

FTAMI 71.37.05

ӨОК 338.48

JEL L83

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-3-246-257>

ЖУНУСОВА А.А.,*¹

бейіні бойынша доктор, қауымдастырылған профессор.

*e-mail: aliya.zhunusova1983@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4490-7777

КҮРМАНҚҰЛОВА Н.Ж.,¹

Э.Ғ.К., қауымдастырылған профессор.

e-mail: nurgik-7@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8667-2016

ДЖАНГЕЛЬДИНА Д.И.,¹

П.Ғ.К., қауымдастырылған профессор.

e-mail: dariga_da@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9667-4207

ҚАНАТОВА С.К.,¹

Э.Ғ.М., аға оқытушы.

e-mail: s.kanatova83@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-3045-5914

¹Қ. Құлажанов атындағы

Қазақ технология және бизнес университеті,

Астана қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМІНІҢ БӘСЕКЕЛЕСТІК АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫН АРТТЫРУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ ІС-ШАРАЛЫҚ-ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ТУРИЗМДІ ҰЙЫМДАСТЫРУ МОДЕЛІ

Аңдатпа

Бұл мақалада Қазақстан туризміндегі жаңа бағытты – іс-шаралық-гастрономиялық туризмді кеңінен насихаттауға баса назар аударылады. Бұл зерттеудің мақсаты – ұйымдастырудың моделін және оның тар-тымдылығын, сондай-ақ тұтастай алғанда саланың бәсекеге қабілеттілігін арттыратын іс-шаралар мен гастрономиялық туризмді ілгерілетудің инновациялық тәсілдерін әзірлеу. Зерттеудің негізгі бағыттары – Қазақстанда гастрономиялық және оқиғалық туризмді дамыту; ресурстық әлеуетті анықтау, тиімді тәсілдер мен құралдарды әзірлеу негізінде туристік өнімді жылжыту тұжырымдамасы, этнотуризм менеджменті және туристік дестинациялардың бренд-менеджменті жөніндегі инновациялық бағдарлама; Қазақстанның туристік орталықтарының танымалдылығын арттыру; туристік аумақтардың оң брендін құру. Мәселені шешу оқиғалы және гастрономиялық турларды ұтымды ұйымдастыруға ықпал етеді және олардың экономикалық және әлеуметтік тиімділігін арттырады. «Қазақстан Республикасындағы туризм бағыттарының салалық, субъектілік және объектілік қағидаттар бойынша жіктеуішіне» сәйкес [1] бүгінгі таңда гастрономиялық және жеке оқиғалы туризм бөлек бөлінген. Қазақстанда туризмнің жаңа түрін ілгерілету мәдени ортаны серпінді дамытуға, ұлттық тағамдар мен гастрономиялық дәстүрлердің беделін нығайтуға, өңірлердің тартымдылығын арттыруға және дәстүрлі қазақ тағамдары ингредиенттерінің қарапайымдылығы мен ерекшелігіне негізделген бірегей гастрономиясымен Қазақстанның мыңжылдық тарихына қызығушылық танытатын шетелдік туристер ағынын арттыруға қабілетті бағытқа айналуы мүмкін. Қазақстанда оқиғалық-гастрономиялық туризмді дамыту қоғамның аумақтары мен мәдени ортасының тиімді дамуына елеулі әсер ететін фактор болуы мүмкін; халықты жұмыспен қамтудың өсуіне және өмір сүру сапасын арттыруға ықпал етуі мүмкін. Ал туризмнің осы түрін ілгерілету Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың және оның бәсекеге қабілеттілігін арттырудың басым бағыттарының бірі болуы мүмкін. Зерттеудің пәнаралық сипаты проблематиканы тарихи, әлеуметтік-мәдени, экономикалық, географиялық ғылымдар тұрғысынан қарастыруға мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: ұйымдастыру моделі, іс-шара-гастрономиялық туризм, даму, ресурстық әлеует, бәсекелестік артықшылықтар, бренд-менеджмент, сапаны арттыру.

Кіріспе

Туристiк қызметтерге сұраныстың артуы: мәдениет және спорт министрлігінің есебіне сәйкес, 2022 ж. Қазақстанға 1 миллионға жуық шетелдік турист келді. 2023 ж. бұл көрсеткіш 1,4 млн-ға жетеді деп күтілуде [2]. Бұл шетелдіктердің Қазақстанға туристік бағыт ретінде өсіп келе жатқан қызығушылығын көрсетеді. Гастрономиялық туризмді туристерді тарту нысаны ретінде тамақ пен сусындарды дамытуға және ілгерілетуге бағытталған туризмнің бір саласы ретінде қарастыруға болады [3]. Осыған қарамастан, Қазақстандағы оқиғалық-гастрономиялық туризм іс-шаралардың, содан кейін гастрономиялық іс-шаралардың өзара байланысында аз зерттелген болып табылады. Дәстүрлі турларды қалыптастырудың негізі гастрономиялық іс-шаралар бастапқы, ал іс-шаралар екінші реттік болатын принциптерге негізделгендіктен, біз оқиғалық және гастрономиялық туризмді (гастрономиялық-оқиғалы) қалыптастырудың жаңа тұжырымдамасы мен әдістемесін ұсынуға болады деп санаймыз. Гастрономиялық туризмді пилоттық режимде ілгерілету алғаш рет Шығыс Қазақстан облысында республикалық гастрономиялық картаны әзірлеу жөніндегі жобаны іске асыру арқылы жоспарланды.

Зерттеудің өзектілігі:

- ♦ оқиғалы-гастрономиялық турларды қалыптастырудың негізі ретінде аумақтардың әлеуетін бағалау әдіснамасын жетілдіру;

- ♦ осы өнімнің негізгі және толықтырушы (ілеспе) бөліктерінің өзара байланысы негізінде туристік өнімді қалыптастырудың әдістемелік тәсілдерін әзірлеу;

- ♦ цифрлық платформаларды пайдалана отырып, іс-шаралар мен гастрономиялық туризмді ілгерілету моделін әзірлеу.

Ұсынылатын туристік өнімде (оқиғалы-гастрономиялық тур) бастапқы, негізгі іс-шара (маңызды тарихи, мәдени, діни және т.б.) болып табылады, ал гастрономиялық іс-шаралар турды толықтырады және іс-шара тақырыбына сәйкес келеді.

Жүргізілген зерттеудің инновациялылығы саланың бәсекеге қабілеттілігін және оның басымдылығын арттыруға мүмкіндік беретін жаңа туристік өнімді жасаудан тұрады.

Жүргізілген зерттеудің практикалық маңыздылығы – зерттеулердің нәтижелері отандық және шетелдік компаниялардың оқиғалы және гастрономиялық туризмді ұйымдастыру және ілгерілетудегі тәжірибесін кеңейтіп, тереңдетеді. Ұйымның құрылған инновациялық моделі және гастрономиялық туризм оқиғаларын ілгерілетудің ұсынылған құралдары коммерцияландыру үшін жаңа туристік өнім түрінде ұсынылатын болады.

