



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

events or climate sensitive environmental changes (e.g., coral bleaching), for instance, can occur at anytime and are difficult to project.

References

- 1.Becken, S. (2007). Tourists' perception of international air travel's impact on the global climate and potential climate change policies. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, 351–368.
- 2.Behringer, J., Buerki, R., & Fuhrer, J. (2000). Participatory integrated assessment of adaptation to climate change in alpine tourism and mountain agriculture. *Integrated assessment*, 1, 331–338.
- 3.Bigano, A., Hamilton, J. M., & Tol, R. S. J. (2006). The impact of climate on holiday destination choice. *Climatic Change*, 76, 389–406.
- 4.Buzinde, C. N., Manuel-Navarrete, D., Yoo, E., & Morais, D. (2010b). Tourists' perceptions in a climate of change: eroding destinations. *Annals of Tourism Research*, 37, 333–354.

УДК 33.332.15

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АГРОТУРИЗМНІҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Рамазанова А.

Aidana-1993.11.12@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» мамандығының 4 курс студенті, Астана,
Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Муканов А.Х.

Агротуризм – ауылдық елді мекендерде ұйымдастырылатын, келуші қонақтарға орналасу, тамақтану, демалыс, экскурсиялық қызмет, көңіл көтеру мен спорттық іс-шаралар, белсенді туризм түрлері, аңшылық пен балық аулау, әдет-ғұрып пен білімдерін жетілдіруге арналған кешендік қызметтерді жасау және ұсыну қызметінің түрі. Сонымен бірге агротуризм саласы ауылдық елді мекен тұрғындарын жұмыспен қамту, негізгі өндіріс көлемі мен азаматтардың жеке табысын демалыс пен рекреация арқылы ұлғайту құрамын қамтамасыз ететін ауыл шаруашылығының белгілі бір бөлігі.

Агротуризм – ауыл туризмі, агро-сауық (agri-tainment), агромәдениет туризмі ретінде белгілі. Жалпы алғанда оның Америкада және Еуропада пайда болуының ұзақ тарихы бар. XIX ғасырдың соңына қарай қаладағы тұрғылықты халық ауылдағы туыстарына жаздың аптап ыстығы мен қаланың шуынан шаршағандықтан қонаққа баруды әдетке айналдырған. «Ауылдық» сапарлар 1920 жылдан бастау алады, себебі саяхатты жеңілдететін автомобильдер шығарыла бастады. 1930-1940 жылдар аралығында ауылдық демалыстар Ұлы тоқырау мен Екінші дүние жүзілік соғыстың қысымынан шаршаған адамдарға күштерін қалпына келтіру амалы ретінде байқалған болатын [1]. Атқа міну, үй жануарлары қожалығы және жалпы шаруашылықпен байланысты ностальгия 1960-1970 жылдары үлкен қызығушылыққа ие бола бастады. Бұл 1980 және 1990 жылдары фермалық демалыс орындарына, ранчоларға, коммерциялық ферма турларына және «Керует&таңғы ас» (Bed&breakfast) фермаларына деген сапар шегулердің жиілеуіне алып келді. Себебі ауылдық тәжірибеге деген баяу қарқынды сұраныс қазір ауылдық негіздегі демалыстан маңызды кәсіпке айналдырушы катализатор қызметін атқаруда. Дәл айтқанда, агротуризм саласы экономикаға тікелей ықпал етуші құралға айналды.

Елбасымыз Қазақстанның бай әрі тамаша табиғаты, қайталанбас тарихи-мәдени ескерткіштері елімізде туризм индустриясын өркендетуге мол мүмкіндік беретіндігін айтып, өз Жолдауында туризмді ел экономикасының тұрақты дамуының басым бағыттарының бірі

ретінде іске жаратуды ұсынды. Туризмді дамыту жаңа жұмыс орындарын ашуға, өңірдің инфрақұрылымын жетілдіруге, сондай-ақ ауыл шаруашылығына, жеңіл өнеркәсіпке, құрылысқа оң ықпалын тигізетіндігін алға тартты. Бүгінгі таңда туризм индустриясынан түскен табыс мұнай өндірісі мен машина жасау өнеркәсібінен кейінгі 3-орында тұр. Сарапшылардың пайымдауынша, 100 мың турист қалада шамамен 2 сағат болған кезде 350 мың АҚШ долларын жұмсайды екен. Туризм әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестицияның 11 %-дан астамын, әлемдік өндірістің әрбір 9-шы жұмыс орнын қамтамасыз етеді.

Қазіргі уақытта еліміздегі агротуризмге байланысты көптеген көзқарастар қалыптасқан. Тұтастай алғанда агротуризм экологиялық туризмнің бір түрі ретінде, ауылдық елді мекенде жүргізілетін, территорияның табиғи ерекшеліктері мен тарихи, мәдени әлеуетіне негізделген, ауылдық елді мекенге келуші туристерге міндетті орналасу орнын ұсынатын және де жергілікті ауыл тұрғындарын туристік қызметке қызықтыратын туризм болып саналады. Қазақстандағы агротуризмнің даму мүмкіншілігін бағалау үшін шетелдік туристерге арналған туристік нарық қызығушылықтарына талдау жүргіздім. Жүргізілген зерттеулер нәтижелері бойынша Қазақстанға келуші туристердің бұл елге сапар шегуінен күтетіндері өзіндік ерекшеліктерге ие.

Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, елімізге келуші шетелдік туристердің көпшілік бөлігі агротуризм саласы бойынша жабайы табиғат пен көлді далаларға сапарға шығуды ұнатады. Сонымен қатар Қазақстандағы агротуризм саласы экологиялық туризм, сафари-туризм, мәдени-танымдық және спорттық-атпен серуен туризмімен тығыз байланыста болып дамиды. Далалық сафари мен тарихи-ұлттық турлар агротуризм саласымен тікелей байланыста ұйымдастырылады. Бір жағынан Қазақстанның далалық аймақтары ауылдық елді мекендерде орналасқан, ал екінші жағынан тарихи және ұлттық дәстүрлердің басым көпшілігі дәл сол ауылдық жерлерде сақталынған. Зерттеу бойынша, агротуризмнің дамуында сафари-туризм маңызды орын алады, алайда инфрақұрылымның дамуы төмен деңгейде. Ал одан кейінгі орында мәдени және ұлттық дәстүрлерге негізделген агротуризм алады [2].

Агротуризмді ұйымдастырудың қазақстандық тәжірибесіндегі сәтсіздіктің басты себебі – әзірше ұсыныстың ауқымды нарығын ақпараттық түрде қалыптастыра алмауында. Турөнім өндірушісінің тұтынушымен еш делдалсыз тікелей байланысуы тиімді көрінуі мүмкін. Алайда туристік нарықтың сипаты дәл осындай тік байланыс тұтынушыға арналған таңдау мүмкіндігін тарылтады: ұсыныс бойынша көлемді ақпараттың жоқтығы, жүйесіздігі, әр түрлі жарнамалық-ақпараттық құралдарда шашырап келуі. Сол кезде нарық мүлде орнамайды: агротуристік өнім сатып алушысының таңдауы шектеулі, егер ол шын мәнінде болса.

Ауыл аумағындағы демалыстарға көлемді сұраныстың болуының өзінде де ауыл шаруашылығындағы белгілі бір кәсіптің иегерлері төмендегі қызметтерді жүзеге асыра алмайды.

Біздің еліміздегі агротуризм саласында қолданылған үлгілерді қарастырып көретін болсақ:

- жеке агротуристік шаруашылық, бұл үлгінің келешегі бар деп қарастырылмайды;

- монополиялық нарық, ол негізгі табысты алады, әлбетте шығындарға да ұшырайды.

Фирма қызметтер сапасын өзі бақылайды. Турөнімнің ақпараттық түрге көшуі турфирманың жеке ақпараттық базасы негізінде іске асады. Дегенмен нарық монополиялық түрде қала береді. Агротуризм секторына осындай профильді бірнеше фирмалардың шығуымен олардың арасында орналастыру орындарының иегерлері үшін бәсеке пайда болуы мүмкін. Ал бұл иегерлер сол сәтті пайдаланып қызметтердің бағасын өршітіп жіберуі мүмкін;

- агротуристік шаруашылықтардың жергілікті жүйелерінің ақпараттық технологияларды қолдануынсыз қалыптасуы. Ескерілгендей ақпараттық технологиялардың болмауы жергілікті жүйелерге айтарлықтай дамуға мүмкіндік бермейді;

- агротуристік сектордың жергілікті биліктің қолдауымен жүзеге асуы. Дәл осы жерде жергілікті биліктің қолдауымен, үй шаруашылығы немесе жанұялық қонақ үй кәсібі

көмегімен материалды-техникалық, кадрлық және қаржылық ресурстар – орналастыру, тамақтандыруға арналған құралдар іске асырылады.

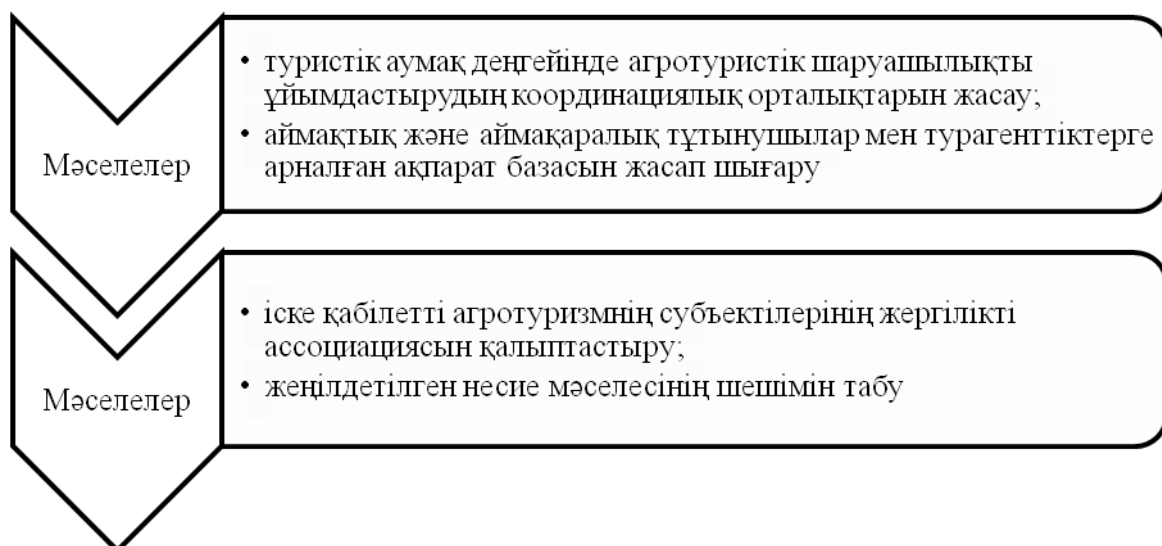
Белгілі жерде жасалатын турөнім – туристік қызметтердің кешенді қызметі ретінде өндіріледі. Жергілікті билік берілген жердің тартымды бейнесін жасауда, туристік маршруттарды кіріс жолдарымен картографиялық және басқа мағынада қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Нақты туристік өнімді жасауда анықтаушы рөлді жергілікті қауымдастықтар атқарады. Алайда турөнімді нарыққа жылжытуда олар қосалқы мүшеге айналады. Бұл сонда дәл осы жағдаймен байланысты [3].

Сонымен қатар маркетинг және жарнама – туриндустрияның шығынды көп қажет ететін бөлігі. Егер де агротуристік шаруашылық өзінің турөнімін индивидуалды түрде жылжытумен айналысса, ол өте тиімсіз шара болушы еді. Жарнама мен маркетингке кететін ауқымды шығындар ауыртпалық туғызушы еді, олар жергілікті нарықтың өзіне тауарын жылжыта алмайды. Теледидар мен радио секілді тиімді құралдар өздерінің қымбаттылығы себебінен қол жетімсіз болушы еді, ал арзан бағалы құралдар тиісті әсер қалыптастырмайды. Заманауи ақпараттық құралдарынсыз және кәсіби даярланған маркетинг пен жарнамасыз агротуристік кәсіп турқызметтің «шикі» өндірісінен алыстамаушы еді.

Көптеген муниципалитет агротуризмде жергілікті экономиканың қосалқы секторын көреді. Әйтсе де туристік саланың сипатының қарамағына сай, біз жоғарыда дәлелдеп көрсетпек болған өз субъектілеріне және жергілікті бюджетке жоғары табыс әкелу мен агротуризмді тұрақты функционалдау жергілікті үстіңгі масштабты нарықты қалыптастыруда ғана жүзеге асады. Шашыраңқы муниципалитетке бұл мәселені шешу қиынға соғады.

Мұндай функциялардың турөнімді нарыққа жылжыту секілді ұйымдастырушылық және ақпараттық қамсыздануы, маркетинг және жарнама агротуризмде маманданған агротуристік шаруашылықтар мен турфирманың бірігуіне жатады. Дәл осы агротуризмдегі одақтар турөнімді ақпараттық түрге ауыстырумен айналысады. Олар агротуристік объектілер бойынша жинақталатын және олармен көрсетілетін қызметтер туралы, сонымен қатар аймақтардың туристік ресурстары жөнінде толық ақпараттардың орталықтандырылған порталдарын құрады. Бұл порталдар өзін-өзі өтейтін бизнес-бірліктер болуы қажет. Жалпы өз ақпараттарын турфирмаларға сатады, не броньдаудың орталықтандырылған жүйесі ретінде қызмет етеді. Агротуристік портал қол жетімді, кез келген адам қолдана алады. Бұл тұтынушылардың санын көбейтеді. Қажетсінбейтіндер турагенттікке барады, ал өздігінен демалыс орнын тапқысы келетіндер қажетті орнын тікелей броньдай алады. Сатылым кезінде турфирмалар қызметтер пакетін кеңейте алады.

