

УДК 379.8

АЙМАҚТЫҚ ТУРИЗМ ДАМУЫНДАҒЫ ҚАЛА ТУРИЗМІНІҢ РӨЛІ

Хасенова Ляйла Болатқызы және Турмагамбет Бегарыс Андасұлы

laila_2001@bk.ru , buanno_101000@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» кафедрасының доценті

Ғылыми жетекшісі-Муталиева Ляйла Маратовна

Туризм - бұл әлемдік индустрияның құлдырауды білмейтін салаларының бірі. Елдегі туризмді дамыту – сол елдің экономикасын дамыту, сондай-ақ, сол елдің тілін, дінін, салт-дәстүрін әлемге танытудың бір амалы.

Туризмді дамытуда экономикалық факторлар да маңызды рөл атқарады. Ел экономикасы дамыған кезде, туризм де (ішкі және халықаралық) жақсы дамиды, себебі көлік, туристерді орналастыру және тамақтандыру құралдары, инфрақұрылым, қазіргі заманғы технологиялар, сондай-ақ халықтың әл-ауқатының деңгейі айтарлықтай жоғарылайды [1].

Нарықтық экономикадағы Нұр-Сұлтан қаласына келер болсақ, Нұр-Сұлтан қаласы – Қазақстан Республикасының астанасы. Қалада 4 театр, 23 кітапхана, 6 мұражай, 7 ойын сауықтыру мекемелері, 25 спорт-сауықтыру кешендері бар. Статистикаға сенер болсақ, қалаға жылына 50.000 туристтер келеді. 2017 жылғы ЕХРО халықаралық көрмесінде үш есе көп туристтер келген деп тіркелген [2]. Бүгінгі заман қаласы - өзін қоршаған экономикалық кеңістікпен және табиғи ортамен алуан түрлі экономикалық—географиялық қарым-қатынастағы, демографиялық жолмен қалыптасатын, әлеуметтік—экономикалық күрделі жаратылыс.

Бүгін де Алматы, Шығыс Қазақстан, Қарағанды, Оңтүстік Қазақстан облыстарындағы, сондай-ақ, Нұр-Сұлтан қалаларындағы туристік орталықтар дамыған болып табылады. Осы облыстардың және қалалардың туристік ұйымдары жыл сайын туристтердің және экскурсанттардың 87% пайызына дейін қызмет көрсете алады.

Қазіргі уақытта қаланы динамикалық және органикалық элемент ретінде терең зерделеу тек маркетинг пен өндіріс үшін ғана емес, тұрғындар тұрмысын ұйымдастыру, кәсіпорындар мен инфрақұрылымның тиімділігін арттыру үшін де маңызды. Классикалық түсінік бойынша қала өркениеттік дамудағы материалдық, әлеуметтік, саяси және күрделі мәдени өнім болып саналады.

Қазақстанның мемлекеттік бағдарламаларында, Елбасы Жолдаулары мен

баяндамаларында туризм индустриясын дамыту, табиғи және тарихи ерекшеліктерін тиімді пайдалану, сол арқылы түсетін табыс пен ашылатын жұмыс орындарын көбейту туралы жиі айтылып келеді. Оған көлемді имидждік және стратегиялық маңызды шаралар өз септігін тигізіп отырды.

Нұр-Сұлтанға келетін болсақ, қала тұрғындарының 60 пайызға жуығы кәсіпкер екендігін ескеретін болсақ, қала МІСЕ туристік бағытта дамып келеді. Бас қала ендігі кезекте инвестициялық тартымды орталық, бизнеске қолайлы, туристердің қаласына да айналуы көздейді [2]. Төменде көрсетілген кестеге көз жүгіртсек, кіру туризмінің статистикасын көруге болады. Туристерді елордамызда қандай демалыс түрлері қызықтыратынын, олардың келу себептерін төмендегі кестеден табуға болады (кесте 2).

Кесте 2 – Мақсаттары бойынша кіру туризмін бөлу

адам	Барлығы	Соның ішінде				
		жеке				іскерлік және кәсіби
		еңбек демалысы және демалыс	туыстар мен достарға бару	білім алу және кәсіби дайындық	емдік және сауықтыру емшаралары	
Барлығы	2 108	652	532	10	30	892
ТМД-дан тыс	786	221	106	5	22	432
Алжир	2	-	-	-	-	2
Австрия	1	1	-	-	-	-
Болгария	1	1	-	-	-	-
Қытай	188	46	21	1	2	118
Хорватия	10	-	-	-	10	-
Франция	35	7	-	-	-	28
Грузия	34	19	11	1	-	3
Германия	160	47	32	1	-	80
Греция	1	-	-	-	-	1
Мажарстан	2	-	-	-	-	2
Үндістан	73	10	6	1	-	56
Италия	9	6	1	-	-	2
Корея республикасы	45	1	1	-	-	43
Малайзия	53	30	-	-	-	23
Монголия	11	-	10	-	-	1
Нидерланды	10	-	-	-	-	10
Польша	7	1	-	1	-	5
Румыния	3	-	-	-	-	3
Сауд Арабиясы	3	-	3	-	-	-
Сингапур	1	-	-	-	-	1
Испания	7	-	3	-	-	4
Швеция	6	3	-	-	-	3
Швейцария	10	-	-	-	-	10
Біріккен араб эмираттары	6	1	-	-	-	5
Түркия	90	36	18	-	10	26
Америка құрама штаттары	18	12	-	-	-	6

Екінші кестеден көріп тұрғанымыздай, Нұр-Сұлтан қаласына ТМД елдері, Қытай және Германия елдерінен туристер ағымы басым. Туристердің басты мақсаты – іскерлік-кәсіби және демалыс екендігін де көруге болады [2].

Қорытындылай келе, қалалық туристік өнім – туризм мен демалудың әртүрлі түрлерінің элементтерін үйлестіретін кешенді, әртараптандырылған ұсыныс болып табылады. Қазіргі заманғы техника мен технологияларды дамыту жағдайында мұндай даму табиғи ресурстарды талап етпейді, ал бұл қалалық туризмнің мүмкіндіктерін кеңейтеді. Жалпы, қалалық туристік өнімнің тұтынушысы-қалаға конференцияға немесе семинарға қатысу үшін не іскерлік мақсатта келетін турист.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения: учеб. пособие. - М.: ИВЦ Маркетинг, 2006.
2. stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx.