm: opyt, problemy, resheniya. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-practicheskoi konferentsyi. / Pod red. I.L. Vorotnikova. – FGBOY VPO «Saratovskyi GAY», 2012. – S 4-10.

2 Pancov S.V. Voprosy realizatsii turistsko-rekreatsionnoi deyatelnosti v selskoi mestnosti // Kurortno-rekreatsionnyi complex v sisteme regionalnogo razvitiya: innovatsionnye podhody: materialy V Vseros. Nauch.-pract. Konf. / pod red. N.A. Komartsevoi, A.G. Maximenko. – Krasnodar: Kubanskyi gos. un-t, 2012. – S. 221-224.

3 Fedorko V.N. Nekotorye geograficheskie voprosy effektivnogo ispolzovaniya agroturistskogo potentsiala prirodno-hozyaistvennyh system Uzbekistsna // Agroturizm: opyt, problemy, resheniya. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-practicheskoi konferentsyi. / Pod red. I.L. Vorotnikova. – FGBOY VPO «Saratovskyi GAY», 2012. – S 169-173.

Титова М.А.

Агротуризм как одно из перспективных направлений развития сельских территорий Акмолинской области

В статье рассматриваются возможности развития агротуризма на территории Акмолинской области. Агротуризм выделяется как один из самых перспективных видов туризма. Представлены основные виды агротуризма и его социально-экономическая сущность. Отмечены преимущества агротуризма по отношению к другим видам хозяйственной деятельности. Предложена структура агротуристского продукта, раскрывающая новую территориальную и экономическую сущность агротуристского сегмента в регионе, что позволяет формировать теоретическую базу для разработки методологии совершенствования социально-экономических механизмов данного вида туризма в рыночных условиях.

Ключевые слова: агротуризм, классификационные характеристики агротуризма, процесс социального конструирования достопримечательности.

Titova M.

Agrotourism as one of the most promising directions of development of rural areas of Akmola region

The article discusses the possibility of eco-tourism development in the Akmola region. Farmhouse stands out as one of the most promising types of tourism. The main is species and its social and economic substance. The advantages of agro-tourism in relation to other economic activities. The structure agro tourism's product that reflects the new territorial and economic substance of agro tourism segment in the region, which allows to form the theoretical basis for the development of methodology for improving the socio-economic mechanisms of this type of tourism in market conditions.

Key words: agro tourism, agro tourism classification characteristics, the process of social construction of places of interest.

Титова М.А.

Агротуризм Ақмола облысының ауыл аймақтарының даму бағыттарының бірі

Мақалада Ақмола облысы аймақтарындағы агротуризмнің даму мүмкіндіктері қарастырылады. Агротуризм туризм түріндегі келешегі бар деп саналады. Оның негізгі түрлері мен әлеуметтік-экономикалық түйіндері ұсынылады. Басқа да шаруашылық түрлеріне қатысты агротуризмнің артықшылықтары көрсетілген. Агротуристік өнімдерінің құрылымдары ұсынылып, аймақтағы агротуристік сегменттің жаңа экономикалық және аймақтық түйінін ашатын, яғни осы туризм түрі теориялық базасын әзірлеп және әдістеу, әлеуметтік-экономикалық механизмдерін жетілдіру мен нарықтық жағдайларда қалыптастыруға мүмкіндік береді

Түйін сөздер: агротуризм, агротуризмнің классификациялық мінездемесі, көрнекті орындарда әлеуметтік конструкциялау үдерісі.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

УДК 796.5: 338.48

Титова М.А.

Академия «Кокше»,
Республика Казахстан, г. Кокшетау
E-mail: z.k.turizma@mail.ru

АГРОТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Введение

Туризм при практической повсеместности и разнообразии турресурсов, возможности локальных форм организации, хорошем комбинировании с другими видами деятельности представляет сферу широкого распространения своих объектов на территории республики. Но в то же время дисперсность размещения, специфика кластерной организации туристских дестинаций требует хорошо и равномерно обустроенного пространства. В сельских регионах очагового и трассового освоения такое пространство необходимо формировать целенаправленно и тем самым способствовать развитию туризма.

Своевременность географического анализа и оценки природно-ресурсного потенциала территориальной рекреационной системы Акмолинской области определяется рядом аспектов: перспективность развития рекреационной сферы в регионе, важность своевременной идентификации оптимального комплекса туристско-рекреационных рекомендаций для сохранения качества природной среды, обнаружение возможностей для развития новых для Акмолинской области направлений рекреационного природопользования.

Опыт проведения географических исследований в Акмолинской области показывает, что ее территория обладает определенным спектром рекреационно значимых свойств, применимых для организации агротуризма, полифункциональность которого обусловила активный рост его популярности во всем мире.

Исходные данные и методы исследования

Разработка концептуальных аспектов развития агротуризма требует наличия четкой классификации видов деятельности, определения на ее основе отличительных особенностей каждого вида, формирования специально для него или для их однородных групп собственных национальных и региональных стратегий восстановления от последствий мирового экономического кризиса, а также стратегий дальнейшего развития.

Вместе с тем, на сегодняшний день можно говорить не только об отсутствии такого рода классификации, но и собственно единого понимания содержания агротуристской деятельности как таковой.

Определение понятия «агротуризм», его роль в системе современного туризма, социально-экономических отношениях позволяет формировать теоретическую базу для разработки и развития рассматриваемой методологии совершенствования социально-экономических механизмов, форм и технологий сельского туризма в обеспечении занятости на селе в рыночных условиях. Проблемы развития сельского хозяйства носят комплексный взаимосвязанный характер, их невозможно рассматривать в отрыве от комплексного развития сельских территорий, развития рынка труда и несельскохозяйственной занятости, в отрыве от развития продовольственных рынков в целом и тех диспропорций, которые в настоящее время сдерживают развитие самого сельского хозяйства.

Агротуризм – это вид туристской деятельности, организуемый в сельской местности, который предполагает формирование, продвижение и реализацию комплексного пакета услуг по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, рыбалки, охоты, а также возможности занятий активными видами туризма. Основным классификационным признаком при проведении структурирования современного мирового агротуризма должна стать форма природоориетированного путешествия на территории с хорошей экологией, поскольку основной целью агротуристов является приобщение к природе, региональной истории, культуре народов, проживающих на сельских территориях.

Основными классификационными характеристиками агротуризма являются: «туризм на открытом воздухе», «потребительская деятельность на отдыхе» (рыбалка, охота, сбор грибов и ягод, заготовка и консервирование), «приключенческий туризм», «отдых, досуг, спорт на природе», «гастрономия и дегустация», «ремесла и обычаи», «этнографическая аттрактивность сельской местности», «культурологическая аттрактивность сельской местности», «обучение народным промыслам». Движущей силой этого туристского сегмента является генетическая память человечества к истокам, стремление городских жителей к приобщению к традициям и быту предков, которые тысячелетиями жили в гармонии с окружающей их природой.

Агротуризм – новая сфера деятельности и исследований, где прослеживается взаимодействие направлений как экономического, так и неэкономического характера, как мирового, так и национального уровней, в частности, предоставление внутренних и международных туристских услуг, развитие экономики регионов и сельскохозяйственного производства, решение глобальных экологических и социальных проблем, сохранение культурного наследия и национальных традиций. Отдельные аспекты этих направлений, если рассматривать каждое из них как самостоятельное, в отечественной и зарубежной науке исследованы достаточно [1].

В последнее время устоялась достаточно широкая классификация туризма по видам и целям. По этой общепринятой классификации агротуризм относится к группе рекреационного туризма, ориентированного по цели – на отдых. При этом данный вид устойчивого туризма частично пересекается с этнотуризмом и даже делают эти понятия синонимичными. Кроме того, агротуризм необходимо рассматривать во взаимосвязи с производством сельскохозяйственной продукции, проблемами сельского хозяйства. В последнее десятилетие исследователи разных стран уделяют серьезное внимание вопросам его развития и регулирования в мировой экономике. Аграрный сектор рассматривается прежде всего в контексте Соглашения по сельскому хозяйству Всемирной торговой организации (ВТО).

Таким образом, агротуризм – комплексная область экономики, которую следует рассматривать как:

– сферу разнообразных услуг;

– сектор внутреннего и международного туризма;

– вид предпринимательской деятельности в сельской местности.

Классификация современного агротуризма продиктована необходимостью планирования развития и территориальной организации туризма в целом как пространственного социально-экономического явления. Сущность классификации заключается в выделении отдельных форм и видов туризма по различным направлениям, а ценность определяется тем, какие признаки положены в ее основу. Видовая структура агротуризма формируется под влиянием различных мотивов туристов для выбора отдыха в сельской местности. По мнению автора, видов агротуризма достаточно много, и в основном они совпадают с видами туризма как такового.

Предлагаемый вариант классификации выделяет в качестве отдельных функциональных видов туризма с целями охоты и рыболовства, сочетающие в себе свойства спортивного, рекреационного, познавательного и иного туризма, но не повторяющие полностью свойства ни одного из них. Кроме того, в структуре выделены как самостоятельные: экологический, т.е. туризм с целью наблюдения флоры и фауны, пребывания в незатронутой антропогенным воздействием среде без активного воздействия на нее, и культурный туризм [2].

Возможным контраргументом такому отнесению является то, что в некоторых случаях охота, рыбалка и экологические туры предполагают более или менее длительный уход даже из сельской местности в абсолютно необжитые территории. Однако сегодня такая практика является типичной, скорее, для немногочисленных профессиональных путешественников, нежели для туристов-любителей, и нами не рассматривается. А одно-, двухдневные и даже более продолжительные «путешествия» последних в «дикую» природу с возвращением обратно вполне укладываются в рамки сельского туризма.

Для выявления потребности и перспектив развития агротуризма в Акмолинской области был использован метод анкетирования потенциальных потребителей услуг данного направления [4]. Анкетирование проводилось среди жителей региона, в основном в городах (76 % опрошенных), преимущественно через социальные сети, этим и объясняется низкий процент людей в возрасте более 45 лет. В соцопросе принимали участие респонденты: 37 % в возрасте 25–35 лет, 33 % – до 25 лет, 19,5 % – 35–45 лет. Работающие составили 53 %, студенты – 32 %, учащиеся – 13 %.