Материалдар мен әдістер

Қазақстан туризмінің бәсекелестік артықшылықтарын арттыру факторы ретінде оқиғалық-гастрономиялық туризмді ұйымдастыруды зерттеу кезінде жалпы қабылданған және заманауи зерттеу әдістері пайдаланылды:

1. Зерттеудің жүйелік әдісі отандық және жалпы әлемдік туризмнің ішкі жүйесі ретінде гастрономиялық туризмнің тұтастығы мен өзара байланысын қарастырды.

2. Компаративті әдіс, салыстырмалы тарихи зерттеуді ұсынды, бұл мүмкіндік берді:

- ♦ тарихи фактілерді, Қазақстан халықтарының аспаздық дәстүрлерін зерделеу, динамикадағы гастрономиялық туризмнің нақты жағдайы мен қажеттілігін сипаттау;

- ♦ сұраныстың жай-күйін зерделеу және өңірлік және республикалық ауқымда әртүрлі туристік қызметтерді (қай туризм ең тартымды) тұтынушылардың қалауына талдау жүргізу;

- ♦ әр түрлі аумақтардағы гастрономиялық оқиғалар туризмінің дамуын салыстыру, даму мәселелері мен басымдықтарын анықтау;

Қазақстандағы гастрономиялық туризмнің даму заңдылықтары мен тенденцияларын анықтау.

3. Әлеуметтік зерттеу әдістері сауалнама, сұхбат, сауалнама (туристерді, туристік агенттіктерді, туристерді тартуға арналған тарихи-мәдени объектілері бар туристік кластерлердің атқарушы органдарының өкілдерін, гастрономиялық және оқиғалы іс-шараларды; «Туризм» білім беру бағдарламасын әзірлеумен және іске асырумен айналысатын білім беру мекемелерінің қызметкерлерін) қамтыды.

Зерттеудің эмпирикалық базасы ЮНВТО халықаралық туристік ұйымы, саяхат және туризм секторының бәсекеге қабілеттілігі туралы Дүниежүзілік экономикалық форум (Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI), Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросы, атап айтқанда, Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі келтірген статистикалық деректер болды:

- ♦ Қазақстан туризмі туралы жыл сайынғы статистикалық жинақтар;
- ♦ осы тақырыпқа арналған ғылыми мақалалар;
- ♦ туризм мен қонақжайлылықты дамытуды реттейтін нормативтік құқықтық құжаттар;
- ♦ ғылыми қоғамдастық өкілдерінің, туризм саласындағы сарапшылардың ақпараты;
- ♦ гастрономиялық нысандар мен оқиғалық туризм объектілері орналасқан жерлерде, менің қызметкерлерім мен тұрғындарым арасында жүргізілген жаппай сауалнама нәтижелері.

Бастапқы ақпаратты жинау жоба мәселесін шешу үшін қажетті базаны қалыптастыруға, гастрономиялық оқиғалар туризмінің даму заңдылықтары мен тенденцияларын, оның проблемалары мен даму перспективаларын анықтауға мүмкіндік берді.

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеу нәтижесінде авторлар гастрономиялық туризмнің бірегейлігін анықтайтын негізгі факторларды анықтады:

- ♦ кез келген елде туризмнің осы түрін дамыту мүмкіндігі;
- ♦ жергілікті өндірушілер мен шаруашылықтарды ілгерілету;
- ♦ маусымдық саралаудың болмауы;
- ♦ экономиканың дамуына белгілі бір әсер ету;
- ♦ тамақтану аштықты немесе шөлді қандыру тәсілі емес, әлемді білу тәсілі ретінде.

Гастрономиялық турлардың түрлерінің әртүрлілігін кешенді зерттеу негізінде авторлар классификация жасады.

Кесте 1 – Гастрономиялық туризмнің жіктелуі

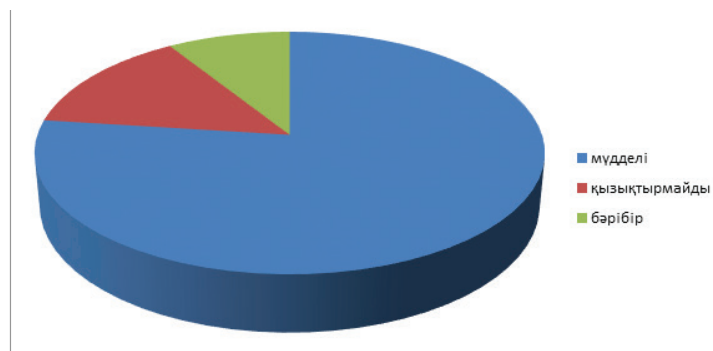
Принципі	Түрлері	Сипаттамасы
Рельеф түрі	Ауылдық	Ауылдық жерлерде тұру, жергілікті өнімдер, егін жинау
	Экологиялық	Экологиялық таза өндірістерге бару, органикалық өнімдер
Кәсіпорын түрі	Мейрамхана	Танымал мейрамханаларға бару, эксклюзивті, дәмді тағамдар
	Шарап-гастрономиялық	Ең жақсы шараптардың дәмін тату, жүзім жинау, шарап зауыттары мен жүзімдіктерге экскурсиялар
Қосымша мотивация	Білім беру	Конференциялар, шеберханалар, аспаздық мектептер, аспаздармен және аспаздық кітап құрастырушылармен кездесулер
	Оқиға	Қоғамдық-мәдени іс-шаралар (жәрмеңкелер, фестивальдар, көрмелер)
Ескертпе: Авторлар [4, 5, 6] дереккөздер негізінде құрастырған.		

Кестеде гастрономиялық туризмнің келесі критерийлерге сәйкес бөлінуі көрсетілген: рельеф түрі, кәсіпорын түрі, қосымша мотивация және ұлттық белгі.

Ең көп таралған түрі этно-гастрономиялық туризм екені анықталды. Мысалы, ұлттық тағамдары бар мейрамханалардың бүкіл әлемде өз жақтастары бар.

Бүгінгі таңда азық-түлік кәсіпорындары ұлттық тағамдар элементтері бар тағамдар аумақты орналастырып қана қоймай, туристердің аймаққа келуге деген ынтасын арттыратынын түсінеді. Астана мен Ақмола облысының рестораторларының пікірінше, туристердің гастрономиялық қалауы туристердің кіру ағынының өсуімен қала мен облыстың тамақтану саласына белсенді әсер етеді.

Гастрономиялық турды тур ағынын арттырудың басым әдістерінің бірі ретінде қарастыра отырып, оларға қызығушылықты анықтау үшін әлеуметтанулық сауалнама жүргізу қажет. 975 адамнан алынған сауалнама нәтижелері 1-суретте көрсетілген.