Қазақстандағы агротуристік сектор дамуын шешу үшін бірінші кезектегі сурет 1-де көрсетілген мәселелерді шешіп алған жөн.



Сурет 1. Қазақстандағы агротуризм саласын дамыту үшін шешілуі тиіс мәселелер
Ескерту – Сурет пайдаланылған әдебиет [4] негізінде автормен құрастырылған

Сонымен агротуризмді дамыту арқылы туриндустрияның заманауи секторына айналдырудың өзекті элементі – турөнімді ақпараттық күйге ауыстыру, интерактивті порталдағы ақпаратты жинақтау және турөнімнің электронды нарығын жасау. Бұл функциялардың орындалуының ұйымдастырушылық орталығы – агротуристік бизнес субъектілерінің одағы.

Қазақстандық жағдайда ұйымдастырушылық қызметтерді өз мойнына жергілікті әкімшілік алады. Туризм саласындағы «ширағырақтарда» сәйкестендірілген құрылымдар жасалады – ресурстық және т.б. Олар алдыңғы қатарлы кеңес беру органдары болып табылады. Бірақ бұл органдардың керекті квалификациясы жоқ, жергілікті турөнімді аймақтық және одан жоғары нарыққа жылжытуға шамасы жетпейді. Бұл жергілікті турфирмалар үшін де қиынға соғады: олардың ірі нарықта жұмыс істеу тәжірибесі аз, маркетинг пен жарнамаға кететін ресурстары да шектеулі, және де «гудвилдің» – атақтылықтың жоқтығы.

Дәл осы жергілікті турөнімнің аумақтық және одан жоғары ұсыныстар нарығын жасауы, әсіресе, атап кетсек, агротуристік өнімдер қалыптасуы – бүгінгі күнгі басты мәселе. Ал ол турқызметтің басты тұтынушысы орналасқан жерде шешіледі. Осыдан қазақстандық ауылдарда агротуристік өнім ұсынатын нарықты жасаудағы императив жергілікті мекен аралық, аймақтық және аймақаралық агротуризм субъектілерінің кооперативі болып табылады. Сәйкестендірілген ұйымдастыру орталықтарын жасаушы агротуризм субъектілерінің одағы арқылы агротуристік объект бойынша интерактивті порталы бар ақпарат базасын құрастыру және қолдау жолымен ақпараттық технологияларды қолдану атқарылады.

Нарықты бастапқы этапта құрастыру мәселесін шешу үшін төмендегідей қызметтерді атқару қажет:

- ұйымдастырушылық қамсыздандыру облысында – агротуристік бизнес субъектілерінің бірігуі (қызметтері: агротуризммен айналысқысы келетін тұлғаға барлық сауалдары бойынша кеңес беру; тіркеу; агротуристік объектілерді шағын несиелеудегі арналарды ұйымдастыру; алғашқы ақпараттық қамсыздандыруды ұйымдастыру; агротуризм секторы бойынша жарнамалық және маркетингтік істің ұйымдастырылуы; турөнімнің ақпараттық түрге ауысуы; келешекте сертификаттау қарастырылған);

- ақпараттық қамсыздандыру облысында – масштабты интерактивті ақпарат базаның осы біріккен құрастырылған базаның жергілікті турөнімді ақпараттық күйде ұсынудың кең нарығын қалыптастыру;

- құқықтық қамсыздандыру облысында – нормативті-құқықтық базаны қажетті деңгейде толықтыру;

- қаржылық қамсыздандыру облысында – агротуристік объектілердің жеңілдетілген несиелеу жүйесін ұйымдастыру (агротуристік шаруашылықты шағын несиелеу), қажетті кәсіби дайындық бағдарламасын қаржыландыру, стратегиялық тапсырма жүзінде – ауыл аумағының инфрақұрылымын қаржыландыру (ең бастысы, жол, электр және сумен жабдықтау, телефонизация) [5].