Также был проведено социологическое исследование среди сельских жителей, которые могли бы предоставить услуги агротуризма. Анкетирование проводилось в селе Кымызнай (в 20 км от п. Боровое). Жителям села предлагалось ответить на вопросы анкеты, касающиеся организации агротуристского вида деятельности. Всего было опрошено 37 человек, в опросе принимали участие жители в возрасте 32–56 лет (75 %) и старше 56 лет (25 %).

Результаты и обсуждение

Акмолинская область относится к числу развитых регионов Казахстана и основных центров производства сельскохозяйственной продукции. В развитии этого важного агропромышленного центра есть, однако, ряд проблем, связанных главным образом с усилением комплексности в развитии функциональной структуры и созданием условий для гармоничного развития трудящихся, для их быта и труда.

Акмолинская область – один из базовых компонентов казахстанского туристского продукта, в виду наличия обширной и разнообразной территории. В настоящее время область является новым формирующимся направлением на рынке туристских услуг, поэтому для того чтобы завоевать определенный сегмент рынка необходимо предложить такой продукт, который бы учитывал типичные для региона аутентичные традиции, культуру, поддерживая при этом самобытность местного населения. Создание регионального туристского продукта предполагает новую форму потребительского спроса на рекреационные услуги, приводящую к расширению ассортимента выпускаемой продукции и выявлению новых отраслей промышленности, народных промыслов.

Ключом к развитию конкурентных преимуществ туристского потенциала региона является сегментация ее территориальной системы, призванная сфокусировать деятельность кластерных предприятий на приоритетности развития основных сегментов. Она основана на дифференциации туристского продукта, предлагаемого потребителям исходя из имеющихся природных богатств отдельных территориальных рекреационных систем области.

В качестве модельных территорий, с учетом предварительных результатов оценки туристско-рекреационного потенциала территории, автором определены Щучинский, Зерендинский, Сандыктауский и Буландынский районы Акмолинской области, где агротуризм может стать отраслью специализации, представляя конкурентоспособную альтернативу разрушающей природу хозяйственной деятельности, посредством воссоздания национальных сел с очагами национальной культуры, представляющих собой исключительную ценность и уникальную базу для развития этнического туризма.

Одновременно обращение к историческим традициям казахского народа придало бы территории области национальное своеобразие и колорит, столь привлекающие туристов. Дополнением к этим элементам могут выступать национальные игры, музыка, танцы, различные виды спорта, зародившиеся в далеком прошлом, которые сейчас могут быть частью развлечений. Одним из перспективных видов деятельности

для населения региона должно стать производство сувениров, поделок. Осуществление проектов позволит создать в области новые рабочие места, развить традиционные народные промыслы, вовлечь местное население в организацию и проведение туров. Упор должен быть сделан на использование в турах национальных традиций коренного населения и других национальных меньшинств. Издавна мастерицы славились изящной выделкой кож, мехов, изготовлением красивой одежды, обуви. Знакомство туристов с национальной кухней, приобретение ими поделок мастеров могут стимулировать занятия местного населения области.

Для успешного развития агротуризма в Акмолинской области необходимо заинтересовать местную молодежь, как наиболее мобильную и быстро обучаемую часть общества, в развитии туристской деятельности, в том числе для разработки и проведения экскурсионных маршрутов. Местное население остается в стороне от этой прибыльной отрасли экономики, хотя, вполне могло бы реализовать себя на этом поприще. Среди сельских жителей немало талантливых ремесленников, сказителей, знатоков народных обрядов и традиций, мастеров национальной кухни. Многие жители производят продукты питания (огородничество, садоводство, животноводство) и могут реализовывать излишки отдыхающим, тем самым, улучшив свое благосостояние. Природное разнообразие и гостеприимство простых людей – вот самые главные ресурсы северного региона Казахстана. Однако вовлеченное в туристскую деятельность местное население должно руководствоваться основными принципами туризма, признанными мировой практикой.

Процесс социального конструирования достопримечательности предполагает широкое внедрение технологий управления пристальным взглядом (вниманием) туриста в момент рассказа легенд, мифов о месте достопримечательности. Отличительные признаки места, формируемые легендой, конструируются в рамках семиотического модуса рассматривания. Модус различия связывают с установлением и поддержанием разделения между обыденными, повседневными и экстраординарными туристскими практиками. Модус уникальности предполагает выделение уникальных свойств объекта, придуманных легендой. Модус символической ценности проявляется в возможности увидеть специфические знаки, которые указывают, что объект привлекателен не сам по себе, а как символ какого-то отличия. Модус обнаружения дает возможность увидеть неизвестные особенности в том, что прежде считалось известным только в легенде. Модус нового контекста позволяет увидеть обычные аспекты социальной жизни, возникающие при попадании в необычные контексты, т.е. дает возможность выдумки новых событий в легенде. В этом случае визуальный фон придает экстраординарность действиям, которые в других ситуациях выглядят привычными и повседневными [3].

Щучинско-Боровская курортная зона овеяна легендами, здесь нет памятников материальной культуры, но в этом мире царит сказочная атмосфера, наполненная бабушкиными легендами и преданиями. Это место – особый мир, пестрая мозаика различных творений природы, реально существующий миф. Здесь – величественные горы, у подножий обрамленные роскошными хвойными лесами. Природа, ландшафты и традиционная культура зоны отдыха могут сформировать фундамент туризма, который в будущем внесет большой вклад в развитие региональной экономики. Разработка туров, дающих возможность туристам конструировать образ достопримечательности на основе услышанных легенд и придумывать новые мифы со своим участием в происходивших событиях, будет иметь инновационный аспект, ускоряющий эффект кластерного развития туризма.

Акмолинская область обладает хорошими возможностями для развития данного вида туризма, ведь уровень ее урбанизации составляет 58 %. Возможно также создание на основе существующих благоустроенных сельских поселений туристских деревень недалеко от областного центра.

В ходе социологического опроса выяснилось, что 67 % респондентов знаком такой вид туризма, как агротуризм, но поучаствовать в агротуре хотели бы только 50 %. Выбирая срок поездки в село, тур выходного дня выбрали 59 % опрошенных, неделю – 42,5 %. Рассчитывают получить дополнительные услуги: деревенскую баню (43 %), конные прогулки (45 %), участие в хозяйственной жизни сельской семьи (23 %).

Респонденты ожидают от агротура ощущения близости с природой (22 %), чистого воздуха и натуральных продуктов питания (31,5 %), получения новых впечатлений (19 %). Отвечая на вопрос «Какую сумму Вы готовы потратить в сутки, отдыхая в селе?» 63 % выбрали категорию до 2500 тенге, что и соответствует нашему представлению об агротуризме, как относительно дешевом виде туризма для потребителя.

Так как подавляющее количество положительных ответов (91%) было получено на вопрос «Вам интересно познакомиться с традиционной культурой народа, проживающего в селе?», то это дает нам возможность сделать вывод, что при составлении программы отдыха желательно сочетание элементов агротуризма и этнотуризма.

Выводы, полученные из ответов респондентов: горожане являются потенциальными потребителями услуг агротуризма; основная возрастная группа потенциальных агротуристов находится в широком диапазоне 20-52 лет; в потребности услуг агротуризма наблюдается сильно выраженная сезонность (наиболее предпочтительное время отдыха для большинства респондентов – лето); наиболее востребованный срок проживания в сельской местности с целью отдыха составляет 2 дня, то есть это «туры выходного дня».

Социологическое исследование среди сельских жителей, которые могли бы предоставить услуги агротуризма в селе Кымызнай (в 20 км от п. Боровое) показало, что у сельчан есть желание получить дополнительный доход, в основном это люди в активном трудоспособном возрасте. Эти факты подчеркивают потенциальную социальную составляющую для развития агротуризма в нашем регионе.

Выводы

Таким образом, агротуризм является одним из видов туризма, формирующих туризм в сельской местности по территориальному признаку, но никак не синонимом туризма в сельской местности. Агротуризм – самостоятельный вид туризма на основе особых форм досуговых занятий и мотивации совершения туристских поездок.

В целом структура агротуризма многогранна: поездки принимают самые разные формы, сочетаются между собой (одна поездка может преследовать несколько целей), комбинируются с общепринятыми формами классического туризма, с рекреацией. Иногда очень трудно отличить один сегмент агротуризма от другого.

Для Акмолинской области развитие агротуризма приобретает актуальность в связи с необходимостью активизировать рынок внутреннего туризма, а также с необходимостью создавать условия для развития инфраструктуры села, повышения качества жизни сельских жителей. Сектор агротуризма для территории региона очень разнообразен, с присущей только ему спецификой и потенциальными агротуристскими продуктами.

В Акмолинской области имеются все необходимые предпосылки для создания территориальной структуры агротуризма, как природные, так и социально-экономические, что подтвердило проведенное социологическое исследование, поэтому развитие туристской индустрии должно стать приоритетной экономической задачей регионов.

Литература

1 Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.

2 Кундиус В.А. Агротуризм: проблемы и перспективы развития: монография. – Барнаул: Азбука, 2011. – 346 с.;

3 Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.

4 Баканова А.А. Методические основы формирования системы управления сельским туризмом в регионе // Агротуризм: опыт, проблемы, решения: Материалы Международной научно-практической конференции / Под ред. Воротникова И.Л. – Саратов, 2012. – 184 с.

References

1 Zorin I.V., Kwartaljnov V.A. Turizm Entsiklopediya: spravochnik. – M .: Financy i Statistika, 2001. – 368 s.

2 Kundius V.A. Agroturizm: problemy i perspektivy razvitiya: Monografiya. – Barnaul: Azbuka, 2011. – 346 s.

3 Zdorov A.B. Ekonomika turizma: Uchebnik. – M .: Financy i Statistika, 2004. – 272 s.

4 Bakanova A.A. Metodicheskie osnovy formirovaniya sistemy upravleniya sel'skim turizmom v regione // Agroturizm: opyt, problemy, resheniya: Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii /Pod redaktsiey Vorotnikova I.L. – Saratov, 2012. – 184 s.

Сапаров Қ.Т., Сергеева А.М., Нұрғазина А.С.

