

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



**1150 жыл**

Al-Farabi мерейтойы



## «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

атты студенттер мен жас ғалымдардың  
халықаралық ғылыми конференция

### МАТЕРИАЛДАРЫ

*Алматы, Қазақстан, 6-9 сәуір 2020 жыл*

## МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции  
студентов и молодых ученых

## «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

*Алматы, Казахстан, 6-9 апреля 2020 года*

## MATERIALS

International Scientific Conference  
of Students and Young Scientists

## «FARABI ALEMI»

*Almaty, Kazakhstan, April 6-9, 2020*



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, 6-9 сәуір 2020 жыл

## МАТЕРИАЛЫ

международной научной конференции студентов и молодых учёных

## «ФАРАБИ ӘЛЕМІ»

Алматы, Казахстан, 6-9 апреля 2020 года

## MATERIALS

International Scientific Conference of Students and Young Scientists

## «FARABI ALEMI»

Almaty, Kazakhstan, April 6-9, 2020

Алматы  
«Қазақ университеті»  
2020

**Ответственные секретари:**

*Моминов С.А.  
Сатиева А.Ж.  
Акынбеков А.К.  
Джангулова Г.К.  
Екейбаева Д.П.  
Калдыбаева С.Т.  
Оракова Г.О.  
Оспанова М.С.  
Сарыбаев Е.С.*

Материалы международной научной конференции студентов и молодых учёных «Фараби әлемі». Алматы, Казахстан, 6-9 апреля 2020 г. – Алматы: Қазақ университеті, 2020. – 338 стр.

ISBN 978-601-04-4485-0

<i>Мақсұт А.</i> «Сайрам-Өгең» МҰТП туристік және рекреациялық әлеуетін кешенді бағалау. ....	308
<i>Марат А.Т.</i> Павлодар облысы, Мойылды шипажай аймағының қазіргі жағдайы. ....	309
<i>Паруеденова Г.Ө.</i> Ұлы Жібек жолының торабындағы Сарайшық қалашығының Атырау облысы туризмін дамытудағы рөлі. ....	311
<i>Sarıjeva A.Zh., Nisalyu Ye.</i> Problems and prospects of calculating the tourist multiplier in SNNP Kazakhstan. ....	312
<i>Шағырбай А.С.</i> Қазақстан туризмінің дамуындағы фестивальдардың рөлі. ....	316
<i>Шанишархан С.Ө.</i> Қазақстандағы ауылдық туризмнің қазіргі жағдайы. ....	317
<i>Таукебай А.Б.</i> Ерекше қорғалатын табиғи аумақтардағы рекреациялық жүктемелер. ....	320
<i>Уқиова Н.Н.</i> Заманауи бэкпэкинг туризм түсінігі. ....	321
<i>Жетіру А.Ж.</i> Жаңа Зеландия кинематографиялық туризмінің қазіргі жағдайы. ....	322
<i>Аймағамбет М.Ш.</i> Туриздегі сала менеджментінің қазіргі жағдайы. ....	325
<i>Serik M.A.</i> Test tourism as a stage of developing a tour product in a rural (agricultural) tourism of Enbekshikazakh District. ....	328
<b>МЕЙРАМХАНА ІСІ ЖӘНЕ МЕЙМАНХАНА БИЗНЕСІ</b> <b>РЕСТОРАННОЕ ДЕЛО И ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС</b> <b>RESTAURANT BUSINESS AND HOTEL INDUSTRY</b>	
<i>Gribovskaya K.</i> Problem of promotion for restaurant business enterprise in conditions of Almaty. ....	330
<i>Вектурдун А.Е.</i> Improvement of accessibility for the disabled in restaurants. ....	331
<i>Елубай А.М., Ильясов А.Р., Маратов М.Д., Нукешева А.Е., Нуртаев Д.Е., Асқарова А.Б., Ахмеров М.К., Гунгер А.А., Измахан А.М., Мақмұдова А.А., Хасенова А.Т.</i> Оценка качества обслуживания и инфраструктуры ресторана «РУМИ» в городе Алматы по методу «тайного покупателя». ....	332
<i>Караган А.К.</i> Prospects for the application of information technologies in hotel and restaurant businesses in Kazakhstan (case of Royal Tulip Hotel). ....	333
<i>Серік А.А.</i> Тұтынушы мінез-құлқының қонақ үй бизнесінің дамуындағы рөлі (Алматы қ. – «Rahat Palace Hotel» мысалында). ....	334
<i>Stagulov M.K.</i> Informational technologies in restaurant bussines of Republic of Kazakhstan. ....	335
<i>Еркін А.</i> Қонақ үй анимация концепциясы «УЮТ» қонақ үй мысалында. ....	336
<i>Кадырова Ж.Б.</i> Мейрамхананың ашылуын ұйымдастыру: теория және тәжірибе. ....	337

## ЖАҢА ЗЕЛАНДИЯ КИНЕМАТОГРАФИЯЛЫҚ ТУРИЗМІНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Жетіру А.Ж.

Кошкимбаева У.Т. жетекшілігімен

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті*

*e-mail: aizhan.zhetiru@gmail.com*

Соңғы он жылдықта Жаңа Зеландия кинотуризмнің сұранысқа ие бағыты ретінде белгілі, тіпті әлемдегі маңызды кинотуристік дестинация ретінде мойындалды. НВО Entertainment компаниясы 2015 жылы жүргізген зерттеу бойынша кино және теледидар арқылы танылған мемлекеттер арасында Жаңа Зеландия бірінші орынға ие болды. Бұл зерттеуде 2000 респонденттің жауаптары сараланып, нәтижелерге сәйкес әрбір төртінші турист демалысы үшін көбірек танысқысы келетін бағыттарды таңдайды. 2018 жылы АҚШ-та өткізілген «Үздік кино локация» қорытындылар негізінде Жаңа Зеландия үшінші орынға ие болды. НВО Ent. жүргізген зерттеу бойынша үздік 30 теледидар және кино бағыттарының шеруінде Жаңа Зеландия («Жүзіктер әміршісі») бірінші орында.

Зерттеу нәтижелеріне сәйкес фильм демалыс бағытын таңдауда елеулі әсері бар. Аталмыш индустрия Жаңа Зеландияда құрлығында белең алуда, оған дәлел ретінде фильмдер өндірісінен 2013 жылы \$3,155 млрд. табыс түскен болса, ал 2014 жылы бұл көрсеткіш \$7 млн-ға өскен. Жаңа Зеландияда түсірілген фильмдер арқылы Жаңа Зеландияның туризмі сапалы контентке қол жеткізеді, яғни маркетингтік мүмкіндіктері, БАