

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

6. Гудимова С.А. – Символы японской эстетики, 2017, 151 с.
7. Юкио Мисима: бурная жизнь противоречивого мученика - www.konnichiwa.ru (дата обращения: 21.03.2024)

ӘОЖ 338. 486

ТУРИЗМДІ ТАНЫМАЛ ЕТУДІҢ КЕЙБІР ФАКТОРЛАРЫ: ҚЫТАЙ МЕН ОҢТҮСТІК-ШЫҒЫС АЗИЯ ЕЛДЕРІ МЫСАЛЫНДА

Баймуханова Камилла Сансызбаевна

kimcamilla4@gmail.com

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ,

Халықаралық қатынастар факультетінің магистранты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекші - А.М. Азмуханова

Күтілгендей, жаһандық туризм 2023 жылға қарай толық қалпына келіп, пандемияға дейінгі деңгейге жетті. 2021 жылдың үшінші тоқсанында халықаралық туристердің келуі алдыңғы жылмен салыстырғанда 22 пайызға артты. Азия-Тынық мұхиты аймағында Қытай ерекше тартымды, Оңтүстік-Шығыс Азия Америка Құрама Штаттарынан алда. Бұл мақалада Қытай мен Оңтүстік-Шығыс Азия елдерінде туризм индустриясының танымалдылығын арттыратын кейбір нақты факторлар, атап айтқанда ғылыми-техникалық прогресс, психоэлеуметтік факторлар, сән, дәстүр, мәдениет және т.б. қарастырылады. Мақаланың негізгі мақсаты – осы факторлардың рөлін талдау және Азия-Тынық мұхиты аймағындағы туристік жағдайдың ерекшеліктерін түсіну.

Туризм елдің дамуында маңызды рөл атқарады - ол тауарларға сұранысты ынталандырады, мәдениеттердің біркелкі болуына ықпал етеді, жұмыс орындарын құрады және сауда мен өнеркәсіптің дамуына ықпал етеді. БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымының статистикасына сәйкес туризм жаһандық индустрияның қуатты және кең секторына айналды.[1, 2] Заманауи индустрия өнімнің өзіне ғана емес, мақсатқа бағытталған. Туризм контекстінде бұл өте маңызды, өйткені туризм элеуметтік, экономикалық және саяси салдары бар жаһандық құбылысқа айналды. Халықаралық саяхаттардың өсуі тек экономикалық факторлармен ғана емес, сонымен қатар мәдени, білім беру және саяси факторлармен де байланысты. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) мәліметтері бойынша, 2023 жылы халықаралық саяхаттар пандемияға дейінгі деңгейдің 90% дерлік жетеді, қаңтар-қыркүйек кезеңінде 975 миллион туристен асады. Биылғы жылдың үшінші тоқсанында өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда халықаралық туристер саны 22 пайызға артып, Солтүстік жарты шарда жаз маусымының күшті болғанын көрсетеді. Шілде айында пандемия басталғалы бері ең жақсы көрсеткішке қол жеткізілді - оған дейінгі деңгейдің 92%. Жалпы, 2023 жылдың қаңтар-қыркүйек аралығында пандемияға дейінгі деңгеймен салыстырғанда туризмнің 87%-ы қалпына келтірілді. 2023 жылы халықаралық туризмнен түсетін табыс 1,4 триллион АҚШ долларына жетеді деп болжануда, бұл 2019 жылы дестинациядан түсетін кірістің шамамен 93% құрайды [2].

Азия-Тынық мұхиты аймағы (APR) екінші орында Америка аймағын ауыстырды. Бұған АҚШ-қа кіруге қойылған шектеулер, виза алудың қиындығы, әсіресе лаңкестік әрекеттерден кейін және көптеген тексерулер себеп болып отыр. Азия-Тынық мұхиты аймағы болашақтың баратын жері болып саналады, Қытай мен Гонконг келушілерді көбірек тартады [3, 2].

Бұл мақалада Қытай мен Оңтүстік-Шығыс Азия елдеріндегі туристік индустрияның дамуының факторларының кейбіріне тоқталып, олардың туризм саласында қандай рөл атқаратыны талданылады. Негізгі факторлар :1) туризмді мемлекеттік қолдау; 2) географиялық факторлар мен маусымдылық; 3) саяси және экономикалық факторлар; 4) демографиялық және элеуметтік факторлар; 5) ғылыми-техникалық прогресс; 6) туризмді ресурстық қамтамасыз ету;

7) туризмді инфрақұрылымдық қамтамасыз ету; 8) туризмді кадрлармен қамтамасыз ету; 9) психоәлеуметтік факторлар, сән, дәстүр және т.б. [4, 34]. Ғылыми-техникалық прогресс, психоәлеуметтік факторлар, сән, дәстүр, мәдениет және т.б. факторларына тоқталып, аталған аймақтағы өзіне тән жағдайының сипаттын анықтайық.