Ауылдық аймақтардағы туристік-рекреациялық ресурстардың агротуристік бизнесті дамытудағы мүмкіндіктері

Мақалада туристік рекреациялық ресурстар адамның өмірі мен шаруашылықта пайдалану дәрежесін көрсететін географиялық нысан ретінде қарастырылады. Адам шаруашылығы даму барысында оның тек қана экономикалық қажеттілігі ғана емес, денсаулығы мен рухани дамуына көп көңіл бөліп отыр. Туристер өздері демалатын орындардағы ландшафтқа, климаттық жағдайға, өсімдік және жануарлар дүниесі байлығына, спорт пен саяхатшылықпен, балық аулаумен т.б. жағдайларға көңіл бөледі. Авторлар ауылдық елді мекендердің ресурстық-әлеуеттік мүмкіндіктерін тиімді әрі кіріктірілген негізде дұрыс жоспарлап, ұйымдастырған жағдайда ауыл экономикасының келешектегі бағыттарын қайта құруға болатынын сөз етеді. Қазақстан Республикасындағы ауылдық аумақтардың тұрақты дамуының негізгі факторы өзін-өзі дамыту көзі ретінде синергетикалық тиімділік ядросын қалыптастыру. Мақалада ауылдық аймақтардағы туристік-рекреациялық ресурстардың агротуристік бизнесті дамытудағы мүмкіндіктері баяндалады.

Түйін сөздер: агротуризм, рекреациялық ресурстар, ауылдық ландшафт, санаторий, мәдени-тарихи нысандар, экскурсия, танымдық туризм, экотуризм, табиғат зоналары, туристік инфрақұрылым, көлік және коммуникация, рекреациялық қажеттілік, рекрациялық іс-әрекет, агробизнес.

Saparov K.T., Sergeyeva A.M., Nurqazina A.S.

The Role of Tourist and Recreational Resourcesin the Development of Agro- Tourism Business in Rural Areas

The article deals with recreational resources as geographical objects, showing the degree of their use in life and human economic activities. The man considers in the development of the economy not only the economic aspect, but especially pays on his health, and culture of people. Tourists pay attention to places of recreation on the landscape, climatic conditions, the wealth of plants and wildlife, sports and travel, fishing and so on. The authors stated that well-planned and organized tourism on the basis of integrated and efficient use of available resource and potential opportunities the countryside can become one of perspective directions of structural reconstruction of the rural economy, a source of self-development, the core of the formation of synergistic effect, an important factor of sustainable development of rural territories of the Republic of Kazakhstan. The article deals with the possibility of tourist and recreational resources in rural areas in the development of agro-tourism business.

Key words: agritourism, recreational resources, rural landscape, cultural and historical objects, excursion, educational tourism, ecotourism, natural areas, tourism infrastructure, transport and communication, has been recreation, recreational activities, agribusiness.

Сапаров К.Т., Сергеева А.М., Нургазина А.С.

Вожможности туристско-рекреационных ресурсов в развитии агротуристского бизнеса в сельских регионах

В статье рекреационные ресурсы рассматриваются как географические объекты, показывающие степень применения их в жизни и хозяйственной деятельности человека. Туристы обращают внимание в местах своего отдыха на ландшафт, климатические условия, богатство растений и животного мира, на спорт и путешествие, рыбалку и т.п. Авторами сформулировано, что правильно спланированный и организованный туризм на основе интегрированного и эффективного использования имеющихся ресурсно-потенциальных возможностей сельской местности может стать одним из перспективных направлений структурной перестройки экономики села, источником саморазвития, ядром формирования синергетического эффекта, важным фактором устойчивого развития сельских территорий Республики Казахстан. В статье рассматриваются возможности туристско-рекреационных ресурсов в сельской местности в развитии агротуристского бизнеса.

Ключевые слова: агротуризм, рекреационные ресурсы, сельский ландшафт, санаторий, культурно-исторические объекты, экскурсия, познавательный туризм, экотуризм, природные зоны, инфраструктура туризма, транспорт и коммуникация, рекреационные вожможности, рекреационный деятельность, агробизнес.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

ӘӨЖ 338.486.4 (574)

*[1]Сапаров Қ.Т., [2]Сергеева А.М., [3]Нұрғазина А.С

[1]Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан Республикасы, Астана қ.
[2,3]Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті,
Қазақстан Республикасы, Ақтөбе қ.
*E-mail: k.sapar67@yandex.ru,

АУЫЛДЫҚ АЙМАҚТАРДАҒЫ ТУРИСТІК-РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ РЕСУРСТАРДЫҢ АГРОТУРИСТІК БИЗНЕСТІ ДАМЫТУДАҒЫ МҮМКІНДІКТЕРІ

Кіріспе

Рекреациялық ресустар негізінде рекреациялық іс-әрекет және шаруашылық дамиды. Оның құрамына табиғи және адам қолымен жасалған нысандар, қоршаған орта құбылыстары, оларды пайдалану мүмкіндігі, т.б. жатады. Жалпы барлық рекреациялық ресурстарды екі топқа бөлуге болады: 1) табиғи; 2) әлеуметтік-экономикалық.

Рекреациялық ресурстар туризмнің дамуына, оның орталықтарының қалыптасуына, маманданауына негізделген. Табиғи климаттық жағдайы, әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктері бар аумақтар өздігінен рекреациялық ресурс бола алмайды. Ол үшін қоғамдық еңбек шығыны, технологиялық жабдықталуы, т.б. болуы қажет. Рекреациялық ресурстарды пайдалану мүмкіндігі бағаланып қана қоймай пайдалануға мүмкіндік жасалу керек. Мұндай жағдай туғызу үшін рекреациялық инфрақұрылым қажет [1].

Нәтижелері мен талдау

Қазақстандағы туризмнің дамуы үшін 1985 жылы Қазақстанның туристік картасы жасалды. Бұл картада туристік экскурсиялық нысандарды есепке алу ғана жүргізілді. Оған қорықтар, табиғаттағы обьектілер, мұражай, театр, курорт, демалу зонасы, туризм кеңестері, туристік қонақ үйлер, турбазалар, қызмет көрсету станциялар, т.б. енеді.

Қазақстан аумағындағы рекреациялық ресурстардың зерттелуі кешенді жүргізіледі, оны былай топтастыруға болады: 1) Дамудың статистикалық негізінде жаңа бағыттарын саралау; 2) Халық арасында сауалнамалар өткізу; 3) Рекрациялық ресурстардың келешегін болжау. Рекреациялық қажеттілік рекрациялық іс-әрекеттің белгілі бір түрінен таралады. Ол адамның физикалық, психологиялық және рухани күштерін дамытуға қалпына келтіретін күш деп есептеледі.

Қазақстан аумағы ауыл туризмін дамыту үшін өте қолайлы. Мысалы, Солтүстік Қазақстан аумағы орман зонасында орналасқандықтан және өзінің географиялық ерекшелігіне байланысты көркем табиғатымен қызықтырады. Шығыс

Қазақстан еліміздің маңызды рекреациялық аймағы болып саналады (табиғаты, шаруашылығы, жер қойнауы). Оңтүстік Қазақстан аумағы еліміздегі туристік рекреациялық бағытта алғаш қолданыла бастаған аймақ. Орталық Қазақстан және Батыс Қазақстан аймақтарының рекреациялық ресурстары әлі де толық зерттелмеген.

Қазақстан аумағын рекреациялық ресурстарға байлығына байланысты бірнеше тұрғыдан баға беруге болады:

– Медициналық-биологиялық (демалысты ұйымдастыру үшін, табиғи ландшафтың ортаның қолайлы дәрежесін табу);

– Психологиялық-эстетикалық (табиғи ортаның табиғи,мәдени тарихи обьектілерінің демалушыларға эмоциялық әсерін таңдау);

– Технологиялық (туризмнің әртүрін дамыту үшін ресурстардың жарамдылығын анықтайды).

Бүгінгі таңда ауылдық туризм ұғымына нақты бір анықтама берілген жоқ. Ауылдық туризмді кең және тар мағынада қарастыруға болады. Бірінші агротуризм мағынасына ауыл шаруашылығына жағдай жасаудағы әртүрлі шаралардың (спорттық, сауықтыру, мәдени – ойын – сауық) өтуі, туристік нарықта үйлесімді бәсеке ұйымдастыру жатады. Агротуризмнің кең мағынасын аумақтық аспектіде басым сала ретінде қарастыруға болады. Қалған салалар (көлік, жол шаруашылығы, мәдени іс-шаралар, т.б.) табиғи-рекреациялық ортаға байланысты қалыптасады. Агротуризмді ауылдық жерлердегі экологиялық туризм ретінде қарастыруға болады. Әлемнің көптеген мемлекеттері агротуризмді дамытудың өзіндік жолдарын қалыптастырып, бүгінгі күні үлкен пайдаға кенеліп отыр, себебі ауылдық туризм әлемдік туристік индустрияның ең қарқынды дамып келе жатқан саласы. Осы орайда, республикамыздың ауылдық аймақтарының жағдайын көтерудің әрі экономикалық тұрғыдан тиімді шағын туристік орталық ретінде маңызын арттырудың негізгі жолы - агротуризмді дамыту ісіндегі шетелдік тәжірибені игеру және оны өз мемлекетіміз ішінде тиімді түрде қолдану. Агротуризм - жеке меншік сектор негізінде (ауылдық үй) құрылатын фермерлік шаруашылық аясында ұйымдастырылған экологиялық туризм түрі ретінде танылатын демалыс [2]. Агротуризм өзінің ауылдық аймақтағы жеке меншік баспанасы негізінде туристерді қабылдаушы отбасының орналастыру, тамақтандыру, ойын-сауық сынды қызметтерді кешенді түрде өзі ұйымдастырып, тұтынушыға ұсынатындығымен ерекшеленеді. Ауылдық елді мекендерді жандандыру мен ауылдағы жұмыспен қамту мәселесін шешудің негізгі жолы ретінде бүгінгі күні қала халқының сұранысына ие болып отырған ауылдық туризмді дамыту үрдісіне айрықша мән беру экономикалық тұрғыдан орынды бетбұрыс болар еді [3].

