

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ПРЕЗИДЕНТІНІҢ ЖАНЫНДАҒЫ  
МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ АКАДЕМИЯСЫ

**Басқару институты**

қолжазба құқығында

**Нурмаханов Айбек Жакыпович**

**ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫН  
БАСҚАРУ ҚҰРАЛДАРЫН ДАМУ**

«7M041 Бизнес және басқару» дайындық бағыты бойынша  
«7M04105 – Мемлекеттік саясат» білім беру бағдарламасы

Бизнес және басқару магистрі дәрежесін иелену үшін магистрлік жоба  
«7M04105 – Мемлекеттік саясат» білім беру бағдарламасы бойынша

Ғылыми жетекші: \_\_\_\_\_ Кусаинова Л.И., э.ғ.к., профессор.

Жоба қорғауға жіберілді: «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 ж.

Басқару институтының директоры \_\_\_\_\_ Гаипов З.С., с.ғ.д.

**Астана, 2024**

## МАЗМҰНЫ

<b>НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР.....</b>	<b>3</b>
<b>БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР.....</b>	<b>5</b>
<b>КІРІСПЕ.....</b>	<b>6</b>
<b>НЕГІЗГІ БӨЛІМ.....</b>	<b>9</b>
<b>1-тарау Халықаралық тәжірибені зерделеу.....</b>	<b>13</b>
<b>2-тарау Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілігінің жаһандық индексіндегі сыртқы ортаны талдау.....</b>	<b>20</b>
<b>3-тарау Шымкент қаласындағы туризм индустриясын дамытудың ағымдағы жай-күйін талдау және басқару құралдарын жетілдіру бойынша ұсыныстар.....</b>	<b>26</b>
<b>ҚОРЫТЫНДЫ.....</b>	<b>52</b>
<b>ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕР ТІЗІМІ.....</b>	<b>55</b>
<b>ҚОСЫМШАЛАР.....</b>	<b>57</b>

## НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

Осы магистрлік жобада мынадай нормативтік құжаттарға сілтемелер пайдаланылды:

- Мемлекет басшысы Қ.Қ.Тоқаевтың 2019 жылғы 2 қыркүйектегі Қазақстан халқына Жолдауы. «Сындарлы қоғамдық диалог - Қазақстанның тұрақтылығы мен гүлденуінің негізі».

- Туристік қызмет объектілерін салу, реконструкциялау кезінде кәсіпкерлік субъектілері шығындарының бір бөлігін өтеу қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 31 желтоқсандағы № 415 бұйрығы.

- Кәсіпкерлік субъектілерінің санитариялық-гигиеналық тораптарды күтіп-ұстауға арналған шығындарының бір бөлігін субсидиялау қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 10 желтоқсандағы № 382 бұйрығы.

- Кәсіпкерлік субъектілерінің жол маңындағы сервис объектілерін салу жөніндегі шығындарының бір бөлігін өтеу қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 30 желтоқсандағы № 411 бұйрығы.

- Әрбір шетелдік турист үшін келу туризмі саласындағы туроператорлардың шығындарын субсидиялау қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 15 желтоқсандағы № 387 бұйрығы.

- Тау шаңғысы курорттары үшін жабдықтар мен техниканы сатып алу бойынша кәсіпкерлік субъектілері шығындарының бір бөлігін өтеу қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 29 желтоқсандағы № 407 бұйрығы.

- Қазақстан Республикасының аумағында кәмелетке толмаған жолаушыларды әуеде тасымалдау кезінде туристік өнімге енгізілген билеттің құнын субсидиялау қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 7 желтоқсандағы № 375 бұйрығы. Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінде 2021 жылғы 10 желтоқсанда № 25724 болып тіркелді.

- Қазақстан Республикасының Заңы. «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» 2001 жылғы 13 маусымда № 211- II қабылданған.

- Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. «Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспарын бекіту және Қазақстан Республикасы Президентінің кейбір жарлықтарының күші жойылды деп тану туралы», 2018 жылғы 15 ақпанда № 636 бекітілген.

- Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысы. «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы», 2019 жылғы 31 мамырда № 360 бекітілген.

- Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысы. «Қазақстан

Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы», 2017 жылғы 30 маусымда № 406 бекітілген.

- Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысы. «2021-2025 жылдарға арналған кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі ұлттық жобаны бекіту туралы», 2021 жылғы 12 қазанда № 728 бекітілген.

- Туристік қызметті жүзеге асыратын кәсіпкерлік субъектілеріне жүргізушінің орнын қоспағанда, отыруға арналған сыйымдылығы сегіз орыннан астам автомобиль көлік құралдарын сатып алу жөніндегі шығындардың бір бөлігін өтеу қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 30 желтоқсандағы № 412 бұйрығы.

- Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысы. «Жеке кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдаудың кейбір шаралары туралы», 2019 жылғы 31 желтоқсанда № 1060 бекітілген.

## БЕЛГІЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

ЖІӨ	– Жалпы ішкі өнім
ЕҚТА	– Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар
DMO	– Destination Management Organization (Бағытты басқаруды ұйымдастыру)
ҰТҚ	– Ұлттық туристік қауымдастықтар
ҰТҰ	– Ұлттық туристік ұйымдар
ҚҚС	– Қосылған құн салығы
TSM	– Туризм және спорт министрлігі
ҚМ	– Қаржы министрлігі
НҚА	– Нормативтік құқықтық актілері
ҚР	– Қазақстан Республикасы
UNWTO	– БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымы
WTTC	– Туризм және саяхат жөніндегі дүниежүзілік кеңес
ТМД	– Тәуелсіз мемлекеттер достастығы
БАҚ	– Бұқаралық ақпарат құралдары
АҚШ	– Америка құрама штаттары
БАӘ	– Біріккен араб әмірліктері
БҚИСТ	– Бәсекеге қабілеттілік индексі саяхат және туризм
TUIK	– Түрік статистика институтының

## КІРІСПЕ

**Зерттеудің өзектілігі мен жаңалығы.** Туристік сала әлемдегі ең ірі және жылдам дамып келе жатқан салалардың бірі болып табылады. Негізгі көрсеткіштер бойынша, оның ішінде инвестициялық салымдардың тиімділігі бойынша туризм салыстырмалы түрде мұнай өндіру өнеркәсібімен. Туризмде әлемдік жиынтық өнімнің шамамен 10% -ы, көрсетілетін қызметтердің әлемдік экспортының 30% -ы, әлемдік инвестициялардың 7% -ы, жұмыс орындарының 10% -ы және барлық салық түсімдерінің 5% -ы тиесілі.

Туризм телекоммуникация және көлік, құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы және басқа да аралас салаларға ықпал ете отырып, өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуына жәрдемдеседі.

Бұл зерттеудің жаңалығы Шымкент қаласында туризм саласын талдау мен басқарудың заманауи әдістерін қолдануында. Сондай-ақ, туризмді тиімді дамытуда нақты мемлекеттік реттеудің жоқтығы, инфрақұрылымның жеткіліксіз дамығаны және осы секторды мемлекеттің де, елдің шағын және орта бизнесінің тұтастай алғанда мемлекет экономикасына әсер етуге қабілетті экономиканың табысты дербес тауашасы ретінде қабылдауы, сезінуі едәуір дәрежеде кедергі келтіреді. Жарияланған мақалаларды, қолда бар әдебиеттерді талдау тұжырымдамалық аппараттың жеткіліксіз дамуын, мемлекеттік деңгейде туризмді реттеудің сипаты мен дәрежесін негіздеу үшін көзқарас пен ғылыми әдіснаманы жүйелеу мақсатында шетелдік тәжірибелерді қолдану ұсынылады.

### **Жұмыстың басқа зерттеу жұмыстарымен, магистрлік зерттеулермен байланысы:**

Бұл жұмыстар кең контексте әртүрлі әдістер мен зерттеулерді қамти отырып, Қазақстан Республикасының кәсіпкерлерін қолдау моделін әзірлеудің теориялық және практикалық аспектілерін ашады. Олар халықаралық тәжірибенің, кәсіби туристік білім беру мен құқықтық мәдениеттің, сондай-ақ Қазақстандағы әлемдік үрдістер мен ұлттық ерекшеліктер контекстінің маңыздылығын атап көрсетеді:

- Туризмді дамыту саласындағы халықаралық тәжірибе. Ұлыбритания, Испания, Франция сияқты елдерде туризмді дамытудың табысты тәжірибесі. Е.Е.Қабанова және Е.В.Фролов Мемлекеттің кәсіпкерлермен ынтымақтастығымен туризмді басқару саласындағы халықаралық тәжірибе қарастырылуда [1].

- Туризмнің тарихи және заңды дамуы, әлемде туристік қатынастардың пайда болу кезеңдері, туристік бизнес саласымен қандай да бір өзара іс-қимыл жасайтын өмір салалары. Сайко О.К., Лыкова Т.Р. Әлемдегі туризмнің дамуын, оның әлемдік туристік державаларда жұмыс істеуін талдау [2].

- Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексіне шолу. Бұл шолу «Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі (БҚИСТ)» (бұдан әрі - БҚИСТ) рейтингін жасау кезінде жүргізілген зерттеулер әдіснамасын қарастырады, 2017 жылғы бәсекеге қабілеттілік есебінде Қазақстанның нәтижелерін талдайды және кейінгі жылдардағы рейтингті жақсарту бойынша ұсынымдар береді [3].

**Зерттеу объектісі.** Туризм саласының басқару құралдары.

**Зерттеу мәні.** Басқару құралдарын жетілдіру және заман талабына сәйкес, тиімділігін арттыру.

**Зерттеудің мақсаты мен міндеттері.** Шымкент қаласы туризм саласының басқару құралдарын жетілдіру мақсатында тиісті әдістемелік ұсынымдар әзірлеу.

**Мақсатқа қол жеткізу үшін мынадай міндеттерді шешу талап етіледі:**

- Туристік саланы дамыту саясатын іске асырудың шетелдік тәжірибесін зерделеу;
- Туризмді дамытудағы мемлекеттік қолдау шараларына талдау жүргізу;
- Туризмді басқару құралдарын бағалау үшін әлеуметтік сауалнама жүргізу.

**Зерттеудің теориялық және әдіснамалық негізі** шет елдер мен жауапты менеджмент үлгісі бойынша мемлекеттік қолдау қағидаттарына негізделеді. Әдіснамалық қаңқа ғылыми әдебиетті кешенді зерделеуді, статистикалық талдауды, сондай-ақ мемлекеттік қонақ үйді басқаруда дұрыс шешілмеген жағдайларды талдауды қамтиды.

**Зерттеудің ақпараттық базасы:**

Зерттеу статистикалық мәліметтерді талдау, әдебиеттерге шолу, туризм саласындағы сарапшылардан әлеуметтік сауалнама алу әдістерін қолдану арқылы жүргізіледі.

**Ғылыми жаңалық.** Қазақстанның туризм саласындағы қызмет көрсету моделінің ерекшелігін және оның туристік қызметтің тиімділігіне әсерін тереңірек түсінуге ықпал етеді. Ауқымды халықаралық тәжірибені негізге ала отырып, зерттеу инновациялық шешімдерді Қазақстандағы туризмді басқару жүйесінің шарттары мен сын-тегеуріндеріне бейімдеуге бағытталған.

**Қорғауға ұсынылған негізгі ғылыми ережелер:**

Негізгі ғылыми ережелерге Шымкент қаласы туризм саласындағы негізгі мәселелері мен міндеттерін анықтау, сондай-ақ оларды шешу бойынша практикалық ұсыныстар әзірлеу кіреді.

**Теориялық және практикалық маңызы:**

Зерттеудің теориялық маңыздылығы аймақтық контексте туризм саласының механизмдері туралы ғылыми түсініктерді кеңейтуде. Практикалық маңыздылығы әзірленген ұсыныстарды Шымкент қаласында туризм саласындағы басқару құралдарын жақсарту үшін пайдалану мүмкіндігінен көрінеді.

**Зерттеу нәтижелерін сынақтан өткізу және енгізу.**

Зерттеу нәтижелері ғылыми конференциялар мен семинарларда баяндалады, сондай-ақ аймақтық билік органдары ақпараттық саясат саласында шешімдер қабылдау үшін пайдалана алады. Алғашқы сынақ 2023 жылдың 27-28 сәуірінде ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясында «Ашық үкімет және басқарудың жаңа мәдениеті: есту, түсіну, әрекет ету» халықаралық ғылыми-практикалық конференциясында «Ақпараттық технологиялардың көмегімен ҚР туризм саласын дамыту»

тақырыбымен баяндалды [4].

**Магистрлік жобаның құрылымы мен көлемі:**

Магистрлік жоба келесі бөлімдерді қамтиды:

Кіріспе

Негізгі бөлім (3-тараудан)

Қорытынды

8-кесте, 3-сурет

Магистрлік жобаның көлемі қосымшалар мен пайдаланылған әдебиеттер тізімін қосқанда 61 бет.



## Негізгі бөлім Әдебиетке шолу

Жобаны зерттеу шеңберінде туризм экономикасы мен саясатын қамтитын бірқатар ғылыми дереккөздер әдебиеті мен халықаралық ұйымдардың талдамалық баяндамалары зерттелді.

Сондай-ақ, өндірістік тәжірибеден және шетелдік тағылымдамадан өту барысында, тиісті мемлекеттік органдармен атқарылған жұмыс есептері, көрсеткіштері, ұсыныстары мен бірқатар анықтамалық құжаттары жобаны зерттеу барысында пайдаланылды.

«Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында», туризм – бұл әлемдік экономиканың ең ірі ғана емес, сонымен бірге қарқынды дамып келе жатқан саласы, оның өсу қарқыны экономиканың басқа салаларының өсу қарқынынан 2 есе жоғары.

Негізгі көрсеткіштер бойынша, оның ішінде инвестициялық салымдардың тиімділігі бойынша туризмді мұнай өндіру өнеркәсібімен салыстыруға болатындығы және елдің әлеуметтік-экономикалық драйвері ретінде қарастырылған [5].

А.Қалназаровтың «Шымкенттің жұмсақ күші» атты туындысында Шымкент қаласы мысалында Қазақстан қалалары мен өңірлерінің брендін тиімді басқару мен имидж-идеологиясын тұжырымдап, ілгерілету бойынша үлгілік ұсынымдар мен талдаулар айтылған [6].

В.И. Азар «Экономика және туризмді ұйымдастыру» кітабында туризм экономикасын әлемдік экономикамен өзара байланыста елдің ұлттық экономикасы шеңберінде әртүрлі дербес элементтерді біріктіретін күрделі экономикалық құрылым ретінде сипаттайды [7].

А.О. Овчаров өзінің «Туризм экономикасы» оқу құралында экономиканың маңызды салаларының бірі ретінде туризмнің мәнін және туристік нарықтың проблемаларын ашады, сондай-ақ туристік индустрияның экономикалық талдауына үлкен көңіл бөледі [8].

«Туризм экономикасы» оқу құралында М.А. Морозов және тең авторлары туризм экономикасының кіріспе тұжырымдамалары мен маңызын ашады, туризмнің экономикалық маңыздылығына елдің факторы және прогресі ретінде талдау, сондай-ақ саланың даму болжамдары мен үрдістері беріледі [9].

БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымының «Ішкі туризмді түсіну және оның мүмкіндіктерін пайдалану» баяндамасында әлемдік туризм индустриясына ішкі сапарлардың үлесі және сыртқы факторлардың әсерін ескере отырып, саяхатшылардың шығыстар құрылымының өзгеруі егжей-тегжейлі сипатталады [10].

Халықаралық ұйымның талдауы «Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі» рейтингін жасау кезінде жүргізілген зерттеулер әдіснамасын қарастырады, 2017 жылғы бәсекеге қабілеттілік есебінде Қазақстанның нәтижелерін талдайды және кейінгі жылдардағы рейтингті жақсарту бойынша ұсынымдар береді [11].

Ақтымбаева А.С. «Мемлекеттік реттеу және туристік саясат» оқу бағдарламасына автор өзінің жинақтаған туризм саласына қатысты әдістемелік-практикалық тәжірибесін, туристік бизнесті ұйымдастыруға байланысты шаруашылық саясаты мен туристік кәсіпкерлік жүйесінің даму бағыттарын реттеуге септігін тигізетін мемлекеттік құжаттарды, мемлекеттің туристік саясаты және туризмді басқару формалары жайлы түсінік қалыптастыру, сонымен қатар туристік бизнесті ашу ісінің қазіргі кездегі жағдайын ашып көрсетуді мақсат еткен [12].

Түсіпбекова Г.М. «Қазақстан Республикасындағы туризмді дамытудың кластерлік әдісі» оқу-әдістемесінде туризм саласын дамыту барысында кластерлік әдіс-оның әлеуетін арттырудағы тиімді бағыты қарастырылған.

Болашақ мамандар туристік кластердің түсінігін, құрылымын және оның дамуының теория-әдістемелік негіздерін түсіну үшін көмекші құрал ретінде қолдана алады.

Кластерлік жүйемен туризмді дамытудың теория-әдістемелік негіздері, туризм кластерінің Қазақстан Республикасы экономикасындағы даму мәселелері мен перспективалары, Қазақстандағы туристік кластердің маңыздылығы мен мүмкіндіктері, туризмді дамытудың кластерлік әдісіне еліміздегі тарихи-мәдени ескерткіштердің ерекшеліктері мен қажеттілігі ескерілген [13].

Жолдасбеков А.А., Сейдахметов М.К. «Туризм менеджменті» оқу құралында болашақ туризм менеджерлері жеке тұлға мен қоғамның қажеттіліктері қандай екенін білу қажеттілігі, сондай-ақ басқару қызметінің негізгі менеджменті туралы айтылған [14].

Жолдасбеков А.А. «Туристік бизнесті жоспарлау және ұйымдастыру» Туристік бизнес бүгінде кәсіпкерлердің экономикалық белсенділігін қолданудың ең ауқымды салаларының бірі болып табылады. Алайда оның туристік сервиске тән өзіндік ерекшеліктері бар. Кітап туристік кәсіпорындарды жоспарлау және ұйымдастыру, көлік саяхаттарын ұйымдастыру, сондай-ақ туристік тарылту сапасын қамтамасыз ету мәселелеріне арналған және үлгілік бағдарламаға сәйкес жазылған [15].

Илья Варламов пен Максим Кацтың «100 советов мэру» кітабы – қала әкімдері мен қала әкімшіліктеріне арналған әдістемелік кеңестер мен кеңестер жиынтығын ұсынатын танымал басылым. Илья Варламов – ресейлік блогер, публицист және қоғам қайраткері, Ресей, Қазақстан (оның ішінде Астана, Алматы және Түркістан қалалары), Өзбекстан және т.б. елдердегі саяхаттары барысында қалалық орта мәселелеріне назар аударуымен танымал. Бұл кітап – жоғарыда аталған авторлардың нақты бақылаулары мен тәжірибелеріне негізделген ұсынымдар жиынтығы. И.Варламов абаттандыру, көлік инфрақұрылымы, білім беру, мәдениет, экономика және тағы сол сияқты қала өмірінің әртүрлі қырларын талдайды және қалалардағы жағдайды жақсарту үшін іс жүзіндегі пікірлер мен шешімдерді ұсынады. Кітапта келтірілген кейбір кеңестер мыналарды қамтиды:

– қоғамдық көлікті дамыту және қалалық аудандардың көліктік

қолжетімділігін жақсарту;

– қаланы басқару жүйесін реформалау және жергілікті әкімшілік қызметінің ашықтығын арттыру;

– қоғамдық кеңістіктерді абаттандыруды жақсарту, саябақтар, гүлзарлар, жаяу жүргіншілер аймақтары мен велосипед жолдарын құру;

– спорт алаңшалары мен фитнес-орталықтарды қоса алғанда, салауатты өмір салты, дене шынықтыру және рекреация үшін инфрақұрылымды дамыту;

– қалада кәсіпкерлікті қолдау және экономикалық белсенділікті дамыту;

– білім беру және денсаулық сақтау жүйесін қайта қарау, қала тұрғындары үшін қызметтердің қолжетімділігі мен сапасын қамтамасыз ету.

