



ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ  
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

ГЕОГРАФИЯ ЖӘНЕ ТАБИҒАТТЫ ПАЙДАЛАНУ ФАКУЛЬТЕТІ  
ФАКУЛЬТЕТ ГЕОГРАФИИ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ  
FACULTY OF GEOGRAPHY AND ENVIRONMENTAL SCIENCES

Студенттер мен жас ғалымдардың  
**«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»**  
атты халықаралық ғылыми конференциясы



Международная конференция студентов и молодых ученых

**«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»**



International Scientific Conference of Students and Young Scientists

**«FARABI ALEMI»**

06-08.04.2023

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ  
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

---

География және табиғатты пайдалану факультеті  
Факультет географии и природопользования  
Faculty of Geography and Environmental Sciences

## «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты студенттер мен жас ғалымдардың халықаралық ғылыми конференция  
МАТЕРИАЛДАРЫ  
Алматы, Қазақстан, 2023 жылдың 6-8 сәуірі

---

МАТЕРИАЛЫ  
международной конференции студентов и молодых учёных  
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»  
Алматы, Казахстан, 6-8 апреля 2023 года

---

MATERIALS  
International Scientific Conference of Students and Young Scientists  
«FARABI ALEMI»  
Almaty, Kazakhstan, April 6-8, 2023

Алматы  
«Қазақ университеті»  
2023

УДК 91  
ББК 26.8  
Ф23

**Ответственные секретари:**

*Моминов С.А.  
Бекжанова А.У.  
Сапиева А.Ж.  
Тумажанова М.О.  
Раймбекова Ж.Т.  
Оракова Г.О.  
Амангелді Ө.  
Маханова Н.Б.  
Жұматаева Ж.М.  
Жолдасбек А.Е.  
Акубаева Д.М.*

**Материалы** международной научной конференции студентов и молодых учёных «Фараби әлемі». Алматы, Казахстан, 6-8 апреля 2023 года. – Алматы: Қазақ университеті, 2023. – 446 стр.

**ISBN 978-601-04-6250-2**

Статьи изданы в авторской редакции.

Ұсынылған мәліметтерге сүйене отырып, бұл тақырып аз зерттелген және өңделмеген екенін көреміз. Алайда, осыған қарамастан, туризмнің бұл түріне деген қызығушылық жылдан жылға артып келеді. Бұл туралы қажетті туристік ұсынысты сәтті қалыптастыру үшін осы мәселені мұқият зерттеу қажет. Экономикалық тартымдылыққа, әлеуметтік маңыздылыққа, сондай-ақ маусымдық сипаттың болмауы және кез-келген елде даму мүмкіндігі сияқты белгілердің болуына сүйене отырып, апаттар туризмі даму бағыты ретінде ең басым, сонымен қатар ерекше бағыттардың бірі деп қорытынды жасауға болады.

Жұмыс № АР09260144 ғылыми жобасы аясында жүргізілді.

## ИМАНТАУ-ШАЛҚАР КУРОРТТЫҚ АЙМАҒЫНЫҢ ТУРИСТІК-РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІН БАҒАЛАУ

Әбдіғұл С.А.,

Нұрұлы Е. жетекшілігімен

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

e-mail: [sultan.27.2002@mail.ru](mailto:sultan.27.2002@mail.ru)

Қазақстанда «туристік магниттер» және «туристік өсу нүктелері» деп аталатын 100-ден астам танымал туристік нысандар бар. Ең маңызды туристік нысандарды іріктеу бойынша жұмыс жүргізіліп, іріктеу критерийлері бойынша «ТОП-10» анықталып, Қазақстан Республикасының туристификация картасы жасалған. Нысанның туристік магнит ретіндегі бірегейлігі және туристік ағынның әлеуетті өсуі, тарихи-мәдени маңыздылығы сияқты іріктеу критерийлері болды. Солардың қатарында Имантау-Шалқар курорттық аймағы да бар (Жандыбаев, 2019).

Имантау-Шалқар курорттық аймағы – елдің солтүстік аймағының жасырын маржаны, «Көкшетау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің аумағында орналасқан.

Бүгінгі таңда туристік ағын жылыфна шамамен 40 мың сапарды құрайды. Бұл ретте Имантау-Шалқар курорттық аймағының 2030 жылға қарай туристік ағымды 280 мыңға дейін ұлғайту әлеуеті бар. Курорттың негізгі даму аймақтары – үш көл: Имантау көлі (әдемі аралы бар тұщы көл), онда жаңа нөмірлік қор дамиды; Шалқар көлі (бай орманды ландшафты бар тұзды көл), сондай-ақ, Айыртаушық көлі (кішкентай, бірақ балалардың сауықтыру орталығы ретінде дамитын ең жылы көл).