Ауыл туризмінің туристерді қызықтыратын негізгі ерекшелігі - кешенді факторлар адам денсаулығына тигізетін пайдасы бар, атап айтқанда ағзадағы жоғалтқан элементтердің қайта қалпына келуіне, күш қуатының артуына, рухани дамуына, танымдық эстетикалық дағды қалыптастыруға зор ықпал етеді.

Ауылдық жерде туризмді дамыту бағдарламасында көрсеткен қызмет түрлері:

– Туристерді орналастыру және қонақ үй қызметтері;

– Экологиялық таза тамақпен қамтамасыз ету;

– Ауылдың тарихи жағдайымен таныстыру;

– Табиғатты таныстырып, серуендеп, балық аулау, жеміс-жидек жинау, т.б.;

– Ұлттың салт-дәстүр өнерлерімен таныстыру;

– Атқа міну, қайыққа міну, суға шомылу, т.б.;

– Ұлттық және дәстүрлі тағам түрлерін дайындау жолдарын көрсету;

– Мал шаруашылығындағы қызмет түрлерімен таныстыру.

Туристік ауылдық жерлердегі үйлерде тұрақты немесе арнайы үйлерде орналастырылады. Ол кейде ауыл өміріндегі шаруашылықтарға араласқанды қызық көреді. Мысалы, мал суару, күтіп баптау немесе егін егу, ору, мал сауу, т.б. Шет елдерде осы үшін ауыл тұрғындарына көп ақша жұмсайды. Сондықтан ауыл туризмінен ауыл тұрғындары үшінде жалпы мемлекет үшінде қыруар қаржы әкелетін туризм түрі [4].

Ауылдық туризмінің негізгі бағыттары:

- дәстүрлі архитектурасы бар әдемі жерге орналасқан қазіргі ауылдық туристік ауылдардың жасалуы;
- ауылдық турды ұйымдастыруда дәстүрлі ауылдық тұрмыстық, қолөнерлермен таныстыру мақсатымен ауылдық (фермерлік) үйлерде туристерді тұрғызуға мүмкіндік жасау;
- табиғи таза аудандардан ауыл үйлерін және бөлмелерін жалға беру.

Туризмді дамыту үшін экономикалық және ұйымдастыру алғышарттарын жасау керек. Қызметтік бағыттардың бірі ауылда, оның ішінде ауылдық туризмді дамытуда талғаулы түрлерін ұйымдастыру.

Қонақтарды қабылдау жанұя мүшелерінің барлығы қатысатындай өте қызу және еңбекқор-

лықты талап ететін еңбек. Сондықтан бұл кәсіп саласымен айналысар алдында, барлық үй ішіндегілердің пікірін білген жөн, өйткені, одан кейінгі шығатын мәселерден әр уақытта сақтықпен жүрмесе, артынан жанұя тыныштығын бұзғанымен бірге, көрсетілетін қызметтің де сапасы нашар жағынан көрінуі мүмкін.

Қонақтарды күту күнделікті жанұя өмірін өзгертеді, себебі қонақтарға қызмет ету белгілі бір уақыт бөлгенді қажет етеді, жанұяға бөлетін уақытты азайтады. Қонақ үйінің қожайынына ие болатын сапалар:

• қонақжайлылық – адамдардың өздерін жайлы сезіну үшін олардың келгеніне қуанышты екенін білдіру өнері;

• зейінділік - қағида бойынша: біз сізді үшін тағы не жасай аламыз;

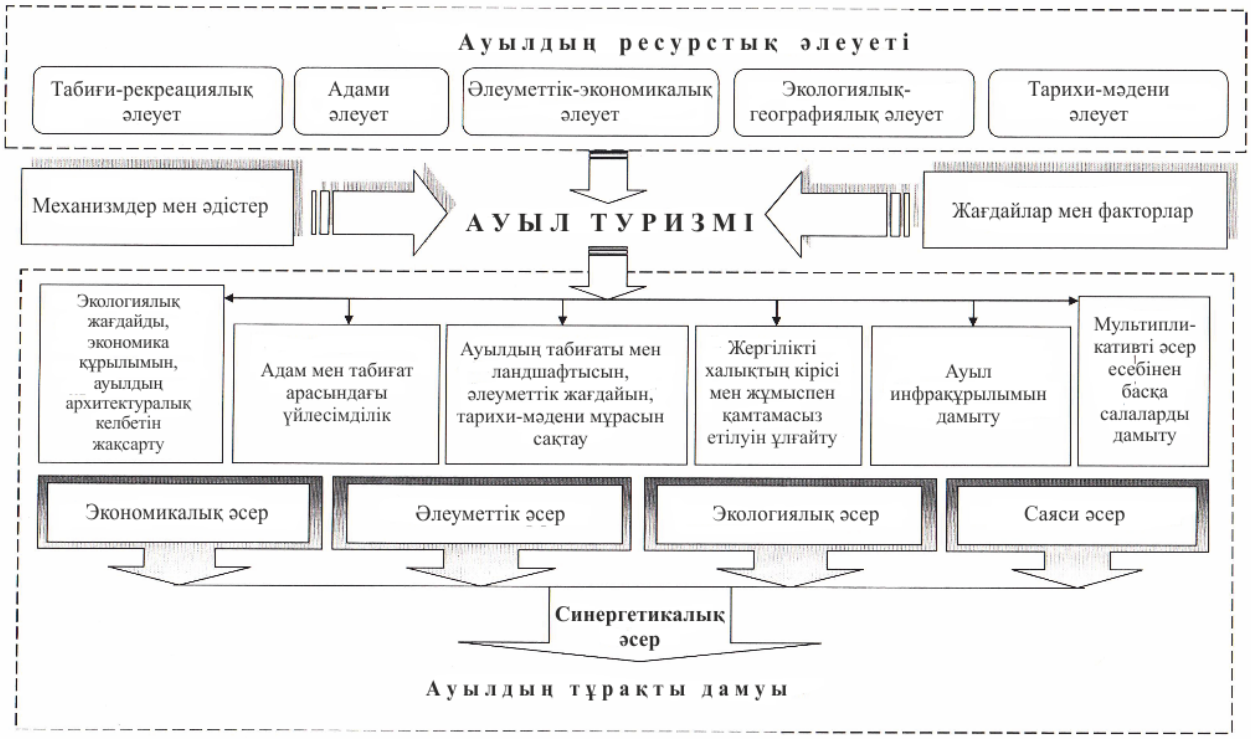
• тілектестік - біздің қызмет көрсетуіміздің барлы-ғы қонаққа жақсы қарым-қатынас екені білініп тұруы;

• дәт және ұстамдылық - өз эмоцияларын әрдайым баяулатып және байсалды тонмен қонақтармен әңгімелесу;

• жалтармалық - даулар пайда болған жағдайда олар ешкімнің тарапын қабылдамай бітіру;

• импровизациялық дарыны болу – қонақта зерігу пайда болған жағдайда оның көңілін көтеру мақсатында әртүрлі нұсқаларын таңдауға ұсыныс беру;

• тазалық, гигиена.



1-сурет – Ауылдың ресурстық әлеуеті

Қажетті инфрақұрылым және қолайлы жағдай жасалған. Бұл шарттарды жасау үшін қызмет көрсету кешенінде нәтижелі жұмыс істеу керек. 1-суретте ауылдың ресурстық әлеуеті берілген.

Ауылдық туризмнің негізі ауылдың туризмдік негізіне ықпал етеді, себебі ауылдық мәдени мирасты реттеуге ықпал ететіндігімен ауылдық шаруашылық. Негізінде тап ауылшаруашылық өндірісін ауылдық ландшафт негізінен реттейді, мұнда әртүрлі өндірістер, тұрғылықты және архитектуралық жабдықтар (ағаштар, хуторлар, фермалар, террассалар, бұлақтар, дирмендер) сияқты кәсіпорындар өзара бірлеседі. Барлық бұл көптүрлілер ауылдық жердің тарихи және мәдени мұрасын білдіре отырып, сақтауды қажет етеді [5].

Ауылдық туризмнің дамуының өз кезегінде ауылдық шаруашылықтың жағдайын және оның өнімінің қолданылуы асыра айтылады. Ауылдық туризм қызметтің сирек түрлерінің бірі болып табылады, мұнда ауылдық ұйымдардың алатын

пайдасын өсіріп, әртүрлі өндірістік аспектілерде қиылыстырып, олардан тікелей туристерге табиғи аграрлық өнімді жеткізіп (бағасы көтерме саудадан екі – үш есе артық) және жылжымайтын мүлікті жақсы қолдануы (дәмхана, банкет залдарын ұйымдастыру).

Ауыл туризмін дамыту үшін қажетті шаралар:

- ауыл аумағының тұрмысын түзеу;
- туристердің түстенуі туралы сұрақты ойлау;
- туристердің бос уақытын ұйымдастыру;
- өз қызметінің заңды ресімделуі туралы сұрақты ойлау;
- бірінші кезектегі жұмыстар, шығын және бастапқы қаржыландырудың көздерін іздеу, пайданың алдағы көлемі туралы іздеу;
- тұтынушыға дейін мәліметін жеткізу.

Ауылдық үйлер тұрмыстық факторларға, табиғи-климаттық шарттарға, халықтық ерекшеліктерге байланысты реттеледі. Қазіргі ауылдық үйлердің алуан түрлі қызметтері: демалыс, тамақтандыру, ауылдық еңбекқорлардың және олардың жанұяларының тұрмыстық процестерін ұйымдастырып, жеке қосалқы шаруашылықты жүргізу үшін бағалы шарттарды құруға шақырады. Ол өзіне тұрғын үйді, ауладағы құрылысты және жер телімін қосады [6].

Қонақтарды күтетін үй және оған қатысты жер телімі ұқыпты және өте тартымды болуы керек, сонымен қатар қауіпсіздіктің нормаларына сәйкес болуы керек.

Үйдің жайғасуына қойылатын талаптар. Ең алдымен туристерді қабылдау үшін су, кәріз, жылыту жүйесінің мәселелерін шешу қажет. Бөлмелердің ішіндегі негізгі талаптар ол жатын бөлмеге арналған – мұнда жайлы, тыныш және санитарлық-гигиеналық шарттардың болуы қажет.