Дегенмен, кітапта берілген көзқарастар мен ұсыныстар субъективті және И.Варламовтың пікірі мен тәжірибесін көрсететінін атап өткен жөн. Әр қалада өзіндік ерекшеліктер мен қиындықтар кездеседі. Сондықтан сол қиындықтар бойынша қабылданатын шешімдер әртүрлі жағдайларда өзгеше болуы мүмкін. Жалпы, И.Варламов пен М.Кацтың «100 советов мэру» туындысы қала басшылары, урбанистика мен қалалық орта сапасын дамытумен айналысатындар үшін шабыттың пайдалы көзі бола алады. Бірақ, ұсынылған кеңестерді тұрғылықты жеріңіздің нақты ахуалы мен қажеттіліктеріне бейімдеу маңызды [16].

Джанет Садик-Хан мен Сет Соломоновтың «Қала үшін күрес» атты еңбегі жаяу жүргіншілер кеңістігін құруға, велосипед инфрақұрылымын дамытуға және қоғамдық көлікті жақсартуға бағытталған қалалық жоспарлау мен көлік саясатына жаңа көзқарасты ұсынады. Бұл кітап велосипед жолдары, жаяу жүргіншілер жолдары және автоматты көше бағдарламалары сияқты жаңа технологияларды қолдану қала ортасы мен қала тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсартуға қалай әсер ететінін көрсетеді. Кітапта Садик-Ханның АҚШ-ң Нью-Йорк қаласындағы қызметі кезіндегі тәжірибесінен көптеген мысалдар келтірілген. Мәселен, көшелерді жаяу жүргіншілер аймағына айналдырған Нью-Йорктегі «Плаза» бағдарламасы және қаладағы велосипед жолдарының желісін кеңейту сияқты бастамалар сипатталады. Автор сонымен қатар қоғамдық пікірді қалыптастыру және қалалық кеңістікті адамдар өмір сүргісі келетін және уақыт өткізгісі келетін орынға айналдыру туралы өз бақылауларымен бөліседі. «Қала үшін күрес» қала құрылысы мен көлік саясатына қосатын маңызды үлес болып табылады. Кітап қала басшыларына, сәулетшілерге, белсенділерге және қалалық орта сапасын жақсартуға және қолайлы қалаларды құруға қызығушылық танытатын кез келген адамға арналған практикалық кеңестер мен амалдарды ұсынады. «Қала үшін күрес» кітабі ХХ ғасыр аяғында қала өмірінің қиындықтарын сипаттайды. Әлемдегі ең ірі қалалардың бірі Нью-Йорк мысалға алынып, оның тұрғындарына жайлылық туғызу үшін көптеген мәселелер шешілгенін айтады. Мысалы жайлы көшелер мен аяқжолдар, велосипедтерді жалға алу алаңшалары, демалыс аймақтары, қоғамдық көліктердегі мәселелерді шешу жол апаттары және жол-көлік оқиғаларын азайтты [17].

Майкл Сторпердің «Ключи от города» («Keys to the city») кітабы қала

құрылысы, дизайн және даму бойынша ауқымды зерттеу болып табылады. Автор өз кітабында қалалардың тарихын, олардың негізгі тұжырымдамалары мен принциптерін талдайды және қалалық ортаны құру мен басқаруға жаңа көзқарас ұсынады. Мұнда Сторпер келесіні қамтиды:

– Қалалар тарихы: Автор ежелгі өркениеттерден бастап қазіргі мегаполистерге дейінгі тарихи кезеңдердегі қалалық ортаның эволюциясына шолу жасайды. Ол қалалық құрылым мен жоспарлауды қалыптастырған маңызды сәттер мен оқиғаларды қарастырады.

– Қала құрылысы және дизайн принциптері: Сторпер қалалық ортаны құрудың негізгі принциптерін талдайды. Ол жерді пайдалану, көлік инфрақұрылымы, сәулеттік стильдер және жергілікті сәйкестік сияқты салаларды талқылайды.

– Қалалық экономика және әлеуметтік динамика: Автор қала құрылысы, экономика және әлеуметтік құрылым арасындағы байланысты зерттейді. Ол қалалардың экономикалық дамудағы, жұмыс орындарын құрудағы, инвестицияларды тартудағы және инновацияларды дамытудағы рөлін талдайды.

– Қала құрылысын басқару: Сторпер қала құрылысын басқарудың және жоспарлау мен дизайн шешімдерін қабылдаудың әртүрлі тәсілдерін талқылайды. Ол табысты басқарудың мысалдарын және қазіргі заманғы қалалардың алдында тұрған міндеттер мен қиындықтарды қарастырады.

– Аталған кітап қала құрылысы мен дизайнына терең және жан-жақты көзқарасты ұсынады. Ол сәулет, қала құрылысы және урбанистика саласындағы студенттер мен кәсіпқойларды қоса алғанда, оқырмандардың кең ауқымына, сондай-ақ қала құрылысы мен оның өмір сапасына әсеріне қызығушылық танытатын кез келген адамға арналған. Автор тәжірибеден кең зерттеулер мен мысалдарды ұсынады, бұл кітапты қалалық ортаны құру мен басқарудың қиындықтары мен мүмкіндіктерін түсіну үшін құнды ресурс етеді [18].

## 1-тарау Халықаралық тәжірибені зерделеу

Литва Республикасы Миколас Ромерис университетінде тағылымдамадан өту нәтижесі бойынша туризмді басқару жүйесімен танысып, талдау жұмыстарын жүргізу барысында зерттеу жобасына бірқатар ұсыныстар жинақталды.

### **Литва Ұлттық туризм агенттігінің негізгі басқару бағыттары:**

- Әлеуетті туристерді ақпараттандыру деңгейін арттыру;
- Ішкі және кіру туризмін талдау және болжау;
- Туристік сектордың бәсекеге қабілеттілігін арттыру;
- Туризм ұлттық экономиканың негізгі саласы ретінде дамыту;

### **Қызметтері:**

- Кіру туризмінің зерттеушілері;
- Ішкі туризмді зерттеу;
- Маркетингтік зерттеулер;
- Муниципалитеттердің инфрақұрылымын зерттеу;
- Мобильді деректер;
- Туризм статистикасы және т. б.

### **Литвада туризмді дамытуға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар:**

1. «Литва туристік жұлдызы» бағдарламасы туристік маршруттарды дамытуға және ілгерілетуге, сондай - ақ жергілікті туристік кәсіпорындарды қолдауға бағытталған.

2. «Литва - ұшатын кітап» бағдарламасы-ол Литва әдебиеті мен мәдениетін түрлі іс-шаралар, фестивальдар мен көрмелер өткізу арқылы насихаттауға арналған.

3. «Жасыл Литва» бағдарламасы-ол экологиялық туризмді дамытуды және Литваның экологиялық таза аймақтарын қолдауды, сондай-ақ табиғи ресурстар мен қоршаған ортаны қорғау жобаларын қорғауды мақсат етеді.

4. «Литва мәдениеті» бағдарламасы-ол инфрақұрылымды қолдау, Мәдени іс-шараларды өткізу және мәдени туризмді дамыту арқылы Литваның мәдени мұрасын сақтауға және ілгерілетуге бағытталған.

### **Литвада туризмді дамытуға бағытталған мемлекеттік қолдаудың әртүрлі формалары бар:**

1. Жобаларды қаржыландыру: мемлекеттік және аймақтық ұйымдар қонақүйлер, мұражайлар, аттракциондар және туристік маршруттар сияқты туристік нысандар мен инфрақұрылымды дамытуға қаржылық қолдау көрсетеді.

2. Туристік субсидиялар: Литва туристік департаменті шағын және орта туристік бизнеске субсидия береді. Бұған маркетингтік іс-шараларға қаржылық көмек, өнімдер мен қызметтерді дамыту, туристік қызметті жақсарту және шетелдік инвесторларды тарту.

3. Персоналды даярлау: мемлекеттік оқыту және оқыту бағдарламалары туристік сала қызметкерлеріне өздерінің кәсіби дағдылары мен біліктіліктерін

арттыруға мүмкіндік береді, бұл туристік қызметтердің сапасын жақсартуға ықпал етеді.

4. Ілгерлету және маркетинг: Литва туристік департаменті елдің туристік әлеуетін ілгерілету үшін маркетингтік науқандар мен іс-шараларды белсенді түрде жүргізеді. Бұған көрмелерге қатысу, баспасөз турларын ұйымдастыру, туристік гидтер мен туристер үшін ақпараттық ресурстар құру кіреді.

5. Салықтық жеңілдіктер: салықтық жеңілдіктердің кейбір түрлері туристік кәсіпорындарға инвестицияларды ынталандыру және саланы дамыту үшін берілуі мүмкін.

## Маркетингтік стратегия

LITHUANIA  
TRAVEL

Біз клиенттің саяхатын қадағалаймыз және оның деңгейіне сәйкес іс шаралар өткіземіз.



1-сурет - Туризм саласындағы маркетинг жүйесі  
Ескертпе – Автормен жасалған

## Негізгі туристік өнімдер

LITHUANIA  
TRAVEL



2-сурет - Негізгі туристік өнімдер

Ескертпе – Автормен жасалған

**Жоғарыда аталғанның негізінде келесі ұсыныстар жинақталды:**

1) Жыл сайын туризм саласында қызмет көрсетушілерге (*қонақ үй, әуе жай, темір жол, мұражай, мейрамхана және т.б. ойын сауық орталықтары*) белгіленген санаттар бойынша инспекция жүргізу және анықталған кемшіліктерге сәйкес, қызметтерді жақсарту бойынша жауапты мекеме ұсыныс беру қажет;

2) Қазақстан туризмін басқа елдерде жарнамалау, маркетингтік жұмыстарды жүргізу үшін жақын және алыс шетелдермен әріптестік қарым-қатынасты жақсарту бойынша өкілдіктер ашу [19].

Сондай-ақ, басқа да елдердің туристік саласын басқару ерекшеліктерін талдауды ұсынамын.

Туристік сала дамыған елдерде бұл саладағы қызметті әдетте туризмді дамытудың ұлттық бағдарламаларын әзірлеуге жауапты министрліктерге бағынатын ұйымдар басқарады.

**Ұлыбританияда** туризм бағытын Мәдениет, ойын-сауық және спорт министрлігі басқарады, оның юрисдикциясында Бритш Турист Аусорции (Британ туристік басқармасы ары қарай - БТБ) жұмыс істейді. Бұл ұйым елге шетелдік туристерді тартуға және ішкі туризмді дамытуға назар аударады. БТБ өз қызметі шеңберінде сондай-ақ үкіметке және туристік индустрияға байланысты басқа да мемлекеттік органдарға кеңес береді. Шетелде өз бастамаларын ілгерілету үшін радио, баспасөз және теледидарды пайдалануды қоса алғанда, кеңселер мен өкілдер арқылы жарнамалық компаниялар өткізіледі. Халықаралық конференцияларды ұйымдастырумен, халықаралық туризм саласында консультациялық және маркетингтік қызметтер көрсетумен, сондай-ақ ақпараттық-анықтамалық материалдар саласындағы баспа қызметімен жергілікті әкімшілік айналысады. Құқықтық нысанға қатысты айтар болсақ, БТБ жеке кәсіпорын болып табылады. Семинарларды, көрмелерді ұйымдастыруға, шетелдік капиталды тарта отырып жобаларды іске асыруға, сондай-ақ жол көрсеткіштер, бейнефильмдер және басқа да жарнамалық өнімдерді шығаруға жауапты. БТБ құрамы бес мүшеден және президенттен тұрады [20].

**Испанияда** Ұлттық заңнан басқа, он жеті автономияның әрқайсысының туризм жөніндегі өз заңнамасы бар, оның базалық қағидаттары аталған заңға сәйкес келеді. Туризмді реттейтін баптар туристік қызметтерді жеткізуші мен турист арасындағы қатынастарды айқындайды, сондай-ақ туристік бизнес және туристерге қызмет көрсету үшін жағдайлар белгілейді. Заңда сондай-ақ мемлекет тарапынан бақылау шаралары мен тәртіп бұзушылар үшін санкциялар көзделген. 1996 жылғы сәуірде испан парламенті туристік ұйымдар мен туристік қызметтерді тұтынушылардың құқықтары мен міндеттерін нақты айқындайтын «Құрама саяхат туралы» Заңды қабылдады (М.М. Маринин, 2004). Испаниядағы туристік қызмет үшін Экономика министрлігінің тікелей бөлімшесі болып табылатын Сауда, туризм және шағын бизнес жөніндегі мемлекеттік хатшылық жауап береді. Мемлекеттік хатшылыққа қосымша

ретінде Экономика министрлігі мынадай ұйымдарды да бақылайды:

- Әкімшілік мәселелерді басқаратын және туризм саласындағы мемлекеттік саясаттың жалпы стратегиясын әзірлейтін Туризм жөніндегі орталық дирекция.

- 83 қонақ үйді қамтитын «Paradores» қонақ үйлер желісі.

- Мадрид пен Малагадағы екі көрме-конгресс орталығы.

Экономика министрлігінің өкілеттіктері айтарлықтай шектеулі. Қызметтерді сертификаттау, лицензиялау және туристік индустрия стратегиясын әзірлеу сияқты маңызды мәселелер жергілікті билікке тиесілі. Осы ұйымдардың қызметін үйлестіру мақсатында Испанияда Туризмді дамыту жөніндегі кеңес құрылды, оның құрамына барлық деңгейдегі мемлекеттік билік өкілдері, сондай-ақ жеке бизнес өкілдері кіреді. Көптеген жағдайларда Кеңестің шешімдері ұсынымдық сипатта ғана болады.

**Грек үкіметі** 30 млн. еуро (шамамен 36 млн. АҚШ долл.) табысы төмен, яғни жылдық жеке табысы 16 000 еуро мөлшеріндегі азаматтардың демалысы (19 000 АҚШ доллары) АҚШ долл.) және отбасылық табысы 28 000 еуро (33 400 АҚШ долл. АҚШ ДОЛЛ.). Бағдарламаға енгізілген қонақ үйде 4 күндік болудың жартысын субсидиялады және 1 млн. Грекия азаматтарына таратылған әлеуметтік туризмнің 250 000 купоны.

**Италия** ел ішінде саяхаттайтын отбасыларға мерекелік бонусты (Bonus Vacanze) мақұлдады. Мерекелік бонус 500 еуро (600 АҚШ доллары) мөлшеріндегі жарна болды. Қонақ үйлерде, кемпингтерде, фермерлік үйлерде және Италияда «төсек және таңғы ас» түріндегі қонақ үйлерде тұрғаны үшін.

Бенефициарлар 40 000 еуро (47 800 АҚШ доллары) дейінгі табысы бар отбасылар болды. Ал бонус сомасы отбасы мүшелерінің санына байланысты болды (150-ден 500 еуроға дейін; 180-ден 600 АҚШ долларына дейін). Бонус қонақ үй ұсынатын қызметтерге ақы төлеуге дереу шегерім түрінде 80% мөлшерінде пайдаланылды, ал қалған 20% салық декларациясын беру кезінде отбасы мүшесінің салық шегерімі ретінде есептен шығарылады.

**Исландияның** 18 жастан асқан тұрғындары 1,5 млрд. исландиялық крон (11,1 млн. АҚШ доллар) үкіметтен ел ішінде жұмсау үшін «Жол сыйы» болып табылады. Жеке тұлғалар 5 000 исландиялық крон (шамамен 37 АҚШ доллары) мөлшерінде туристік сыйлық ала алады. Исландия үкіметі Исландия туристік индустриясы қауымдастығымен ынтымақтастықта әзірлеген туризмді қолдау пакеті шеңберінде жүзеге асырылады.

**Сербия** 2,8 млрд. серб динары (33 млн. АҚШ долл.) құны 560 000 динар (5000 АҚШ долл.) туристік ваучерлер, өз демалысын елде өткізгісі келетін Сербия азаматтарына арналған. Ваучерлерді Сербияның қонақ үй кешендерінде ғана пайдалануға болатын.

**Словения** сондай-ақ әрбір ересек адам 200 еуро (240 АҚШ доллары) көлемінде ал, 18 жасқа дейінгі балалар - 50 еуро (60 АҚШ долл.) ваучер алатын схеманы мақұлдады.

**Польша** осындай бастаманы 500 поляк злоттары (130 АҚШ доллары) мөлшерінде ваучер алуға үміткер кәмелетке толмаған балалары бар отбасылар



үшін де қабылдады. Сома бүкіл ел бойынша кәсіпкер немесе қоғамдық ұйым өткізетін қонақ үй қызметтеріне немесе туристік іс-шараларға жұмсалуды мүмкін.

**Данияда** 2020 жылғы шілдеде үкімет ішкі туризмді дамыту бойынша кең ауқымды шаралар пакеті шеңберінде 53 пароммен тегін жүру схемасын іске қосты.

**Малайзияда** ішкі туризмді дамытудың бірқатар экономикалық ынталандырулары қабылданды. Олардың ішінде 500 млн. малайзиялық рингит (113 млн. АҚШ доллары) мөлшерінде дербес салық жеңілдіктерімен толықтырылған елде ішкі туризмді көтермелеу үшін сапарларға жеңілдікке арналған ваучерлер (227 млн. АҚШ долл.) ішкі туризмге байланысты шығыстарға жұмсалады.

**Таиланд** Үкіметі қонақ үйде тұратын 5 млн. түнді бөлменің әдеттегі құнының 40% -ымен субсидиялады, бұл ретте субсидия бір түнге 3000 тай батымен шектеледі (98 АҚШ доллары). Бес түнге дейінгі мерзімге. Қалған 60% шығынды туристер көтерген. «Біз бірге саяхаттаймыз» деп аталатын бұл ынталандыру схемасы тамақтану және ішкі авиабилеттер сияқты басқа да туристік қызметтерге қолданылады.

**Корея Республикасының** Үкіметі 30 000 немесе 40 000 корей воны (25-35 АҚШ доллары) мөлшерінде жеңілдікке 1 млн. купон бөлді.

**Түркияда** ішкі рейстердегі ҚҚС мөлшерлемесі үш ай ішінде 18% -дан 1% -ға дейін төмендетілді.

#### *Ұзақ демалыс*

Туристік тұтынудың жалпы көлемінің 82% құрайтын **Мексика** экономикасы үшін ішкі туризмнің маңыздылығын мойындай отырып, 142 000 млн. АҚШ долл., Мексика ішкі туризмді көтермелеу үшін белгіленген ұзақ демалыс күндерін жалғастыруға шешім қабылдады.

**Жаңа Зеландия** сондай-ақ ішкі туризмді ынталандыру шарасы ретінде ұзақ демалыс немесе қосымша демалыстарды көтермеледі.

#### *Мемлекеттік-жекеишелік әріптестік үлгілері*

**Atout France** өзінің ішкі туристік сұранысты ынталандыру стратегиясы шеңберінде бірқатар туристік компаниялармен және мүдделі тараптармен ынтымақтастықта (Осы жазда мен Францияға барамын) науқанын бастады. 60 туристік компания мен институционалдық серіктес азаматтарды жергілікті экономиканы қолдай отырып, өз отбасылары мен достарымен кездесуге шақыруға, саяхатшыларға өздерінің мәдениетін, гастрономиясы мен мұрасын қайта ашуға мүмкіндік беретін француз бағыттарының алуан түрлілігін атап көрсетуге бағытталған осы науқанға қосылды.

**Финляндияға** саяхат жасаудың 100 себебі компаниясы бүкіл ел бойынша туристік операторларды күш-жігерін біріктіруге түрткі болды. Ішкі туризмді мемлекеттік қаржыландырудың бір бөлігі Финляндияның барлық бұрыштарынан шағын және орта туристік компанияларды көбірек қамту үшін науқанды кеңейту мақсатында арнайы тұғырнамада туристік компаниялардың, олардың өнімдері мен қызметтерінің танымалдығын арттыруға бағытталған.

**Коста-Рикада** туризм институты ішкі туризмді ынталандыру мақсатында арнайы ұсыныстарды және неғұрлым жеңіл төлем шарттарын ілгерілету үшін жеке сектормен стратегиялық альянстар құрды.

### *Маркетингтік зерттеу бастамаларының мысалдары*

**Филиппинде** туризм департаменті ішкі және халықаралық туризм үшін пандемияның салдары және филиппиндіктердің жаңа қалыпты жағдайдағы саяхаттардағы тәртібі туралы онлайн-сауалнама жүргізді. Сауалнама нәтижелері туризм саласындағы түрлі мүдделі тараптарға вебинарда ұсынылды.

Ел бойынша 12 000-нан астам респондент қатысқан сауалнама филиппиндіктердің ішкі сапарларға қатысты көңіл-күйі мен алаңдаушылығын көрсетті және туристік компанияларға ұлттық туристерге қалай жақсы дайындалу және оларға қалай әрекет ету керектігі туралы түсінік берді.

**Туризм Австралия** австралиялықтарға ішкі сапарға шығуға көмектесу үшін жаңа онлайн карта әзірледі, өйткені шектеулер бүкіл аумақ бойынша әлсіреуді жалғастырды. Интерактивті карта Австралияның ұлттық бейнесіне шолуды, сондай-ақ мемлекеттік шекаралардың мәртебесін, соңғы туристік ақпаратты және басқа да пайдалы салалық ресурстарды қоса алғанда, қосымша консультациялар алу үшін әрбір штат пен аумаққа белсенді сілтемелерді қамтиды.

### *Әлеуетті арттыру және кадрлар даярлау жөніндегі бастамалардың үлгілері*

**Коста-Рика** туризм институты өзінің ұлттық және халықаралық туристерді күту бойынша жұмыс істейтін адамдардың тұлғалық және кәсіби дамуына жәрдемдесуге бағытталған Әлеуетті цифрлық оқу платформасын іске қосты. Бағдарламаланған курстардың ішінде бұл платформа сауықтыру туризмін осы сегментке ішкі туризмді тарту бойынша туристік стратегия шеңберінде оқытуды ұсынды.

**Чилиде** (Чили, сіздің ең жақсы таңдауыңыз) тақырыбы бойынша тренингтер топтамасы ұйымдастырылды, ол туризмді жандандырудың бірінші кезеңінде ілгерілетілетін ұлттық бағыттар туралы білімдерін тереңдете отырып, ұлттық туристік агенттіктермен маркетингтік тізбекті нығайтуға бағытталған. Сондай-ақ, үрдістердегі осы өзгерістерді және ұлттық туризмді ілгерілету үшін маркетингтік арналармен жұмыс істеудің маңыздылығын түсіндіру үшін бүкіл ел бойынша барлық туроператорлармен өңірлік дөңгелек үстелдер ұйымдастырылды.

Шет елдерде туризм саласын дамыту тәжірибесін талдай отырып, субсидиялау түрлері арасындағы елеулі айырмашылықты байқауға болады.

Жоғарыда көрсетілген елдерді субсидиялаумен салыстырғанда Қазақстанға туристік бизнеске кәсіпкерлердің тартылуы жеткіліксіз.

Қазақстандық жағдайда мынадай аспектілерді бейімдеу қызықты:

- Орналастыру объектілерін санаттар бойынша жіктеу.
- Туристік ұйымдардың да, туристік қызметтерді тұтынушының да құқықтары мен міндеттерін нақты айқындау.
- Мемлекеттік билік органдарының жеке бизнес өкілдерімен

ЫНТЫМАҚТАСТЫҒЫ.

- Туристік әлеуетті ұтымды пайдалану.
- Қазақстанның туристік мүмкіндіктерін насихаттау.

## **2-тарау Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілігінің жаһандық индексіндегі сыртқы ортаны талдау**

Туристік саланы жүйелі дамыту мақсатында Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысымен (бұдан әрі - Тұжырымдама) Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы бекітілді, оның міндеттері ішкі және келу туризмін дамыту, өңірлік мәдени-туристік кластерлерді дамыту, инвестицияларды ынталандыру, туристік өнімнің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру, туристік дамуды жоспарлау, туристік инфрақұрылымды дамыту, ішкі және халықаралық нарықтарда туристік дестинацияларды ілгерілету, бірыңғай ұлттық туристік брендті қалыптастыру болып табылады [5].

Сонымен қатар, туристік сала аралас салалардың көптігімен өзара іс-қимыл жасайды және оның тиімділігі тұтастай алғанда олардың үйлестірілген қызметіне байланысты.

Саланы дамытудың бірыңғай үйлестірушісі рөлін орындау үшін, сондай-ақ Қазақстанның туристік саласын жүйелі және институционалдық дамытуды қамтамасыз ету мақсатында Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 14 шілдедегі № 428 қаулысымен «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясы акционерлік қоғамы (бұдан әрі - Қоғам)» құрылды.

Тұжырымдамаға сәйкес Қоғамның негізгі міндеттері:

- 1) Қазақстанның туристік брендін кәсіби басқару;
- 2) Қазақстанды халықаралық туристік дестинация ретінде ілгерілету;
- 3) маркетинг стратегиясын қалыптастыру және іске асыру;
- 4) туристерді тартатын зәкірлік іс-шараларды ұйымдастыру;
- 5) Қазақстанның бірыңғай туристік порталын толықтыру;
- 6) қызметтер көрсету сапасының мониторингі және оларды жақсарту жөнінде ұсыныстар дайындау;
- 7) алынатын туристік тәжірибенің дестинацияға келушілердің күтуіне барынша сәйкес келуіне қол жеткізу үшін статистика жинау;
- 8) тұтастай ел бойынша да, кластерлер, туристік аймақтар, дестинациялар бөлінісінде де туристік қызметтің барлық спектрін талдау;
- 9) туристік өнімдер ұсыныстарының қолданыстағы құрылымы мен санының мониторингі;
- 10) туризмдегі үрдістердің мониторингі, өзгерістерге уақтылы реакция;
- 11) туристік индустрияға сыртқы, сол сияқты ішкі инвестициялардың ағынын ынталандыру, туристік жобаларды іске асыру үшін инвесторларды тарту;
- 12) ұсынылатын қызметтердің сапасын және туристік қызмет

саласындағы мамандардың біліктілігін арттыруды қамтамасыз ету;

13) тұтастай алғанда елдің және өңірлердің туристік әлеуетін талдау, туристік өнім сапасының стандарттарын дамыту жөнінде ұсыныстар әзірлеу;

14) биліктің, бизнестің және туристердің стратегиялық әріптестігін қалыптастыру және қолдау.

Жаһандық индекс. Ағымдағы жағдайды талдау.

Дүниежүзілік экономикалық форум-2019 Саяхаттар мен туризмнің бәсекеге қабілеттілігінің жаһандық индексінде Қазақстан 140 елдің ішінде 80-орынды иеленіп, 2017 жылдың алдыңғы индексімен салыстырғанда өз позициясын айтарлықтай жақсартпады - 81-орынды иеленді.

Қазақстанда туризмді дамыту үшін жоғары әлеует рейтингтің мынадай көрсеткіштерінде көрсетілген:

1) бүкіләлемдік мұраның мәдени объектілерінің саны бойынша еліміз 62-орында;

2) ауызша және көзге көрінбейтін мәдени мұра объектілерінің саны бойынша - 16 орын;

3) дүниежүзілік мұраның табиғи объектілерінің саны бойынша – 32 орын.

Дүниежүзілік экономикалық форум сарапшыларының пікірінше, туризм саласындағы қазақстандық рейтингті төмендететін факторлар:

1) туристік инфрақұрылымның төмен сапасы (қонақ үйлер, курорттар, мәдени-ойын-сауық объектілері) - 127 орын;

2) әуе қатынасының жеткіліксіз ашықтығы - 123 орын;

3) жолдардың төмен сапасы - 106 орын;

4) автомобильдерді жалдау бойынша компаниялардың нашар болуы - 95 орын.

5) визалық режимнің күрделілігі - 81 орын;

Заңнама мен инфрақұрылымнан басқа, рейтинг Қазақстанда туризм маркетингі дамуының жеткіліксіз деңгейін көрсетеді. Мысалы, маркетинг тиімділігінің көрсеткіші және туристерді тарту үшін бренд стратегиясы бойынша Қазақстан 99-шы орында. Қазақстанды туристік бағыт ретінде ілгерілетудегі белсенділіктің төмендігін сандық сұраныс көрсеткіштері көрсетіп отыр: мәдени және ойын-сауық туризмін онлайн іздеуде Қазақстан 104-орында, ал табиғи туризм бойынша 116-орында.

Қазақстанда туризмді дамытуда саяси факторлар маңызды рөл атқарады. Негізгі саяси факторлардың бірі саяси тұрақтылықты қамтамасыз ету болып табылады, ол туризмді дамытуға тікелей ықпал етпесе де, оның өркендеуі үшін қажетті шарт болып табылады.

Қазақстанда туризм саласындағы мемлекеттік саясат соңғы жиырма жылда елеулі өзгерістерге ұшырады. Егер 1990 жылдардың басында туристік қызмет іс жүзінде болмаған болса, онда 2000 жылдары мемлекет осы саладағы проблемаларды шешуге белсенді түрде жәрдемдесе бастады. Туризмді дамыту міндеті бүгінде 2025 жылға қарай саланың ЖІӨ-дегі үлесіне шамамен 8% деңгейінде қол жеткізу ретінде тұжырымдалған.

Мемлекеттік басқару шеңберінде бірқатар түйінді элементтер бар:

1. Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы 2001 жылғы 13 маусымдағы Заң, ол туристік қызметтің құқықтық, экономикалық және ұйымдық негіздерін белгілейді.

2. Әлемдік туристік нарыққа интеграцияланған бәсекеге қабілетті туристік саланы құру мақсаттары Тұжырымдамада және Мемлекеттік бағдарламада айқындалған.

3. Туризм қызметтің экспортқа бағдарланған басым бағыттарының бірі болып табылатын Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспары.

4. Туризмді дамытуға орталық және жергілікті атқарушы органдарды, салалық және кәсіпкерлік қауымдастықтарды, қоғамдық ұйымдар мен сарапшылар қоғамдастығын тарту.

5. Ішкі және сыртқы туризмді дамыту және Қазақстанның туристік әлеуетін ілгерілету жөніндегі қоғамды құру.

Алайда, оң өзгерістерге қарамастан, мемлекеттік басқару деңгейінде туризмді дамытуды үйлестірудің және бақылаудың әлсіздігі, инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы және Қазақстанды әлемдік аренада туристік бағыт ретінде ілгерілету үшін кешенді маркетингтік стратегияның болмауы сияқты түйінді проблемалар бар.

#### **Тарихи-мәдени факторлар:**

Қазақстан ЮНЕСКО-ның бүкіләлемдік мұра тізіміне енгізілген 5 нысанды, сондай-ақ қосылуға үміткер 13 нысанды қоса алғанда бай тарихи-мәдени мұраға ие. Елдің бірегей табиғи әлеуеті шетелдік туристердің назарын аударып, экотуризмді дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасайды.

Қазақстан сондай-ақ туризм үшін тұрақты және қауіпсіз бағыт болып табылады, бұл оң халықаралық имиджді қалыптастыруға ықпал етеді. Future Brand жасаған Country Brand Index 2012-2013 рейтингі Қазақстанды болашақтың жетекші 15 брендiнiң қатарына қосып, оның өңiрдегi көшбасшылығын атап өтті және тиімді саясатты іске асыру шартымен елдің болашағын атап өтті [21].

#### **Әлеуметтік факторлар:**

Туризмді дамытуға әсер ететін әлеуметтік факторлардың ішінде халық саны мен оның урбандалу дәрежесі негізгі рөл атқарады. Қазақстан халқының саны (20 млн. адам) тұрақты, бұл ретте табиғи өсім оң, ал көші-қон сальдосы теріс күйінде қалып отыр. Алайда, ересек халық санының азаю үрдісі байқалады. Қазақстанда туристік сапарлардың тікелей пропорционалды қарқындылығының урбандалу дәрежесі 30% -ды құрайды, бұл қалалар тұрғындарының демалыс нысандарын таңдаудағы артықшылықтарына әсер етеді. Өмір сүру деңгейі анағұрлым жоғары қала тұрғындары жайлылық, баға қолжетімділігі және баға мен сапа арақатынасының өлшемдерін ескере отырып, туристік мүмкіндіктерді бағалайды. Осыған қарамастан, елдегі ішкі туризмге көбінесе жақын жерлерге корпоративтік және отбасылық сапарлар қолдау көрсетеді.

#### **Сыртқы экономикалық факторлар:**

КОВИД-19 пандемиясының Қазақстандағы және бүкіл әлемдегі туристік салаға әсері қиратушы болды. Төтенше жағдай мен карантиндік шектеулердің енгізілуі, шекаралардың жабылуын қоса алғанда, туристік бизнестің толық тоқтауына алып келді, ірі қаржы шығындарын туғызды және ел ішіндегі туристік маусымның мерзімін шектеді. Осы сын-қатерлерге жауап ретінде үкімет туристік саладағы кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған салықтық жеңілдіктерді, кейінге қалдыруларды және әлеуметтік төлемдерді қамтитын дағдарысқа қарсы шаралар топтамасын қабылдады. Алайда туристік бизнесті қалпына келтіру карантиндік шектеулерді алып тастауға және халықтың қозғалысын қалпына келтіруге байланысты.

#### **Әлеуметтік-экономикалық факторлар:**

КОВИД-19 пандемиясы экономикаға кері әсерін тигізіп, жұмыссыздар санын арттырып, халықтың табысы мен сатып алу қабілетін төмендетті. Бұл демалыс және демалыс саласына да әсер етті. Ішкі туризм жоғары бағалар, сервис деңгейінің төмендігі және жетілмеген инфрақұрылым салдарынан сын-қатерлерге тап болды. Қазақстандықтар үшін сыртқа шығу туризмі ішкі қызметтердің қымбаттығынан және сапа деңгейінің жеткіліксіздігінен артықшылықты. Сатып алу қабілетінің төмендеуі және орналастыру орындарының төмен толтырылуы саладағы әлсіз сұраныс пен көлеңкелі айналым туралы куәландырады. Бағалаулар көрсетіп отырғандай, 500-ден астам туристік операторлардың тек 20% -ы ғана ішкі туризммен айналысады.

#### **Ішкі экономикалық факторлар:**

Қазақстанда ішкі туризмнің дамуы халықтың әл-ауқатымен байланысты. Тұрақты ақшалай табыстарға қарамастан, сатып алу қабілетінің төмендеуі және туристік индустрия қызметтерінің жоғары бағалары сұранысты шектейді.

Көрсетілетін қызметтер мен инфрақұрылым ұсынысы ұлғайған кезде де орналастыру орындарының төмен толтырылуы халықтың ішкі туризмге қызығушылығының төмендігін көрсетеді. Шығу туризмі келу туризмінен едәуір асып түседі, бұл төлем балансында теріс туристік сальдоға әкеп соғады.

Бұл әл-ауқаттың артуына, шетелде бизнестің дамуына, шетелде оқуға және т.б. байланысты болуы мүмкін. Сауалнамалар сондай-ақ қазақстандықтардың тиісті жағдайлар болған жағдайда елде демалыс өткізуге дайын екенін көрсетеді.

#### **Кіру туризмі**

Статистика деректері көрсеткендей, Қазақстанға келушілердің серпіні мен құрылымы тұтастай алғанда елеулі өзгерістерге ұшырамайды.

Орта есеппен жыл сайын Қазақстанға шамамен 7-8 миллион келуші келеді, олардың көпшілігі Тәуелсіз мемлекеттер достастығы елдерінен (Өзбекстан, Ресей, Қырғызстан).

Бұл ретте серпінде нысаналы елдерден келетін туристердің өсуі байқалады.

Мәселен, 2019 жылдың қорытындысы бойынша статистика БАӘ-ден келудің өсуін көрсетеді (54,2%), ҚХР (50,9%), Бельгия (33,5%), Канада (19,7%), Финляндия (22,6%), Түркия (22,3%), Швеция (18,2%), Жапония (17,7%),

Австралия (16,6%), Оңтүстік Корея (14,3%), Австрия (12,6%), Швейцария (11,6%), Нидерланды (9,5%), Испания (8,1%), Ұлыбритания (7,8%), Гонконг (6%), Франция (5%) және АҚШ (4,5%).

Бұл ретте статистика деректері бойынша 2019 жылы резидент емес 8,5 млн. адамның 443 мыңы қазақстандық ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға барды; 1,2 мың адам санаторий-курорттық ұйымдарда емделді/демалды; 979,8 мың адамға орналастыру орындарында қызмет көрсетілді. Осылайша, елімізге келетін резидент емес келушілердің жалпы санының шамамен 12-14% ғана туристік инфрақұрылым қызметтерін пайдаланады.

Қазақстанға туризмнің тікелей мақсатымен келген резидент емес келушілердің саны туралы ресми статистиканың деректері бұдан да алаңдатарлық көріністі көрсетеді: олардың үлесі елге келген шетелдік азаматтардың жалпы санының 1% -нан кем: (1-кесте).

1-кесте. Туризмнің тікелей мақсатымен келеген резидент емес келушілердің саны

Жылдар:	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Барлығы елге резидент емес келді, мың адам, оның ішінде мақсаттар бойынша:</b>	<b>6332,7</b>	<b>6430,2</b>	<b>6509,4</b>	<b>7701,2</b>	<b>8789,3</b>
Іскерлік және кәсіби	1178,9	1044,7	1096,9	1186,5	1223,3
Жеке, оның ішінде:	5153,8	5385,4	5412,5	6514,7	7566,0
Туризм	62	54,4	56,2	81,6	65,8
Келушілердің үлесі,%	1	0,8	0,9	1,1	0,7
Жеке	4439,6	4846,9	4823,3	5853,8	6865,3
Транзит	652,3	484,1	532,9	579,2	634,9
Ескертпе: кесте автормен құрастырылған					

Осылайша, келтірілген статистикалық деректер, бір жағынан, Қазақстанда келу туризмі секторының нашар даму фактісін, екінші жағынан - статистикалық есептің жетілдірілмеуін, статистикалық ақпараттың әртүрлілігін көрсетеді.

#### **Қазақстанда туризмге инвестициялар тарту:**

Қазақстандағы туризмнің ішкі және сыртқы туристер үшін тартымдылығының төмендігі саланың жалпы инвестициялық тартымдылығына әсер етеді. Дүниежүзілік экономикалық форумның рейтингіне сәйкес, ел инвестициялар тарту тиімділігі бойынша 92-орында тұр. 2019 жылы туристік секторға инвестициялардың жалпы көлемі 469,5 млрд. теңгені құрады. Алайда, тұру және тамақтану қызметтерін дамытуға инвестициялар үлесі өткен жылмен салыстырғанда 12 пайыздық тармаққа төмендеді.

Туристік салада мемлекеттік қолдау тетіктерін дамыту және сала субъектілері үшін «ұзын» және қолжетімді кредиттер беру қажет. Испания, Португалия, Оңтүстік Африка Республикасы және Малайзия сияқты басқа елдердегі оң тәжірибелердің мысалдары мемлекеттік қолдау туризмге инвестицияларды ынталандыра алатынын көрсетеді. Бұл елдерде туристік

жобаларды дамыту үшін гранттар, пайызсыз кредиттер және салық жеңілдіктері беріледі.

### **Қазақстанда туризмді дамытудағы технологиялық аспектілер:**

Қазіргі таңда Қазақстан ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалану рейтингінде 90-шы орынға ие. Жаңа технологияларды енгізу мәселелерінде, оның ішінде туризмде кәсіпкерлік ортаның төмен белсенділігі осы жағдайдың себебі болып табылады. Бизнестің инновациялық белсенділік деңгейі небәрі 7% -ды құрайды.

Туристік бизнеске қатысушыларға технологиялық дамуға жәрдемдесу және саланы цифрландыруды қолдау ішкі және келу туризмін дамытуға айтарлықтай ықпал етуі мүмкін. Бұл әлеуетті туристердің ұсыныстар туралы хабардар болуын арттыруды, сондай-ақ брондау және туристік пакеттерді сатып алу процестерін жеңілдетуді қамтиды. Онлайн-платформалар, мобильді қосымшалар және брондау жүйелері сияқты жаңа технологияларды енгізу нарыққа қатысушылар арасындағы өзара іс-қимылды жақсартып, туристік тәжірибені тұтынушылар үшін неғұрлым қолжетімді және ыңғайлы ете алады [4].



### **3-тарау Шымкент қаласындағы туризм индустриясын дамытудың ағымдағы жай-күйін талдау және басқару құралдарын жетілдіру бойынша ұсыныстар**

Туристік сала әлемдегі ең ірі және жылдам дамып келе жатқан салалардың бірі болып табылады. Негізгі көрсеткіштер бойынша, оның ішінде инвестициялық салымдардың тиімділігі бойынша туризм салыстырмалы түрде мұнай өндіру өнеркәсібімен қатар тұрады. Пандемияға дейін туризм саласына әлемдік жиынтық өнімнің шамамен 10% -ы, көрсетілетін қызметтердің әлемдік экспортының 30% -ы, әлемдік инвестициялардың 7% -ы, жұмыс орындарының 10% -ы және барлық салық түсімдерінің 5% -ы тиесілі болды. Соңғы алты онжылдық ішінде әлемде туризмнің тоқтаусыз өсуі байқалды. Көптеген елдерде халықаралық туризм жұмыс орындарын құру, қызмет көрсету экспорты және инфрақұрылымды дамыту арқылы әлеуметтік-экономикалық дамудың драйвері болды. Туризм телекоммуникация және көлік, құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы және басқа да аралас салаларға ықпал ете отырып, өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуына жәрдемдеседі.

*Анықтама үшін (пандемияға дейінгі сандар): Дүниежүзілік туристік ұйымның деректері бойынша 2017 жылы туризмге әлемдік ЖІӨ-нің 10,4% -ы (тікелей және жанама әсерлерді ескере отырып), тауарлар мен қызметтердің әлемдік экспортының 6% -ы тиесілі. Бұл салада 313 млн адам жұмыспен қамтылған, бұл ретте әлемдегі әрбір 10 жұмыс орны туризм саласында құрылады.*

Жаһандық коронавирус пандемиясы экономиканың түрлі салаларын, оның ішінде туристік саланы қозғаған ірі әлемдік дағдарысқа әкелді. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) деректері бойынша 2020 жыл жаһандық туризм үшін тарихтағы ең нашар жыл болды: халықаралық сапарлар саны 2019 жылмен салыстырғанда 74% -ға қысқарды.

2019 жылы саяхат және туризм секторы әлемдік ЖІӨ-ге 10,4% үлесін қосты, оның үлесі ұтқырлыққа шектеулердің сақталуына байланысты 2020 жылы 5,5% -ға дейін төмендеді.

Іс жүзінде барлық елдер туризм саласындағы, оның ішінде мемлекеттік қолдау шаралары, ұсынылатын туристік өнімдер, нысаналы сегменттер бойынша өз саясатын қайта қарауда.

Пандемияға байланысты шекараның жабылуы қазақстандықтарды ел ішінде демалуға итермеледі. Көпшілігі қалаларға жақын табиғи демалыс орындарына, ұлттық парктерге, курорттық аймақтарға және еліміздің мегаполистеріне барды. Ішкі туризмді дамыту елдегі туристік саланы дамытудың жаңа трендіне айналды.

Туризмнің қайта басталуына қарай туризм индустриясының халықаралық сарапшылары ішкі туризмнің, ашық аспан астындағы және табиғаттағы туристік іс-шараларға сұраныстың өсуін болжайды. Осы кезеңде барынша қолайлы жағдайлар жасау және отандастардың шетелдік сапарларын ішкі рынокқа қайта бағдарлау, сондай-ақ шетелдік туристерді елдің туризмнің

тірегіне айналуы тиіс үлкен қалаларына тартуға назар аудару орынды болып отыр және Шымкент қаласына келетін әрбір турист үшін күреске қатысу қажет (2-кесте).

2-кесте - Шымкент қаласындағы туристер саны

Көрсеткіш атауы	Жылдар			
	2021	2022	2023	2024
Орындарға орналастырылған адамдардың саны орналастыру, мың адам	213 617	277 000	316 832	400 000 (болжам)
Ескертпе: кесте автормен құрастырылған				

3-кесте - Шымкент қаласында туризм саласында көрсетілген ақылы қызметтердің көлемі (аралас салаларды есептемегенде)

Көрсеткіш атауы	Жылдар			
	2021	2022	2023	2024
Туризм саласындағы қызметтер көлемі (аралас салаларды есептемегенде), млн теңге	4128738,6	3746073,5	5232079,1	6605493,2 (болжам)
Ескертпе: кесте автормен құрастырылған				

4-кесте - Санаттар бойынша орналастыру орындарының саны Шымкент қаласының аумағында жұмыс істейтін \*

№	Санаттар бойынша қонақ үйлер	Саны
1	5-жұлдызды қонақ үй	2
2	4- жұлдызды қонақ үй	5
3	3- жұлдызды қонақ үй	21
4	Санаты жоқ қонақ үйлер	112
5	Басқа да орналастыру орындары	-
Орналастыру орындарының жалпы саны		140
Ескертпе: Мәлімет 16.09.2022ж.		

5-кесте - Туристік саладағы күшті және әлсіз жақтарды, мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлерді талдау **SWOT – талдау:**

<b>Күшті жақтары</b>	<b>Әлсіз жақтары</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Қаланың бірегей мәдениеті мен тарихы</li> <li>✓ ҰЖЖ бағытындағы сәтті географиялық орналасуы</li> <li>✓ Көліктік қолжетімділік (Оңтүстік өңірдің көліктік және логистикалық торабы)</li> <li>✓ Климаттық ерекшеліктер (жылына 300 күннен астам күн)</li> <li>✓ Аймақтың ықшамдығы. Бір-бірінен аз қашықтықтағы көптеген табиғи және тарихи-мәдени ескерткіштер (қалада, Түркістан және Жамбыл облыстарында), Ұлы Жібек Жолында орналасуы</li> <li>✓ Өте дамыған гастрономиялық мәдениет, тамаққа қол жетімді баға</li> <li>✓ Мегаполис мәртебесі, халқы 1,2 млн. адам</li> <li>✓ МАЙС және Event туризмнің даму әлеуеті</li> <li>✓ Креативті жастарды туризмді дамытуға тарту</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Қалада зәкірлі туристік объектілердің болмауы</li> <li>✓ Қолданыстағы туристік объектілердің (тарихи-мәдени және ойын-сауық) қанағаттанарлықсыз жай-күйі</li> <li>✓ Көліктік-логистикалық, инженерлік-коммуникациялық, сервистік және басқа да туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, ал кейде бұл өз кезегінде ұсынылып отырған туристік өнімнің сапасын төмендетеді</li> <li>✓ Баға мен сапа арақатынасы: көршілес елдерге қарағанда ұшулар мен тұру қызметтері қымбат</li> <li>✓ Туризм саласында кадрлар даярлаудың кешенді көп деңгейлі жүйесінің болмауы</li> <li>✓ Турист мәдениетінің төмен деңгейі және демалыс орындарындағы қызмет көрсету деңгейі</li> <li>✓ Шетелдік туристердің қала танымалдығының төмен деңгейі және туристік ұйымдар</li> </ul>
<b>Мүмкіндіктер</b>	<b>Қауіп-қатерлер</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Қазақстандықтардың ішкі туризмге қызығушылығын арттыру</li> <li>✓ Әлемде анықталмаған жаңа туристік бағыттарға деген қызығушылықтың артуы</li> <li>✓ Мегаполис мәртебесін алу және қаланың жаңа мүмкіндіктері</li> <li>✓ Ірі көлік хабы ретінде қалыптасу әлеуеті (әуежайдың жаңа терминалын салу, теміржол вокзалын жаңғырту, БС-ЗК бағытында болу)</li> <li>✓ Жаңа дестинацияларға, Ұлы Жібек жолының тақырыбына, Орталық Азияның көршілес елдеріне қызығушылықтың артуы</li> <li>✓ Ежелгі Түркістанды қайта жаңғырту және оны түркі әлемінің орталығына айналдыру жөніндегі белсенді жұмыстар</li> <li>✓ Саланың инвестициялық тартымдылығының өсуі</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Туристерге, атап айтқанда Ташкент қаласына қолайлы жағдай жасау арқылы әлемдік туризм саласында бәсекелес дестинацияны күшейту</li> <li>✓ Осы елдегі туризм саласының белсенді дамуы салдарынан көрші Өзбекстанға туристердің кетуі</li> <li>✓ Инвестициялық белсенділіктің төмен деңгейі</li> <li>✓ Қаланың инвестициялық тартымдылығының төмендеуі</li> <li>✓ Туризм үшін қолайсыз қала ретінде Шымкент бейнесін қалыптастыру, дестинацияны теріс қабылдау, оның ішінде тиісті сервистің, маркетингтің болмауы және тур объектілерінің жай-күйі</li> </ul>
<p>Ескертпе: кесте автормен құрастырылған</p>	

### **Шымкент қаласында туристік саланы дамыту мәселелері**

Туристік саланы жедел дамыту халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға, келу және ішкі туризм

көлемін ұлғайту есебінен қала мен халық кірістерінің тұрақты өсуіне назар аударуға тиіс.

Бұған қол жеткізу үшін мынадай мәселелерді шешу қажет: туристер мен туристік ұйымдар үшін инженерлік, көліктік және әлеуметтік инфрақұрылым, туризм, маркетинг және брэндінг саласындағы білікті кадрлар, төмен инвестициялық тартымдылық, зәкір объектілері, саладағы тұжырымдамалық бағыттар, қалалық туризмнің имидждік бағыттары, салыстырмалы түрде жаңа сала ретінде креативтік индустрия қалада дамымаған.

**1-мәселе. Салаға мемлекеттік инвестициялардың төмен көрсеткіші және туризм саласындағы ЖАО бюджетінің жеткіліксіздігі**

Дамыған инфрақұрылымсыз туризмді дамыту мүмкін еместігін ескере отырып, туристік аумақтардың инфрақұрылымдық жобаларын қаржыландыруға мемлекеттік инвестицияларды ұлғайтуға ерекше назар аудару қажет.

6-кесте - Басқа қалалардың мысалында

#	Қала	Туризм бюджеті	Туристер саны	Туристерден түскен төсімдер	Салық	Жұмыс орны
1	Висконсин Деллс	\$13 млн	4200000	\$1.778 млрд	\$99,4 млн	14 584
2	Казань	\$7,5 млн	3000000	\$329,5 млн	-	16 000
3	Ташкент	-	4000000	-	-	-
4	Алматы	\$4,25 млн	1220000	\$129,78 млн	-	-
5	Шымкент	\$0,85 млн	316832	\$33,70 млн		

Ескертпе: кесте автормен құрастырылған

7-кесте – Басқа қалалардың мысалында мемлекеттік қолдау шаралары

#	Қала	Бизнесті қолдаудың жергілікті бағдарламалары	Несиелендіру сомасы
1	Висконсин Деллс	4	Бастап \$5000 дейін \$300000
2	Ташкент	3	1) \$4 550 дейін туроператорларға гранттар (200 шетелдік туристер үшін) 2) Өуе және темір жол билеттеріне кэшбек 20% дейін, қонақ үйлерге орналастыруға кэшбек, мәдени объектілерге билеттерге кэшбек 3) Президенттің қаулысымен айқындалған туризм объектілеріне жеңілдікті несиелер

3	Казань	2	1) Ішкі туристерге кэшбек 2) жазғы маусымда 2 + 1 бағдарламасы (егер турист 2 күн төлесе, сыйға үшінші күн)
Ескертпе: кесте автормен құрастырылған			

*Анықтама үшін ВД гранттары: Белгілі бір аудандардағы үйлердің қасбеттерін жөндеуге, жақсартуға немесе сұлулыққа айналдыруға арналған гранттар. Гранттың ең аз сомасы - 1 000 доллар, ең көп сомасы 40 000 долларға дейін. Тұрғындар қала әкімшілігі бекіткен, қолдануға міндетті дизайн кодын ескеруі тиіс.*

*Анықтама ретінде Ташкент: егер 2021 жылы республикаға 1 715 067 адам келсе, 2022 жылдың алты айында бұл сан 1 780 347 адамға жетті.*

*Қазақстаннан туристердің басым бөлігі - 534 851 адам, Қырғызстаннан 548 815 адам, Тәжікстаннан 493 617 адам және Әзірбайжаннан 3 976 адам келді.*

## **2-мәселе. Туристер мен туристік ұйымдар үшін инженерлік, көліктік және әлеуметтік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы**

Туристік аумақтарға туристік ағындарды тарту кезінде негізгі тежеуші фактор көлік-логистикалық, инженерлік-коммуникациялық, сервистік және басқа да туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, ал кейде жоқтығы болып табылады, бұл өз кезегінде ұсынылып отырған туристік өнімнің сапасын төмендетеді.

Сонымен бірге туристердің туристік аумақтардағы және оларға баратын жолдардағы қарапайым қажеттіліктерін қанағаттандыруды қамтамасыз ету мәселесі өткір тұр. Абаттандырылған дәретханалардың болмауы бүкіл ел бойынша туризмнің басты проблемаларының бірі.

Бұдан басқа, қалаға бірінші кезекте келген турист вокзал немесе әуежайды көреді, бірінші әсер сыртқы келбетінен, инфрақұрылымдық және техникалық жабдықталуынан, онда жұмыс істейтін және жолаушыларға қызмет көрсететін қызметкерлерден алады. Моральдық және техникалық жағынан ескірген автовокзалдар, темір жол вокзалдары және туристердің келетін басқа да орындары келушілердің де, кетушілердің де болуы үшін сервис стандарттарына, тазалыққа, жоспарлауға және басқа да қажетті шарттарға жауап бермейді. Такси қызметтері қауіпсіздік және сервис талаптарына жауап бермейді, таксометрлермен және басқа да жабдықтармен жарактандырылмаған, жұппен жолаушылар тасымалының талаптарына жауап бермейтін техникалық көлік кездеседі. Бұл факторлардың барлығы отандық және шетелдік саяхатшыларды итермелейді, сондай-ақ туризм саласына инвесторлар тартуға кері әсерін тигізеді.

## **3-мәселе. Әлсіз Логистика**

Шымкент қаласында туризмді дамытудың тежеуші факторларының бірі жолаушылар әуе және теміржол тасымалдары географиясының шектеулілігі, елдің оңтүстік өңірі бойынша туристік объектілерге дейінгі логистиканың

күрделілігі болып табылады.

Шымкент қаласына барлығы 4 халықаралық рейс келу туризмін дамыту міндетін айтарлықтай қиындатады, тuroператорлар мен авиакомпаниялар жаңа жолдарды ашуға қызығушылық танытпайды.

Сонымен қатар, туристің «клиенттік жолында» туристік өнімнің бағасындағы көліктік құраушы 50% және одан да көп құрайды. Осыған байланысты туристік объектілерге қол жеткізуді, сондай-ақ әуежайларды, темір жол вокзалдары мен автостанцияларды қоса алғанда, туристің жол бойындағы жайлылықты қамтамасыз ету қажет.

Отандық авиакомпаниялар үшін жаңа тұрақты авиамаршруттарды ашу билеттерді арзандатуға және ұшақ борттарының толықтығы бөлігінде бағытты пысықтауға байланысты қосымша шығыстарды талап етеді.

Қазақстан Республикасы авиакомпанияларының билеттерінің бағасы да түпкілікті тұтынушылар үшін жоғары болып қалады және сұраныс пен пайдаланушы туралы деректерді негізге ала отырып, нарықтық баға белгілеу тетіктері негізінде қалыптастырылады, яғни бағалар сұранысқа, авиабилетті сатып алудың алдын ала болуына, рейсті орындау аптасының күні, рейстің ұшу уақытына және т.б. қарай ұсталуы, көтерілуі және төмендеуі мүмкін динамикалық баға белгілеу пайдаланылады.

#### **4-мәселе. Туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі**

Туризм индустриясындағы персонал ұйымның бәсекелестік артықшылықтарының негізгі ресурстарының бірі болып табылады, демек, туристік ұйымдарда қызмет көрсету сапасы олардың біліміне, шеберлігіне және саналылығына байланысты.

Туристік сала мамандарының тапшылығы, сондай-ақ оларды даярлау сапасы проблемасы туристік саланы дамытудың және Шымкент қаласында сервис деңгейін арттырудың неғұрлым маңызды проблемаларының бірі болып табылады.

Қазіргі уақытта ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес 2021 жылы Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындары мен техникалық және кәсіптік орта білім беру мекемелерінде «Туризм» және «Мейрамхана және қонақ үй ісі» мамандықтары бойынша 2 мыңнан астам студент білім алды.

Қалада дуальды (практикалық-бағдарланған (40/60) білім беруде, сондай-ақ туристік сала мамандарының жеке санаттарын, мысалы, желілік персоналды, аралас салалардың қызметкерлерін, экскурсоводтарды, гидтерді, ойын-сауық бағдарламаларының аниматорларын кәсіптік даярлауда, туристік қызметтердің қазіргі заманғы нарығының қажеттіліктерін ескере отырып, оларға қойылатын кәсіптік талаптарды айқындауда жүйелі тәсілдің қажеттілігі байқалады.

Жұмыс істеп тұрған оқу орындарында туризм және/немесе қонақ үй бизнесі саласында халықаралық тәжірибесі мен білімі бар оқытушылар мен профессорлар жетіспейді. Тұтастай алғанда, қолда бар академиялық бағдарламалар олардың практикалық жұмысқа бағдарланбауына байланысты туризм секторының нақты қажеттіліктеріне жауап бермейді. Осының салдарынан бейінді жоғары оқу орындарының кадрлары талап етілмей қалып

отыр.

Мысалы, еуропалық білім беру оқу уақытының 50% -дан 70% -ға дейінгі көлемінде өндірістік практикалар өткізуді көздейді. Білім беру ұйымдарының базасында бірыңғай ақпараттық жүйемен туризм индустриясы кәсіпорындарымен біріктірілген мамандандырылған бөлімдер (кадр агенттіктері) қалыптастырылған АҚШ-та кадрлар даярлау тәжірибесі назар аударуға тиіс, олар еңбек рыногының қажеттіліктеріне тұрақты мониторинг жасаумен, жас мамандарды жұмысқа орналастырумен және бейінді мамандықтар бойынша талапкерлерді қабылдауды түзетумен айналысады.

### **5-мәселе. Өңірлік және халықаралық деңгейлерде туристік әлеуетті ілгерілету деңгейінің жеткіліксіздігі**

Туризм - ақпараттық мазмұнды қызмет. Технологиялық прогресс туризм индустриясының бизнесті қалай жүргізетініне айтарлықтай әсер етті. Интернет туристер үшін негізгі ақпарат көзі болды, оларға тікелей дестинациядан және туристік агенттер ұйымдарынан, сондай-ақ жеке жолаушылардан әлеуметтік желілер, блогтар және сапарлар бойынша әртүрлі пайдалы ақпаратты ұсынатын веб-сайттар арқылы ақпарат алуға мүмкіндік берді. Цифрлық технологияларды дамыту бүкіл әлемде, оның ішінде Қазақстанда да әлемдік туристік индустрия нарығын дамытудың негізгі үрдістерін қалыптастырады.

Қалада туризмді дамытудың маңызды көрсеткіші ішкі және халықаралық нарықтарда туристік әлеуетті ілгерілету жөніндегі іс-шараларды қаржыландыру болып табылады.

Австралия, Біріккен Араб Әмірліктері, Израиль, Исландия, Грекия, Норвегия және Грузия сияқты кейбір елдердің деректерін салыстыру кезінде (UNWTO: 2016 жылғы деректер, олар болмаған кезде - 2015 жылғы деректер) жоғарыда көрсетілген елдер пайыздық қатынаспен келу кірісінің барлық кірісінің 0,2% -дан 4,34% -ға дейін ілгерілетуге жұмсайды Бұл ретте Қазақстан - бар болғаны 0,03%.

Қала туризмді дамытуға неғұрлым көп жұмсаса, туристер Шымкентке соншалықты көп табыс әкеледі. Олар ЖӨӨ-дегі үлестің артуына, нөмірлік қордың жүктелуіне, келушілер санына және олардың туристік аумақтардағы шығындарына тікелей әсер етеді. Осылайша, Шымкентте маркетинг пен отандық туристік әлеуетті халықаралық туристік нарықта ілгерілетуге арналған қаржыландыру көлемін ұлғайту мәселесі өткір тұр.

Туристік әлеует туралы хабардар болуды арттыру мақсатында Шымкент қаласы интернетте цифрлық жарнаманы орналастыру, теледидарда және/немесе интернетте бейне жарнама, әлеуметтік желілерде ілгерілету, PR-ілгерілету (оның ішінде жария тұлғалармен, салалық ықпал ету агенттерімен және пікір көшбасшыларымен ынтымақтастық; танымал ТВ-шоуларды тарту және т.б.), әлемдегі танымал туристік сайттармен және порталдармен ынтымақтастық, оның ішінде Шымкент туралы ақпаратты осындай ресурстарға орналастыру, баспасөз турлары мен блог-турлар және т.б

### **6-мәселе. Жалпы алғанда Қазақстан аумағында және атап айтқанда Шымкент қаласында тұрақты халықаралық іс-шаралардың болмауы.**

## **МАЙС туризмнің жеткіліксіз дамуы**

КОВИД-19 пандемиясы кезінде барлық маңызды туристік көрмелер, оқиғалар мен мәдени іс-шаралар тоқтатылды. Коронавирус инфекциясының таралу қаупі жағдайында халықаралық іс-шараларды ұйымдастырушылар баламалы онлайн-алаңдарды пайдалану мүмкіндігін қарастыруға мәжбүр болды. Алайда В2В көрмесі туристік компаниялар үшін маңызды ресурс және іскерлік байланыстарды жолға қоюдың тиімді тәсілі болып қала береді.

Мысалы, Ресей, Қытай, Өзбекстан, Қырғызстан және Әзірбайжан сияқты көрші елдер көрмелер өткізе бастады және оларды өткізуге белсенді дайындалуда.

МАЙС туризмнің әлемдік нарығының көлемі пандемияға дейін жыл сайынғы 7.5% өсіммен 725 млрд АҚШ долларына бағаланды. Халықаралық конгрестер мен конференциялар қауымдастығының рейтингіне сәйкес, Қазақстан 2019 жылдың қорытындысы бойынша МАЙС туризмін дамыту бойынша әлемде 79-орынды иеленді (өз көрсеткішін 20 позицияға жақсартты).

Қалаға халықаралық МАЙС іс-шараларын тарту пандемиядан кейін саланы қалпына келтіруге ықпал етеді. Бүгінде экономикалық тұрақсыздық жағдайында көрші елдер халықаралық іс-шараларды өткізу есебінен, сондай-ақ ірі көрмелерге қатысу арқылы шетелдік туристерді тарту үшін белсенді түрде жарысатын болады.

### **7-мәселе. Зәкір нысандарының болмауы**

Зәкір нысаны - бұл туристердің назарын аударатын, баруға міндетті бірегей орын және әдеттегідей туристердің және жергілікті тұрғындардың ақшалай қаражатын жұмсайтын орын болып табылады.

Көршілес елдердегі зәкірлік объектілер - Ташкент қаласындағы Magic World Toshkent ойын-сауық паркі, Самарқанд қаласындағы Регистан, Баку қаласындағы Ичери Шехер ескі қаласы, Түркістан қаласындағы Керуен Сарай кешені сияқты объектілер болып табылады.

және басқа да осындай объектілер. Олардың барлығы туристерді көптеп тартады, сондай-ақ халықаралық туристік нарықтағы қаланың брендті болып табылады, ол танымалдылық деңгейін арттырады және сол арқылы қалаға және жалпы елге инвестициялар тартуға мүмкіндік береді. Зәкірлік объектілерге инвестицияланған қаражат есебінен олар орналасқан қалаларға сұраныс пен қызығушылық артады және кем дегенде 1x50 пайдаға әкеледі.

Зәкірлі нысандар Шымкент қаласына туристерді көптеп тартады.

Бүгінгі күні Шымкент қаласының зәкірлік объектісі Шымқала цитаделі болып табылады. бұл орын ЮНЕСКО-ның тарихи күндер күнтізбесіне кіреді, бұл жердің жасы 2200 жасты растайды, бірақ бұл орын жарнамаланбайды, себебі нысан аумағында туристердің жайлы болуы үшін инфрақұрылым өте әлсіз, тақырыптық МАФ санының жеткіліксіздігі, келушілерге арналған сусындар мен закускаларды сатуға арналған дүкендердің не вендингтік аппараттардың болмауы, цитадель элементтерімен брендтелген тақырыптық кәдесыйлардың болмауы және тиісінше бұрын аталған өнім сатылатын дүкен немесе бутик жоқ. (туризм тұрғысынан алғанда сәтсіз жоба)



## **8-мәселе. Қалалық туризм брендінің болмауы және әлсіз маркетинг**

Қазақстан тұтастай алғанда және Шымкент қаласы, атап айтқанда, бай тарихи-мәдени мұраға ие (бүкіл Республика бойынша ЮНЕСКО-ның дүниежүзілік мәдени мұра тізіміне 11 объект енгізілген), шетелдік туристер арасында танымал экотуризмді дамыту үшін бірегей табиғи әлеует туризм үшін салыстырмалы түрде тұрақты және қауіпсіз орын болып табылады, жаңа туристік өнімдерді дамыту әлеуетіне ие.

Бұл ретте отандық мәдениет объектілері, мұражай-қорықтар өз қарамағында әлеуетті туристер мен келушілер тарапынан үлкен қызығушылық тудыратын бірегей объектілері бола отырып, объект туралы ақпаратты кәсіби, қолжетімді, қызықты және әдемі жеткізе алмайды.

Белгілі бір қаланың имиджін қалыптастыруда ұзақ тәжірибенің болуы міндетті емес. Егер мұны қалай жасау керектігі айқын стратегия болса, қала үшін салыстырмалы түрде қысқа мерзімде өз брендин қалыптастыру және осы мақсатқа қажетті қаражат бөлу әбден мүмкін.

Мысалы, Хорватия өткен ғасырдың 90-шы жылдарындағы саяси қақтығыстармен бүлінген беделіне қарамастан, таңдалған стратегияның арқасында туристік секторды барлық күштерімен дамыту арқылы демалыс және бизнес үшін қолайлы орынға айналды.

Қаланың символы - қызғалдақ гүлі, бұл ретте қызғалдақпен байланысты тур-нысандар немесе МАФ-тар жоқ.

### **Туристік саланы дамыту пайымы**

Шымкент қаласы Орталық Азия мен Қазақстанның қарқынды дамып келе жатқан өңірлерінің түйіскен жерінде орналасқан, Түркістан облысының аумағы арқылы маңызды теміржол магистральдары (Түркістан-Сібір және Орынбор-Ташкент, сондай-ақ Шанхай мен Бейжіңнен Анкара мен Ыстамбұлға дейінгі трансазиялық магистраль) өтеді. Ұлы Жібек жолы кезіндегідей Оңтүстік Қазақстан өңірі халықаралық тауарлар мен болашақта туристердің жүру жолында тұр. Шымкент Тараздан батысқа қарай 180 км, Алматыдан батысқа қарай 680 км және Астанадан оңтүстікке қарай 1400 км, Ташкенттен (Өзбекстан) солтүстікке қарай 100 км жерде орналасқан.

Қазіргі Шымкент қолайлы географиялық жағдайда орналасқан: Қазақстанның Орта Азиямен қиылысында, Еуропадан Оңтүстік-Шығыс Азияға, Таяу және Қиыр Шығыс елдеріне көлік магистральдарының қиылысында. Қала «Батыс Еуропа - Батыс Қытай» халықаралық автомобиль дәлізінің және Орынбор - Ташкент, Түркістан - Сібір, Ташкент - Шымкент - Тараз - Алматы, Ташкент - Шымкент - Түркістан - Самара темір жолдарының қиылысында орналасқан.

Сондай-ақ қаланың батыс шетінде Шымкент қаласының халықаралық әуежайы орналасқан. Әуежай Ташкенттен 100 км, Қызылордадан 450 км, Бішкектен 500 км, Алматыдан 700 км қашықтықта орналасқан. Әуеайлақта: «Шымкент әуежайы» АҚ, «SCAT» авиакомпаниясы АҚ, «Қазаэронавигация» РМК Шымкент филиалы орналасқан. Әуеайлақты әскери авиация да пайдаланады.

Қазіргі уақытта әуежайда көлік торабын дамытуға және өңірге туристерді тартуға мүмкіндік беретін жаңа терминал құрылысы басталды.

Шымкенттің туристік маңызы өте зор: ол инфрақұрылымы дамыған, Ташкент, Бішкек пен Қазақстанның солтүстік өңірін қосатын торап болып табылатын ірі қала.

Шымкент қаласында туризмнің дамуына көптеген факторлар ықпал етеді: бұл жылына 300 күн сәулесі, табиғи-климаттық аймақтардың әралуандығы, Ұлы Жібек жолы бағытында ірі тарихи қалалардың (Түркістан, Тараз, Ташкент, Самарканд және т.б.) маңында сәтті орналасуы. Қазақстанда туризмді дамыту үшін ең қуатты ресурстық әлеуеті бар бір ғана Түркістан облысында 1663 тарих және мәдениет ескерткіші, 2 мемлекеттік қорық, 1 ұлттық табиғи парк, 44 санаторий-курорттық объект және туристерді тартатын басқа да объектілер бар.

Қаланың климаты біркелкі континентті. Қыстар салыстырмалы түрде жылы, орташа температурасы  $-3,5\text{ C} \dots -2,5\text{ C}$ . Кейде термометр бағаны  $-20\text{ C} \dots -27\text{ C}$  дейін төмендейді. Қар жиі жауады, ол бірнеше айға созылуы мүмкін. Жаз жылы, жаңбыр жиі жауады. Жазғы орташа температура  $+24\text{ C} \dots +27\text{ C}$ . Кейде ауа  $+32\text{ C} \dots +37\text{ C}$  дейін жылынады. Шымкент жылдың кез келген уақытында әдемі, бірақ туристерге ол наурыз-маусым және қыркүйек-қараша айларында ерекше ұнайды.

Жыл сайын маусым айының ортасында Шымкент қаласы өзінің туған күнін атап өтеді. Қала күні басты көшелер мен аландарда көптеген концерттер, қойылымдар, жәрмеңкелер мен халықтық серуендер өтетін үлкен мерекеге айналады. Мереке жарықпен аяқталады.

Шымкент өзінің бәсекелестік артықшылықтарын пайдалана отырып, бүкіл Оңтүстік өңір үшін тірек туристік орталыққа айналуы мүмкін. Қала туристердің ағынын қабылдай алады, оларды турөнімдер туралы хабардар ете алады және оларды одан әрі олардың жүретін бағыттары бойынша бағыттай алады, бұл ретте бір мезгілде өз әлеуетін пайдалана және өсіре отырып, қаланың өзінде қызметтер ұсына алады.

Қалыптасқан жағдайда пандемияның ықпалымен ішкі туризм экономика өсуінің жаңа көзіне және экономиканың аралас салаларын дамытуға мультипликативтік әсер ететін бизнестің ең табысты, еңбекті көп қажет ететін түрлерінің біріне айналады.

### **Туризмді дамытудағы 3 негізгі міндет айқындалды:**

- Туризм инфрақұрылымын дамыту;
- Қолайлы ахуал жасау және сервис сапасын арттыру;
- Туристік әлеуетті ілгерілету.

### **№ 1 міндет**

-Туристік маршруттарды түгендеу және туристік инфрақұрылымның дамуын рейтингтік бағалау (инвесторлар үшін негізделген және кешенді ұсыныстарды қалыптастыру көзі болады);

-Толыққанды жол бойындағы, сервистік және жұмсақ инфрақұрылымды дамыту/жаңғырту;

-Туризм саласындағы мемлекеттік инвестицияларды ұлғайту (ЖАО бюджеті);

-Орындарды салу үшін әлемдік қонақ үйлер желілерінен орналастыру арқылы тегін жер учаскелері;

-ӘКК жоспарлы бюджеті есебінен қала бойынша қазіргі заманғы СГТ салу;

-Әуежайдың жаңа терминалының құрылысын аяқтау (жеке инвестициялар есебінен);

-ЕО және ТМД қалаларынан бюджеттік тасымалдаушылардың авиарейстерін тарту;

-Сайрам тұрғын алабының аумағында жеке туристік ақпараттық дүңгіршек бағдарламасын пилоттық режимде іске қосу;

-Ескі қаланың аумағында және Бадам су қоймасында туристік АЭА құру жөніндегі ұсыныс, онда мынадай жобалар іске асырылатын болады:

-Жыл бойы жұмыс циклін жүзеге асыратын Ашық және жабық Аквапарк;

-Тақырыптық парк;

-Әлемдік брендтерден орналастыру орны;

-Дүкендердің әлемдік желілері үшін Duty Free аймағын жүзеге асыру жолымен шопинг туризмін дамыту және Outlet аймағын сату;

-Картинг орталығы, ипподром, зип-лайн және т.б. белсенділік;

## **№ 2 міндет**

-Ағымдағы ахуалды және туризм мүмкіндіктерін маркетингтік талдау - жүргізілген талдау деректері қолданыстағы интернет-ресурстарда жария етіледі, сондай-ақ мүдделі ББӨ, депутаттық корпус, қоғамдық ұйымдар назарына жеткізіледі. Бұл қызметтің ашықтығы мен тәуелсіздігін қамтамасыз етуге, күштерді шоғырландыруға және ШОБ пен ЖАО-ны туризмді дамыту жөніндегі нақты іс-шараларды іске асыруды ынталандыратын пәрменді тетік құруға мүмкіндік береді;

-Маркетингтік тұжырымдама жасау. Маркетингтік тұжырымдаманың басты мақсаты - Шымкент қаласының туристік бағыты туралы хабардарлықты күшейту;

Қаланың геобрендингін үш деңгейде дамыту:

-Бірінші модель - әкімшілік. Яғни, бұл жерде бастамашылар мемлекеттік институттар мен жергілікті атқарушы билік органдары. Екіншісі - бизнес-модель. Оны кәсіпкерлер жүзеге асырады, ол жеке брендтерді сатуға бағытталған. Соңғы үлгісі - азаматтық. Жергілікті қоғамдық құрылымдар немесе жекелеген азаматтар бастамашылық жасайды;

-Туристік қызметтер мен өнімдердің қолжетімділігі мен сапасын арттыру;

-eQонақ (eHotel) ақпараттық жүйесін масштабтау жөніндегі жұмыстар;

-Туризм салалары қызметкерлерінің біліктілігін арттыру жөніндегі жұмыстар;

-Туристік бизнес субъектілері мен кәсіпкерлер үшін МАЙС туризмі, туристік қызметтер сапасының стандарттары және туристік өнімдерді дамыту бойынша арнайы бағдарлама әзірлеу және оқыту жүргізу;

-«Recommended by Shymkent city» ынталандыру және уәждеу тетігімен стандарттау жүйесінің туризм индустриясы субъектілерін ерікті сертификаттау;

-Қандай да бір туристік маршруттар мен объектілердің қажеттілігі мен жай-күйі туралы өзекті деректерді жинауды қамтитын маркетингтік зерттеулер жүргізілетін болады;

### **№ 3 міндет**

Туризмді ілгерілету (Шымкент қаласы)

-Халықаралық тәжірибеге сәйкес, жарқын және танымал іс-шараларды өткізу туристік ағынды ұлғайтудың ең тиімді тетіктерінің бірі болып табылады;

-Қалада туристік дестинация аумақтарында бірқатар тақырыптық іс-шаралар ұйымдастыру қажет (мысалы Цитадель);

-Наурыз кезінде ивент-туризмді дамытуға назар аудару;

-Қалалық туристік брендті қалыптастыру;

-VisitShymkent.kz туристік порталын ілгерілету жөніндегі жұмысты жалғастыру;

-Танымал әлеуметтік желілер (Instagram, Facebook, YouTube, Telegram, TikTok) арқылы ішкі туризмді ілгерілету бойынша жұмысқа заманауи көзқарас;

-Шымкент туристік өнімдерін PR-ілгерілету;

-Бауырлас қалалардың нысаналы нарықтарында, сондай-ақ Ресей, Өзбекстан, Түркия, Германия, Қытай, Оңтүстік Корея және т.б. сияқты негізгі нарықтарда сыртқы жарнаманы орналастыру жоспарлануда;

-БАҚ өкілдері, тревелблогерлер мен блоггерлер үшін тұрақты баспасөз турлары;

-VisitShymkent порталы арқылы қаланың туристік әлеуетін ілгерілету жөніндегі жұмыс жалғастырылады, оның ішінде:

-Туристік өнімдер мен қызметтерді онлайн-брондау және сатып алу үшін порталда сервисті құру және дамыту;

-Порталды іздеу жүйелеріне оңтайландыру (SEO оңтайландыру);

-Трафикті порталға енгізе отырып, интернет-ресурстарда жарнаманы орналастыру;

-Порталдың 5 тілде (түрік және қытай) қол жетімділігін қамтамасыз ету;

-Шымкентке баруға шабыттандыратын ақпараттық және көрнекі контентті қалыптастыру (мақалалар, бейнероликтер, фото);

-Оңтүстік Қазақстанның негізгі мұражайларын, тарихи-мәдени және табиғи көрікті жерлерін виртуалды және 3D-турларды құру және порталда орналастыру;

-Оқиғалар күнтізбесінің функционалын кеңейту және келушілер үшін ақпаратты көрсетуді дербестендіру.

Әлеуметтік желілерде аккаунттарды ілгерілету үшін тікелей жарнама және вирустық маркетинг құралдары, сондай-ақ ақпараттық алаңдағы оң және теріс фон мониторингі қолданылатын болады.

**Шымкент қаласында туризм индустриясын дамытудың негізгі қағидаттары мен жалпы тәсілдері**

**Негізгі туристік кластерлер**

Шымкент қаласында Түркістан облысының ресурстарымен бірге **4 (төрт)** мәдени-туристік кластер құруға болады:

**1) «Ескі Шымкент қаласын туристтендірудің мастер-жоспары»** - бұл Шымкенттің көне қалашығын, цитадельді, сондай-ақ қолданыстағы және құрылатын туристік-ойын-сауық инфрақұрылымын қамтитын Шымкент тарихи орталығының аумағындағы Ескі қаланың тарихи-мәдени объектілері жобаларының кешені, сондай-ақ мастер-жоспарды іске асыру жоспары.

Кешен шын мәнінде Шымкенттің орталық бөлігінде сақталған Ұлы Жібек жолы бағытындағы Ескі қала объектілерінің елдегі жалғыз аумағын білдіреді.

**2) «Ұлы Жібек жолы кластері»** Шымкент, Түркістан қалаларын, Түркістан облысының оңтүстік-шығыс және солтүстік-батыс бөліктерін қамтиды.

Туристік мүдденің негізгі орындары:

1) Шымкент қаласы Ұлы Жібек жолындағы маңызды пункттердің бірі ретінде, түрлі сауда жолдарының батыс, шығыс, солтүстік және оңтүстік арасындағы қиылысы (керуен-сарай), түрлі халықтар, мәдениеттер мен дәстүрлер араласқан және үйлесетін қала;

2) Түркістан қаласы Әзірет-Сұлтан кешені бар танымал халықаралық қажылық және туризм орталықтары деңгейінде Қазақстанның рухани, тарихи-мәдени және туристік орталығы ретінде;

3) ортағасырлық Отырар қалашығы мен отырар оазисінің археологиялық объектілері, Сауран археологиялық кешені, Мәртөбе кешені және т.б.;

4) киелі нысандар - Ибрагим ата мен Қарашаш ана кесенелері, Әбдел Әзиз баб, Арыстан баб кесенесі, Қожа Ахмет Яссауи кесенесі және т.б.

Осы кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге рухани, тарихи-мәдени туризм және турне, мистикалық туризм жатады.

Түркістан облысының белсенді қатысуымен «Батыс Еуропа - Батыс Қытай» халықаралық көлік дәлізін іске асыру шеңберінде оңтүстік өңірдегі бірегей туризм объектілеріне байланыстыра отырып, туристерді орналастыру, демалу және қажетті сервистік қызметтерді алу үшін қазіргі заманғы туристік инфрақұрылым құрылатын болады.

**3) «Экологиялық кластер»** - бұл туристік мүдденің мынадай түйінді орындары айқындалған Шымкент қаласы мен Түркістан облысын қамтитын кластер:

1) «Ақсу-Жабағылы» мемлекеттік табиғи қорығы;

2) «Сайрам-Өгем» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі;

3) «Қаратау» мемлекеттік табиғи қорығы, Арпа-Өзен петроглифтері;

4) Боролдая археологиялық петроглифтері;

5) қаланың Түркістан облысындағы Шымкент маңындағы тау шаңғысы аймақтары.

Болашақта кластер Шымкент қаласы мен Түркістан облысының басқа бөліктерін кеңейтіп, қамтуы, сондай-ақ туристік қызығушылықтың жаңа орындарын ұсынуы мүмкін, мысалы, тиісті археологиялық жұмыстар мен мұражайландыру жүргізілгеннен кейін Шымкент қаласының аумағындағы

ежелгі қорғандар.

Осы кластер ұсынатын негізгі туристік өнімдерге мәдени және экологиялық туризм, қызықты оқиғалар, тауға саяхаттар, өзендер мен көлдерде демалу жатады.