Туризм - Қытай экономикасының маңызды саласы, елдің дамуында маңызды рөл атқарады. Қытай үкіметі туризмге көп көңіл бөледі және реформалар мен ашықтық кезеңінен бастап осы саланы дамытуды жалғастыруда. Қытайдың мың жылдық тарихы мен мәдени көрікті жерлері жыл сайын миллиондаған туристерді тартады. Ұлы қорған және “Тыйым салынған қала” сияқты ЮНЕСКО-ның дүниежүзілік мұра нысандары жыл сайын миллиондаған келушілерді қабылдайды, бұл Қытайдың туризм индустриясының дамуына елеулі үлес қосады. «Мәдени туризм» ұсынысы әр түрлі көрікті жерлерге – сәулеттік, тарихи, географиялық және т.б. баратын тұлғаларды қамтиды [5, 102]. Қытайда мәдени туризм феномені кең етек алды. Мәдени мұра туризмі – тарихи орындарға бағытталған және адамдарға өз елінің өткенімен байланыстыруға мүмкіндік беретін туризм түрі. Бұл адамдарға қатыстылық сезімін сезінуге көмектеседі, сонымен қатар туристерді тарту арқылы экономикалық пайда әкеледі. Мишельсон мен Паадамның айтуынша, мұра әлеуметтік-мәдени құндылықтарға бағытталған туристік өнім ретінде сатылады. [6].

Мұралық туризмнің табысты болуы тарихи орындардың сапасы мен тартымдылығына және олардың тарихи-мәдени маңыздылығын көрсете білуіне байланысты. Қытайдағы мәдени туризм ақпараттық құндылыққа ие болып қана қоймай, эстетикалық ләззат әкеледі. Сун Ятсен мемориалдық залы осындай туризмнің тамаша үлгілерінің бірі болып табылады – мұнда дәстүр мен заманауилық тоғысады, көптеген өнер туындылары қойылған, айналадағы саябақ жалпы атмосфераны керемет көріністермен толықтырады. Мәдени туризмнің жаһандық маңызы бар, ол миллиондаған адамдарды мәдени көрікті жерлермен танысуға, мұра фестивальдеріне қатысуға және тарихи орындарға баруға тартады. Қытайлықтар жыл сайын жеті мемлекеттік мерекені атап өтіп, туристер үшін мәдени мүмкіндіктерді одан әрі кеңейтеді. Қытайдағы «Көктем мерекесі» мен «Шырақ фестивалі» туристерді, әсіресе қысқа қашықтыққа ұзақ сапарға саяхаттауды көптеп тартты. Фонар фестивалі көлік, онлайн сату және ойын-сауық сияқты секторларға кіріс әкелетін туризмнің негізгі драйверіне айналды. Әйгілі Шанхай қуаныш бағы жарық шоуы жолаушылардың 60%-дан астамын тартты. Сегіз күнге созылған демалыста Қытайдағы саяхаттардың жалпы саны 34,3 пайызға артып, 474 миллионға жеткен. Ішкі туризм шығындары да айтарлықтай артып, 632,69 миллиард юаньға жетті. 40 күндік көктем мерекесі кезінде жолаушылар саны рекордтық 9 миллиардқа жетеді деп күтілуде. Көлік өкілдерінің айтуынша, биылғы көктем мерекесінің алғашқы 17 күнінде елде 3,5 миллиардтан астам жолаушы сапарлары тіркелді.[7]

Қытайда туризмнің дамуы «Алтын туризм апталығының» құрылуына және туристік қызметке сұраныстың артуына әкелді. Осы кезде басты назар шетелдік туристерді тартудан ішкі халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыруға ауысты, бұл туристік өнімдердің кеңеюіне және қоғамдық тамақтандыру, көлік және орналастыру сияқты салалардың дамуына әкелді. Бірақ туристік қызметтердің сапасына, қоршаған ортаны қорғау мен қауіпсіздікке көбірек көңіл бөлу керек. 2011 жылы ішкі туристердің саны айтарлықтай артып, 2 миллиард 614 миллионға жетіп, ішкі туризмнің кірісі 1 миллиард 930 миллион юань болды.

