

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



**«ЗАМАНАУИ ЖАҒАНДЫҚ СЫН-ҚАТЕРЛЕР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ
ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖҮЙЕЛЕРДІҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫ»**
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ
27 мамыр 2022 ж.

СБОРНИК ТРУДОВ
международной научно-практической конференции
**«УСТОЙЧИВОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ
ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ»**
27 мая 2022 г.

PROCEEDINGS
International scientific and practical conference
**«SUSTAINABILITY OF ECONOMIC SYSTEMS UNDER CONDITIONS OF
MODERN GLOBAL CHALLENGES»**
27 May 2022

Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Нур-Султан, Казахстан
Nur-Sultan, Kazakhstan

УДК 330
ББК 32
3-21

Редакционная коллегия:

Заведующая кафедрой «Туризм» к.э.н., профессор Муталиева Л.М.
Ответственная за НИР кафедры «Туризм» к.э.н., ассоциированный профессор Мусина К.П.
К.э.н., доцент кафедры «Туризм» Акишева А.С.

3-21 **Заманауи жаһандық сын-қатерлер жағдайындағы экономикалық жүйелердің тұрақтылығы:** халықаралық ғылыми-тәжірибелік конф. еңбектер жинағы. – Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022.

Устойчивость экономических систем в условиях глобальных вызовов современности: Сб. трудов межд. научно-практической конф. – Нур-Султан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022.

Proceedings of the international scientific and practical conference «**Sustainability of economic systems under conditions of modern global challenges**» Nur-Sultan, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2022.

ISBN 978-601-337-680-6

Халықаралық ғылыми-практикалық конференция еңбек жинағында Қазақстан Республикасындағы және шетелдегі жаһандық сын-қатерлер жағдайында экономикалық жүйелердің орнықтылығын қамтамасыз етудің өзекті аспектілері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научно-практической конференции рассмотрены актуальные аспекты обеспечения устойчивости экономических систем в условиях глобальных вызовов в Республике Казахстан и за рубежом.

The proceedings of the international scientific and practical conference consider topical aspects of ensuring the sustainability of economic systems in the face of global challenges in the Republic of Kazakhstan and abroad.

**УДК 330
ББК 32
3-21**

ISBN 978-601-337-680-6 © Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022
© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022
© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2022

Конференция Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Ресей халықтар достығы университетінің Қонақ үй және туризм Институты, Шота Руставели атындағы Батуми мемлекеттік университеті, Ташкент Мемлекеттік Экономикалық университеті, М. Рысқұлбеков атындағы Қырғыз экономикалық университеті және Бұқара Мемлекеттік Университеттерімен бірлесіп ұйымдастырылды.

Конференция организована Евразийским национальным университетом им. Л.Н. Гумилева совместно с Институтом гостиничного бизнеса и туризма РУДН, Батумским государственным университетом имени Шота Руставели, Ташкентским Государственным Экономическим университетом, Кыргызским экономическим университетом им. М. Рысқұлбекова, Бухарским Государственным Университетом.

The conference was organized by L.N. Gumilyov Eurasian National University together with the Institute of Hotel Business and Tourism of the Peoples' Friendship University of Russia, Batumi Shota Rustaveli State University, Tashkent State Economic University, Kyrgyz Economic University named after Musa Ryskulbekov, Bukhara State University.

Материалы публикуются в авторской редакции. Редакционная коллегия не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

туристік елдің бәсекеге қаблеттілігін арттыруға негіз бола алатын мүмкіндіктердің негізгі құралы бола алады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Ушаков Д.С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития. Москва, 2010. – 362 с.
2. Инновационное управление формированием бренда туристского регионального комплекса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Петрозаводск – 2012. – 22 с.
3. Вознюк Е.Е. Позиционирование и формирование туристического имиджа региона. Имиджелогия – 2009: Инновационные технологии успеха против кризиса: / Под ред. Е.А. Петровой. - М: РИЦ АИМ, 2009. – 384 с.
4. Горохов, А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – СПб., 2007. -- 42 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме/ Учебное пособие. - Минск: Новое знание, 2008. - 496 с.
6. Байгрунова А.Н., Астафьева А.Г. Необходимость странового брендинга для Казахстана// Вестник КАСУ. - №3. – 2012. – С.17-21
7. Митина Э. Теоретические аспекты формирования и развития туристического бренда страны // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. - № 1. - С. 92 - 97
8. Атаева Т.А. Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона // Маркетинг - реальность и проекции будущего: материалы конференции. – Варна: 2012. - С. 74-81