**4) «Оңтүстік курорттық аймақ»,** онда туристік мүдденің мынадай түйінді орындары айқындалған:

1) Шымкент қаласының жағажай-ойын-сауық объектілері (аквапарктер, демалыс аймақтары, Бадам және Тогус су қоймалары);

2) Түркістан облысының жағажай-ойын-сауық объектілері (таулы, жағажай және өзге де отбасылық-ойын-сауық демалыс аймақтары, Шардара су қоймасы);

3) Манкент және Сарыағаш курорттары;

4) Түркістан облысының тау шаңғысы курорттары (Қасқасу және т.б.).

Болашақта кластер жаңа демалыс және ойын-сауық объектілерін енгізу есебінен кеңейтілуі мүмкін.

Осы кластерде әзірленетін негізгі туристік өнімдерге белсенді және қызықты туризм, ойын-сауық, таулар мен көлдерде демалу, санаторий-курорттық, СПА туризм және басқалары жатады.

**5) Қалалық бос уақыт. Бұл кластер мыналарды көздейді:**

1) Саябақ аймақтарын жандандыру және туристендіру:

- Дендропарк («қызғалдақтар» паркін құру, интерактивті навигация орнату, көпірді реконструкциялау, парк аумағын тақырыптық безендіру, резеңке жүгіру жол жабыны, түрлі іс-шаралар мен эко акциялар өткізу, электрокарларды іске қосу, шағын гольф алаңдарын құру, инфрақұрылымды дамыту және т.б.);

- хайуанаттар бағы (вольерлерді жаңарту, санитарлық тораптарды жаңғырту, жануарларды қорғау бойынша акция өткізу және т.б.);

- Қалалық парктер («ашық аспан астында» тұрақты кинотеатр, гастропарк құру, тақырыптық безендіру, интерактивті навигация және т.б.).

2) Интерактивті залдарды цифрлау және құру жолымен мұражайларды жаңғырту, тарихи маңызы бар оқиғаларды лазерлік қою, «мұражайда түн» іс-шараларын мерзімді өткізу.

3) Жаяу жүргіншілер көшелерін ұлғайту (Арбат).

4) Арнайы веложолдар құру (туристік мүдде объектілерінің жанында арнайы жабу, белгілеу және тұрақтар).

**6) Агротуризм**

Агротуризм (ауылдық туризм) саласында мынадай шаралар қабылданатын болады:

1) АШШ-мен бірлесіп ауылдық жерлерде агротуристік объектілерді дамыту: стильді «агротуристік ауылдар», «балықшылық және аңшылық ауылдар» нысанында бастамашыл топтарды (қоғамдастықтарды), қонақ үйлерді, мамандандырылған жеке қонақ үйлерді іздеу және қолдау;

2) агротуристік объектілерді салу және дамыту үшін ауыл тұрғындарын ынталандыру және қолдау;

3) ауыл тұрғындары үшін семинарлар өткізуді қоса алғанда, халық арасында агротуризмді ілгерілету және т.б.;

4) агротуризмде қызмет көрсететін субъектілердің тізілімін жасау және жүргізу, аудандарда үгіт және іздестіру жұмыстарын жүргізу, өңірлерге инвестициялар тарту, ауылдардың инфрақұрылымын жақсарту және аумақтың брендингін дамыту.

Агротуризм қонақтарға келуге тұру, демалу, тамақтану, экскурсиялық қызмет көрсету, бос уақытты және спорттық іс-шараларды ұйымдастыру, балық аулау және аң аулау, білім мен дағды алу, сондай-ақ ауылдық жерлерде туризмнің белсенді түрлерімен айналысу мүмкіндіктері бойынша кешенді қызметтерді қалыптастыруды және ұсынуды көздейтін салыстырмалы түрде жаңа және перспективалы бағыт болып табылады.

Таза ауа, үй атмосферасы, қол сұғылмайтын табиғат, табиғи өнімдер, тыныштық және баяу тұрмыс агротуризмнің тартымды белгілері болып табылады. Бұл табиғатқа ұқыпты қарау экономикалық жағынан тиімді болатын осы процеске жергілікті халықты тартуға ықпал ететін қоршаған ортаны қорғаудың қуатты құралы.

Түркістан облысында бүгінгі таңда агротуризмге Сарыағаш ауданы Қапланбек кентінде орналасқан «Silk Valley» маркасымен өнім шығаратын «Caspian FOOD» компаниясының шарап зауыты ғана тартылған. Аталған компания туристерді қабылдап, жүзімдіктер аумағында танымдық экскурсиялар ұйымдастырады, өндіріс ерекшеліктері мен өнімнің дәмін айыру бойынша дәрістер мен шеберлік сыныптарын өткізеді. Сондай-ақ, Түлкібас ауданында орналасқан жеміс-жидек өсіруге және табиғи шырын өндірісіне мамандандырылған «Dala Fruit» аграрлық компаниясымен және туристер үшін тартымды болып табылатын өзге де ауыл шаруашылығы объектілерін тарту және ынтымақтастық қарастырылуда.

### **7) Гастрономиялық туризм**

Гастрономиялық туризм - туризмнің жаңа және перспективалы түрі, оның негізгі мақсаты - ұлттық аспаздық призмасы арқылы белгілі бір елмен танысу. Гастрономиялық туризм ТМД елдерінде ең жылдам өсетін туризмнің бірі болып табылады.

Шымкент қаласы дала көшпенділері мен шығыс қалалардың отырықшы тұрғындарының үздік аспаздық ерекшеліктерін қамтыған Жібек жолы қиылысындағы қала ретінде гастрономиялық туризмді дамытуда зор әлеуетке ие. Қалада жүзеге асырылып жатқан мәдени саясат, ең алдымен, халықтың қалыптасқан өмір салтынан, елдің Оңтүстік өңіріндегі полиэтникалық қоғамның өзіндік ұлттық мәдениеттерінің синтезінен туындайды. Шымкентте 19 мәдени ұлттық орталық жұмыс істейді: қазақ, славян, өзбек, татар-башқұрт, неміс, еврей, корей, күрд, поляк, әзірбайжан және т.б. Олардың қатысуымен және қолдауымен халықтық мерекелер өткізіледі, білім беру-тәрбие қызметін, ұлттық саясатты және Шымкент тұрғындарының бос уақытын жетілдіру мәселелері шешіледі.

Шымкент қаласы Қазақстан Республикасының гастрономиялық

туризмнің астанасы атағына толыққанды үміткер.

Шымкент қаласы туралы айту кезінде басқа өңірлердің тұрғындарында дәмді және қолжетімді гастрономиясы, қонақжайлылығы, жылылығы, жайлылығы және түрлі деңгейдегі және стильдегі қоғамдық тамақтану орындарының көптігі бар қауымдастық пайда болады. Бұл Шымкент қаласының гастротуризмді дамытуға және басқа да үлкен қалаларға бәсекелестік туғызуға барынша ыңғайлы екенін көрсетеді.

Гастрономиялық туризмді дамыту үшін мынадай іс-шаралар өткізілетін болады:

1) мейрамхана бизнесі саласында, сондай-ақ жергілікті жерлерде мемлекеттік қолдау құралдарының пәрменді жұмысына ықпал ететін тетіктерді айқындау үшін аралас қызмет салаларында кәсіпкерлермен жұмыс күшейтілді;

2) қалада және туристік кластерлерде тақырыптық гастрономиялық турлар әзірленді;

3) аспаздық тақырыбында зәкірлік туристік іс-шаралар өткізу - гастрономия саласындағы белгілі қайраткерлерді тарта отырып, белгілі тақырып бойынша гастротурлар (ДамДасТур, Шашлык-фест, Плов-фест, Шымкент асханасының фестивалі) өткізу;

4) аспаздық брендтерді құру арқылы өзінің бірегей шымкент асханасын байыту, жергілікті асхананың тағамдарын ұсынатын және ілгерілететін тамақтану орнын жарнамалық-ақпараттық ілгерілетуге жәрдемдесу.

#### **8) Оқиғалық туризм**

Оқиғалық туризм - бұл саяхаттар қандай да бір оқиғаларға орайластырылған туризм түрі. Оқиғалар мәдениет, спорт, туризм салаларына қатысты болуы мүмкін.

Бүгінгі күні оқиғалық туризм туризмнің басқа түрлерінен ерекшеленеді және ерекше бірегейлігімен ерекшеленеді деп нақты айтуға болады. Айта кетерлік жайт, қысқа мерзім ішінде туризмнің бұл түрі бұрын-соңды болмаған танымалдылыққа және шынайы қызығушылыққа ие болды, ал бұл оның ерекшеліктерімен бірге туристер арасындағы көпшілік туралы айтуға мүмкіндік береді.

Шымкент қаласының ерекшеліктеріне сүйене отырып, қаланы сипаттайтын және туристердің көп санын әлеуетті тартатын мынадай оқиғалар туристік бағыттағы зәкірлік ивенттер болуы мүмкін:

1) Наурызды мерекелеу жөніндегі іс-шаралар кешені. Біздің қаламызда барлық түркі халықтарының тойлайтын мерекесі түркі халықтарының бірыңғай мерекесіне бір апта қалғанда өтетін Сейіл Қошқар ата мерекесінен бастап бір апта бойы жарқын әрі алуан түрлі бағдарламамен халықаралық мәртебе мен жаһандық ауқымға ие болады. Этникалық және ойын-сауық сипатындағы түрлі іс-қимылдармен, сондай-ақ дәстүрлі гастро-фестпен сүйемелденіп, танымал "Ashyq aspan

2) Қызғалдақ жолы - бірегей сұлулық гүлінің пайда болу тарихына арналған және әлемдік танымалдылық пен атаққа ие болған мереке. Фестивальдің негізгі мақсаты мен идеологиясы - қызғалдақтың «тарихи отаны»



қазақ жері, соның ішінде Шымкент қаласы мен оның айналасы екенін көрсететін «Ұлы даланың жеті қыры» мақаласы аясында әлемнің түкпір-түкпірінен келген туристер үшін ауқымды іс-шара ұйымдастыру болып табылады.

3) Гастрономия саласындағы белгілі қайраткерлерді тарта отырып, белгілі тақырыптағы гастрофестиваль (ДамДасТур, Шашлык-фест, Плов-фест, Шымкент қаласында және Түркістан облысында өндірілетін салқын сусындар фестивалі).

Оқиғалық туризмді дамыту үшін мыналар қажет:

1) турфирмалардың турпакеттерді қалыптастыруға және оларды іске асыруға үлгеруі үшін кемінде 8 ай бұрын бекітілген іс-шаралар (оқиғалар) жоспары;

2) оқиғалар халықаралық БАҚ пен блогерлердің көмегімен халықаралық ауқымда оң резонанс табуға тиіс;

3) туризмнің осы түрін табысты қолданатын елдердің оқиғалық тәжірибесін зерделеу және қолдану.

### **9) Спорттық туризм**

Адамдардың спортқа деген қызығушылығының артуына байланысты халықаралық деңгейде бұқаралық іс-шаралар: олимпиадалар, турнирлер, фестивальдар және басқаларды өткізуді білдіретін спорт туризмін дамытуға ерекше назар аударылатын болады. Бүгінгі күні Шымкент үлкен теннистен халықаралық турнирлерді, Еуропа Лигасының үй матчтарын, бокстан, еркін күрестен және спорттық гимнастикадан әлем чемпионаттарын ұйымдастыруда және өткізуде тәжірибесі бар және тиісті материалдық-техникалық базасы (Қажымұқан стадионы, Мұз сарайы, Теннис орталығы, Шутинг плаза және т.б.) бар.

Мұндай ірі спорттық іс-шараларды өткізу халықаралық аренада ашық және қонақжай қала ретінде елдің беделін нығайтуға ғана мүмкіндік бермейді, сондай-ақ аймаққа жаңа туристік ағындарды тарта отырып, көп жылдар бойы қызмет ететін туристік инфрақұрылымды дамытуға серпін береді.

Бұдан басқа, климаттық және географиялық ерекшеліктерді ескере отырып, Шымкент қаласы мен оңтүстік өңірдің тұтастай алғанда, бүкіл Қазақстаннан да, таяу шетелдерден де спорт түрлері мен спорт пәндерінен спортшылар даярлау жөніндегі спорттық жаттығу базасы ретінде қалыптасуы мүмкін.

### **10) Этнографиялық туризм және қолөнершілік**

Этнографиялық туризмді дамыту:

1) ауылдық өңірлерде туризм саласында шағын бизнес жүргізу мүмкіндіктері туралы (ұлттық қонақжайлылық пен этнографиялық элементтерге баса назар аудара отырып, қонақ үйлер ашу), оның ішінде туристік өнімдерді дистрибуциялау жөніндегі ақпаратты әзірлеу және тарату;

2) сұңқар аулау, ұлттық ойындар (көкпар, байга) және жоралар элементтерімен ұлттық және халықаралық ауқымдағы оқиғалық іс-шараларды өткізу;

4) Шымкент қаласының табиғи, мәдени және өзге де көрікті жерлерімен байланысты қазақ аңыздарының безендірілген жинақтарын шығару.

Қолөнершілікті дамыту турист үшін мәдени ортаға батуда маңызды фактор болып табылады. 2020 жылы туристік өнімнің құрамдас бөлігі ретінде қолөнершілікке кешенді зерттеу жүргізілді.

Үш кезеңдік зерттеу қорытындылары бойынша қолөнер саласының жүйелі проблемаларын еңсеру бойынша мынадай тәсілдер ұсынылды:

1) қолөнершілікті дамыту саласындағы НҚА жетілдіріледі (қолөнершілер мәртебесін бекіту, жаңа ЭҚЖЖ енгізу және т.б.) және Қазақстанда қолөнершілікті дамыту тұжырымдамасы өзектендіріледі;

2) қолөнершілер мәртебесін бекіте отырып, Қазақстан қолөнершілерінің ұлттық тізілімі қалыптастырылатын болады;

3) ӨТҚ-да қолөнер шеберханаларының желісін құра отырып, қолөнер орталықтарын ашу жоспарланып отыр;

4) ұлттық қолөнер өнімінің (кәдесый өнімі), сондай-ақ өңірлік өнімнің стандарттары мен көрнекі айдентикасын әзірлеу;

5) қолөнер өнерін кеңінен ілгерілету және Қазақстанда қолөнершілердің мәртебесін арттыру, қолөнер өнімдерін сату үшін қолөнер жөніндегі қолданыстағы онлайн-платформаларды бірыңғай маркетплейспен интеграциялау;

6) қолөнершілерді маркетингке және сату дағдыларына үйрету;

7) Қазақстанда қолөнершілік саласында өзін-өзі реттейтін ұйыммен ықпалдасу.

Қолөнершілік қызмет түрі ретінде ұлттық мәдени сәйкестендірудің ажырамас бөлігі және елдегі туристік индустрияның қажетті құрамдас бөлігі болып табылады. Қолөнершілікті дамытудың халықаралық тәжірибесі дамыған елдердің мәдениеті мен дәстүрлерін сақтауда қолөнершілік ісінің елеулі рөлін куәландырады.

Қолөнершілікті дамыту қазіргі уақытта мәдени-ойын-сауық іс-шаралары үшін элементке айналып келеді және халықаралық аренада туристік объектіге (шеберханалары бар қолөнер орталықтары) бару үшін міндетті рөл атқарады.

Қолөнершілікті дамытудың негізгі проблемалық мәселелері және оларды шешу жолдары мыналар болып табылады:

Қазіргі уақытта оңтүстік шеберлерінің мәдени-тарихи дәстүрлерін сақтау қажет. Өзіндік халық мәдениетін сақтау және қалпына келтіру проблемасы ерекше өзекті болып отыр.

Осыған байланысты, Алматы қаласында «Рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында құрылған Qazaq-Oner қолөнершілер орталығы қолөнер саласын дамыту бойынша озық тәжірибе болып табылады.

Qazaq-Oner - бұл біздің халқымыздың халықтық-қолданбалы шығармашылығын дамыту және танымал ету саласындағы Қазақстандағы алғашқы бірегей жоба. Жоба дәстүрлі қазақ қолөнерінің жандануына және дамуына, ұрпақтар сабақтастығына, өскелең ұрпақтың патриоттық тәрбиесіне, жергілікті өндірістің дамуына ықпал етеді.

Qazaq-Oner - Visit Almaty туристік орталығында орналасқан оқыту, өндірістік, сауда, мәдени-тарихи және ойын-сауық орталығы, онда киіз басу, қыш, зергерлік өнер, жарма тігу, батик, кестелеу, тоқу бойынша шеберлік сыныптары өткізіледі.

Осыған байланысты оңтүстік өңірдің бай қолөнер дәстүрлерін ескере отырып, Шымкент қаласында да осындай орталық құру қажет.

Бұл ретте Шымкентпен байланысты тақырыптар мен нышандарды ескере отырып, қаланың қолөнер өнімдерінің өзіндік бірегей стилі мен брендін құру өзекті.

### **11) Экстремалдық туризм**

Экстремалды туризм - кең мағынада белгілі бір дәрежеде тәуекелмен байланысты туристік демалыс түрлерінің бірі. Қазіргі уақытта экстремалды туризм жастар арасында да, тәжірибелі туристер немесе спортшылар арасында да бірдей танымал.

Шымкент Түркістан облысының табиғи нысандарымен бірлесе отырып, қала тұрғындары мен қонақтарына көптеген экстремалды ойын-сауық түрлерін ұсына алады.

«Өткір сезімдерді» ұнататындар үшін қала парашютпен секіруді, зиплайн, болат арқанмен түсуді, әуе шарымен ұшуды, картингті, коньки тебуді, стендтік атысты және т.б. ұсына алады.

Сондай-ақ, «Сайрам-Өгем» ұлттық паркінде жыл сайын скайраннинг, сайрам шыңына шығу, қорытпалар және т.б. жарыстар өткізіледі.

### **12) Туризм саласы үшін кадрлар даярлау.**

Қазіргі уақытта Шымкент қаласының жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарында туристік сала үшін кадрлар даярлауды «Туризм», «Сервис» мамандықтары шеңберінде 3 жоғары оқу орны (М.Әуезов атындағы ОҚМУ, «Мирас» университеті, М.Сапарбаев атындағы университет) жүзеге асырады.

Бұдан басқа, техникалық және кәсіптік білім беру жүйесінде туризм және қонақжайлылық индустриясы үшін кадрлар даярлау техникалық және кәсіптік білім беру оқу орындарында да (№ 6 колледж, «Мирас» колледжі) жүзеге асырылады.

Бұл ретте қалада қосымша білім беру саласындағы өзге де жеке ұйымдар (даярлау және қайта даярлау, біліктілікті арттыру курстары, тренингтер, шеберлік сыныптары және т.б.) жұмыс істейді.

Бұдан басқа, кадрлар даярлауда гидтер даярлау мәселесі маңызды элемент болып табылады. Жас туристер станциясының базасында қазақ және орыс тілдерімен қатар ағылшын, француз, қытай, түрік және басқа да тілдерді меңгерген гидтер мен экскурсоводтарды қысқа мерзімді даярлау жөніндегі орталық құруға болады. Бұл ретте, әлеуметтік туризмді дамыту мақсатында мүмкіндіктері шектеулі адамдар (егде адамдар, көру, есту, тірек-қимыл аппараты бұзылған адамдар және т.б.) үшін гидтер мен экскурсоводтар даярлауды көздеу жоспарланып отыр.

### **13) Шымкенттің туристік әлеуетін халықаралық көрмелерде**

## **ілгерілету.**

Негізгі міндет мақсатты нарықтарда туристік бизнеске қатысушылар арқылы қазақстандық туристік өнімді қалыптастыру, ілгерілету және сату болып табылады.

Әлеуетті қамтуды ұлғайту мақсатында Қазақстанның отандық туристік бизнес субъектілерімен (қонақ үйлер, авто- және авиатасымалдаушылар, туроператорлар және т.б.) бірыңғай стендке біріктіре отырып, Шымкенттің көрмелерге қатысу тұжырымдамасын өзгерту, сондай-ақ, мысалы, Шымкентте халықаралық іс-шараларды тарту үшін МАЙС тақырыбы бойынша мамандандырылған тауашалық көрмелерге қатысуды көздеу жоспарлануда , adventure, экотуризм және басқалары.

Салалық роуд-шоу - ірі туроператорлардың қатысуымен мамандандырылған іс-шаралар өткізілетін болады. Роуд-шоу жойылған іс-шаралардың орнына мақсатты нарықтардан туристік ағындарды қалпына келтіру шарасы болады деп күтілуде.