Белсенді демалысты ұйымдастыру. Қонақтардың келуіне және тілегіне байланысты, сонымен қатар қабылдаушы жақтар келесі белсенді демалыстардың түріне ұсыныс жасай алады:

- аң аулау, балық аулауды ұйымдастыру;
- саңырауқұлақтар, жидектер, дәрі шөптердің жинау;
- жорықтар және орманға серуен;
- жердің назар аударарлықтай орындарына экскурсиялау;
- спорт ойындары;
- аңшылық, балық аулайтын, спорттық жабдықтарды жалға беру;
- ат үстінде жүргізуге үйрету.

Егер қала тұрғындары балық аулау үшін келсе, онда балықшы құрал – саймандары және аңшылық жабдықтар, балық аулайтын орындарға апаратын жолсеріктің көмегі керек болады. Балық аулап болғаннан кейін олардың аулаған балықтарынан тамақ даярлатуға болады. Келушілердің тапсырыс бойынша ұсталған балықтарды үйіне әкету үшін ыстап және вакуумға орап беруге болады.

Бұдан басқа туристерге алуан түрлі демалыс бағдарламаларын ұсынуға болады:

- ауылдық мерекелер (сабантой, наурыз мерекесі, т.б.);
- сат-дәстүр көріністері (атастыру, үйлену тойы және т.б.);
- спорт жарыстары және ұлттық ойындар;
- жанған оттың басындағы музыкалық кештер;
- халық өндірістері, орыс пешінде тамақ даярлау, дәстүрлі халық асханасы, үй шарабын, сырасын, квасын, шырынын дайындауды үйрету, ірімшікті, майды даярлауды, зығыр бұйымдарын жасауын процесін үйрету;
- мини – мұражайлар (қолөнерлер, ауылдық тұрмыс-салт, ежелгі ауыл шаруашылық техниканың коллекциясы, т.б.).

Қонақтар демалысқа келгенімен жағымды пайдалы заттармен, өзінің денсаулықтарын жақсартуды, күш жинауды да ұмытпайды [7].

Сауықтыру шарттарында, демалушыларға мынадай ұсыныстар жасауға болады:

- емдік шөптермен емдеуді (шөптік шайлар және тұндырмалар, дәрілік шөптерді қолдану процедуралары);
- апитерапия;
- ипотерапия;
- сумен емдеу;
- балшықпен емдеу;
- массаж.

Қорытынды

Жалпы алғанда Қазақстан Республикасында агротуризмді дамымаған сала ретінде сипаттауға болады. Көрікті жерлерде орналасқан ауылдық аймақтардың көбі ауылдық туризмді дамытуға қажетті барлық табиғи, тарихи, мәдени ресурстарға ие, бірақ мұнда сол ресурстарды тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін агротуризм инфрақұрылымы жоқ, сондықтан да шетелдік тәжірибені оңтайлы қолдану бұл өңірдің болашағы үшін аса маңызды, себебі агротуризмді дамыту өңірдің туристік ресурстарының тиімділігін арттырудың басты кепілі болмақ. Агротуризм

жекелеген демалыстың түрі ретінде орын ауыстыру, ойын-сауық іс-шарасы мен экскурсиялық бағдарламаның ұйымдастырылуын қарастыра отырып, негізінен орта тап қажеттіліктерін қанағаттандырады. Ауылға жан бітіріп, оны туристік орталық ретінде қалыптастыру негізінде жағдайын жақсарту үшін туристік әлеуеті бар ауылдық аймақта агротуризм сынды шығынды көп талап етпейтін, әрі ауылдың экономикалық ахуалын түзейтін тиімділігі жоғары туризм түрін дамыту тиімді де уақыт талабына сай бетбұрыс болар еді.

Әдебиеттер

1 Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане.-Алматы, Ғылым. 2002. - 94 с.

Здоров А.Б. Агротуристский комплекс: прогнозирование регионального развития. – М.: Издательство РГАЗУ, 2005. - 102 с

3 Здоров А.Б. Агротуристский комплекс: формирование и развитие. – М.: Логос, 2011. – 115 с.

4 Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: 1998. – 212 с.

Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. – М.: Пресс-Соло, 2002. -384 с.

6 Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: «Академия», 2007. – 288 с.

7 Сергеева А.М., Тасболатова Б.Б, Баспакова Э.Г. Туристік кешеннің дамуындағы стратегиялық міндеттерді қалыптастыру // «Туризм. Экология. Бизнес» Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары. – Көкшетау: 2007. – 109 - 113 бб.

References

1 Dyusen G.M. Osnovi formirovania i rasvitia industry turisma v Kazahstane. – Almaty, Gilim, 2002. – 94 г.

2 Zdorov A.B. Agroturistski kompleks: prognozirowanie regionalnogo razvitia. – M.: Isdatelstvo RGASU, 2005. – 102 г.

3 Zdorov A.B. Agroturistski kompleks: formirovanie i razvitie. – M.: Logos, 2011. – 115 г.

4 Azar V.I., Tumanov C.U. Ekonomika turistskogo rinka. – M.: 1998. – 212 г.

Aleksandrova A.U. Struktura turistskogo rinka. – M.: Press-Solo, 2002. – 384 г.

6 Morosov M.A. Ekonomika i predprinimatelstva v sozialno-culturnom servise i turisme. - M.: «Akademia», 2007. – 288 г.

7 Sergeyeva A.M., Tasbolatova B.B., Baspakova E.G. Turistik keschennin damyndagi strategialik mindetterdi kaliptastiru // «Turism. Ecologia. Biznes» Halikaralik gilimi-praktikalik konferenzia materialdari. – Kokshetau: 2007. – 109 - 113 г.

Shaken A.Sh.., Plokhikh R.V., Kalimbetov E.A.

Research Frameworks for the Development of Rural Tourism in Kazakhstan

Given article presents the scientific reflections on theoretical and methodological foundations of the research in the field of rural tourism development. The basic principles, a simplified structural model of theoretical and methodological foundations and structure of the leading methods based on the analysis of world experience and local conditions are discussed in the article. The methods which are important for scientific research in the field of rural tourism are systematized. It is pointed out that currently special sections are developing that share their own approaches and methods that differ from the approaches and methods of «maternal» sciences and disciplines. 10 principles can be established as the main principles in organizing and conducting scientific research in the field of rural tourism. Works done are aimed at the formation of the concept of scientific research in the field of rural tourism development.

Key words: rural tourism, theoretical and methodological foundations, the concept of development, Kazakhstan.

Шакен А.Ш., Плохих Р.В., Калимбетов Е.А.

Қазақстанда ауыл туризмін дамытудың зерттеу аясы

Мақалада ауыл туризмі саласында теориялық-әдістемелік зерттеулердің негізі туралы ғылыми көзқарастар қарастырылған. Негізгі қағидалары, маңызды шешілетін сұрақтар, теориялық-әдістемелік негіздің жеңілдетілген құрылымдық үлгісі, әлемдік тәжірибе мен жергілікті жағдайды талдау негізінде жетекші әдістер құрамы қысқаша сипатталады. Ауыл туризмі саласында ғылыми зерттеулер үшін маңызды әдістер жүйеленген. Қазіргі кезде «аналық» ғылымдар мен пәндер әдістері мен тәсілдерінен ерекшеленетін өзіндік әдістер мен тәсілдер жинақталған арнайы бөлімдер дамуы көрсетілген. Ауыл туризмі саласында ғылыми зерттеулерді ұйымдастыру мен жүргізуде 10 қағида маңызды болып табылады. Орындалған кешенді жұмыстар ауыл туризмін дамыту саласындағы ғылыми зерттеулер тұжырымдамасын құруға бағытталған.

Түйін сөздер: ауыл туризмі, теориялық-әдістемелік негіздер, даму концепциясы, Қазақстан.

Шакен А.Ш., Плохих Р.В., Калимбетов Е.А.

Исследовательские рамки для развития сельского туризма в Казахстане

В статье представлены научные размышления о теоретико-методологических основах исследований в сфере развития сельского туризма. Кратко рассматриваются основные принципы, главные решаемые вопросы, упрощенная структурная модель теоретико-методологических основ и состав ведущих методов на основе анализа мирового опыта и местных условий. Систематизированы методы, имеющие важное значение для научных исследований в сфере сельского туризма. Указано, что в настоящее время получают развитие специальные разделы, в которых обособляются собственные подходы и методы, отличающиеся от подходов и методов «материнских» наук и дисциплин. При организации и проведении научных исследований в сфере сельского туризма в качестве главных могут быть определены 10 принципов. Выполненный комплекс работ нацелен на формирование концепции научных исследований в сфере развития сельского туризма.

Ключевые слова: сельский туризм, теоретико-методологические основы, концепция развития, Казахстан.

© 2016 Al-Farabi Kazakh National University

UDC 910.21:796.5

***Shaken A.Sh.., Plokhikh R.V., Kalimbetov E.A.**

Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty
*E-mail: Aiman.Shaken@kaznu.kz

RESEARCH FRAMEWORKS FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN KAZAKHSTAN

Introduction

One of the fastest growing directions of tourism in the world is a rural tourism. It brings together a wide range of types of tourism, based on the use of natural, historical and other resources of the rural areas. According to the World Tourism Organization (UNWTO), 12% to 30% of travelers annually choose this type of tourism in the world [1]. If mentioned numbers characterize the international tourism, the number of domestic rural tourists in some countries is much greater. In Western Europe and the United States, rural tourism became an independent and highly profitable sector of the local economy over the past 25 years. UNWTO defines rural tourism as one of the five key strategic directions till 2020 [2].

Materials and methods

Rural settlements in Kazakhstan were historically formed on the basis of agricultural activity. Current incomes from agricultural production do not provide standard livelihoods of rural people. The crisis caused an outflow of population and disruption of livelihood systems of rural settlements. The agricultural sector, despite the efforts made, still remains a risky and low-profitable field of economy. Measures, at the state level, are provided to intensify the agrarian economy, and reduce costs through the use of science-based technologies, which in the future will lead to the release of employed in this field. In light of this issue, the development of rural tourism as an alternative sector of the local economy is actualized.