ТУРИСТІК КЛАСТЕРЛЕРДІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ӨНІРДІҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Муканов А.Х.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,

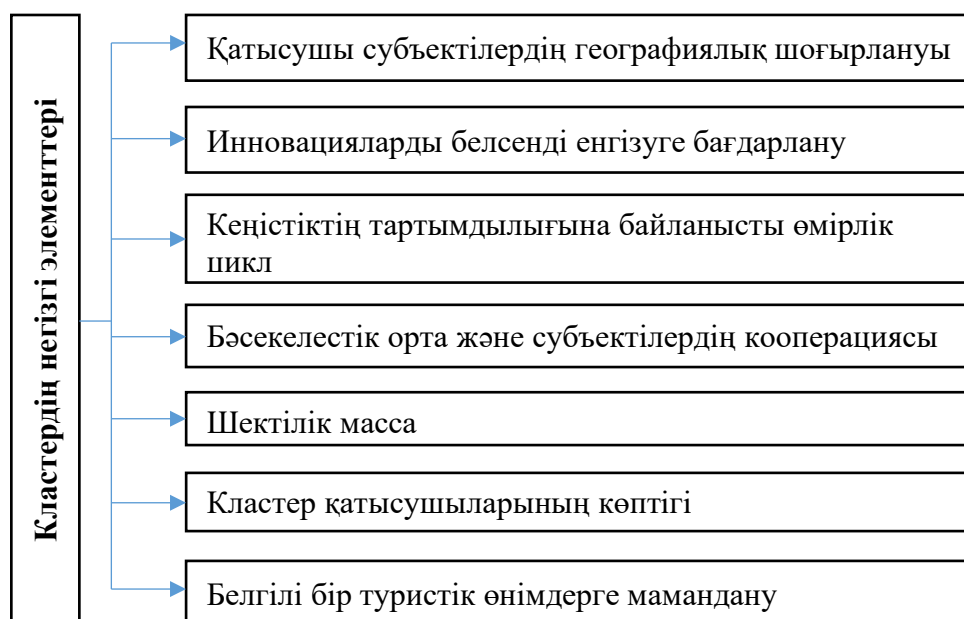
Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: Aidar81hamzauli@mail.ru

Әлемдік тәжірибе белгілі бір салада жұмыс істейтін және қызметтің ортақтығымен сипатталатын, бір-бірін өзара толықтыратын географиялық жағынан көршілес өзара байланысты компаниялар мен олармен байланысты ұйымдар тобы [1] болып табылатын экономикалық кластерлер салааралық интеграцияның тиімді нысаны болып табылатынын көрсетті.

Кластер деген ұғымға экономикалық әдебиеттерде мамандар келесідей анықтама береді «кластер (ағылш. cluster) - жекелеген компаниялар мен тұтастай кластердің бәсекелестік артықшылықтарын күшейтетін өзара байланысты компаниялардың белгілі бір аумаққа шоғырланған тобы».

Кластердің негізгі элементтері ретінде географиялық шоғырлану, кластердің өмірлік циклі, сындарлы масса, мамандану, инновациялылық, бәсекелестік және кооперация, көптеген әрекет етуші тұлғалар (сурет 1) болып табылады.



Сурет 1. Кластердің негізгі элементтері.
Ескерту - автор [2] дереккөз негізінде жасаған

Фирмалардың географиялық шоғырлануының нәтижесінде олар бірнеше компаниялар үшін ортақ ресурстарды сақтау және дамыту шығындарын бөлуден пайда алады. Сонымен қатар, географиялық жақындық бизнес үшін қажетті тауарларды немесе қызметтерді арзан және жылдам жеткізуді қамтамасыз етеді. Географиялық шоғырлану АҚШ-тағы Силикон алқабына тән, өйткені бір елді мекенде қажетті білімнің таралуына ықпал етеді, яғни оңай рәсімдеуге, пайдалануға болмайтын, сонымен қатар арнайы мамандарға тығыз байланысты білім мен тәжірибені айтуға болады [2].