Ғасырлық және қайталанбас Қытай мәдениеті бүгінгі күнге дейін өнер, әдебиет және гастрономиялық мәдениет арқылы өзінің өзіндік ерекшелігін атап көрсетеді.[8, 46-48]. Қытайдың әртүрлі ландшафттары мен бай азық-түлік ресурстары бүкіл әлемде мойындалған бірегей тағам мәдениетін жасады. Қытайлықтар тамақ пен тамақтануға үлкен мән береді, мұны «Адамдар үшін ас - жұмақ» деген сөздер дәлелдейді.[9]. Жаһандану қытайлықтардың әртүрлі дәм мен мәдениетке деген қызығушылығын оятып, олардың аспаздық көкжиегін кеңейтуге мүмкіндік берді. Бұл тағам мәдениетінің өсуіне және тамақ пен саяхатты біріктірудің өсу үрдісіне әкелді. Қытайда бұл тақырып бойынша аз зерттеулер жүргізілді, бірақ тамақ туризмі туралы батыс әдебиеті құнды

түсініктер береді. Салыстырмалы түрде жаңа болғанына қарамастан, Қытайдағы тамақ туризмі қарқын алуда. Гастрономиялық туризм – бұл елдің ұлттық тағамдарының ерекшеліктерімен, өнімдер мен тағамдарды өндіру және дайындаумен танысуға арналған саяхат; бұл үлкен даму болашағы бар туризмнің жаңа түрі [10, 106].

Қытайдағы туризм экономиканың ең жылдам дамып келе жатқан салаларының бірі және әлемдік рейтингте төртінші орында. Гастрономиялық туризм 1987 жылы өткен Халықаралық тағам фестивалінен бері елдің мәдени ұсынысының ажырамас бөлігіне айналды. Қытай асханасы жергілікті тағамдарды туристердің қызығушылықтары мен талғамдарына сәйкес бейімдейтін аймақтық аспаздық туризм арқылы насихатталады. Booking бүкіл әлем бойынша 50 000-нан астам туристермен сұхбат жүргізді, онда деректер туристердің 61% -дан астамы дәмді тағамы үшін туристік бағытты таңдайтынын айтқанын көрсетеді [11, 343]. Қытайда аспаздық туризмнің үш түрі бар: аймақтық, мерекелік және тақырыптық. Қытай мәдениеті тағамды жоғары бағалайды және оны әртүрлі тәсілдермен атап өтеді. Елдің әртүрлі аспаздық мұрасы соңғы үш мыңжылдықта қалыптасты, оған отандық және импорттық ингредиенттер әсер етті.

Қытай асханасының негізгі ингредиенттерінің бірі Қытайға 15 ғасырда әкелінген ащы бұрыш, Оңтүстік-Шығыс Азияда да мәдениеттің маңызды нышандарының біріне айналды және сауықтыру тағамдық кешеннің бір бөлігі болды [12]. Жоғарыда айтылғандай гастрологиялық туризм Қытайға ғана емес, Оңтүстік-Шығыс Азияда да ғылыми-техникалық прогресс факторымен ұштасып, туризм танымалдығын арттыратын фактор. Технологияның дамуы өмірдің барлық салаларына, соның ішінде туризмге де әсер етеді. Танымал өмір салтына айналған халал туризмі үлкен әлеуетке ие болды. Ол негізінен мұсылмандарға бағытталғанымен, мұсылман емесер де туризмнің бұл түрін таңдай бастады. Халал туризмі әсіресе Оңтүстік-Шығыс Азияда күшті өсуді байқады, мұнда халықаралық туристер саны 2017 жылы 9 миллионға өсті. Вьетнам мен Таиланд аймақтағы танымал бағыттарға айналды. Мұның бәрі әуе қатынасын кеңейту және виза алу процесін жеңілдету арқасында мүмкін болды. АКТ, әсіресе цифрлық медиа туризм индустриясында, әсіресе өскелең ұрпақ арасында маңызды рөл атқарады. Малайзия 2022 жылы халал туризмі бойынша ең жақсы ел болып танылды, ол 100-ден 74 ұпай жинады. Ел көрікті жерлерге ыңғайлы қолжетімділікті, тиімді коммуникацияларды, қауіпсіздікті, экологиялық тұрақтылықты және сапалы қызметтерді ұсынады. Малайзиядан кейін 70 ұпаймен Индонезия екінші, 62 ұпаймен Сингапур үшінші, 61 ұпаймен Бруней-Даруссалам төртінші және 51 ұпаймен Таиланд бесінші орында тұр. [13]. АКТ туризмді дамытады және танымал бағыттар мен қызметтер туралы ақпаратқа оңай қол жеткізуді қамтамасыз етеді. Бұл технологиялар қолданудың қарапайымдылығы мен жылдам қол жетімділігі арқасында мыңжылдықтарды тартады. DPR зерттеулері Индонезиядағы халал туризмінің әлеуеті зор екенін, бірақ кейбір кедергілерге тап болғанын көрсетеді. Баяндамада осы саладағы мамандарды даярлау және туризм инфрақұрылымын дамыту қажеттігі айтылды. Сондай-ақ бұл нарықта стандарттау мен сертификаттаудың маңыздылығын атап өтеді. Мәселелердің бірі - Индонезияға туристерді тарту және оны халал туризм бағыты ретінде насихаттау мүмкін емес. Дегенмен, зерттеу Оңтүстік-Шығыс Азия аймағын мұсылман халқына байланысты осы нарықтың өсуі үшін перспективалы деп анықтайды. Ол сондай-ақ Қытайдағы халал туризм нарығының әлеуетті өсуін және Еуропа мен Таяу Шығыстағы халал ет импортының нарықтарының мүмкіндіктерін болжайды. Индонезия мұсылман туристері үшін негізгі бағыт ретінде өзінің әлеуетін жүзеге асыруда, халал туризмді дамыту бойынша айтарлықтай күш-жігермен қолдау көрсетіледі, бұл экожүйенің жоғары баллымен, сондай-ақ халал туризмі туралы бұқаралық ақпарат құралдарының талқылауының айтарлықтай артуы [14]. Дегенмен, әмбебап стандарттардың жоқтығы тұтынушылар мен сала мамандары арасында түсінбеушілік туғызып, проблема туғызады. Бұл саланы одан әрі дамыту үшін инновациялық идеялар мен ислам құндылықтарын туризмнің барлық аспектілеріне қалай енгізу керектігін терең түсіну қажет. Сандық технологияны қолдана отырып және соңғы

ақпараттық тенденцияларды қадағалай отырып, Оңтүстік-Шығыс Азия халал туризм сегментін кеңейту және халықаралық туристерді тарту мүмкіндігіне ие.

Жоғарыда аталған факторлар екі аймақтағы туризмді танымал етуде айрықша күшке ие екенін көрсетілді. Қытайдың мәдени және гастрономиялық аспектілері мен Оңтүстік-Шығыс Азиядағы халал туризм индустриясының сандық технологиялармен ұштаса, туризм танымалдылығын арттыратын факторлар ретінде үлкен болашағы бары айдан анық. Жаһандану мен модернизация заманында туристік саланы жоғарғы сатыда сақтай алып, өзіндік ерекшеліктерді жоғалтпай, сол саланы дамытып, танымал ету екі аймақтың мысалында көрінеді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Lu, Y. Transforming China's Tourism Industry: The Impact of Industrial Integration on Quality, Performance, and Productivity. J Knowl Econ (2024).
2. The World Tourism Organization UNTWO. - <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels>.(Есепке алынған күні: 23.03.2024)
3. Романова М. М. Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – № 2 (февраль). – С. 56–60. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/14036.htm>.(Есепке алынған күні: 23.03.2024).
4. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. –Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 472 с.
5. Шаруненко Ю.М. Рекреационный туризм. Ореп, 2014.
6. Michelson, A., & Paadam, K. (2016). Destination branding and reconstructing symbolic capital of urban heritage: A spatially informed observational analysis in medieval towns. Journal of Destination Marketing and Management, 5(2), 141–153.
7. CGTN: Туристический бум в Китае во время Весеннего фестиваля взял бурный старт Об этом сообщает "Рамблер". - https://travel.rambler.ru/abroad/52342130/?utm_content=travel_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink
8. Ма, С. Культурные особенности гастрономического туризма в Китае / С. Ма – Барнаул: ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» (АлтГТУ), 2016. – С. 46-48.
 - a. Demina O. Culinary journey through China or the Kingdom of cooking // 100 roads [electronic resource]. – 2017. - URL: <https://100dorog.ru/guide/articles/6971121/> (Есепке алынған күн: 11.04. 2022).
9. Иванов, В.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. №2. С. 105-113.
10. Чжан, М. Развитие гастрономического туризма в Китае. – Минск: Белорусский государственный университет, 2022. – С. 342-346.
11. Yim King Penny Wan & Suh-hee Choi (2022) Food Tourists and Food Image in a Creative City of Gastronomy in Macao, China, Journal of China Tourism Research, 2020. – pp. 376-396/
12. Akim et al., (2023). The Effect of Digital Technology on the Development of Halal Tourism in Southeast Asia, Padjadjaran University,Indonesia1,2,3 Jakarta Veterans National Development University 861-872.
13. Wijaya, T., Nurbayah, S., Zahro, F., & Ningsih, F. (2021). Pariwisata Halal di Indonesia: Kajian terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSNMUI). TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora, 2(3), 284–294.