Автормен жүргізілген туристік-рекреациялық әлеуетті бағалау жұмыстары да, таңдалып отырған аймақтың туристік рекреациялық әлеуетінің жоғары екендігін көрсетті. Бағалау әдістемесі келесідей:  $TR\Theta = (|T\Phi| + |MT\Phi| + |\Theta\Theta\Phi| + |TIK|)$ ; мұнда: TФ – табиғи фактор; МТФ – мәдени-тарихи факторлар;  $\Theta\Theta\Phi$  – әлеуметтік-экономикалық факторлар; ТИК – туристік инфрақұрылыммен қамтамасыз етілуі (Мамраева және Ташенова, 2020). Осы келтірілген әдістеме бойынша Имантау-Шалқар курорттық зонасының туристік-рекреациялық әлеуетін бағалау бойынша зерттеу жұмыстары жүргізілді: Имантау-Шалқар курорттық аймағының  $TR\Theta = 44+6+311+631$ ;  $TR\Theta = 992$  ұпай.

Алынған мәліметтерді 7 баллдық шкалаға ауыстыра отырып, келесідей әлеуетті аумақтардың деңгейлерін анықтауға болады: 1 балл (100-200 ұпай) – әлеуеті жоқ аймақ; 2 балл (200-300 ұпай) – әлеуеті төмен аймақ; 3 балл (300-400 ұпай) – әлеуеті орташадан төмен аймақ; 4 балл (400-500 ұпай) – әлеуеті орташа аймақ; 5 балл (500-600 ұпай) – әлеуеті орташадан жоғары аймақ; 6 балл (600-700 ұпай) – әлеуеті жоғары аймақ; 7 балл (700-ден жоғары) – әлеуеті өте жоғары аймақ. Осылайша, Имантау-Шалқар курорттық аймағы туристік-рекреациялық әлеуеті өте жоғары аймақ қатарына кіреді.

Қорыта келгенде, Имантау-Шалқар курорттық аймағы туристік дестинация ретінде келесі мүмкіндіктерге ие: таза экотуризмді дамыту; жазғы демалыстар мен жағажай демалысын ұйымдастыру; таза экологиялық қонақ үйлер салу; инвестицияларды тарту; ШБКА-ның спутниктік дестинациясы ретінде дамыту. Ал тежеуші факторлар ретінде келесі

мәселелерді атауға болады: автожолдардың нашарлығы, Имантау, Шалқар көлдер жағалауларының демалысқа сәйкес абаттандырылмауы, нөмір қорларының аздығы, маркетингтік шаралардың қолға алынбауы, туроператорлардың ішкі туризмге көңіл бөлмеуі, тұрғындар арасында сыртқы туризм танымалдылығының артуы. Осы орайда, Имантау-Шалқар курорттық аймағын дестинация ретінде нарықта ілгерлету стратегиялық жоспарының келесідей бағыттары ұсынылады: бірегей құндылық ұсынысын жасау; Имантау-Шалқар курорттық зонасында сапалы демалысқа қолайлы инфрақұрылым жасақтау, мемлекеттік қолдауды күшейту, жеке инвестицияларды тарту; жан-жақты ақпараттық қамтамасыз ету.

Жұмыс № AP09260144 ғылыми жобасы аясында жүргізілді.

## THE IMPORTANCE AND ROLE OF QUASI-PUBLIC COMPANIES IN TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT

**Aitzhan G.A.,**

**scientific supervisor: Nuruly Y.**

*Al-Farabi Kazakh National University*

*e-mail: [aitzhanova.g02@mail.ru](mailto:aitzhanova.g02@mail.ru)*

The tourism industry is one of the fastest-growing and most important sectors of many national economies, as it provides numerous opportunities for economic growth and job creation. In this context, quasi-public companies (QPCs) play a vital role in tourism industry development, as they act as a bridge between the public and private sectors and ensure that the industry operates smoothly and efficiently.

QPCs are organizations that are neither fully public nor fully private but are created and owned by the government to serve a specific public interest or function. In the tourism industry, QPCs may take the form of tourism boards, visitor bureaus, or destination management organizations. Their role is to promote and market tourism destinations and products, manage tourism-related infrastructure and services, and facilitate collaboration between the public and private sectors to enhance the industry's growth and sustainability. It should be noted that tourism QPCs perform many important functions for tourism industry development in a particular region, among which are such as: Promotion and Marketing, Infrastructure Development, Service Quality Assurance, Collaboration and Partnership, Research and Analysis, etc.

There are numerous successful examples where QPCs have significantly contributed to the development of tourism globally and in Kazakhstan. Here are some examples: (1) VisitBritain: The official tourism agency of the UK and a QPC that promotes tourism to the UK. VisitBritain works with the private sector to market and promote the UK's attractions, events, and destinations to visitors from around the world. Its marketing campaigns have been highly successful, helping to attract millions of visitors to the UK and generating billions of pounds in tourism revenue. (2) Singapore Tourism Board (STB) and (3) Dubai Tourism: QPCs that promotes tourism to Singapore and Dubai respectively. They work with the private sector to develop and market tourism products and services such as hotels, attractions and events, to visitors from around the world. The STB's and Dubai Tourism's efforts have helped to establish Singapore and Dubai as Asia's leading tourist destinations, attracting millions of visitors each year. (4) Kazakh Tourism and (5) Astana Convention Bureau: QPCs based in Kazakhstan and engaged in promoting domestic tourism. As well as the above-mentioned companies, they work closely with the private sector to market domestic tourism products. In addition, they are engaged in attracting foreign tourists to Kazakhstan and trying to create a favourable image of the country. Thanks to the efforts of these QPCs, Kazakhstan's tourism is gradually developing as a tourist destination in CA.

Despite the positive contributions of QPCs in the tourism sector, there are some existing problems and criticisms regarding their activities. These include the following: (1) Lack of accountability: QPCs may not be fully accountable to the public or the government, as they often

<i>Әбдіғұл С.А.</i> ИМАНТАУ-ШАЛҚАР КУРОРТТЫҚ АЙМАҒЫНЫҢ ТУРИСТІК-РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІН БАҒАЛАУ	254
<i>Aitzhan G.A.</i> THE IMPORTANCE AND ROLE OF QUASI-PUBLIC COMPANIES IN TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT	255
<i>Akanov M.D.</i> NAVIGATING CHALLENGES IN DEVELOPING WATER TOURISM IN KAZAKHSTAN: AN ANALYTICAL REVIEW	256
<i>Адилова А.Ә.</i> АСТРОТУРИЗМ: МАҢҒЫСТАУ ОБЛЫСЫНДА ДАМЫТУ ЖӘНЕ ҰЙЫМДАСТЫРУ МҮМКІНДІКТЕРІ	257
<i>Aitzhan G.A.</i> THE IMPORTANCE AND ROLE OF QUASI-PUBLIC COMPANIES IN TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT	258
<i>Құрманғали Б.Б.</i> ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ АГРОТУРЛАР ДАМУ БОЛАШАҒЫ	259
<i>Дүйсембай Д.</i> ОРТА АЗИЯ ЕЛДЕРІНІҢ ҚАЗАҚСТАНМЕН ТУРИСТІК БАЙЛАНЫСТАРЫН ДАМЫТУ	260
<i>Ережепова Б.М.</i> “SLOW-TOURISM”-НІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУ БОЛАШАҒЫ	261
<i>Алматаева Ж.Б.</i> РАЗВИТИЕ СВАДЕБНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	262
<i>Серикбосынова М.Е.</i> HOT TOUR АГЕНТТІГІН ЖЕТІЛДІРУГЕ БАҒЫТТАЛҒАН ІС-ШАРАЛАРДЫ ҰСЫНУ	263
<i>Иманбек А.С.</i> ЖОҢҒАР АЛАТАУЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҰЛТТЫҚ ПАРКІНДЕГІ ЭКОТУРИЗМДІ ДАМЫТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН МҮМКІНДІКТЕРІ	264
<i>Атанбек J.J.</i> CURRENT SITUATION AND FUTURE DEVELOPMENT OF WEDDING TOURISM IN KAZAKHSTAN	265
<i>Рыскулова А.Р.</i> ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КЛАСТЕРЛІК ТУРИЗМНІҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ	266
<i>Нургальмова Т.Б.</i> ҚАЗАҚСТАНДА ЭКОТУРИЗМНІҢ ДАМУ МҮМКІНШІЛІКТЕРІ (АЛТЫН ЕМЕЛ МЕМЛЕКЕТТІК ҰЛТТЫҚ ТАБИҒИ ПАРКІ МЫСАЛЫНДА)	267
<i>Аманкелді В.Е.</i> THE ROLE OF EXCLUSIVE ACCOMMODATIONS IN FORMING TOURIST DEMAND	268
<i>Абель А.А.</i> TIKTOK СЕРВИСІ ТУРИСТІК ӨНІМДІ ЖЫЛЖЫТУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	268
<i>Болатханова А.Д.</i> PR ТУРИСТІК КӘСІПОРЫН ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	269
<i>Сұлтан А.А.</i> ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАЛАЛАР-ЖАСӨСПІРІМДЕР ТУРИЗМНІҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ	270
<i>Рахманова Б.А.</i> ЭКОТУРИСТТІК ӨНІМДЕРДІ ЖЫЛЖЫТУДАҒЫ МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕР	271

## «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты студенттер мен жас ғалымдардың халықаралық ғылыми конференция  
МАТЕРИАЛДАРЫ  
Алматы, Қазақстан, 2023 жылдың 6-8 сәуірі

*Авторлық редакциямен шығарылды*

ИБ № 14980

Басуға 26.04.2023 жылы қол қойылды. Пішімі 60×84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.  
Көлемі 27,75 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс № 720.  
Таралымы 10 дана. Бағасы келісімді.  
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің  
«Қазақ университеті» баспа үйі.  
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.