Географиялық жақындық белгілі бір дәрежеде осы қажетті біліммен алмасуға ықпал етеді, осы аймақпен байланысты кадрлар анықтаған жалпы еңбек нарығын қалыптастырады. Осының негізінде, кластер фирмаларды негізгі қызмет арқылы байланыстырады және кластер құрамында өзара әрекеттесетін адамдардың кеңістіктегі біртұтас тәжірибесін қалыптастырады. Бұл ретте фирмалар мен кластерлерді өзара оқыту жүргізіледі.

Кластердің басты ерекшелігі - оның инновациялық бағыттылығы. Кластер іс жүзінде экономиканың кез келген саласында құрылуы мүмкін, оған мысал ретінде туризм саласы бола алады [3].

Жалпы, кластер - бұл бірқатар ерекшеліктермен сипатталатын жүйе. Кластердің қалыптасуының міндетті шарты шаруашылық жүргізуші бірліктердің географиялық жақындығы болып табылады. Шектеулі аумақта өндірістік және қолдау көрсетуге бағытталған салаларда қызмет атқаратын

фирмалар шоғырланады және осының негізінде өндіріс ауқымында экономикалық ресурстарды, ақпаратты үнемдеуді қамтамасыз ететін ұйымдардың сыни массасы пайда болады. Яғни бір географиялық аумақта бәсекелестік қаблетке қол жеткізетін қатынастардың "жиынтығы" құрылады. Кластерлердің географиялық ауқымы бір қаланы, аймақты, елді немесе тіпті бірқатар көрші елдерді қамтуы мүмкін.

Туризм индустриясы демалыс және саяхат саласын дамытуда кластерлік тәсілге өзектілік беретін бірқатар ерекшеліктерге ие. Туризм индустриясы салааралық байланыстардың кеңдігімен, фрагменттік құрылымымен ерекшеленеді, бұл кейбір зерттеушілерге туризмді экономика салаларына жатқызудың заңдылығына, шағын және орта бизнестің басым болуына, туристік өнімнің материалдық емес сипатына, өндірушілер мен тұтынушылардың оны біркелкі қабылдамауына және т.б. күмән келтіруге негіз береді. Олар әр қатысушыға өздерін тұтас бір бөлігі ретінде сезінуге көмектеседі.

Туристік кластерлер жаһандық құбылыс болып табылады. Олар ең алдымен дамыған елдерге тән, бірақ сонымен бірге дамушы елдерде және өтпелі экономикасы бар елдерде де қалыптасқан. Әлемдегі сәтті жұмыс істейтін және перспективалы туристік кластерлердің бірнеше мысалдарына келесілерді жатқызуға болады. АҚШ-та Напа алқабында шарап туризмі кластері жұмыс істейді, Австралияда Квинсленд экотуристік кластері құрылған, ал 1999 жылы ОАР-да туристік кластерлерді дамытудың ұлттық стратегиясы қабылданды. Мексикада туристік кластер ретінде Канкун курортын, ал Индонезияда Бали аралындағы курортты қарастыруға болады. Македония мен Ямайка, Шри-Ланка және Қазақстанда туристік кластерлер құру туралы жариялады. Хорватия мен Словения трансшекаралық туристік кластер құруға келісті.

Туризм индустриясында кластерлердің қалыптасуы мен жұмыс істеуінің жалпы заңдылықтары, сондай-ақ олардың осы саладағы көріністерінің ерекшелігі айқындалады. Жоғарыда айтылғандай, кластердің мәні қосылған құн тізбегі түрінде пайда болатын оған кіретін фирмалардың өзара байланысы арқылы ашылады. Қосылған құн - бұл тікелей осы кәсіпорында, осы компанияда шығарылатын тауарлар мен қызметтер құнының бөлігі. Кәсіпорындағы өндірістік қызметтің әрбір түрі қосымша құн жасайды. Бәсекелестік артықшылыққа қол жеткізу үшін компания өзінің қосылған құн тізбегін де, оны жеткізушілермен және тұтынушылармен байланыстыратын сыртқы тізбекті де оңтайландыруы керек. Қарқынды дамып келе жатқан кластер көптеген қосылған құн тізбектерін қамтиды, олардың жиынтығы М. Портер құнды жинақтау жүйесі деп атады (value system, көбінесе "құндылықтар жүйесі" деп аударылады) [1, б. 88]. Ал туристік кластерлерде құнды жинақтау жүйесі жеткізушілердің (ең алдымен көлік компанияларының), орналастыру және ойын-сауық құралдарының, туристік өнімдерді өткізу арналарының (туроператорлар, турагенттер), сондай-ақ сатып алушы - туристердің қосылған құн тізбектерінің төрт түрін қамтиды.