Methods of research. The concept of rural tourism development is based on a system of theoretical and methodological foundations of the research and program of practical activity aimed at creating conditions for the formation of the sector of rural tourism as a highly efficient, low-cost and competitive field of the local economy, characterized by financial efficiency, socio-cultural significance and environmental importance to local communities (Figure 1).

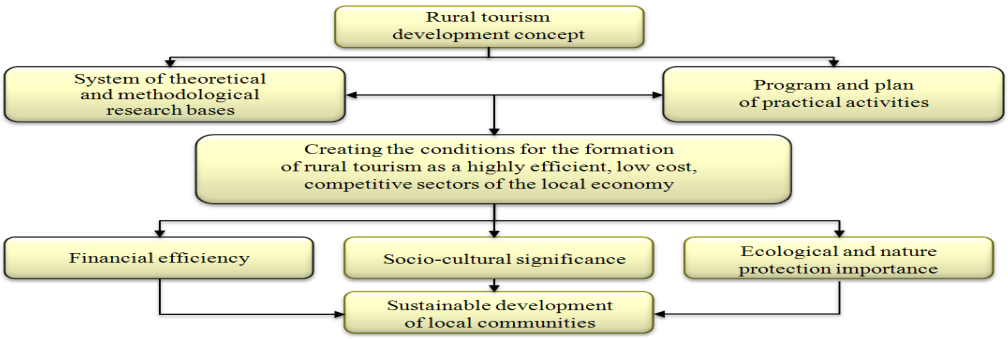


Figure 1 – Theoretical and methodological foundations of the research in the field of rural tourism development

The purpose of the article is a systematization and presentation of specific information about the theoretical and methodological foundations of the research in the field of rural tourism development for the discussion. The basis of the article is the analysis of the philosophical categories «scientific theory» and «scientific methodology» as a supplement to the solution of issues of the research in the field of rural tourism. Surveys were conducted in the framework of a systematic approach, involving the use of a set of scientific and special methods.

Data sources. Statistical, cartographic, text and graphic materials from the library databases and Internet were used. We note, in particular, the following data sources: The United Nations (www.un.org/ru/); UNWTO (www2.unwto.org/); The Global Sustainable Tourism Council (www.gstcouncil.org/); Astana Economic Forum (www.astanaforum.org/2014/); online databases: «EBSCO Databases» (www.ebscohost.com), «The Scientific Electronic Library Online» (www.scielo.br), «ScienceDirect» (www.sciencedirect.com), «Scopus» (www.scopus.com), «SpringerLink» (www.link.springer.com), «Taylor & Francis Group» (www.tandfonline.com), «John Wiley & Sons» (http://eu.wiley.com/WileyCDA/), «Cambridge University Press» (www.journals.cambridge.org), «Oxford University Press» (www.services.oxfordjournals.org), «Web of Science, Thomson Reuters» (www.thomsonreuters.com).

Status of the issue. Under present conditions, the solution of socio-cultural, economic, environmental and other issues of the development of rural territories of Kazakhstan require an integrated approach. Changes in economic conditions in rural areas as a result of administrative and institutional reforms strongly influenced the employment and income of the local population. Wages of workers in agriculture is characterized by modest growth rate compared with wages of employees of enterprises in other sectors of the economy. Alarming levels of poverty and unemployment and other negative trends (for example, demographic situation is deteriorating in many rural regions (the outflow of population to urban settlements), unstable functioning institutions of social infrastructure of due to lack of staff, etc.). At the same time, a balanced development of rural territories is the basis of the reproduction of the labor force, the individual and small business and the country's food security.

Therefore, in the decision of the Government of the Republic of Kazakhstan No.508 «On Approval of the Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan until 2020» dated 19.05.2014, the rural territories are clearly mentioned in each of the five priorities of vision of the role of tourism: 1) opportunity to provide more than 230,000 jobs in the field of tourism, including for the rural population without interruption from the traditional way of life; 2) the creation of business opportunities for family businesses, including those in rural areas; 3) the contribution to the development of engineering and transport infrastructure in rural areas; 4) the creation of co-operation and combination opportunities in sectors of the economy, including agriculture, food and light industry, machinery, non-production sector; 5) support for positive and productive intercultural relations as the main factor of national and interstate mutual understanding, including in rural areas. In connection with the implementation of the Concept, the issue of theoretical and methodological foundations of research in the field of rural tourism development with the subsequent development of program and action plan of practical activities became urgent.

Research territory. The Republic of Kazakhstan is characterized by very contrasting characteristics of rural territories, which determines the multidimensional nature of research and the

importance of a unified approach to conducting research. The country is located in the center of Eurasia, and most of the territory belongs to Asia, a small part of the territory belongs to Europe. By land area of 2,724,900 square kilometers, the country ranks ninth in the world and the second in the CIS after Russia. As of 01.01.2014, the area of agricultural land was 2,154,400 square kilometers (79.1% of the country). The system of administrative-territorial division of Kazakhstan includes 160 settlements, 2,346 rural areas and 6,828 villages. According to the Committee on Statistics, as of August 1,2015, the number of population was 17,563,300 including 9,983,200 people living in cities (56.8%) and 7,580,100 people living in villages (43.2%). The total number of households in townships, villages, rural areas is 1,632,772. The share of the rural population with income below food basket is 0.2% (in cities - 0%). The average monthly nominal wage of employees by sectors: agriculture, forestry and fisheries – 58,304 KZT; education – 69,484 KZT; health and social services – 80,993 KZT; arts, entertainment and recreation – 80,550 KZT; services – 101,874 KZT; public administration and defense, compulsory social security – 103,467 KZT; industry and construction – 134,597 KZT; transportation and warehousing – 141,721 KZT.

Results and discussion

Globally, the general concept (theoretical and methodological foundations) of rural tourism development, as well as terminological unity, is not yet available, although common approaches are identified. There are several views on the issues of having different objectives and focused on specific tasks, as they are developed for the conditions of certain countries. The international experience (mainly, European countries) shows that the development of rural tourism as a form of small business is an important socio-economic program for the transfer of part of rural population from the sphere of agricultural production into the service sector. The main target is to boost the development of rural territories and improve the quality of life through the development of alternative sector of the local economy. In addition to the economic goals, such a policy pursues social and socio-cultural goals: to pay attention to the degradation of rural areas, to prevent a decrease in population and the growth of negative social phenomena, to preserve and to recreate the cultural heritage and national identity to some extent. In Europe, an important factor is the fact that housing in rural areas as a whole has a high level of comfort, so the concept of rural tourism is based primarily on the use of households as a means of accommodation and resources for basic services to tourists. The dominant approach in Europe is focused on the development of small family farming oriented at recreation and tourism in rural areas. It suggests the following main works:

1) the presence of conditionally vacant housing in rural areas;

2) an adequate level of comfort and good condition of the housing (mainly, private homes with an autonomous security system);

3) systematic state support of households in rural tourism sector;

4) organizational assistance in the establishment of special structures dealing with the organization of the sector of rural tourism and the creation of market opportunities in virtual form;

5) establishment of an association of subjects of rural tourism supporting portals with databases on the local sector of rural tourism at the regional level;

6) regulatory, legal and advertising promotion of national and regional products of rural tourism;

7) creation and maintenance of the system of preferential crediting, subsidies and other financial tools of development of rural tourism.

Unfortunately, as described in general terms, the model is not well suited to the conditions of modern Kazakhstan, as the range of unknown factors is much wider and their identification requires a special scientific research in the field of rural tourism. This explains the importance of formation of common theoretical and methodological foundations for them. If the main goal is ensuring the development of rural tourism based on the specifics of the sector of the economy and the characteristics of the territory, then it is necessary to identify and understand the issues that require scientific research and prospecting.

This goal can be achieved by finding answers to the following key questions:

1) how to assess, plan and form the optimal spatial organization of recreation and tourism based on natural and ecological framework, settlement systems, basic engineering and transport communications etc., for the rural areas;

2) how to assess, plan and manage the comfortable environment of life of residents and tourists in rural areas;

3) how to assess resources and plan territorial organization based on nuclei of advanced development, areas of increased tourism activity and tourism growth poles for the creation of an attractive investment image of rural areas and improvement of potential of recreation and tourism;

4) how to assess and plan the spatial organization of recreation and tourism in the rural territories from the perspective of economic efficiency, technological competitiveness and environmental safety;

5) how to evaluate, consider, plan and ensure the preservation of natural, historical and cultural heritage, as well as comply with environmental management requirements.

The main principles of the organizing and conducting scientific research in the field of rural tourism are the following:

1) orientation to the factors and mechanisms of sustainable development, which is understood by accounting of the limits of growth defined by the internal characteristics of the rural territories and external factors with respect to rural territories;

2) differentiation and logical sequence of stages of research and activities in the field of rural tourism development;

3) ecological safety of environmental management, which is understood as a set of requirements and recommendations for optimizing the mechanisms of preservation and restoration of environment (natural and socio-cultural) in order to obtain a long-term income from tourism activities;

4) efficient use, protection and reconstruction of the environment in key rural territories;

5) economic effectiveness of the activity which is determined by the laws of functioning of market mechanisms;

6) social partnership between authorities, business entities, local communities and a wide range of interested non-governmental organizations;

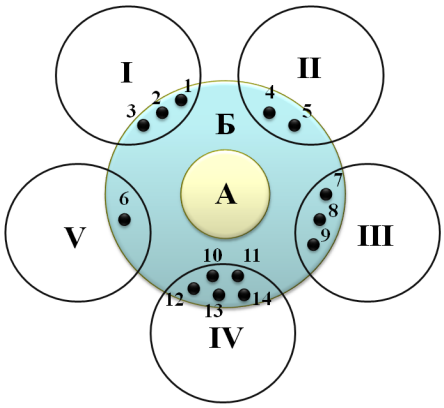
7) optimality of spatial organization based on an integrated use of natural, human, material resources and conditions, the combination and cooperation of enterprises, associations of engineering structures, construction bases, scientific and technical services;

8) rational organization of production and provision of tourism products, taking into account the specialization of households;

9) appropriate functional organization and functional zoning of territories for the development of rural tourism;

10) compliance of developed and implemented measures with the specifics and peculiarities inherent to both rural tourism and a specific territory.