### **14) Фото- және бейнематериалдарды әлемдік БАҚ-та жүйелі негізде көрсету.**

Түпкілікті тұтынушыны (турист) нысаналы аудиториялардың медиа тұтынушысының ерекшеліктеріне байланысты Шымкентке сапарға ынталандыру белсенді PR-ілгерілету және жарнама арқылы жүзеге асырылатын болады:

– Шымкенттің туристік әлеуеті туралы бейнероликтерді халықаралық теледидарда трансляциялауды жүргізу;

– Шымкент қаласында туризм және саяхат туралы телебағдарламаларды халықаралық теледидарда орналастыруды –;

– халықаралық телевизияда, баспа басылымдарында, интернет БАҚ-та ұшыруларды – хабарландыру және жарнамалық науқандарды жүргізу;

– әлеуметтік желілерде фото және бейнематериалдарды ілгерілету;

– бүкіл әлем бойынша барынша жиынтық әлеуетті қамтумен халықаралық телеарналарды – іріктеу;

### **15) Жұмсақ инфрақұрылым.**

Жұмсақ инфрақұрылымға туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін арттыратын, туристерге және инвесторларға жоғары сапалы ақпарат беруді, туризм және қонақжайлылық саласында жоғары білім деңгейін және мамандар даярлауды қамтитын қымбат емес, бірақ аса маңызды жобалар мен іс-шаралар жатады.

Шымкент қаласының туризм басқармасы таяу жылдары:

1) Шымкент қаласы әуежайының жаңа терминалында, ТЖ вокзалында, «Арбат» жаяу жүргіншілер аймағында және ескі қала аумағында: «Цитадель» орналасуы, тегін туристік ақпаратты, кәдесыйлар, кітаптар мен карталарды брондау, сатып алу мүмкіндіктерін ұсынатын автомагистральдарда визит-орталықтардың жұмысын ұйымдастыру.

2) туристік навигацияны - туристік көрікті жерлердің негізгі орындарында, қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындарында, әуежайда

және теміржол вокзалында, орталық автовокзалдарда, сондай-ақ Шымкент қаласының туристік мүддесінің басқа да орындарында көрсеткіштерді (халықаралық туристік стандарттарға сәйкес келетін) орнату.

3) туристік объектілерде аудиогид функцияларын пайдалану үшін мамандандырылған интернет-порталмен үндестірілген QR-кодтары бар ақпараттық паспорттарды орнату;

4) жаңа экскурсиялық бағдарламалар - мәдени, танымдық және басқа да бағдарламалар, сондай-ақ туристік дестинациялар ұсынатын жаңа бағдарламаларды ұлғайту;

5) туристік дестинацияларда жаңа туристік карталар, журналдар буклеттерін жасау және орнату;

6) дестинация сұранысының мониторингін (келушілердің қанағаттану деңгейін бағалау), ұсыныстарды (мысалы, қонақ үй қызметін көрсету), бәсекелестерді, өнімдерді және т.б. құру;

7) қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындарын, мейрамханаларды, туристік көрікті жерлерді, туроператорларды, әуе жолдарын, жергілікті атқарушы органдарды, университеттерді, бұқаралық ақпарат құралдарын және т.б. дамытуға тартылған мүдделі тараптар арасындағы әріптестік.

8) семинар-тренингтердің, ақпараттық кітапшалардың және туризмді дамытудың оң нәтижелерін көрсететін басқа да іс-шаралардың көмегімен жергілікті халықтың туристерге оң көзқарасын қалыптастыру.

9) жаңа туристік тартымды бизнес жобаларды құру және Шымкент қаласының туризм индустриясын дамытуға жергілікті, сондай-ақ шетелдік инвесторларды тарту.

10) туристік объектілердің жанындағы Шымкент қаласының санитариялық тораптарын жақсарту.

### **Нысаналы индикаторлар және күтілетін нәтижелер**

Бүгінгі таңда қалада туристерді күтудің орташа ұзақтығы 2 күнді құрайды, ал әрбір туристің орташа чегі - 100 АҚШ доллар. Барлық жобалар мен шараларды іске асыру кезінде туристердің санын 1 000 000 адамға дейін ұлғайту күтілуде, туристердің болжамды жыл сайынғы өсуі 35% -ды құрайды.

Сондай-ақ, қалада туристердің шығыстарын 200 АҚШ долларына дейін ұлғайту болжануда. Осылайша, орналастыру орындары көрсеткен қызметтердің көлемі 38,7 млрд тг.

8-кесте - Туристер саны мен өсу динамикасы

<b>№</b>	<b>Жылдар</b>	<b>Туристер саны</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	2023 жыл	316 832	<i>(факт)</i>
<b>2</b>	2024 жыл	400 000	<b>+26%</b> <i>(болжам)</i>
<b>3</b>	2025 жыл	500 000	<b>+25%</b> <i>(болжам)</i>
<b>4</b>	2026 жыл	575 000	<b>+15%</b> <i>(болжам)</i>

Ескертпе: кесте автормен құрастырылған

Көрсетілген мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізу үшін іске асырудың мынадай кезеңдері ұсынылады:

2025-2026 жылдар - неғұрлым маңызды болып табылады, өйткені кейінгі кезеңдердің табысы жұмыстарды орындауға байланысты: қолданыстағы құқықтық шаралар мен институционалдық тетіктерді бейімдеу және жаңаларын құру. Осы кезеңде даму және туристендіру жоспарлары қалыптастырылатын болады; туристік жобалар дайындалды және оларды жеке инвестициялар есебінен немесе мемлекеттік-жекешелік әріптестік шеңберінде салуға бастама жасалды, басқа (шағын) туристік жобаларды әзірлеу ынталандырылды, маркетинг жүйесі әзірленді, сондай-ақ жылдам нәтижелер алуға бағытталған өзге де шаралар қабылданды.

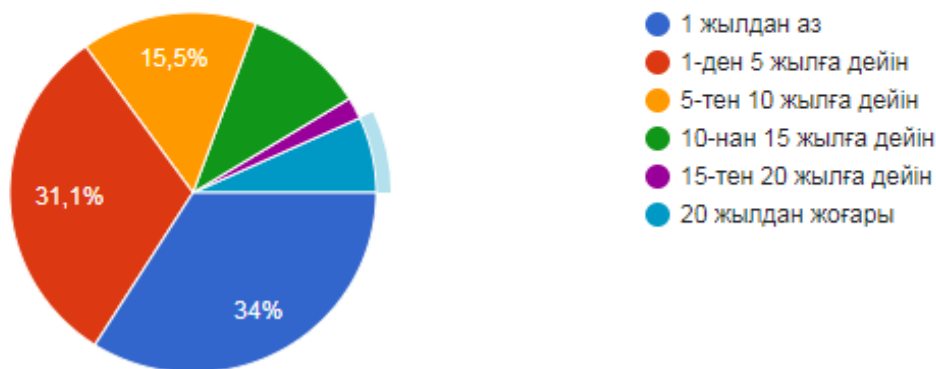
Жеке инвестициялау тұрғысынан зәкірлік және өңірлік туристік жобаларды, оның ішінде тәуекел деңгейі төмен және қысқа мерзімде іске асыру мүмкіндігі бар жобаларды дамыту шеңберінде жаңа орналастыру орындарын және туристік инфрақұрылым объектілерін салу жоспарлануда.

2024-2026 жылдары - ішкі және келу туризмін одан әрі дамыту жоспарланып отыр. Осы кезеңде елдің туристік әлеуетін белсенді ілгерілету, инфрақұрылымды дамытуды жалғастыру, адами ресурстардың әлеуетін нығайту және маркетинг саласындағы әртүрлі іс-шараларды орындау маңызды деп есептеймін.

## Талдау және зерттеу нәтижесі

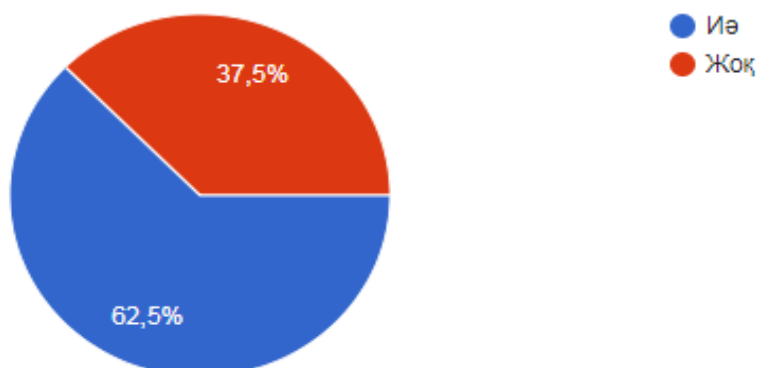
### 1. Туризм саласында қанша уақыт жұмыс істейсіз?

103 ответа



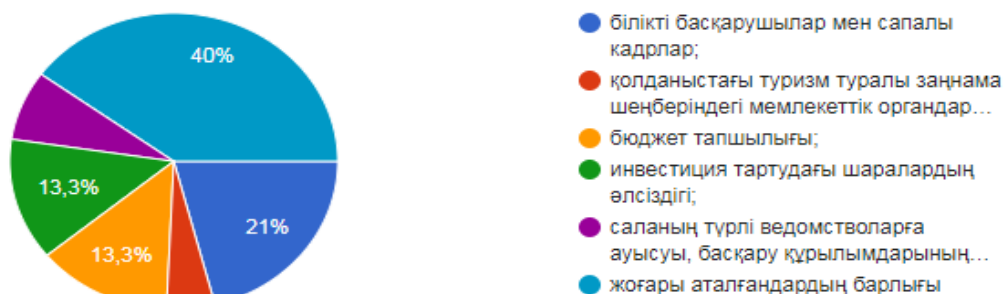
## 2. Сіздің ойыңызша туризм саласындағы қабылданған мемлекеттік қолдау шаралары саланың дамуына оң нәтиже бере алады ма?

104 ответа



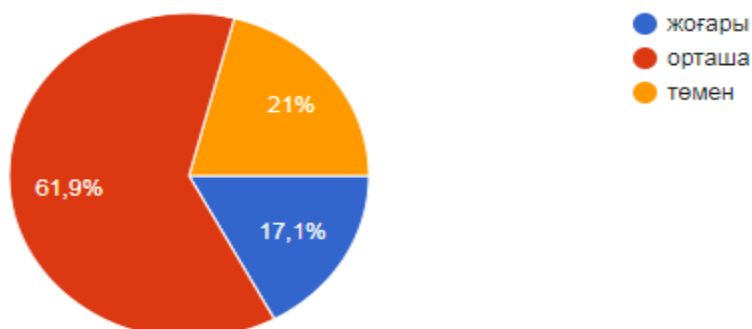
## 3. Туризм саласының дамуына серпін беру үшін мемлекеттік басқару тұрғысынан Шымкент қаласына және жалпы республикалық деңгейде не жетіспейді немесе қандай кедергілер бар деп ойлайсыз?

105 ответов



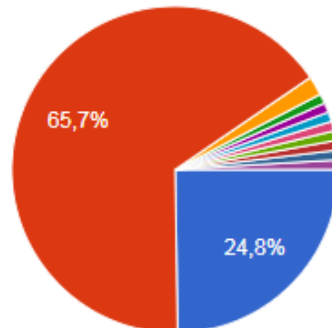
## 4. Шымкент қаласы әкімдігінің туристік бизнес өкілдеріне ашықтығы мен қолдау көрсетуге әзірлігін қалай бағалайсыз?

105 ответов



## 5. Бүгінгі күні жергілікті билік тарапынан туризмді дамытудағы атқарылып отырған жұмыстар жеткілікті ме?

105 ответов



- иә
- жоқ
- Орташа
- Нақты білмеймін
- Жеткіліксіз, Шымкент қаласы туризм...
- Жеткілікті деуге қиын. Мәселен, кей...
- Барлығы формальды түрде атқарыл...
- Өлсіз

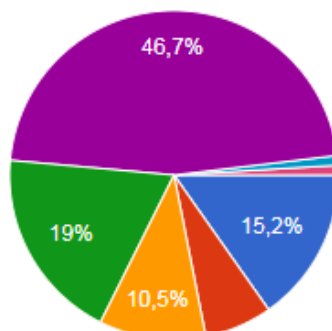
▲ 1/2 ▼

- Тұрақты жүйе мен механизмі жетіспейді.
- Егер қоғамдағы өзгерістерге туризм саласы оң көзқараста болса біздің сала дамытын еді жемқорлық тоқтатылса көршілес Қырғызстан мен Өзбекстан көршілерімізден үлгі алсақ .
- Жүйенің жоқтығы сезіледі

▲ 2/2 ▼

## 6. Сіздің ойыңызша Шымкент қаласына туристерді көптеп тарту үшін қандай маңызды қадамдар / шаралар жасалуы тиіс?

105 ответов



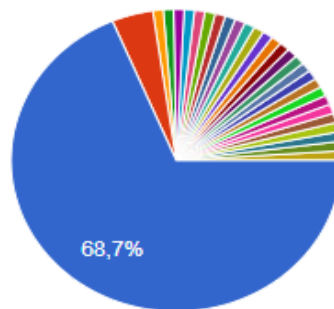
- инвесторларды тарта отырып, Disneyland, Global Village тәрізді зам...
- халықаралық деңгейдегі ірі оқиғалы іс-шараларды көптеп ұйымдастыру;
- ішкі және халықаралық нарықта маркетингтік PR-кампанияларды кү...
- туристік инфрақұрылымды, оның іші...
- жоғарыда аталғандардың барлығы;
- Ең бастысы кадрлық мәселені шешу...
- Нақты туристік бағыттар ашық болу...



## 7. Егер де сіз туризм саласының бизнес өкілі болсаңыз, мемлекет тарапынан қандай қолдау шаралары көрсетілгенін қалар едіңіз?

Копировать

99 ответов



- Өз пікіріңіз
- Ұсыныс жоқ
- Мемлекеттік қолдау шараларының с...
- Тек қана ішкі және келу туризмі өкіл...
- Инвесторларға қолайлы жағдай жасау
- Қолдау шараларының суммасын ұлғ...
- Мемлекет тарапынан ашық сыбайл...
- Сүйемелдеу шаралары

▲ 1/4 ▼

- Қаржылық қолдау
- Туристтік саламен айналысатын аум...
- Қаржылай
- Алда жасалынатын жобаларға мем...
- Басқа елдерден келетін туристерді т...
- Жоқ
- ұсыныс жоқ
- Салық төлемдеріне жеңілдік беру б...
- Ия
- бюрократия шараларын азайту қажет
- Қазіргі заманғы инфраструктура жас...
- Инвестиция тартуда нақты шаралар
- Шет елдік роуд шоуларға көптеп шы...
- Этномузей қылуетті Республика бой...
- Инвестицияның бөлінуін қамтамасы...
- Қаржылық қолдау жасалынса билік...
- Жеңілдетілген несие
- Төменгі пайызда несие беру
- Несиелендіру
- Мамандарды біліктіліктен тегін өткізу
- Бизнес жобаларды халықаралық деңгейге шығару

▲ 2/4 ▼

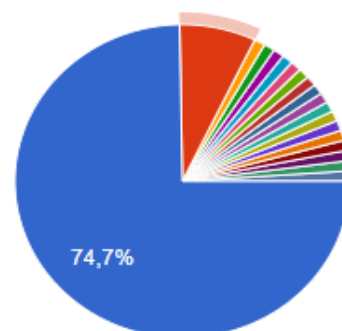
▲ 3/4 ▼

▲ 4/4 ▼

## 8. Жергілікті атқарушы органдар тарапынан туризм саласын басқару тиімділігін арттыру үшін заң жүзінде әкімдіктерге қандай құзыреттілік жүктеген орынды деп есептейсіз?

Копировать

95 ответов



- Өз пікіріңіз
- Ұсыныс жоқ
- Агентство ашу
- Басқарма өз өкілеттілігін арттыру ү...
- ұсыныс жоқ
- Өзірше қанағаттанарлық
- Туристтік полиция органдарын өкімді..
- Туризмді дамытуға арналған жобал..

▲ 1/3 ▼

- Ашу керек
- толық еркіндік беру қажет
- Ия
- -
- Өңірдегі туризм басым бағыттарын...
- Бизнесі қолдау шараларын күшейту
- Оқу бөлімі оқушылар саяхатына жос...
- Туризм саласы спорт пен мәдениетт...
- Заңсыз сауда орындары бойынша заңдастыру жұмыстарын жеңілдету
- Басқарушы екіпінді адал
- Аудан әкімдеріне функция беру

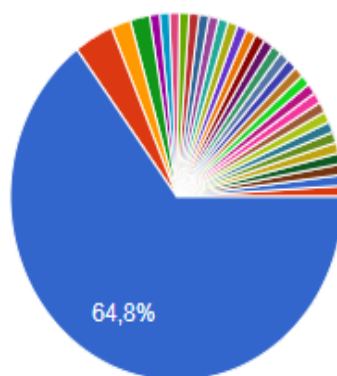
▲ 2/3 ▼

▲ 3/3 ▼

## 9. Шымкент қаласының өзге өңірлермен салыстырғанда туризмді дамыту үшін қандай артықшылықтары мен ерекшеліктері бар?

Копирое

105 ответов



- Өз пікіріңіз
- Ұсыныс жоқ
- Халықтың еңбекқорлығы
- Ауа райының қолайлығы
- Ауа райы қолайлы, қонақжай, гастро...
- Шымкент қаласы мемлекеттің оңтүс...
- Наличие мест размещения и пункто...
- Төмен. Басқа өңірлермен салыстыр...

▲ 1/5 ▼

- Нақты бағдарлама болуы қажет
- Шымкент қаласының табиғаты мен...
- Географиялық орналасқан жері
- Транспортный хаб
- Табиғаттын қолайлығы, жылы мезги...
- Орналасқан жері, ауа райы
- Түрлі іс-шаралар мен форумдардың..
- Шымкентті сервистік туризм орталы..
- Гастрономикалық, ерекше табиғат, т...
- Табиғаты және транзиттік жолдар
- Қолайлы орналасуы трансшекарал...
- Тау бар
- тарихымен
- Климат, ерекше қорғалатын аймақта...
- Ия
- Орналасқан жері, климат, флора ме...

▲ 2/5 ▼

▲ 3/5 ▼

- Климаттық-табиғи жағдай, еңбек ре... ● Шағын орта бизнестің дамуы
- Шымкент ауа райы мен географиял...
- Тартымдылығы көп орындар бар, ту..
- Аэропорт, Теміржол, Автован халық...
- Ашықтық, дұрыс іс-шаралар
- Шымкенттің жер көлемі кең, тек сон..
- Табиғаты тамаша түркі әлемінің аст...
- Ауа райының қолайлы болуы

▲ 4/5 ▼

▲ 5/5 ▼

Қорытындылай келе, әлеуметтік сауалнамаға туризм саласындағы 105 тәжірибелі мамандар қатысып, өз ұсыныстарын енгізді.

Нәтижесінде, мемлекеттік қолдау шараларының тиімділігі жеткіліксіз екендігі, білікті басшылар мен кадр тапшылығын, жергілікті атқарушы органдардың туристік бизнес өкілдеріне ашықтығы мен қолдау көрсетуге әзірлігі орта деңгейде екендігін көрсетті.

Сондай-ақ, қаланың өзге өңірлермен салыстырғанда туризмді дамыту үшін бірқатар артықшылықтары анықталып, туристік саланы қолдау мақсатында, бюрократиялық шараларды азайту, төменгі пайызда несие беру, мамандарды біліктіліктен тегін өткізу, салық төлемдеріне жеңілдік беру туралы ұсыныстар енгізілді.

## ҚОРЫТЫНДЫ

Жобалық зерттеуді орындау барысында мынадай қорытындылар алынды:

- Қазіргі жылдам өзгертін жағдайларда әртүрлі факторлардың әсері нәтижесінде стратегиялық басқару өңір мен мемлекет деңгейінде компаниялар қызметінде қуатты құрал болып табылады. Әлеуметтік-экономикалық жүйелер шеңберінде стратегиялық басқарудың әдістері мен құралдарын қалыптастыруды және әзірлеуді басқарудың ішкі және сыртқы ортасының ерекшеліктері мен шектеулерін ескере отырып, басқару субъектісі айқындайды.