Қазақстан Республикасында бүгінгі күні еліміздің батыс, оңтүстік, орталық аймақтарында бірқатар туристік кластерлерді құру жоспарланған. Алайды қазіргі кезде тек Алматы облысындағы тау кластері құрылып, қызмет

атқаруда. Атаулы кластері туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасының басым 10 объектісінің қатарына кіреді. Тау кластерінің аумағында 25 көтергіш, 50 км шаңғы трассасы және жыл бойы 50-ден астам объектілер жұмыс істейді, олар жылына 1,5 млн-нан астам адамға қызмет көрсетеді (кесте 1).

Кесте 1 – 2021 жылы сапар мақсаттары бойынша курорттық аймақтарда орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілердің саны (адам)

	Барлығы	Соның ішінде			
		резиденттер		резидент еместер	
		жеке	іскерлік және кәсіби	жеке	іскерлік және кәсіби
Курорттық аймақтар бойынша	1 263 017	893 716	271 875	20 710	76 716
Щучье-Бурабай курорттық аймағы	86 532	80 876	4 277	1 378	x
Алматы курорттық аймағы	28 615	25 584	3 018	3	10
Баянауыл курорттық аймағы	5 000	4 964	36	-	-
Маңғыстау курорттық аймағы	93 997	36 588	50 981	191	6 237
Сарыағаш курорттық аймағы	5 133	3 340	1 793	-	-
Қостанай курорттық аймағы	1 670	1 667	-	x	-
Алтай курорттық аймағы	32 285	30 461	1 663	161	-
Зеренді курорттық аймағы	10 154	10 078	54	x	x
Балқаш курорттық аймағы	30 944	24 900	5 763	209	72
Бұқтырма курорттық аймағы	36 882	36 361	389	128	4
Улан курорттық аймағы	11 050	11 005	45	-	-
Имантау-Шалқар курорттық аймағы	17 963	17 913	x	21	x
Қатон-Қарағай курорттық аймағы	638	497	141	-	-
Түркістан туристік аймағы	21 826	16 531	5 090	196	x
Алакөл курорттық аймағы (ШҚО)	40 254	32 984	7 270	-	-
Алакөл курорттық аймағы (Алматы облысы)	222 969	222 885	84	-	-
Алматы тау кластері	605 340	325 738	190 825	18 412	70 365
Ескерту: кесте [4] ақпарат көзі негізінде құрылды					

Жалпы алғанда елімізге келушілердің 48,1% Алматы туристік кластері аумағына баруды көздейді екен. Өткен жылдармен салыстырғанда атаулы аумаққа 12,1% артық турист келген екен. Оның негізгі себептеріне келесілерді жатқызуға болады:

- COVID-19 пандемиясына байланысты қойылған кейбір шектеулердің алынуы;
- кластер аумағында қосымша қызмет көрсету объектілерін іске қосу;

- отандық туристтердің ішкі туристік өнімге назар аударуы;
- кластер аумағында жаңа туристік маршруттарды жүзеге асыру және оларды жылжыту технологияларын белсенді қолдану;
- Алматы қаласының туристік фирмаларымен кластер аумағына бағытталған туристік өнімдерді әзірлеу, сату және т.б.

Алматы облысында орналасқан тау кластері жергілікті деңгейде туризм саласында қызмет атқарушы субъектілердің ортасында байланыстарды нығайтып, туристік қызметті көрсетуде инновациялық тәсілдерді кеңінен қолдануға итермелейді және осының негізінде территорияның тартымдылығын қалыптастырып қана қоймай аймақтық туризм дамуының тұрақтылығын қалыптастырады.