The range of research issues in the field of rural tourism is addressed by experts of about 20 specialties which directly conduct research (Figure 2). Other experts indirectly involved.



Legend: structure of the theoretical and methodological foundations: A - a general theory (zone of formation of own theoretical foundations and methods); B - special sections (zone of accumulation and transformation of approaches, methods, data of related sciences and disciplines); system of sciences and disciplines: 1 - economic geography; 2 - physical geography; 3 - cartography, geoinformatics, GIS; 4 – town-planning architectural science; 5 - town-planning engineering discipline; 6 - hygienic science; 7 - sectoral economic sciences; 8 - economy of allocation of productive forces (the science of the regions, the science of regional studies, regional science); 9 - demography; 10 - philosophy, aesthetics and design; 11 - prognostics; 12 - science of science; 13 - general system theory; 14 - programming and computer modeling.

Figure 2 – Formation of the theoretical and methodological foundations and interdisciplinary links of research in the field of rural tourism

The participation of representatives of many sciences and disciplines that contribute to the research in the field of rural tourism is unequal. A contest of methods and traditional approaches of different sciences occurs, often leading to temporary seizure of wrong areas by some sciences

that distort the direction of works and significantly delays the development of theory and methodology. Presented diagram shows some interdisciplinary communication and interaction. But even in this incomplete form, it quite clearly illustrates the multiplicity of contact points of planning with other sciences and the importance of a broad and deliberate account of interdisciplinary links.

Figure 3 shows the methods that are important for research in the field of rural tourism.

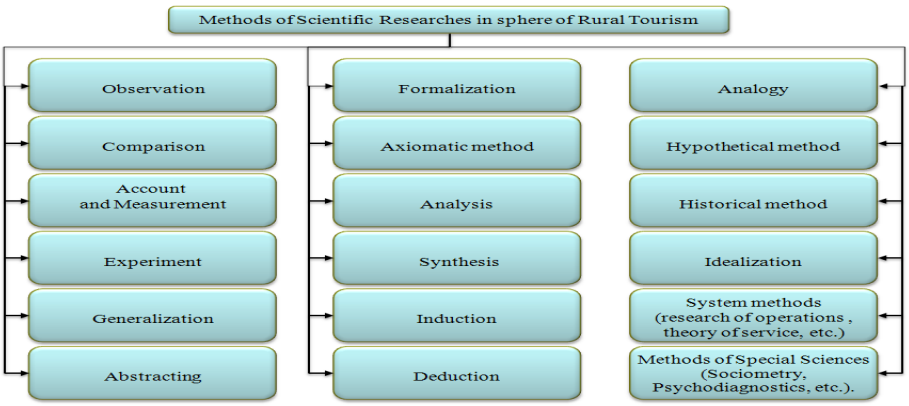


Figure 3 – The most important methods of scientific research in the field of rural tourism

In the research in the field of rural tourism, special sections are developing that differentiate their own approaches and methods that differ from the approaches and methods of «maternal» sciences and disciplines. To study the issue of assessment, use and conversion of natural conditions and resources, there is a need for specially trained physical geographers, geologists, experts in landscaping and other systems.

Conclusion

Completed work led to the following conclusions about the content of the theoretical and methodological foundations of research in the field of rural tourism: 1) the dominant approach in Europe is not well suited to the conditions of modern Kazakhstan, as the spectrum of the unknown factors in the development of rural tourism is much broader and special research is required for identifying them; 2) the main goal of research can be achieved by searching for answers to five key questions (see article); 3) 10 principles can be established as the main principles in organizing and conducting scientific research in the field of rural tourism (see article).; 4) the structure of the theoretical and methodological foundations are formed by two sections (general theory, special sections) that cover five major systems of sciences and disciplines; 5) 18 basic methods are important to conduct research in the field of rural tourism.

References

1 Andreeva K. Organization of tourism in rural areas // Tempus: Development of Educational programs on sustainable rural tourism: proceedings of the meeting participants (Angers, France). - M .: SUM, 2011. - 32 p.

2 Sustainable tourism for development. Guidebook – enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries (Contract nr. DCI-MULTI-2011/280-663; ISBN 978-92-844-1549-6) [electronic resource]. – Madrid (Spain): World Tourism Organization, 2013. – 228 p. – URL: http://www.e-unwto.org/content/j71738/fulltext.pdf (access date 10.03.2016).

Авторлар туралы мәлімет

Абдреева Шолпан Турсынбаевна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Абенова Елена Анатольевна – п.ғ.к., доцент, Нархоз университеті
Абишева Зарема Маратовна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Акашова Атиркуль Сапарбековна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Актымбаева Алия Сагындыковна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Алихан Нургуль Даулетхановна – Қажымұқан атындағы орта мектеп
Артемьев Александр Михайлович – т.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Асипова Жанна Медеуовна – PhD, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Аскарова Маулкен Акишовна – г.ғ.д., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Аскарбеков Бексултан Бахытович – География институты
Аубакирова Амина Аубакировна – г.ғ.д., профессор, Нархоз университеті
Бейсахмет Азамат Алматович – магистр, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Бейсенова Алия Сарсеновна – г.ғ.д., профессор, ҚР ҰҒА академигі, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Благовещенский Виктор Петрович – г.ғ.д., География институты
Боксенова Салтанат Кайырбековна – магистр, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Гельдыева Галина Викторовна – г.ғ.д., профессор, География институты
Гумиров Валерий Русланович – студент, Костанайский государственный педагогический институт
Джусупова Дария Бекайдаровна – б.ғ.д., профессор, Абай атындағы қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Дуйсебаева Кулзада Джумабековна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Есенов Меиржан Нурланович – магистр, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Жакупов Алтынбек Аманжолович – магистр, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Жакупова Айман Амангельдиновна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Жандосова Гулим Омирхановна – аға оқытушы, Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті
Жданов Виталий Владимирович – г.ғ.к.
Зулпыхаров Канат Базарбаевич – преподаватель, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Имангелди Ш.А. – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Калимбетов Есен Абдуалиевич – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Кошкимбаева Умыт Толеукызы – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Кубесова Гулнар Тынышбаевна – г.ғ.к., доцент, Актюбинский региональный государственный университет имени К. Жубанова
Мазбаев Орденбек Билисбекович – г.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Медеу Алихан Ахметкалович – э.ғ.д., «Центр системных исследований» жауапкершілігі шектеулі серіктестігі
Намазбаева Зауре Есенкуловна – «НАРХОЗ» университеті
Нюсупова Гульнара Нурмухамедовна – г.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Огиенко Надежда Анатольевна – г.ғ.к., Қостанай мемлекеттік педагогикалық институты
Ракишева Айгуль Курмангалиевна – магистр, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Салихов Талгат Кумарович – а.ғ.к., доцент, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Сапаров Қуат Табулдинович – г.ғ.д., профессор, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Сванбаева Зауреш Серикхановна – а.ғ.к., доцент, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Сергалиева Айдана – магистр, Жоңғар Алатауы мемлекеттік ұлттық табиғи паркі
Сейтжанова Айгерим Курманалиевна – магистр, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Скоринцева Ирина Борисовна – г.ғ.д., доцент, География институты
Токбергенова Айгуль Абдугаппаровна – г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Уварова Алиса Константиновна – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 3

Основатель Казахстанской школы географии туризма 5

1-бөлім Туризмді ғылыми зерттеу және туризм туралы ғылымның дамуы

Раздел 1 Научное изучение туризма и развитие науки о туризме

Александрова А.Ю.
Понятие туризма как системы 12

Ердавлетов С.Р.
Еще раз к вопросу науки о туризме.....20

Erdavletov S.R., Artemyev A.M., Aktymbaeva A.S., Woodward D.B., Shaken A.S., Sakypbek M.A.
Once More about the Necessity of the System of Scientific Support of Tourism Development in Kazakhstan 28

Кораблев В.А.
Проблемы современной теории туризма и пути их решения 34

Никитинский Е.С.
Тенденции и приоритеты инновационного развития туризма.....42

Огиенко Н. А., Шкваренко Н.С.
Роль и влияние исследовательской деятельности в туристской отрасли 50

Никитинский Е.С., Аяпбекова А.Е., Сагымбай О.Ж.
Современные вызовы и обеспечение безопасности в туризме.....60

Zajadacz A., Kosińska A.
Problems of Tourism Development on a Regional Scale 70

Симанавичене Ж., Симанавичюс А.
Специфика классификации рисков в туризме 78

Искакова К.А., Каипова Ж.А.
Типология малых городов Южного Казахстана по факторам возникновения депрессивности в их развитии.....86

Нигматов А.Н., Карабазов З.А., Камалов Б.Х.
Некоторые аспекты теории агротуризма и перспективы его развития в Узбекистане.....92

Евлоева А.С., Ушакова Е.С.
Анализ опыта зарубежных стран в формировании стратегий обеспечения конкурентоспособности туризма 98

Оразымбетова Г.Ш., Дуйсебаева К.Д., Макаш К.К., Аязова А.К.
Қазақстан Республикасындағы туризм индустриясын дамытудағы мемлекеттік бағдарламалардың 104
орындалуы мен жетілдіру жолдары

Плохих Р.В., Тикенов Е.А.
Дифференциация конкурентных преимуществ и виды конкурентоспособности туристской дестинации 110

Сайдуллаев С.З., Надыров Ш.М.
Социально-экономическое значение туризма в Республике Казахстан.....122

Устенова О.Ж., Сулейменова Н.Ж., Тлепова А.С., Маженова Ж.А.
Қазақстанда туристік қызметтерге тұтынушылық сұраныстың ерекшеліктері.....128

2-бөлім Туристік қозғалысты ұйымдастыру және туристік машруттар

Раздел 2 Организация туристского движения и туристские маршруты

Аигина Е.В.
Учет национальных и религиозных особенностей туристов при организации 136

Абдреева Ш.Т., Нурулы Е.
Социальные медиа как значимый инструмент маркетинговой коммуникаций на туристском рынке Казахстана.....144

Аблеева А.Г., Актымбаева Б.И.
Роль транспортной логистики в развитии туризма.....150