Сурет 1 – Гастрономиялық турларға қызығушылық

Ескертпе: Авторлар [7] дереккөз негізінде құрастырған.

Астана мен Ақмола облысының тұрғындары мен қонақтарының бағалауы бойынша сауалнама көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың 77%-ы үшін гастрономиялық турға қатысу қызықты, 14%-ы индифферентті және 9%-ы осындай турларға немқұрайлы қарайды.

Зерттеу нәтижелері гастрономиялық туристік өнімге сұраныстың артуы туралы айтатынын ескеріңіз, сәйкесінше сараланған гастрономиялық турларды әзірлеу орынды.

Тұрақтылықтың заманауи тренді ауыл немесе аграрлық гастрономиялық туризмді басымдық ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Ауылдық туризм туризмнің бір түрі ретінде туристің ауылдық жерде болу фактісімен анықталатынын ескере отырып, ауылдық жерлерде мәдениетті, спортты, білім беруді дамыту өзекті болып отыр. Агротуризм, өз кезегінде, ауылдық жерлердің ауылшаруашылық, табиғи, мәдени-тарихи және басқа ресурстарын және оның кешенді туристік өнімді құру ерекшеліктерін пайдалануға бағытталған.

Біздің ойымызша, ауылдық жерлерде тұру, демалу және тамақтану, экскурсиялық қызмет көрсету, бос уақытты және гастрономиялық іс-шараларды, сондай-ақ белсенді демалыс түрлерін, оның ішінде балық аулау, аң аулау бойынша кешенді қызметтерді ұсына отырып, қызметті ұйымдастыру туристік саланы дамытудың басым бағыты бола алады. Авторлар Қазақстан аумағындағы ауылдық жерлерде гастрономиялық туризмді дамыту бойынша практикалық ұсыныстар әзірледі, бұл гастрономиялық туризмнен басқа ауылдық немесе аграрлық түрлерді дамытуға мүмкіндік береді.

Оқиғалы және гастрономиялық туризмді ұйымдастырудың ұлттық модельдері аймақтың мәдениеті, тарихы, ресурстық базасы мен географиялық жағдайына байланысты қарастырылуы керек. Осылайша, кез келген аймақ гастрономиялық туризмді ұйымдастырудың өзіндік моделінің бірегейлігін қорғауға құқылы.

Кесте 2 – «Қазақстанның дәмі» гастрономиялық турының негізгі элементтері

Уақыт	Іс-шаралар
1 күн	Мастер-класқа бару, тарихи, өлкетану мұражайларына бару
2 күн	Ұлттық тағамдар мен сусындардың дәмін тату (курт, иримшик, жент), дәстүрлі азық-түлік сатып алу мүмкіндігімен сауда орындарына бару.
3 күн	Дәстүрлер мен әдет-ғұрыптарды көрсету элементтері бар шоу-бағдарламаларға қатысу, тағамдардың дәмін тату, ұлттық тағамдар мен сусындарды дайындауға қатысу мүмкіндігі.
4 күн	Тақырыптық экскурсиялар, экскурсиялар ұлттық тағамдар мейрамханаларында кешкі ас
5 күн	Ұлттық тағамдар мейрамханасында таңғы ас – ферма мәзірі, тақырыптық экскурсиялар
Ескертпе: Авторлар [8] дереккөз негізінде құрастырған.	

Ұсынылған бағдарламаға сәйкес, гастрономиялық турда шынайы ұлттық тағамдарға тән негізгі элементтер қолданылады. Турды әзірлеу кезінде шетелдік туристер, Қазақстанның орталық бөлігінің тұрғындары, балалар-жасөспірімдер туризмі үшін вариациялары бар сараланған маркетинг қағидатын пайдалана отырып, нарықты сегменттеу факторлары ескерілді. Турис-

тер ағыны өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуын жеделдетеді және қосымша жұмыс орындарын құруға ықпал етеді, бұл Туризм және спорт министрлігінің 800 мың жұмыс орнын қамтамасыз етуді жоспарлап отырған міндеттеріне жауап береді. 2029 ж. дейінгі адам [9].

Қазақстандағы оқиғалы-гастрономиялық туризмнің әлеуеті жоғары және туристер үшін көптеген мүмкіндіктер береді. Оқиғалы-гастрономиялық туризмді қалыптастырудың ұйымдастырушылық және экономикалық тетігі өңірдің бүкіл туристік индустриясын дамытуда маңызды орын алады. Бұл келесі факторларға байланысты:

- ♦ белгілі бір аймақтық гастрономиялық оқиғалар саяхат жасаудың маңызды және шешуші себебі болып табылады;

- ♦ өңірде оқиғалы-гастрономиялық туризмді дамыту белгілі бір пайда алуға мүмкіндік береді.

Тұрақты даму кезінде және оқиғалы-гастрономиялық іс-шараларды қамтитын туристік өнімді жылжытудың дұрыс стратегиясы болуы қажет. Өңірдегі оқиғалы-гастрономиялық туризмді дамыту үшін жағдай жасаудың ұйымдастырушылық-технологиялық процесінің әдіс-темесін жасау және өңірдегі оқиғалы-гастрономиялық туризмді дамытудың тиімді кешенін құруға, оны іске асыру үшін қажетті жағдайларды анықтауға, сондай-ақ өңірлік басқару ұйымдарының қатысуымен оқиғалы-гастрономиялық туризм іс-шараларын қаржыландыру мүмкіндігін айқындауға бағытталады [10].

Әрбір туристік аймақтың осы аумақта дамыған туризм түріне байланысты туристік инфрақұрылымды қалыптастырудың өзіндік ерекшелігі бар. Туристік аймақтың инфрақұрылымын қалыптастыру олардың мамандануына қарамастан барлық дерлік туристік орталықтар үшін ортақ болып табылатын типтік кеңістіктік аймақтардың тізбесін сақтауды ескере отырып жүзеге асырылатынын атап өтуге болады.

Қазіргі уақытта олар гастрономиялық туризмнің ерекшеліктерін, туризмнің танымал түрлерінің бірі ретінде, оның Қазақстан аумағында даму мүмкіндіктері ашылуда. Азық-түлік өнеркәсібінің өңірлік кәсіпорындары бүгінде гастрономиялық бағыттағы экскурсиялық бағдарламаларды белсенді ұсынатын белгілі маркалы тауарлар өндірушілер, сондай-ақ гастрономиялық туризмді дамытуда басшы рольдегі өзіндік тартымдылық орталықтарына айналуы мүмкін. Қазақстанның гастрономиялық фестивальдік іс-шаралары сипатталған туризмнің бұл түрі біздің өңірде, жалпы елдегідей, қазіргі уақытта өздігінен дамып келе жатқаны байқалады [11].