Жалпы айтқанда, қазіргі жағдайда туристік кластер бірқатар міндеттерді шешу арқылы туризм саласының тұрақты дамуын қамтамасыз етуге қабілетті. Ол міндеттерге келесілерді жатқызуға болады:

- аймақтың немесе географиялық кеңістіктің табиғи әлеуетін ұтымды пайдалануды қамтамасыз ету;
- аумақта ішкі және келу туризмін дамыту басымдылықтарын анықтау;
- өңір аумағында тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік кешендерді құру және дамыту;
- жергілікті халықтың тарихи, мәдени және рухани мұрасын насихаттау;
- туристік қызметті мемлекеттік реттеу жүйесін қалыптастыру;
- аумақта кәсіпкерліктің әр түрлі түрлерін дамытуды қолдау;
- қолда бар демалыс және рекреация объектілерін қайта жаңарту үшін, сондай-ақ аттракциондардың жаңа объектілерін салу мақсатында инвестициялық қаражат тарту;
- мемлекеттік-жекеменшік әріптестік тетіктерін іске асыру, шағын және орта бизнесті дамыту үшін инвестициялық алаңдар құру;
- туристік кадрларды даярлау, қайта даярлаудың және олардың біліктілігін арттырудың қазіргі заманғы жүйесін құру;
- туристік өнімдерді жылжытудың маркетингтік стратегиясын әзірлеу және туристік орталық ретінде аймақтың жағымды имиджін жасау және т.б. [5]

Туристік кластерлерді экономикалық тұрғыдан тиімді ететін негізгі механизм - бұл фирмалардың географиялық шоғырлануы арқылы ресурстарды ортақ қолдану және осыған қатысты шығындарды кластер қатысушыларының ортасында тиімді бөлістіру мүмкіндігі. Ортақ пайдаланылатын ресурстардың ішіндегі ең маңыздысы – қызмет көрсеті мен туристік өнімді жылжытуға қатысты ортақ тәжірибе мен білім. Ресурстардың шоғырлануы инновациялық серпіліске ықпал етеді, себебі кластер құрамында қызмет атқарушы фирмалар бәсекелестік қабілеттілігін арттыру мақсатында әр қашан жаңа қызмет атқару жолдарын іздестіреді.

Жалпы айтқанда, кластерлік тәсілдің артықшылығы - ол әртүрлі салаларға жататын өзара байланысты кәсіпорындар тобындағы жағдайды кешенді, жүйелі түрде қарастыруға мүмкіндік береді. Бұдан басқа, кластерлік тәсіл кластерді дамыту стратегиясының «өзегі» ретінде бизнес көшбасшылары ұсынған және

іске асыратын бастамаларды пайдалануға мүмкіндік береді, осылайша олардың табысты іске асырылуына кепілдік беріледі [6].

Осылайша, бүгінгі күні туристік кластерлерді қалыптастыру өңірлік аспектіде туризм саласын тұрақты дамытуды қамтамасыз ету бағыттарының бірі болып табылады, яғни туристік кластерлер елдің жекелеген өңірлерінің депрессиялық күйден экономикалық белсенді және бәсекеге қабілетті географиялық субъектіге ауысуының негізін құра алады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер; перевод с англ. - М.: Вильямс, 2005. - 602 с.
2. Кострюкова О.Н., Карпова Е.Г. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма // Проблемы современной экономики. - 2011. - №4. – Б. 374-378
3. Кошечев Д.А., Исопескуль О.Ю. Социокультурная среда в функционировании туристского кластера // Географический вестник. - 2020. - №2(53). – Б. 141-157
4. Қазақстан туризмі // Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының ресми сайты. [Электронды ресурс]. – Кіру режимы: <https://stat.gov.kz/official/industry/22/publication>
4. Шильченко Т.Н. Перспективы развития туристских кластеров в РФ // Вестник ТИУиЭ. - 2015. - №1(21). – Б. 65-70
5. Карпова Г.А., Песоцкая Е.В., Ткачев В.А. Туристско-информационные центры и их роль в повышении конкурентоспособности туристских кластеров // Сервис +. - 2017. - №3. – Б. 11-20

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА УСТОЙЧИВОСТЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Нұрлыбаев Б.Б.

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
г.Нур-Султан, Республика Казахстан
E-mail: kazakhtourism@gmail.com

Аннотация. В настоящее время гастрономический туризм имеет положительную динамику роста и благоприятную перспективу на дальнейшее развитие. Об этом свидетельствуют ежегодные отчеты Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

Кроме того, данный вид туризма способен стать одним из ключевых точек роста регионального туризма в последующем.

Целью данной статьи является анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие гастрономического туризма.