Жоғарыда айтылған мәселелер биліктің минимум аймақ деңгейіндегі саяси қолдауын қажет етеді. Мұның өзі Батыс елдерінде қолданылатын тәжірибелер көрсетіп отырғандай, агротуризм секторында нарық механизмін жіберуге жеткілікті. Алайда, барлық мәселелер сауатты, тез, оңай шешімін сәйкесінше құқықтық және қаржылай қамсыздандыруды ұсынатын саяси қолдау орталығы болғанда ғана табады. Бұл жағдайда осы кәсіп қазақстандық ауылдарды стратегиялық әлеуметтік- экономикалық және қоғамдық қолдайтын саяси жоба ретінде қарастырылуы тиіс және үкімет деңгейінде саяси шешімді талап еткені жөн саналады.

Біздің ойымызша, еліміздегі агротуризм саласын қалыптастыру мен одан әрі жақсы

дамытуда міндетті түрде шетелдік тәжірибені қолдана білуіміз қажет. Мұнай мен газдан басқа Қазақстанда аса ірі табиғи ландшафтар, табиғаттың адам қолы тимеген бөліктері кездеседі. Бұл табиғи қорлар агротуризм саласының маңызды инфрақұрылымын құруға, ауылдың жағдайын көтеруге септігін тигізеді. Агротуризм саласының ұйымынан келетін әсер жылу-энергетикалық ресурстарды пайдаланғаннан нашар бола алмайды. Агротуризм саласы арқылы еліміздің ауыл тұрғындары Италия мен Франциямен салыстырғанда жақсырақ табыс таба алады. Бұл үшін ауылдық тұрғындар мен ұйымдастырушылар туристер алдында қорқынышын бәсеңдетіп, осындай жолмен де маңызды табыс табуға да болатынына сенулері керек.

Қазақстандағы ауылдық елді мекендердің экономикалық және әлеуметтік мәселелерін шешуде агротуризм саласының объектілері басты рөл атқарады. Олардың белсенді қызметі халықтың тұрақты әрі салмақты табыс табу мен жұмыспен қамтуды көбейтуді, ауыл шаруашылығы өндірісі мен ауыл инфрақұрылымын дамытуды, тарихи-мәдени орындар мен табиғи ескерткіштердің, ауылдық дәстүрлер мен кәсіптердің сақталуы мен жаңғыртуды т.б. қамтамасыз етеді. Сол себептен агротуризм саласы туризмнің бір түрі және жаңа бағыты ретінде қалыптасады.

Агротуризм саласы туристерге ұсынылатын әр түрлі қызметтердің жинағы ретінде қалыптасады: ауылдық үйлерде орналасу, ауылдық мәдени, ойын-сауықтық іс-шараларға қатысу мен көкке жорыққа шығу, жергілікті асхананың, кәсіпшілік пен ауылдық салт дәстүрлердің құпияларымен танысу. Туристік қызметтер кешенін қалыптастыруда басты орынды: зоо және фитотерапия, олардың құпияларын меңгеру, ауылдық монша, балық аулау, аң аулау, атпен серуендеу, саңырауқұлақ пен жидек теруге жорыққа шығу т.б. алады. Дамыған агротуризм саласы негізінен туристер мен ауылдық тұрғындарға білім беру, туристерді орналасу орындарымен, тақырыптық семинарлар, экскурсия және адамдардың қоршаған ортамен қарым-қатынасы мәселесіндегі эко-саяхаттармен тығыз байланыста қалыптасуы қажет. Аталған білім беру формалары тұрғындардың қоршаған ортаны қорғаудағы экологиялық білім деңгейін көтеруге мүмкіндік береді. Осылайша Қазақстандағы агротуризм саласының төмендегідей ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктері қалыптасады

Қолданылған әдебиет

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту-Қазақстан дамуының басты бағыты» // Егемен Қазақстан. – 2012. – 27 қаңтар.

2 Қазақстан 2013 жылы: Статистикалық жылнамалығы / Бас редактор Ә.А.Смайылов, – Астана: Қазақстан Республикасы Статистика Агенттігі, 2013. – 243 б.

3 Панов И.Н. Агротуризм / И.Н. Панов // География / Вестник МГУ. – 2012. – №45. – С.15-21

4 Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территории / И.Н. Панов // География / Вестник МГУ. – 2013. – №35. – с.11

5 Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса. Одесса: Черноморье, 2013. – 243с.

ӘОЖ 338.46:640.4(574)(091)

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ ШАРУАШЫЛЫҒЫНЫҢ ДАМУ ТАРИХЫ

**Рысбек Назерке Ерболқызы
Узакова Жанерке Аманжоловна**

naziko_9696@mail.ru

Zhaneka.96@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, экономика факультеті, туризм мамандығының 1-курс
студенттері, Астана қаласы, Қазақстан