Бүгінгі таңда оқиғалы туризм түрін, мақсатты аудиторияға ыңғайлы, қауіпсіз, қызықты сапалы гастрономиялық туристік өнімге біріктіру өте маңызды. Бұл үдерісте туристік нарықтың жүйе құраушы қатысушылары болып табылатын өңірлік туроператорлар қызметінің маңызы зор.

Осы аталған туризм түрлерінің сапасы – олардың жұмысының тиімділігіне байланысты болады, ал мақсатты аудиториялармен сенімді, дәйекті және түсінікті байланыс схемасын құру, гастрономиялық турлардың ақпараттық қол жетімділігі кәсіпорындардың өздері мен гастрономиялық іс-шаралардың ғана емес, сонымен бірге туристік бағыт ретінде аумақтың тартымдылығын арттыруға ықпал етеді.

Қазіргі уақытта ішкі туризмді ұлғайту бағытында туристік ағындарды қайта бөлу жүріп жатыр. Ішкі туризмнің өсуі саладағы импортты алмастыру туралы куәландырады.

Бүгінгі таңда тұтынушылардың қалауы өзгеруде және көптеген туристер дәстүрлі жағажай демалысына қанық болып, жаңа демалыс форматтарын іздейді. Қазіргі заманғы туристке саяхат кезінде және экскурсиялық орындарға барғанда білгісі келетін уақыттың шындығын сезіну және сезіну үшін белсенділік, жарқын тәжірибе қажет. Туристік сұранысты қанағаттандыру және туристік саланы одан әрі дамыту және тұтынушыға ұсыну өте маңызды жаңа туристік өнімдерді қалыптастыру мүмкіндіктері зор.

Туризмнің тартымды түрлерінің бірі – гастрономиялық туризм, оның мақсаты экзотикалық тағамдарды сынап көру емес, ас үй арқылы елдің, аумақтың мәдениетін білу. Кез келген дәстүрлі рецепт қала немесе аймақ туралы нұсқаулықтан немесе тарихи анықтамадан әлдеқайда көп нәрсені айта алады. Себебі тағамның өзі бүкіл халықтың тарихының, оның дамуы мен қазіргі жағдайының көрінісі [12].

Көптеген аймақтар осы жолдың басында және дәстүрлі туристік орындардың шекарасынан шығуға және аумақтың туристік имиджін кеңейтуге мүмкіндік беретін жаңа демалыс форматтарын белсенді түрде дамытуда. Туризмнің тартымды түрлерінің бірі – гастрономиялық туризм. Туристік бизнестегі салыстырмалы түрде жаңа бағыт болғанына қарамастан, гастрономиялық туризм белсенді дамып келеді, өйткені елдің ұлттық тағамдарымен танысу арқылы оның мәдениеті мен тарихы, мұражайларға немесе туристік дестинацияның басқа да көрікті жерлеріне бару туралы білуге болады.

Гастрономиялық туризм туризмнің басқа түрлерімен ортақ қасиеттерге ие, сондықтан ол жан-жақты турдың бөлігі бола алады немесе жіктеуге болатын туризмнің басқа түрлерінің кейбір белгілеріне ие болуы мүмкін:

- ◆ ауылдық (жасыл) гастрономиялық туризм;
- ◆ іскерлік (қалалық) гастрономиялық туризм;
- ◆ іс-шара (фестиваль) гастрономиялық туризм;
- ◆ мәдени-танымдық гастрономиялық туризм.

Гастрономиялық турлардың мақсатты аудиториясына мыналар кіруі мүмкін:

- ◆ ұлттық тағамдары арқылы ел мәдениетін танығысы келетін туристер;
- ◆ гурман туристері, яғни тағамға жоғары талаптар мен талғампаз талғамы бар адамдар;
- ◆ аспаздық турды танымдық мақсатта, оқудан өту және кәсіби дағдыларды алу мақсатында пайдаланатын туристер (оқушылар, студенттер, аспаздар, баристер, дегустаторлар, рестораторлар, мейрамхана сыншылары);

- ◆ осы туристік бағытты зерттейтін туристік фирмалардың өкілдері.

Тиісінше, аталған туризм түрлерінің әрқайсысы әртүрлі туристік нысандармен ұсынылуы және әртүрлі мақсатты аудиторияға ие болуы мүмкін.

Қазірдің өзінде демалыс турлары танымал, олар іс-шараларға және әртүрлі тағамдар мен суындарды, сондай-ақ әртүрлі гастрономиялық дәмдерді тұтынуға болатын орындарға аз уақыт жұмсайтындығымен сипатталады. Кез келген басқа гастрономиялық турлар сияқты турлар тамақ өнеркәсібінің немесе ауыл шаруашылығының бір немесе басқа өніміне арналған мейрамханалар, мұражайлар сияқты нысандарға баруды қамтиды. Туризмді дамыту бағдарламаларын іске асырудың ең күрделі аспектісі – көптеген мақсатты аудиториялармен сенімді, дәйекті және түсінікті байланыс схемасын құру [13].

Жергілікті өзін-өзі басқару ұйымдары гастрономиялық туризм объектілері ретінде пайдаланылуы мүмкін туризм саласы мен кәсіпорындардың өкілдерін тарта отырып, бірлескен іс-шаралар жүргізуі қажет.

Аймақтық туроператорлар бірнеше күн бойы гастрономиялық фестивальдерге пакеттік турлар әзірлеуі керек, осылайша туристерді орналастыру және тамақтану қызметтерін қосымша пайдалануға, қарастырылып отырған кәсіпорындарға экскурсиялық бағдарламаларды қосуға ынталандырады. Сондай-ақ оқиғалы туризм мен гастрономиялық туризм нысандарын демалыс күндерінің бір туристік өніміне байланыстыра отырып, жаңа пакеттік турларды құру және ілгерілету бойынша жұмыс істеу қажет болады.

Оқиғалы-гастрономиялық турлар уақыт өте келе елдің имиджін, тартымдылығын және жариялылығын қамтамасыз ете алады, бұл оған басқа елдер арасында бәсекелестік артықшылық береді. Мұндай турлар әдетте шағын және мезгіл-мезгіл немесе тек бір рет өткізіледі [14].

Сонымен қатар, оқиғалы туризм туризмнің ерекше түрі болып табылатындығын атап өткен жөн, өйткені ол мазмұны жағынан мәні өте зор болып келеді. Бірқатар сарапшылар жақын болашақта іс-шараларға қатысушылардың саны экскурсиялық турларға қатысушылардың санынан асып түседі деп санайды. Халықаралық көрмелер елдің қолайлы туристік имиджін қалыптастыруға мүмкіндік беретін қуатты құрал ретінде белсенді қолданылады. Бес жылда бір рет өткізілетін Дүниежүзілік ЭКСПО көрмелері ең беделді және белсенді көрме алаңдары болып табылады. Оларға миллиондаған туристер келеді, сондықтан әр ел өзінің ұлттық ерекшелігін көрсете алатын және бүкіл әлемге оның экономикалық және технологиялық даму деңгейін көрсете алатын бірегей павильон құруға тырысады.