Айдарова А.З., Абдуллина А.Г.
Қазақстандағы туристік фирмалардың имиджін қалыптастырудағы PR-технологияның ролі.....156

Айтуарова А.Е., Абишева З.М.
Структурная организация детско-юношеского туризма Акмолинской области.....162

Актымбаева А.С., Сапиева А.Ж., Сакыпбек М.А.
Оценка мультипликативного эффекта туристской деятельности Карагандинской области.....172

Алиева Ж.Н., Құдабаева А.
Қазақстандағы діни туризм дамуының қазіргі жағдайы.....180

Алиева Ж.Н., Мусахан А.
Қазақстандағы медициналық туризмнің даму мүмкіндіктері 186

Бейсембинова А.С., Актымбаева А.С., Көшкімбаева Ү.Т., Адбанова А.А.
Алакөл ауданының туристік кешенінің дамуының SWOT-анализі.....192

Бейсембинова А.С., Бижигитова А.С.
Инфотурларды ұйымдастырудың қазіргі мәселелері және оларды шешудің бағыттары 200

Болхосоева Е.Б., Шагжиев К.Ш.,Бабиков В.А., Митыпова А.Б.
Проблемы использования бальнеологических ресурсов для развития
лечебно-оздоровительного туризма в Республике Бурятия 206

Егорина А.В., Сапаров К.Т., Женсикбаева Н.Ж.
Структура геокультурного пространства Южного Алтая как фактор туристко-рекреационного развития 214

Жаксыгулова Г., Гюмюш Н., Мырзабекова М.
Роль киноиндустрии в развитии туризма: опыт Турции.....220

Жакупова А.А., Нурулы Е.
Особенности стратегического планирования развития туризма
в Алматинской области и его место в системе регионального управления 226

Курсабаев М.К., Аяпбекова А.Е., Демеуов А.Б.
Туристско-геоархеологический потенциал наскальных рисунков Кунгей Тарбагатая 232

Мамадияров М.Д.
Использование рекреационных ресурсов ЮКО в целях развития туризма.....240

Мышлявцева С.Э.
Современные подходы к организации территорий активного туризма на Урале.....246

Nyussupova G.N., Kairanbayeva G.K., Beimbetov A.A.
Socio-Economic Characteristics of the Population of Almaty Oblast as a Indicator of Life Quality of Population.....252

Ондар Х.А., Бабиков В.А.
Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Тыва 258

Токпанов Е.А., Асубаев Б.К., Жумадилов А.Р.
Алматы облысындағы Жалаңашкөл көлінің емдік-сауықтыру туризмі мен демалысты дамытудағы маңызы 264

Тоқпанов Е.А., Мылкайдаров А.Т., Кереева А.Р.
Алакөл жағалауындағы «Қоссор» кен орнының емдік балшығын емдік-сауықтыру туризмін дамыту мақсатында санитарлық-микробиологиялық құрамын зерттеу 270

Турсинбаева К.С.
Музейно-мемориальные комплексы как объекты туристско-рекреационной деятельности....278

3-бөлім Раздел 3
Ауыл туризмі Сельский туризм

Erdavletov S.R., Aktymbayeva A.S.
Differentiation between the Concepts «Agrotourism» and «Rural Tourism» 286

Искакова К.А., Актымбаева А.С., Жакупова А.А.
Концептуальные подходы в организации сельского туризма (мировой опыт) 294

Михайленко Т.А., Намазбаева З.Е.
Сельский туризм как фактор устойчивого развития регионов 304

Салиев А.С., Федорко В.Н., Курбанов Ш.Б.
Сельский туризм в Узбекистане: возможности и проблемы развития 310

Титова М.А.
Агротуризм – как одно из перспективных направлений развития сельских территорий Акмолинской области 316

Сапаров Қ.Т., Сергеева А.М., Нұрғазина А.С.
Ауылдық аймақтардағы туристік-рекреациялық ресурстардың агротуристік бизнесті дамытудағы мүмкіндіктері 322

Shaken A.Sh., Plokhikh R.V., Kalimbetov E.A.
Research Frameworks for the Development of Rural Tourism in Kazakhstan....328

Авторлар туралы мәлімет....334

CONTENTS

Предисловие 3

Основатель Казахстанской школы географии туризма 5

Section 1
Scientific study of tourism and the development of science about tourism

Aleksandrova A.Yu.
The notion of tourism as a system 12

Yerdavletov S.
Once more about the question of tourism science 20

Erdavletov S.R., Artemyev A.M., Aktymbaeva A.S., Woodward D.B., Shaken A.S., Sakypbek M.A.
Once More about the Necessity of the System of Scientific Support of Tourism Development in Kazakhstan 28

Korablev V.A.
Problems of modern tourism theory and the ways of their solution 34

Nikitinskiy E.S.
Tendencis and priorities of development innovative technologies in tourism 42

Ogienko N. A., Shkvarenko N. S.
The role and impact of research in the tourism industry 50

Nikitinskiy E.S., Ayapbekova A.E., Sagymbay O.Zh.
Modern prevention and safety in tourism 60

Zajadacz A., Kosińska A.
Problems of Tourism Development on a Regional Scale 70

Simanavichene ZH., Simanavichyus A.
The specificity of the classification of risks in tourism 78

Iskakova K.A., Kaipova Zh.A.
Typology of the small cities of the Southern Kazakhstan on factors of emergence of depressiveness in their development 86

Nigmatov A.N., Karabazov Z.A., Kamalov B.H.
Some aspects of the theory farmhouse and prospects of its development in Uzbekistan 92

Yevloyeva A.S., Ushakova Ye.S.
Analysis of foreign experience in the formation of tourism competitiveness strategies 98

Orazymbetova G. Sh., Duysebaev As K. D., Makash K. K., K. Asawa.
The state program on development of tourism industry in the Republic of Kazakhstan and ways to improve them 104

Plokhikh R.V., Tikenov E.A.
Differentiation of competitive advantages and tourist destination competitiveness types 110

Saydullayev S.Z., Nadirov SH.M.
Socio-economic importance of tourism in the Republic of Kazakhstan 122

Ustenova O.Zh., Syleymenova N.Zh., Tlepova A.S., Mazhenova Zh.A.
Features consumer demand on tourist routes in Kazakhstan 128

Section 2
Organization of tourist movement and tourist routes

Aigina E.V.
Consideration of tourists' national and religious characteristics in tourism organization 136

Abdreeva Sn T., Nuruly Ye.
Social media as an important tool of marketing communications in the tourist market of Kazakhstan 144

Ableeva A. G., AktymbayevaB.I.
A role of transport logistic is in development of tourism 150

Aidarova A.Z., Abdullina A.G.
The role of PR-technologies in the creation of the image of tourist companies in Kazakhstan 156

Aituarova A.E., Abisheva Z.M.
Structural organization of child-youth tourism in Akmola region 162

Aktymbaeva A.S., Sapiyeva A. Zh., Sakypbek M.A.
The estimation of Tourism activity Multiplicative effect of Karaganda region 172

Aliyeva Zh.N., Kudabayeva A.
The current state of religious tourism development in Kazakhstan 180

Aliyeva Zh.N., Mussakhan A.
Opportunities for development of medical tourism in Kazakhstan 186

Beisembinova A.S,. Aktymbayeva A.S., Koshkimbaeva U.T., Adbanova A.A.
SWOT-analysis of the touristic complex in Alakol area 192

Beysembinova A.S., Bizhigitova A.S.
Current problems in the organization of infotours and directions of their solutions 200

Bolkhosoeva E.B., SHagzhiev K.SH., Babikov V.A., Mitypova A.B.
Problems of use of balneological resources for development of medical and health tourism in the Republic of Buryatia 206

Egorina A.B., Saparov K.T., Zhensikbayeva N.Zh.
The structure of geo-cultural area in Southern Altai as a factor of tourism development 214

Zhaxygulova G., Gümüş N., Myrzabekova M.
The Role of Film industry in Development of Tourism: experience of Turkey 220

Zhakupova A.A., Nuruly Y.
Features of strategic planning of tourism development in Almaty oblast and its place in the regional management system 226

Kursabayev M. K., Ayapbekova A.E., Ayapbergenov B.K., Demeuov A.Б.
Tourists and geoarchaeological potential petroglyphs Kungei Tarbagatai 232

Mamadiyarov M.D.
Using of recreational resources of Sout Kazakhstan region for development of tourism 240

Myshlyavtseva S.E.
Modern approaches to the territory organization for active tourism in the Urals 246

Nyussupova G.N., Kairanbayeva G.K., Beimbetov A.A.
Socio-Economic Characteristics of the Population of Almaty Oblast as a Indicator of Life Quality of Population 252

Ondar Kh.A., Babikov V.A.
Prospects of development cultural-cognitive tourism in the Republic of Tyva 258

Tokpanov E.A., Asubaev B.K., Zhumadilov A.R.
Meaning of lake Zhalanashkol located in Almaty region for the development of health tourism and recreation 264

Tokpanov E.A., Mylkaidarov A.T., Kireyev A.R.
Sanitary-microbiological research lechebnyh the mud mestorozhdenie «Kossor» pobereje lake Alakol
to the development of medical tourism 270

Tursinbayeva K.S.
Memorial museum complexes as objects of tourist and recreational activity 278

Section 3
Rural tourism

Erdavletov S.R., Aktymbayeva A.S.
Differentiation between the Concepts «Agrotourism» and «Rural Tourism» 286

Iskakova K.A., Aktymbayeva A.S., Zhakupova A.A.
Conceptual approaches to organization of rural tourism (World experience) 294

Mikhailenko T.A., Namazbayeva Z.E.
Rural tourism as a factor in sustainable development of regions 304

Saliev A.S., Fedorko V.N., Kurbanov Sh.B.
Rural tourism in Uzbekistan: development opportunities and challenges 310

Titova M.
Farmhouse – as one of the most promising directions of development of rural areas of Akmola region 316

Saparov K.T., Sergeyeva A.M., Nurqazina A.S.
The role of tourist and recreational resourcesin the development of agro- tourism business in rural areas 322

Shaken A.Sh.., Plokhikh R.V., Kalimbetov E.A.
Research Frameworks for the Development of Rural Tourism in Kazakhstan 328

Авторлар туралы мәлімет 334