- Дестинациялық орта тиісті өнім берушілерге берілген білікті жұмыс күші, активтер, тартымды ресурстар, өнімдер және туристік қажеттіліктер туралы пайдалы ақпарат сияқты ресурстардың жеткілікті санын қамтамасыз еткен және қолдаған кезде туристік дестинациялар бәсекелестік артықшылыққа ие болады. Осылайша, туристік дестинация деп мәдени және табиғи байлықтарды тану тұрғысынан турист үшін тартымды объектілер орналасқан географиялық аумақты түсіну керек.

- Азия-Тынық мұхиты өңірі елдерінде кластерлік саясатты іске асырудың практикалық тәжірибесі Қазақстан үшін өте перспективалы болып табылады, өйткені мұнда әзірленген мемлекеттік-жеке меншік әріптестік схемалары негізінде мемлекет пен жеке бизнестің өзара іс-қимылының тетіктері әзірленген. Бұдан басқа, туризмде кластерлік құрылымдар құру бойынша тәжірибе байқалады, бұл осы бағыттар бойынша бірқатар артықшылықтарды болжайды:

- өңірлердің кәсіпкерлік инфрақұрылымын дамытуды қолдау жөніндегі мемлекеттік бағдарламаларды енгізу;

- ғылыми орталықтармен және университеттермен ұзақ мерзімді өзара іс-қимыл;

- әртүрлі салаларда жаңа қызметтер мен өнімдер жасауды тарту жөніндегі жұмыстармен тығыз айналысатын жоғары білікті кадр құрамы;

- жаңа технологиялар мен өнімдерге инвестициялар.

Шетелдік тәжірибені және туризмді кластерлік дамытудың негізгі бағыттарын құру үшін қолда бар әлеуетті ескере отырып: саланың ақпараттық өзара іс-қимылы, қазақстандық туристік өнімді сыртқы және ішкі нарықтарға жылжытудың тиімді жүйесін әзірлеу; инвестициялау және салық салу мәселелері бойынша қажетті нормативтік-құқықтық актілерді қабылдау. Бұл туризмді дамытуға және туристік менеджментті қалыптастыруға шетелдік және ішкі инвестицияларды тарту үшін қажеттілік.

Республиканың туристік саласын дамыту үшін жаңа тұжырымдамалар мен әдістер әзірлеу керек, шетелдік мемлекеттердің неғұрлым қолайлы экономикалық тиімді тәжірибесін зерделеу керек. Сондай-ақ Қазақстанның туристік саласының әлеуметтік-экономикалық дамуын тежейтін теріс факторларды еңсерудің тиімді құралы болуы мүмкін Қазақстанның ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып, қолданыстағы әртүрлі инновациялық әдістермен кластерлік тәсілді жаңғырту және жетілдіру қажет.

- Қазақстанда айтарлықтай жоғары туристік әлеует бар, туризм экономиканы мемлекеттік дамытудың басымдығына бөлінген, алайда Қазақстанның бірде-бір өңірінде дамыған туристік инфрақұрылым жоқ.

Бірде-бір өңір шетелдік туристердің арасында үлкен танымалдыққа ие туристік объектілердің тартымдылығымен және қол жетімділігімен мақтана алмайды.

Автордың жұмысында туристік дестинациялар үшін де, туризм индустриясының нақты кәсіпорындары үшін де бірқатар негізгі көрсеткіштер ұсынылды. Орнықты даму индикаторлары мен түйінді көрсеткіштерді, тиісінше туристік дестинацияларды пайдалануды әртүрлі деңгейлерде: жергілікті деңгейден жаһандық деңгейге дейін жүргізу қажет. Бұл ретте әртүрлі деңгейдегі индикаторлардың түйіндесуі проблеманы шешуге саяси қатысуды талап етеді. Өңірді дамытудың стратегиялық мақсатын - туристік саланы дамытуды айқындау кезінде табиғи, әлеуметтік-экономикалық, мәдени жүйелердің шекті сыйымдылығын зерделеуге көшу қажет. Аумақтың туристік дамуы кезінде индикаторлардың саны мен рөлі өзгеруі мүмкін. Сондықтан туристік дестинацияларды орнықты дамыту индикаторларын әзірлеу процесі тұрақты және ақпараттық дерекқорларды ұдайы жаңартуды талап етеді. Даму барысында жоспарлау сатысында қойылған бастапқы мақсаттар да өзгеруі мүмкін. Осылайша, туристердің қазіргі заманғы қажеттіліктері тиісті материалдық-техникалық базаны дамытуды талап ететін сараланған өнімді әзірлеуге және нарыққа шығаруға мәжбүрлейді. Осыған байланысты, туристік дестинациялардың орнықтылық критерийлері өзгереді және индикаторлардың да, өзгермелі жағдайдың да тұрақты мониторингі қажеттілігі негізделеді.

*Осыған орай, жергілікті атқарушы органда келесідей жұмыстарды жүргізуді ұсынамын:*

1. Жыл сайын туризм саласында қызмет көрсетушілерге (*қонақ үй, әуе жай, темір жол, мұражай, мейрамхана және т.б. ойын сауық орталықтары*) белгіленген санаттар бойынша инспекция (*ревизия*) жүргізу және анықталған кемшіліктердің нәтижесіне сәйкес, қызметтерді жақсарту бойынша жауапты мекеме (*немесе құралған жұмысшы топ*) ұсыныс енгізу қажет;

Шешу жолдары: «Шымкент қаласының туризм, сыртқы байланыстар және креативті индустрия басқармасы» ММ-сі жұмысшы топтың үйлестірушісі ретінде болады. Төрағасы салаға жауапты қала әкімінің орынбасары.

Құрамы: қалалық мәслихат депутаттары, қоғамдық кеңес мүшелері, «Атамекен» ҰКП, қоғам белсенділері (журналист, блогер), аудан әкімдері мен басқарма басшылары.

2. Қазақстан (*оның ішінде оңтүстік өңір*) туризмін басқа елдерде жарнамалау, маркетингтік жұмыстарды жүргізу үшін жақын және алыс шетелдермен әріптестік қарым-қатынасты жақсарту бойынша тұрақты түрдегі өкілдіктер ашу.

Шешу жолдары: Мемлекеттік тапсырыс арқылы, туристік агенттіктердің жұмысын үйлестіру көзделеді.

3. Жылдық жеке табысы 1 000 000 теңге мөлшеріндегі азаматтардың демалысы және отбасылық табысы 2 500 000 теңгеден төмен азаматтарға Бағдарламаға енгізілген қонақ үйде 4 күндік болудың жартысын субсидиялау және азаматтарға әлеуметтік туризмнің купондарын қарастыру.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕР ТІЗІМІ

- 1 WORLD TOURISM ORGANIZATION: Tourism Enjoys Strong Start to 2022 while Facing New Uncertainties. Madrid [web-портал]. – 2022. – URL <https://www.unwto.org/news/tourism-enjoys-strong-start-to-2022-while-facing-new-uncertainties>. Жүгінген күні: 08.01.2023 ж.
- 2 WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL: Domestic Tourism Importance & Economic Impact [web-портал]. – 2018. – URL <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2018/Domestic%20Tourism-Importance%20Economic%20Impact-Dec%202018.pdf?ver=2021-02-25-182514-683>. Жүгінген күні: 20.01.2023 ж.
- 3 <https://www.qaztourism.kz/upload/iblock/13c/13c7f01572df6bfeb54e7e9ba60e13f6.pdf>. Жүгінген күні: 20.03.2023 ж.
- 4 Нурмаханов А.Ж. Открытое правительство через призму информационной политики // «Ашық үкімет және жаңа басқару мәдениеті: Есту, түсіну, әрекет ету» атты халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдарының жинағы. – Астана, 27-28 сәуір, 2023. – Б 184-187
- 5 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы.
- 6 А.Қалназаров «Шымкенттің жұмсақ күші» имиджелогия, ақпарат, идеология 2022 жыл.
- 7 В.И. Азар «Экономика және туризмді ұйымдастыру» 2011 жыл.
- 8 А.О. Овчаров өзінің «Туризм экономикасы» оқу құралы Мәскеу қ., 2013 жыл.
- 9 М.А. Морозов «Туризм экономикасы» оқу құралы Мәскеу қ., 2007 жыл.
- 10 <https://prezi.com/fm7ybq-vcndc/presentation/>. Жүгінген күні: 20.03.2023 ж.
- 11 <https://www.qaztourism.kz/upload/iblock/13c/13c7f01572df6bfeb54e7e9ba60e13f6.pdf>. Жүгінген күні: 20.03.2023 ж.
- 12 Ақтымбаева А.С. «Мемлекеттік реттеу және туристік саясат» оқу-әдістемелік құралы, Алматы қ., 2018 жыл.
- 13 Түсіпбекова Г.М. «Қазақстан Республикасындағы туризмді дамытудың кластерлік әдісі» оқу-әдістемелік құралы, Алматы қ., 2015 жыл.
- 14 Жолдасбеков А.А., Сейдахметов М.К. «Туризм менеджменті» Алматы қ., 2013 жыл.
- 15 Жолдасбеков А.А. Планирование и организация туристского бизнеса. Учебник.-Алматы, 2010.
- 16 Варламов И., Кац М. 100 советов мэру. Книга рецептов хорошего города. Мәскеу: Альпина нон-фикшн, 2020. – 463 б.
- 17 Садик-Хан, Дж., Соломонов, С. Битва за города. Как изменить наши улицы. Революционные идеи в градостроении /ағылшын тілінен «Олимп – Бизнес» баспасы аударды, Мәскеу: Олимп – Бизнес, 2017 – 401 б.
- 18 Сторпер, М. Ключи от города. Как устройство развитие? /ағылшын

тілінен О.Шамина аударды, Мәскеу: Стрелка, 2018 – 368 б.

19 Lithuania travel, ресми ақпараттық платформасы. Жүгінген күні: 25.10.2023 ж.

20 <https://www.gov.uk/government/organisations/visitbritain>. Жүгінген күні: 19.03.2024 ж.

21 <https://www.branding-institute.com/rated-rankings/rated-ranking-country-brand-index-201213>. Жүгінген күні: 20.03.2024 ж.

22 <https://www.gov.kz/memleket/entities/shymkent-turizm?lang=kk>. Жүгінген күні: 18.03.2024 ж.



## 1-қосымша

**Әлеуметтік сауалнама туристік саладағы бизнес өкілдері мен жергілікті атқарушы органдары жұмысының ашықтығы және мемлекеттік қолдау шараларының тиімділігі туралы.**

Құрметті респонденттер!

Туризм саласындағы басқару жүйесін жетілдіру жөніндегі ақпаратты иеленуге қатысты туризм саласының өкілдері арасында сауалнамаға қатысуыңызды сұраймыз. Сауалнаманы толтырыңыз. Сіздің жауаптарыңыз біздің зерттеуімізде пайдаланылады және жария етілмейді.

Сауалнаманың мақсаты: туризм саласын дамыту мәселелерінде мемлекеттік органдар мен туристік саладағы бизнес өкілдерінің өзара іс-қимылын жақсарту.

Сіздің пікіріңіз біз үшін өте маңызды! Рақмет!

### **1. Туризм саласында қанша уақыт жұмыс істейсіз?**

- А) 1 жылдан аз
- Б) 1-ден 5 жылға дейін
- В) 5-тен 10 жылға дейін
- Г) 10-нан 15 жылға дейін
- Д) 15-тен 20 жылға дейін
- Е) 20 жылдан жоғары

### **2. Сіздің ойыңызша туризм саласындағы қабылданған мемлекеттік қолдау шаралары саланың дамуына оң нәтиже бере алады ма?**

- А) Иә
- Б) Жоқ

### **3. Туризм саласының дамуына серпін беру үшін мемлекеттік басқару тұрғысынан Шымкент қаласына және жалпы республикалық деңгейде не жетіспейді немесе қандай кедергілер бар деп ойлайсыз?**

- А) білікті басқарушылар мен сапалы кадрлар;
- Б) қолданыстағы туризм туралы заңнама шеңберіндегі мемлекеттік органдардың құзыретінің шектеулігі;
- В) бюджет тапшылығы;
- Г) инвестиция тартудағы шаралардың әлсіздігі;
- Д) саланың түрлі ведомстволарға ауысуы, басқару құрылымдарының тұрақсыздығы;
- Е) жоғары аталғандардың барлығы

### **4. Шымкент қаласы әкімдігінің туристік бизнес өкілдеріне ашықтығы мен қолдау көрсетуге әзірлігін қалай бағалайсыз?**

- А) жоғары

- Б) орташа
- В) төмен

**5. Бүгінгі күні жергілікті билік тарапынан туризмді дамытудағы атқарылып отырған жұмыстар жеткілікті ме?**

- А) Иә
- Б) Жоқ
- В) өз пікіріңіз \_\_\_\_\_

**6. Сіздің ойыңызша Шымкент қаласына туристерді көптеп тарту үшін қандай маңызды қадамдар / шаралар жасалуы тиіс?**

А) инвесторларды тарта отырып, Диснейлэнд, Global Village тәрізді заман талаптарына сай отбасылық туристік орталықтардың санын арттыру;

Б) халықаралық деңгейдегі ірі оқиғалы іс-шараларды көптеп ұйымдастыру;

В) ішкі және халықаралық нарықта маркетингтік PR-кампанияларды күшейту;

Г) туристік инфрақұрылымды, оның ішінде көліктік қол жетімділік, санитарлық-гигиеналық тораптардың жағдайы, қызмет көрсету сапасын жетілдіру;

- Д) жоғарыда аталғандардың барлығы;
- Е) өз нұсқаңыз \_\_\_\_\_

**7. Егер де сіз туризм саласының бизнес өкілі болсаңыз, мемлекет тарапынан қандай қолдау шаралары көрсетілгенін қалар едіңіз?**

\_\_\_\_\_

**8. Жергілікті атқарушы органдар тарапынан туризм саласын басқару тиімділігін арттыру үшін заң жүзінде әкімдіктерге қандай құзыреттілік жүктеген орынды деп есептейсіз? \_\_\_\_\_**

**9. Шымкент қаласының өзге өңірлермен салыстырғанда туризмді дамыту үшін қандай артықшылықтары мен ерекшеліктері бар?**

\_\_\_\_\_

Әлеуметтік зерттеу жүргізуге көмектескеніңіз үшін алғыс айтамыз!

2-қосымша  
**АНАЛИТИКАЛЫҚ ЖАЗБА**

**Жоба (зерттеу) авторы:** Нурмаханов Айбек Жакыпович

**Ғылыми жетекшісі:** Кусайнова Лариса Ислямовна

<b>Жоба (зерттеу) идеясы</b>	<b>Атауы</b> Шымкент қаласының туризм саласын басқару құралдарын дамыту (Туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі)
<b>Проблемалық жағдай (кейс)</b>	<b>Сипаттамасы</b> Туризм индустриясындағы персонал ұйымның бәсекелестік артықшылықтарының негізгі ресурстарының бірі болып табылады, демек, туристік ұйымдарда қызмет көрсету сапасы олардың біліміне, шеберлігіне және саналылығына байланысты. Туристік сала мамандарының тапшылығы, сондай-ақ оларды даярлау сапасы проблемасы туристік саланы дамытудың және Шымкент қаласында сервис деңгейін арттырудың неғұрлым маңызды проблемаларының бірі болып табылады.
<b>Аталмыш проблема бойынша қолданыстағы шешімдер</b>	<b>Қолданыстағы тәсілдердің жіктелуі</b> Қазіргі уақытта ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес 2023 жылы Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындары мен техникалық және кәсіптік орта білім беру мекемелерінде «Туризм» және «Мейрамхана және қонақ үй ісі» мамандықтары бойынша 2 мыңнан астам студент білім алды. Қалада дуальды (практикалық-бағдарланған (40/60) білім беруде, сондай-ақ туристік сала мамандарының жеке санаттарын, мысалы, желілік персоналды, аралас салалардың қызметкерлерін, экскурсоводтарды, гидтерді, ойын-сауық бағдарламаларының аниматорларын кәсіптік даярлауда, туристік қызметтердің қазіргі заманғы нарығының қажеттіліктерін ескере отырып, оларға қойылатын кәсіптік талаптарды айқындауда жүйелі тәсілдің қажеттілігі байқалады. <b>Артықшылықтар мен кемшіліктер</b> Жұмыс істеп тұрған оқу орындарында туризм және/немесе қонақ үй бизнесі саласында халықаралық тәжірибесі мен білімі бар оқытушылар мен

	<p>профессорлар жетіспейді. Тұтастай алғанда, қолда бар академиялық бағдарламалар олардың практикалық жұмысқа бағдарланбауына байланысты туризм секторының нақты қажеттіліктеріне жауап бермейді. Осының салдарынан бейінді жоғары оқу орындарының кадрлары талап етілмей қалып отыр.</p>
<p><b>Аталмыш проблема бойынша ұсынылатын шешім</b></p>	<p><b>Балама тәсілдің сипаттамасы, оны жүзеге асыру тәртібі</b></p> <p>Еуропалық білім беру оқу уақытының 50% -дан 70% -ға дейінгі көлемінде өндірістік практикалар өткізуді көздейді. Білім беру ұйымдарының базасында бірыңғай ақпараттық жүйемен туризм индустриясы кәсіпорындарымен біріктірілген мамандандырылған бөлімдер (кадр агенттіктері) қалыптастырылған АҚШ-та кадрлар даярлау тәжірибесі назар аударуға тиіс, олар еңбек рыногының қажеттіліктеріне тұрақты мониторинг жасаумен, жас мамандарды жұмысқа орналастырумен және бейінді мамандықтар бойынша талапкерлерді қабылдауды түзетумен айналысады.</p> <p>Сондай-ақ, білім беру бағдарламаларын дамыту: Туристік индустрияның ерекшелігі мен жұмыс берушілердің талаптарын ескеретін мамандандырылған білім беру бағдарламалары мен курстарын құру.</p> <p>Кәсіби даярлау: Туристік компаниялар мен ұйымдарда студенттер мен жас мамандар үшін практикалық даярлыққа және тағылымдамаға қолжетімділікті қамтамасыз ету.</p> <p>Жастарды тарту: Мектеп оқушылары мен студенттерге арналған дәрістерді, курстар мен іс-шараларды қоса алғанда, жастарды туризм саласындағы мансапқа тарту үшін ақпараттық науқандар мен іс-шаралар өткізу.</p> <p>Еңбек жағдайларын жақсарту: Бәсекеге қабілетті жалақыны, бонустық бағдарламаларды және кәсіби және мансаптық өсу мүмкіндіктерін қоса алғанда, тартымды еңбек жағдайларын жасау.</p> <p>Мемлекеттік қолдау: Оқыту мен тағылымдамаға арналған субсидиялар, туристік компаниялар үшін салықтық жеңілдіктер және туризм саласын дамытуға және білікті кадрларды қамтамасыз етуге ықпал ететін басқа да құралдар сияқты мемлекеттік қолдау бағдарламаларын әзірлеу.</p> <p>Индустриямен әріптестік: Оқыту мен даярлаудың, сондай-ақ тәжірибе алмасу мен білім берудің бірлескен бағдарламаларын әзірлеу үшін мемлекеттік мекемелер,</p>

	білім беру мекемелері мен туристік сала кәсіпорындары арасындағы ынтымақтастық.
<b>Күтілетін нәтиже</b>	<b>Балама тәсілдің тиімділігін өлшеу, оны жүзеге асыруды бағалау әдістері</b> Туристік сала мамандарының жеке санаттарын, мысалы, желілік персоналды, аралас салалардың қызметкерлерін, экскурсоводтарды, гидтерді, ойын-сауық бағдарламалары аниматорларының біліктіліктерін жоғары деңгейге көтерілуі. Сонымен қатар, қаланың туристік тартымдылығын жақсаруы күтіледі.
<b>Әдебиет</b>	1 <a href="https://kz.kursiv.media/kk/2023-11-22/twrizm-salany-zerttew/">https://kz.kursiv.media/kk/2023-11-22/twrizm-salany-zerttew/</a> . Жүгінген күні: 29.01.2024 ж. 2 Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының ресми сайты. – URL: <a href="https://stat.gov.kz/">https://stat.gov.kz/</a> Жүгінген күні: 28.01.2024 ж. 3 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы // Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің «Әділет» ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <a href="https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262">https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262</a> . Жүгінген күні: 28.01.2024 ж. 4 А.Қалназаров «Шымкенттің жұмсақ күші» имиджелогия, ақпарат, идеология 2022 жыл.