Соңғы онжылдықта Қазақстанда елдің туристік имиджін қалыптастыруға және ұлттық туристік өнімді туристік қызметтердің әлемдік нарығына жылжытуға ерекше назар аударылды. Ол үшін Қазақстанның ірі халықаралық көрмелер мен жәрмеңкелерге жыл сайын қатысуы

қамтамасыз етіледі. Бұдан басқа, туристерді тарту мақсатында халықаралық, республикалық және бұқаралық туристік іс-шараларды өткізу құралдары бойынша оқиғалы туризмді дамытуға үлкен мән беріледі.

Мұндай іс-шараларды өткізу тұтастай алғанда елдің және жекелеген өңірлердің әлеуметтік-экономикалық жағдайына айтарлықтай әсер етеді. Оқиғалы туризм инфрақұрылымын дамытуда катализатор болып табылады және өңірдің туристік сала ретіндегі оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді. Іс-шараларды өткізудің оң да, теріс те барлық әсерлері өңірде туризмді дамытудың стратегиялық міндеттерін орындау мақсатында бағалануы тиіс.

Оқиғалық туризм бағдарламасын әзірлеу – бұл көптеген компоненттерді дамытудан тұратын күрделі процесс. Осындай компоненттердің бірі – адамдардың назарын аударатын оқиғаларды іздеу.

Жалпы Қазақстан үшін және Ақмола өңірі үшін наурыз және басқа да ұлттық мерекелер осындай оқиғаларға айналуы мүмкін. Сондай-ақ, мәдени-бұқаралық іс-шаралар туристер санының артуына елеулі түрткі болуы мүмкін.

Бұл салалар үшін спорттық жарыстар негізінде оқиғалы туризм бағдарламаларын құру маңызды. Спорттық іс-шараларды өткізу жиі өткізілетін іс-шара болғандықтан және туристердің үлкен ағынын тартады.

Қазақстан Республикасының аумағында оқиғалы туризмді ұйымдастыру ерекшелігін талдау нәтижесінде туристерді тартуға және Қазақстан өңірлерінің оң имиджін қалыптастыруға бағытталған іс-шараларды ұйымдастырудың инновациялық моделі ұсынылды, оған мынадай блоктар кіреді:

- ♦ ұйымдастырушылық – ұйымдастырушылардың шақырылған әртістермен, еріктілермен, қызметкерлермен және туроператорлармен өзара іс-қимылын көрсетеді;

- ♦ өндірістік оқиғаның өтетін орнын ұйымдастыруға, оны техникалық жарақтандыруға және дайындауға жауапты;

- ♦ маркетингтік ұйымдастырушылар мен демеушілердің онлайн, БАҚ, радиода, іс-шараны дайындаудың үш сатысында пошта арқылы жылжыту жөніндегі өзара іс-қимылын көрсетеді;

- ♦ қаржылық-мемлекеттік бюджет қаражатын және бюджеттен тыс көздерді (демеушілік, гранттар алу, сондай-ақ жеткізушілермен және мердігерлермен есеп айырысу жүйесі) ескеріледі.

Оқиғалы туризмді ұйымдастыру тұрғысынан проблемалар тізіміне мыналарды қосуға болады:

- ♦ осы саладағы маркетингтік зерттеулердің жеткіліксіздігі;

- ♦ Қазақстанда мүдделі халықаралық ұйымдар үшін ашық әлемдік жұртшылықтың және кәсіби деректер базасының назарын аударатын мезгіл-мезгіл қайталанатын кең ауқымды іс-шаралардың болмауы;

- ♦ турлар мен іс-шараларды кәсіби түрде ұйымдастыратын фирмалардың қазақстандық нарықтағы тапшылығы.

Бірнеше блоктан тұратын оқиғалы-гастрономиялық туризм іс-шараларын ұйымдастырудың кешенді тәсілі біздің елімізде соңғы жылдары ғана енгізіле бастады. Жаңа, халықаралық деңгейде танылған іс-шараларды құру және ілгерілету үлкен қаржылық инвестицияларды, ауқымды маркетингтік зерттеулерді, ойластырылған менеджментті, PR-акциялардың көмегімен әлеуетті келушілердің қызығушылығын ұзақ мерзімді қалыптастыруды, жеткілікті мамандарды қажет етеді.

Оқиғалы-гастрономиялық туризмнің өңірлік деңгейде әлдеқайда тиімді жұмыс істейтініне сенімдіміз. Түрлі іс-шараларды өткізу облыстық және жергілікті маңызы бар шағын бюджеттерге көбірек пайда әкеледі. Жергілікті деңгейдегі іс-шараларға арналған туризм кірістерінің пайыздық құрамдас бөлігі жалпы елге қарағанда әлдеқайда жоғары болуы мүмкін. Біз, әрине, көптеген факторларды біріктіретін туристік тартымдылықты талап ететін бағыттар туралы айтып отырмыз: климат, географиялық жағдай, туристік инфрақұрылымның болуы, тарихи-мәдени әлеует және т.б.

Қазіргі уақытта оқиғалы-гастрономиялық туризм жаһандық сипатқа ие болуда. Туризм индустриясының көптеген кәсіпорындары ірі экономикалық кешендерге бірігуге алып келеді.

Оқиғалы-гастрономиялық туризм жергілікті мәдени дәстүрлердің, әдет-ғұрыптардың жандануына, халық шығармашылығының дамуына ықпал етеді. Әр түрлі елдердің үкіметтері оны

қолдау саясатын жүргізеді, өйткені іс-шаралық туризм аймақтың және бүкіл елдің дамуына оң әсер етеді және елдің оң имиджін қалыптастырудың тиімді құралы болып табылады. Осылайша, әлемдік туризмнің бөлігі ретінде оқиғалы туризмінің бірқатар ерекшеліктері бар.

1. Негізгі ерекшеліктері: әртүрлі аймақтар мен елдер бойынша халықаралық туристік ағындардың біркелкі таралуы. Жер шарының бірнеше аймақтарындағы объектілердің туристік ағындары, олардың қозғалысы тек қана ішкі аймақтық болып табылады, іскерлік туризмнің көлемдерімен салыстырғанда, кез келген оқиғалық туризм мақсатындағы саяхаттардың көлемі серпінді.

2. Іскерлік туризм көлемімен салыстырғанда қандай да бір оқиғалы туризмге бару мақсатында саяхат көлемі анағұрлым серпінді ұлғаюда.

3. Қызметтерге тұтынушылардың сұранысы күшейді. Бұл заманауи қызмет, әсіресе туристер көбейіп келе жатқандықтан. Бұл сіз білген сайын көрінетін болады. Туристер неғұрлым жиі саяхаттаса, соғұрлым олар ұсынылатын қызмет деңгейін салыстырады. Олар көбінесе жарнама қажет етеді, жайлылықты жақсы көреді.

Бүгінгі таңда бәсекеге қабілетті нарықта не ұсынылатынына қарамастан, барлығы дерлік сапалы ілгерілеуді қажет етеді: өнім, қызмет, компания немесе аумақ. Аумақтық жылжыту аумақтың айрықша сипаттамаларын анықтайтын және баса көрсететін, оларды таңдаулы коммуникация құралдары арқылы кең аудиторияға тарататын маркетингтік әрекеттердің кешенді жүйесін білдіреді.

Аймақтың артықшылықтарын көрсету барысында жарнама, PR, жеке сату, сұранысты ынталандыру шаралары, кәсіби ортада жылжыту, интерактивті маркетинг және кросс-маркетинг, сондай-ақ аумақты танымал етудің стандартты емес шығармашылық әдістері сияқты жылжыту құралдары ерекшеленеді.

Қазақстанның қалалары мен өңірлерін ілгерілетудің перспективалы тәсілдері еліміз үшін туристік қызметтің салыстырмалы түрде жас түрі болып табылатын оқиғалы-гастрономиялық туризмді ұйымдастыру болып табылады.

Бүгінгі таңда ішкі және келу туризмін дамыту мәселесі бұрынғыдан да өзекті болып отыр. Туристік өнімді ішкі және сыртқы нарықтарда ілгерілетуге ерекше назар аудару керек. Оқиғалы туризм – туристерді Қазақстанның түрлі өңірлеріне баруына мүмкіндік беретін ең маңызды фактор болып табылады [15].

Осылайша, қазіргі заманғы оқиғалы туризмді дамытудың басты ерекшелігі – туристердің қажеттіліктерінің үнемі өзгеріп отыратын кешенді сипатына сәйкес келетін және әлемдік дамудың саяси, экономикалық және басқа факторларының әсерін ескере отырып, икемді және тез өзгеруі мүмкін жеке туристік өнімді құру қажеттілігі. Оқиғалы туризмді дамытудағы менеджмент пен маркетингтің рөлі ерекше. Іс-шараның өзі – айсбергтің ұшы, оның негізгі бөлігі – мақсаттарды анықтауды, бағалауды, ақпарат пен статистиканы жинауды, тапсырмаларды қоюды, ұйымдастыруды, басқаруды, бақылауды, уақыт пен қаржыны талдауды, персоналды, қызметтерді қамтамасыз етуді және т.б. қамтитын көлемді процесс болып табылады. Қазіргі жағдайда оқиғалы туризм өнімдерін сәтті іске асыру үшін бірнеше блоктардың қызметкерлерінің күш-жігерін біріктіретін инновациялық кешенді тәсіл қажет:

1. Шақырылған әртістердің, қонақтардың, еріктілердің, персоналдың және оларды орналастыру орындарының, тамақтанудың және т.б. болуын, сондай-ақ туризмен байланысын қамтамасыз ететін ұйымдастырушылық.

2. Іс-шараны өткізу орны мен көлікті техникалық жарактандыруға жауапты өндірістік.

3. Іс-шараны ұйымдастырушылар мен демеушілердің іс-шараны медиа-ортада жарнамалық және PR-технологияларды барлық кезеңдерде: іс-шараға дейін, оның барысында және одан кейін қолдану арқылы ілгерілету жөніндегі өзара іс-қимылын көрсететін жарнамалы-ақпарат.

4. Мемлекеттік бюджет қаражатын және бюджеттен тыс көздерді – демеушілерді, гранттарды есепке алу мәселелеріне, сондай-ақ жеткізушілермен және мердігерлермен есеп айырысуларға жетекшілік ететін қаржы.

Бұл блоктар туризм индустриясының барлық дерлік ұйымдары мен кәсіпорындарын, соның ішінде оқиғалы туризмді қамтиды:

- ♦ іс-шаралар агенттіктері (ұйымдастыру комитеттері);
- ♦ іс-шараларды орналастыру құралдары мен өткізу орындарын ұсынатын кәсіпорындар;

- ♦ тамақтану және сауда кәсіпорындары; ақпараттық жарнама мекемелері; көлік фирмалары;
- ♦ демалыс және ойын-сауық кәсіпорындары;
- ♦ қоғамдық туристік ұйымдар мен бірлестіктер және т.б.;
- ♦ ұлттық, аймақтық деңгейдегі туризмді үйлестіруші және реттеуші ұйымдар.

Оқиғалы туризм арқылы қабылдаушы аумақтың өзінің көптеген стратегиялық міндеттерін шешу мүмкіндігін ескере отырып, іс-шараларды дайындау және ұйымдастыру жоғары кәсібилікті қажет ететіні анық. Осыған байланысты Қазақстанда оқиғалы-гастрономиялық туризмді басқару және іс-шаралар маркетингісін дамытудың маңызы зор.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеулер Қазақстан Республикасының туризмнің жаңа бағыты – «оқиғалық-гастрономиялық» туризмді қалыптастыруға негіз болып табылатын гастрономиялық ресурстардың кең спектріне ие екендігін айтуға негіз береді.

Зерттеу барысында гастрономиялық өнімді қалыптастыру және ілгерілету үшін олардың өзара әрекеттесуін реттейтін ақпараттық орталыққа біріктірілген бірнеше салалық құрылымдарды қосу қажет екендігі анықталды.

Тұтынушылық сұранысты талдау барысында турлар мен аспаздық бағыттағы іс-шараларды ұйымдастыруға қызығушылықты зерделеу кезінде гастрономиялық туристік өнімге деген сұраныс анықталды, бұл жүргізілген әлеуметтік сауалнаманың нәтижелерімен расталады.

Оқиғалық-гастрономиялық туризмді дамыту маңызды ғылыми және әлеуметтік-экономикалық әсер етеді. Жүргізілген зерттеулер:

- ♦ іс-шара, біріншіден, туристік дестинация объектілерін (аймақтық және салалық масштабта) анықтау, іс-шараларға да, гастрономиялық туризмге де сұранысқа ие;
- ♦ екіншіден, оқиғалық және гастрономиялық турларды цифрлық жарықтандыру мүмкіндіктерін пайдалану;
- ♦ үшіншіден, туристік саланың креативті және сыни ойлауы бар жоғары білікті кадрлар мен мамандарға қажеттілігін қанағаттандыру үшін оқиғалық-гастрономиялық туризм құзыреттілігі орталығын құру арқылы Қазақстанда оқиғалық-гастрономиялық турларды ұйымдастыру бойынша кәсіби кадрлар даярлау;
- ♦ төртіншіден, оқиғалық-гастрономиялық туризмді ұйымдастырудың инновациялық моделі негізінде жаңа туристік өнімді жылжыту тәсілдерін ұсыну;
- ♦ бесіншіден, кәсіби өсу мен дамуға бағытталған ғылыми дәрежелері, ғылыми жарияланымдары, айырым белгілері және т.б. бар оқытушылардың үлесін арттыру;
- ♦ алтыншыдан, туризм саласындағы мамандарды даярлау бойынша білім беру бағдарламаларының сапасын арттыру.

