

ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯ – ӨНІРДІҢ ТУРИСТІК НАРЫҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Жанділла Бимерей Дәуренқызы

bimerai@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Экономика факультеті Туризм мамандығы 1-курс
докторанты

Ғылыми жетекші – Шохан Роза

Еліміз тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңде түрлі бағыттағы мәдени-саяси, әлеуметтік, экономикалық өзгерістердің жүзеге аса бастағандығы белгілі. Сондай түбегейлі өзгеріс еліміздегі туризмнің де кең көлемді жүзеге асуына жол ашты. Мемлекет басшысы Қ-Ж. Тоқаев «Сындарлы қоғамдық диалог – Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» атты Жолдауында туризмнің, соның ішінде эко және этнотуризмнің дамуына ерекше көңіл бөлуді тапсырды. Өткен бай тарихы мен рухани мұрасы бар қазыналы қазақ даласының бұл бағытта жаһан жұртшылығына паш ететін жауһарлары да жеткілікті.

Дегенмен, Қазақстанда туристік дестинацияларды қалыптастырып, бәсекеге қабілетті ірі туристік орталықтар құруда кездесетін мәселелер де жоқ емес. Олар алдымен елдегі инфрақұрылымның жеткілікті деңгейде дамымауы, елдің туристік әлеуеті туралы нақты ақпараттардың әлемдік аренада таралмауы, сервистік қызмет көрсетуге маманданған кадрлардың жетіспеушілігі, орналастыру, тамақтандыру және т.б. туристік орталықтардағы басты нысандардың халықаралық сапа стандарттарына сай келмеуі секілді кедергілерді біріктіреді. Сондай-ақ, туристік дестинациялардың тұрақты даму қағидаларына сай құрылмауы да басты мәселе болып табылады. Осы аталған мәселелер мақаланың өзектілігін түсіндіреді.

Туристік дестинация ұғымын алғашқы зерттеушілердің бірі Лейпер. Н. анықтамасы бойынша, туристік дестинация саяхатшы тұрақтанып, онда белгілі бір уақытын өткізу үшін таңдайтын және турист пен туристік құрылым арасындағы негізгі қарым-қатынас үрдісі жүретін нақты аймақ [1]. Ал К. Каспар «туристік сұраныстың кристалдану» орыны [2] деп көрсеті.

Жалпы алғанда, туристік дестинация – рекреациялық потенциалы бар және бірқатар туристік контингентке қызмет көрсету үшін инфрақұрылымы (транспорттық жолдар, қонақ үй, мейрамхана, көңіл көтеру орталықтары, урбандалу және т.б.) дамыған территория. Туристік дестинация – туристік жүйенің басым бірлігі болып табылады. Оны барынша ыңғайлы, қызмет көрсету саласы мен туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын қызметтері бар орталық ретінде сипаттауға болады.

Бүгінгі туристік саланың даму ерекшеліктері және тұтынушылардың заманауи қажеттіліктері туристік дестинациялардың дамуы мен қалыптасуына бірнеше қатаң талаптар қоюда. Дәстүрлі тұжырымдама бойынша дестинация «адамдар өз демалыстарын өткізетін орын» ретінде қарастырылады, оның сипаттамалық элементтері келесілер болып табылады: орын (құрылым және туристік аудан дамуы), адамдар (демография, мотивация, келу рейтингі және дестинациядағы жұмысбастылық) және демалыс (туристердің демалыс/каникул уақытындағы қызметі).

Әрбір дестинацияның өзіндік ерекшеліктері бар, дегенмен оларды жалпы төрт топқа бөліп қарастыруға болады:

Дестинация келесі құрамдас бөліктерден тұрады: көрікті жерлер, ыңғайлылық, қолжетімділік, қосымша қызметтер және т.б.

Дестинация мәдени құндылықтарды ұсынады: келушілер дестинацияны тартымды әрі саяхатқа кеткен уақыт пен ақшаны ақтайтын орын деп санауы қажет.

Дестинация бөлінбейді, яғни туристік өнім қолданылу орынында өндіріледі, ал оны тұтыну үшін туристер дестинацияда болуы қажет.

Дестинацияның қызметтерін туристерден басқа адамдар да пайдаланады: жергілікті тұрғындар, дестинация аймағында қызмет ететін қызметкерлер.

Осылайша, туристік дестинация туристердің қажеттіліктерін қамтамасыз етіп, сол арқылы ол орын туралы әсер қалдыратын белгілі бір туристік нысандардан тұратын оқшауланған географиялық кеңістікті бейнелейді. Бұл зерттеу дамушы туризм мен тұрақты дамудың қиыншылықтарын зерделеуге мүмкіндік беретін еліміздегі танымал туристік дестинация ретіндегі Шығыс Қазақстан өңірін зерделеуге бағытталады.

Шығыс Қазақстан Еуразияның орталығында, төрт ірі мемлекеттің тоғысында (Моңғолия (Алтай таулары арқылы), Қазақстан, Қытай мен Ресей) бірегей геосаяси жерде орналасқан. Өңірдің ерекшелігі шағын территорияда Орталық Азия табиғи пейзажының барлық түрін, құмды шөл, каньондар, дала, таулар, орман, альпі шалғыны, теңіз деңгейінен 4500 биік орналасқан тау шыңдарын, тамашалау мүмкіндігі болып табылады. Сондай-ақ саяхат барысында қарапайым көшпенді, балықшы, дихан, малшылармен кездесуге болады. Мұның бәрі туристік саяхаттың қызықты әрі серпінді кестесін қамтамасыз етеді.

Өңір территориясы 283,23 мың км², еліміздің жалпы жер көлемінің 10% алып жатыр. Халқы 1396000 адам, 58% қала тұрғындары. Облыс солтүстігінде – Ресейдің Алтай өлкесі және Алтай Республикасымен, шығысында – Қытайдың Шыңжаң-Ұйғыр автономиялық ауданымен, оңтүстігінде – Алматы, батысында – Қарағанды және солтүстік-шығысында – Павлодар облыстарымен шектеседі [3]. Ел басшысы Тоқаев Қ. К. 2022 жылдың 16-наурыздағы жолдауына сай аймақ алдағы уақытта екі облысқа бөлінетін болады: Абай облысы және Шығыс Қазақстан облысы [4].

Аймақтың бай флорасы мен фаунасы 24 қорық пен қорықшаларда көрсетілген. Олар өңір территориясының 6% алып жатыр. Өңірдің барлық биологиялық әртүрлілігі мен қайталанбас табиғаты 200 жаһандық Халықаралық жабайы жануарларды қорғау қорымен қорғалатын эко-аймақтарға тиесілі. Қазірге дейін адам аяғы баспаған немесе басқа да урбанизациялық өзгеріске түспеген көрікті мекендер Шығыс Қазақстан өңірін бүлінбеген таза табиғи туристік объектілер ұсынатын керемет туристік дестинация айналдыруға мүмкіндік береді.

Аймақта Берел қорғандары немесе «Патшалар алқабы», сондай-ақ Шілікті қорғандары және Аблайкит бекінісі сияқты 600-ден астам тарихи және археологиялық ескерткіштер бар. Облыстың қасиетті мәдени-тарихи және емдеу-сауықтыру туристік орындарының 10 туристік бағыттары әзірленіп, іске асырылуда, сонымен қатар қосымша 13 туристік бағыттары әзірленуде.

Өңірдегі турпакеттерді қалыптастыру бойынша жұмыстарды жүйелеп, 2017 жылы 18 туроператордың 35 туристік пакетін онлайн сату үшін <http://toureast.kz/> сайты және тиісті электрондық дерекқор құрылды. Қазіргі таңда сайт аты <https://visiteast.kz/> деп өзгертіліп, жаңа дизайнға жандандырылды. ҚХР туристері үшін арнайы турлар әзірленіп, шекара аймақтарынан қытайлық туристер ағынын ұлғайту үшін «Бақты» және «Майқапшағай» шекара бекеттерінде туристерге тексерістен өтудің жеңілдетілген режимі енгізілді. Автокөлікпен саяхаттаушылар үшін шекара аймақтарында келіп-кету ережелері орыс және қытай тілдерінде жазылып, алгоритм орнатылды [5].



Сурет 1 – ШҚО транспорттық мүмкіндіктері

**Ескерту: ШҚО жолаушылар тасымалы және автокөлік жолдары басқармасының ресми сайты [6] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды*

Инфрақұрылым және байланыс мәселелері облыстық және мемлекеттік деңгейде жылдан жылға шешімін табуда. 2018 жылы Риддер мен Батыс Алтай қорығындағы 6 демалыс базасы электр қуатымен жабдықталды. Транзиттік аудан болып табылатын Үржар ауданындағы жолдар жөнделіп, Жалаңашкөл станциясына дейінгі теміржол тасымалы қаржыландырылды. Облыстың транспорттық әлеуеті суретте көрсетілген. Туристік аймақтарға Wi-Fi тартылып, «TOURIST INFO» туристік ақпарат орталығы ашылды. Рекреациялық ресурстарды (су мен батпақ) зерттеу жұмыстары үздіксіз жүргізілуде. 2019 ж облыс бойынша орналастыру орындарының саны 458 жетіп, республика көлемінде бірінші орынға ие.

Аймақта туризм саласын дамытуға бағытталған алғышарттар жасалған және арнайы республикалық және облыстық деңгейдегі саланы жетілдіру бағдарламалары жүзеге асырылуда. Дегенмен, толыққанды танымал туристік бағыт ретінде қалыптасуға кедергі келтіруші мәселелер де айқындалды:

территорияның шекаралық мәртебесі (шекаралық мәртебе құжаттар рәсімдеуде қиындықтар туғызады. Көптеген мекемелерде құжаттар рәсімдеу баяу жүргізіледі, шекаралық бекеттерде кешіктірілулер көп орын алады. Осының бәрі аймақтағы туризмнің қолайсыз имиджін қалыптастырады);

- шеңберлік маршруттар мен транзиттік туризм құруға қажетті жағдайдың жоқтығы;
- инфрақұрылымның дамымауы;
- визалық және кедендік режимдегі әкімшілік кедергілер;
- нашар маркетингтік интеграция;

Сонымен қатар, туристік дестинация ретінде Шығыс Қазақстан өңірінің әлеуетті туристер арасында танымалдылық деңгейінің төмендігі маңызды мәселелердің бірден бірі болып табылады. Зерттеу жұмысы барысында «Шығыс Қазақстан – туристік дестинация» сауалнамасы жүргізілді. Сауалнамаға қатысушы фокус-топ ретінде 18-50 жас аралығындағы Қазақстан республикасының азаматтары алынды. Сауалнама нәтижесінде өңірдің туристік аймақтан бұрын жалпы танымалдылық деңгейінің төмендігін анықталды. Жауаптарды сараптау барысында қойылған «Шығыс Қазақстан туралы ойлағанда есіңізге бірінші болып келетін сөздер (ой)» деген сұраққа респонденттердің бірнешеуі «Картаның оң жағы» деп жауап берген. Бұл еліміздің басқа аймақтарындағы тұрғындары арасында жалпы отандық туристік дестинациялар туралы ақпаратының аздығын, туристік бағыттар жарнамасының жетіспеушілігін көрсетеді. Сауалнама нәтижелері ШҚ көп жағдайда өзін табиғат-ормантауларымен (41%); Алтай (9%) және Семей (12%); Алакөл (6%); Қатон-Қарағай, Зайсан, Марқакөл, Рахман қайнары (15%) секілді аудандары арқылы еске салатындығы анықталды.

Және ерекше атап өтетін жайт, Шығыс Қазақстан дегенде респонденттердің 10% есіне келетін ең бірінші сөз «қазақтың ұлы ойшылы Абайдың туған жері» екен.



Сурет 2 - «Шығыс Қазақстан – туристік дестинация» сауалнамасының нәтижелері
*Ескерту: автормен құрастырылған

Алынған нәтижелер зерттеу барысында қол жеткізілген материалдарды жинақтап, жалпы дестинация ретінде ШҚ туристік потенциалы туралы ақпараттарды саяхатшылар арасында насихаттаудың өзектілігін тағы бір мәрте қуаттайды. Соның негізінде ШҚ-дағы негізгі туристік бағыттар, аудандарды топтастырылған карта жасалынды (сурет 3).



Сурет 4 - Шығыс Қазақстан туристік дестинациялары картасы
*Ескерту: автормен құрастырылған

Картада көрсетілгендей, туристік потенциалға ие дестинациялық орындар келесідей топтастырылды:

Алтай тауы. Қатон-Қарағай, Марқакөл, Сібе көлдері, Рахман қайнары, Мұзтау, Берел қорымы, Шілікті, Алакөл, Бұқтырма біріктіреді.

Өскемен, Семей, Абай ауданы (Жидебай жері: Аьбай мен Шәкәрім, Құнанбай бейнелері).

Зайсан ауданы, Бақты, Шеманайқа (бұл Қытай және Ресей мемлекеттерімен шекаралас аудандар, транзиттік аймақ ретінде тартымды).

Дестинация ретінде Шығыс Қазақстандық бренд ұйымдастыру аймаққа жаңа туризм индустриясын тудыруға, өмірлік мәні бар халық шаруашылығы салаларына жаңа дем беріп, жергілікті халықтың әлеуметтік әлеуетін арттыруға теңдессіз көмегін тигізері анық. Осы орайда жалпы халықтық және кәсіби мамандар арасында дестинациялық брендингке конкурс ұйымдастыру ұсынылады. Дегенмен, конкурс барысында келесідей шарттарды ескеру қажет:

Біріншіден, бренд менеджмент пен брендинг – заманауи жеке ғылым саласы болып табылатындықтан, ол осы бағыттағы терең білімді қажет етеді.

Екіншіден, брендинг пен дестинация менеджменті арасындағы сабақтастық ережелерін сақтау қажет.

Үшіншіден, бұрын ұйымдастырылған конкурстарда, бренд көп жағдайда логотип (сурет) ретінде түсіндіріледі, шын мәнісінде ол алдын-ала жан-жақты зерттеуді талап ететін тұтынушылардың туристік дестинация туралы көзқарасы, ассоциациясы, эмоциялары мен құндылықтарының кешенін құрайды.

Төртіншіден, әлемдегі ең сәтті дестинациялық брендтер туристік бағыттың имиджін қабылдауды ондағы ұсынылатын бірегей түрөнімдерді кәсіби мамандардың көмегімен толыққанды зерттеу көмегімен қалыптасқан.

Бесіншіден, қазіргі таңда аймақтардағы туристік бағыттардан бұрын жалпы Қазақстандық брендті ұсынуға жасалынып жатырған іс-шаралар өз нәтижелерін беріп үлгермеді. Оның басты себебі – дестинацияларды оңтайлы орналастыру мен брендингтегі қызығушы тараптардың (мемлекет, бизнес және басқалар) бірегей платформасының болмауы.

Мақсатты нарықтар үшін анықталған туристік ынталар мен бірегей түрөнім дестинациялық бренд құрып, оны туристік нарықта орналастыруға мүмкіндік береді. Сауалнама нәтижелеріне сәйкес көпшілік ШҚ жасыл түсті (60%) елестетеді, қызыл түсті 10%, сары түсті 13%, ал көк түсті 17% таңдаған (сурет 4).

Сондай-ақ, ШҚ-ға саяхаттау себептерін көрсетуде респонденттер келесідей нұсқаларды ұсынды (кесте 1):

Кесте 1

ШҚ-ға саяхаттау себептері

Әдемі табиғат, таза ауа	Орман
Туыстарға бару	Жаңа мекенмен танысу
Тау	Маралдарды көру
Өлеңдерін сүйіп оқитын ақындар елі	Фотодағы пейзажды көзбен көру
Алтай мен Сауыр-Тарбағатайды көру	Алакөлге шомылу
Демалыс	Ұлттық парктерде болу
*Ескерту: сауалнама нәтижелері негізінде автормен құрастырылған	

Жинақталған материалдар мен сауалнамалар нәтижелерін саралай отырып, жеке дестинациялық бренд ретінде Шығыс Қазақстанды таныстыру қажеттігі айқын. Брендті жасақтау жаңа дизайнда болуы және ол Шығыс Қазақстан туристік дестинациясының бірегей сауда ұсыныстарын ескеру шарт: Еліктіргіш табиғат феномені; Алтай «алтын» таулары; Пантымен емдеу; Экотуризм; Өркениет бесігі (тарихи-археологиялық ескерткіштер).

Жұмысты жазу барысында Шығыс Қазақстан өңіріндегі туристік бағыттарға тереңінен зерттеу жүргізілді. Қазіргі таңдағы аймақтағы туристік дестинациялардың әлеуеті қарастырылып, дамуы мен оған кедергі келтіруші факторлар анықталды. Мысалы, облыстың Орталық, Оңтүстік және жартылай Батыс тау жоталары мен Орталық Алтай (Қатон-Қарағай мемлекеттік табиғи ұлттық паркі) жүйесінде орналасқан ең тартымды ландшафтармен туристік объектілерге келушілердің санының төмендігі жағымсыз экономикалық-географиялық факторлармен байланысты. Әкімшілік жағынан, аталған аймақтар Күршім, Қатон-Қарағай секілді экономикалық тұрғыдан тар салалы, негізінен ауыл шаруашылығымен айналысатын, сондай-ақ жергілікті халықтың көшіп кету көрсеткіші жоғары аудандар болып табылатындығы анықталды. Шығыс Қазақстан аймағында туристік дестинацияларды дамытуда аймақтың туристік брендин құру қажеттігі айқындалды.

Сәйкесінше, келесідей міндеттерді орындау негізінде мәселелерді шешуге ұсыныстар жасалынды:

ірі қалалардан шалғай орналасқан туристік орталықтарда инфрақұрылымды қалыптастыру және ұйымдастыру;

дестинацияларға сапар барысында жол бойында туристердің қажеттіліктерін қамтамасыз етуге арналған тұрақтар жобалау;

аймақты ірі туристік дестинация ретінде жылжытуда бренд құру;

ұсынылатын қарапайым туристік қызметтерді заманауи талаптарға сай қайта жасақтау;

шетелдік тәжірибелер негізінде дестинациялардың аттрактивтілігін (тартымдылығын) арттыруда тақырыптық парктер ұйымдастыру ұсынылды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Leiper. N. Tourism Management. 3^d ed./N.Leiper/-Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326р.
2. Kaspar C. Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern, 1979
3. Шығыс Қазақстан облысы әкімінің ресми интернет-ресурстары// [Электронды ресурс]: Кіру тәртібі <https://www.gov.kz/memleket/entities/akimvko>
4. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына жолдауы: «Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы» // [Электронды ресурс]: Кіру тәртібі - <https://primeminister.kz/kz/addresses/16032022>
5. Шығыс Қазақстан облысы ресми туристік сайты // [Электронды ресурс]: Кіру тәртібі - <https://visiteast.kz/>
6. ШҚО жолаушылар тасымалы және автокөлік жолдары басқармасының ресми сайты // [Электронды ресурс]: Кіру тәртібі - <http://transportvko.gov.kz/?lang=kz>

УДК 338.488

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ

Жаппасбаева Амина Бериковна

mokka23102003@gmail.com

Студент экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель – Сейдуалин Д.А.

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы о формах обучения: онлайн и оффлайн. Отмечено, что резкий переход с традиционного метода на онлайн обучение по-разному сказался на результативности не только студентов, но и преподавателей. На этой основе представлены отличительные особенности каждого метода, то есть преимущества и