Жоба міндеттерінің бірінші кезеңінің күтілетін нәтижелері – зерттеу объектісі бойынша толық мәліметтер мен материалдар, Қазақстандағы оқиғалық-гастрономиялық туризмнің жетілдірілген теориялық және әдіснамалық базасын алу.

Жобаның екінші кезеңінің нәтижелері: деректерді талдау және жүргізілген зерттеу жұмыстары Қазақстанның оқиғалық-гастрономиялық туризміне мүдделі туристің портретін оның ғасырлар бойғы дәстүрлері мен негіздерін ескере отырып қалыптастыруға мүмкіндік береді; Қазақстанның оқиғалық және гастрономиялық объектілері арқылы туристік қызметтердің дамуына әсер ететін негізгі факторларды белгілейді; жергілікті атқарушы ұйымдар мен туристік компаниялар үшін қызметтің негізгі бағыттарын айқындайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Приказ исполняющего обязанности Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 18 октября 2021 года № 308 «Об утверждении Классификатора направлений туризма в Республике Казахстан по отраслевому, субъектному и объектному принципу». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33044187/ (дата обращения: 28.06.2024)

2 Официальный информационный ресурс премьер-министра Республики Казахстан. URL: <https://primeminister.kz/ru/news/sredi-turistov-nablyudaetsya-vysokiy-spros-na-gornolyzhnye-kurorty-askhat-oralov-24491/> (дата обращения: 28.06.2024)

- 3 Гасимова А. Винный туризм // Тезисы докладов Международной научной конференции. – Гянджа, 2022. – № 05. – С. 58–85.
- 4 Актымбаева Б.И. Гастрономический туризм как способ привлечения внимания к туристской дестинации // Экономика и социум. – 2015. – № 3(16). – С. 107–117.
- 5 Алимов Д.М., Ажаев Г.С. Анализ гастрономического туризма в приграничных регионах Казахстана и России // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2022. – № 13. – С. 17–24. URL: <http://journal.asu.ru/st/article/view/10846> // (дата обращения: 27.06.2024)
- 6 Кабытаева А.К., Титова М.А. Перспективы развития гастрономического туризма в Казахстане. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-kazahstane>
- 7 Толстогузова К.А. Роль событийного туризма в развитии страны // Human Progress. – 2017. – № 11(3). – С. 97–105. URL: http://progress-human.com/images/2017/tom3_11/ // (дата обращения: 27.06.2024)
- 8 Булганина С.В., Лопаткина Н.С. Событийный туризм: история и перспективы развития // Наукоеведение. – 2015. – № 3(7). – С. 125–138. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/168EVN315.pdf> // (дата обращения: 28.06.2024)
- 9 Бейсембинова А.С., Молдагалиева А.Е. Событийный туризм: понятия, виды, классификация // Вестник КазНУ Серия географическая. – 2017. – № 4(47). – С. 139–148. URL: <https://pps.kaznu.kz/ru/Main/FileShow2/125229/109/2/7/0/>
- 10 Биндевальд О.В. Влияние развития событийного туризма на имидж регионов Казахстана // Материалы VIII Международной научной конференции студентов и молодых ученых «Наука и образование». – 2013. – № 7. – С. 306–310.
- 11 Rassulova S., Nizhegorodtsev R., Zakiryanov B. Futures of the organization of Event Tourism in Kazakhstan. 2016, no. 24, pp. 301–317.
- 12 Шакина Ж.М. Событийный туризм как основа для формирования туристского потока в Казахстан // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 5. – С. 112–117.
- 13 Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы». URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262/> // (дата обращения: 27.06.2024)
- 14 Кенжеахметулы С. Қазақтың дарқан дастарқаны // Алматы кітап баспасы – 2015. – С. 37–38. URL: <https://elib.nlb.by/elib/Record/BY-NLB-br0001490438?sid=1251119>
- 15 Вульф Э. Что такое гастрономический туризм? // URL: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>.

REFERENCES

- 1 Prikaz ispolnjajushhego objazannosti Ministra kul'tury i sporta Respubliki Kazahstan ot 18 oktjabrja 2021 goda № 308 «Ob utverzhdenii Klassifikatora napravlenij turizma v Respublike Kazahstan po otraslevomu, sub#ektnomu i ob#ektnomu principu». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33044187/ // (data obrashhenija: 28.06.2024). (In Russian).
- 2 Oficial'nyj informacionnyj resurs prem'er-ministra Respubliki Kazahstan. URL: <https://primeminister.kz/ru/news/sredi-turistov-nablyudaetsya-vysokiy-spros-na-gornolyzhnye-kurorty-askhat-oralov-24491/> // (data obrashhenija: 28.06.2024). (In Russian).
- 3 Gasimova A. (2022) Vinnyj turizm // Tezisy dokladov Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. – Gjandzha. No. 05. P. 58–85. (In Russian).
- 4 Aktymbaeva B.I. (2015) Gastronomicheskij turizm kak sposob privlechenija vnimanija k turistskoj destinacii // Jekonomika i socium. No. 3(16). P. 107–117. (In Russian).
- 5 Alimov D.M., Azhaev G.S. (2022) Analiz gastronomicheskogo turizma v prigranichnyh regionah Kazahstana i Rossii // Nauka i turizm: strategii vzaimodejstvija. No. 13. P. 17–24. URL: <http://journal.asu.ru/st/article/view/10846> // (data obrashhenija: 27.06.2024). (In Russian).
- 6 Kabytaeva A.K., Titova M.A. Perspektivy razvitija gastronomicheskogo turizma v Kazahstane. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-kazahstane>. (In Russian).
- 7 Tolstoguzova K.A. (2017) Rol' sobytijnogo turizma v razvitii strany // Human Progress. No. 11(3). P. 97–105. URL: http://progress-human.com/images/2017/tom3_11/ // (data obrashhenija: 27.06.2024). (In Russian).
- 8 Bulganina S.V., Lopatkina N.S. (2015) Sobytijnyj turizm: istorija i perspektivy razvitija // Naukovedenie. No. 3(7). P. 125–138. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/168EVN315.pdf> // (data obrashhenija: 28.06.2024). (In Russian).
- 9 Bejseminova A.S., Moldagalieva A.E. (2017) Sobytijnyj turizm: ponjatija, vidy, klassifikacija // Vestnik KazNu Serija geograficheskaja. No. 4(47). P. 139–148. URL: <https://pps.kaznu.kz/ru/Main/FileShow2/125229/109/2/7/0/>. (In Russian).

10 Bindeval'd O.V. (2013) Vlijanie razvitija sobytijnogo turizma na imidzh regionov Kazahstana // Materialy VIII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii studentov i molodyh uchenyh «Nauka i obrazovanie». No. 7. P. 306–310. (In Russian).

11 Rassulova S., Nizhegorodtsev R., Zakiryanov B. (2016) Futures of the organization of Event Tourism in Kazakhstan, no. 24, pp. 301–317. (In English).

12 Shaekina Zh.M. (2013) Sobytijnyj turizm kak osnova dlja formirovanija turistskogo potoka v Kazahstan // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. No. 5. P. 112–117. (In Russian).

13 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 28 marta 2023 goda № 262 «Ob utverzhdenii Konceptii razvitija turistkoj otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody». URL: [https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262/\(data obrashhenija: 27.06.2024\)](https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262/(data obrashhenija: 27.06.2024)). (In Russian).

14 Kenzheahmetuly S. (2015) Қазақтың дарқан дастарқаны // Almatykitap baspasy. P. 37–38. URL: <https://elib.nlb.by/elib/Record/BY-NLB-br0001490438?sid=1251119>. (In Kazakh).

15 Vul'f Je. Chto takoe gastronomicheskij turizm? // URL: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>. (In Russian).

ZHUNUSOVA A.A.,*¹

doctor of profile, associate professor.

*e-mail: aliya.zhunusova1983@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4490-7777

KURMANKULOVA N.ZH.,¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: nurgik-7@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8667-2016

DZHANGELDINA D.I.,¹

c.p.s. associate professor.

e-mail: dariga_da@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9667-4207

KANATOVA S.K.,¹

m.e.s., senior lecturer.

e-mail: s.kanatova83@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-3045-5914

¹Kazakh University of Technology and Business
named after K. Kulazhanov,
Kazakhstan, Astana

MODEL OF ORGANIZING EVENTS AND GASTRONOMIC TOURISM AS A FACTOR IN INCREASING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

Abstract

This article focuses on the popularization of a new direction in tourism in Kazakhstan – event and gastronomic tourism. This study aims to develop an organizational model and innovative ways to promote event and gastronomic tourism, increasing its attractiveness and the competitiveness of the industry as a whole. The main directions of this article are the development of gastronomic and event tourism in Kazakhstan, identification of resource potential, concepts for promoting a tourist product, based on the development of effective methods and tools, development of an innovative program for the management of ethnic tourism and brand management of tourist destinations, aimed at popularizing domestic and inbound tourism, increasing the recognition of tourist centers in Kazakhstan, creating a positive brand of tourist areas. Solving the problem will contribute to a more rational organization of event and gastronomic tours and increase their economic and social efficiency. According to the “Classifier of tourism destinations in the Republic of Kazakhstan according to industry, subject and object principles” [1], today gastronomic and event tourism are separately distinguished. Promoting a new type of tourism in Kazakhstan can become a direction capable of dynamically developing the cultural environment, enhancing the prestige of national cuisine and gastronomic traditions, contributing to the growth of the attractiveness of regions, and increasing the influx of foreign tourists interested in the thousand-year history of Kazakhstan, with its unique gastronomy based on the simplicity and specificity of ingredients traditional Kazakh dishes. The development of event and gastronomic tourism in Kazakhstan can become a factor that significantly influences the effective development of territories and the cultural environment of society; contribute to the growth of employment and improve the quality of life, and the promotion of this type of tourism can become one of the priority areas for the development of the tourism industry of

the Republic of Kazakhstan and increasing its competitiveness. The interdisciplinary nature of the research allows us to consider the issues in the context of historical, socio-cultural, economic, and geographical sciences.

Key words: organization model, event and gastronomic tourism, development, resource potential, competitive advantages, brand management, quality improvement.

ЖУНУСОВА А.А.,*¹

доктор по профилю, ассоциированный профессор.

*e-mail: aliya.zhunusova1983@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4490-7777

КУРМАНКУЛОВА Н.Ж.,¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: nurgik-7@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8667-2016

ДЖАНГЕЛЬДИНА Д.И.,¹

к.п.н., ассоциированный профессор.

e-mail: dariga_da@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9667-4207

КАНАТОВА С.К.,¹

м.э.н., старший преподаватель.

e-mail: s.kanatova83@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-3045-5914

¹Казахский университет технологии и бизнеса

им. К. Кулажанова,

г. Астана, Казахстан.

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНО-ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Аннотация

В статье акцентируется внимание на популяризации нового направления в туризме Казахстана – событийно-гастрономического туризма. Цель данного исследования заключается в разработке модели организации и инновационных способов продвижения событийно-гастрономического туризма, повышающих его привлекательность, а также конкурентоспособность отрасли в целом. Основными направлениями исследования являются развитие гастрономического и событийного туризма в Казахстане; выявление ресурсного потенциала, концепции продвижения туристского продукта на основе разработки эффективных способов и инструментов, инновационной программы по менеджменту этнотуризма и бренд-менеджмента туристских дестинаций; повышение узнаваемости туристских центров Казахстана; создание положительного бренда туристских территорий. Решение задачи будет способствовать более рациональной организации событийно-гастрономических туров и повысит их экономическую и социальную эффективность. Согласно Классификатору направлений туризма в Республике Казахстан по отраслевому, субъектному и объектному принципам [1] на сегодняшний день отдельно выделены гастрономический и событийный туризм. Продвижение нового вида туризма в Казахстане может стать направлением, способным динамически развивать культурную среду, укреплять престиж национальной кухни и гастрономических традиций, способствовать росту привлекательности регионов и повышению притока иностранных туристов, интересующихся тысячелетней историей Казахстана с его уникальной гастрономией, основанной на простоте и специфике ингредиентов традиционных казахских блюд. Развитие событийно-гастрономического туризма в Казахстане может стать фактором, существенно влияющим на эффективное развитие территорий и культурной среды общества; способствовать росту занятости населения и повышению качества жизни. А продвижение данного вида туризма может стать одним из приоритетных направлений развития туристской отрасли Республики Казахстан и повышения его конкурентоспособности. Междисциплинарность исследования позволяет рассматривать проблематику в аспекте исторических, социально-культурных, экономических, географических наук.

Ключевые слова: модель организации, событийно-гастрономический туризм, развитие, ресурсный потенциал, конкурентные преимущества, бренд-менеджмент, повышение качества.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 09.07.2024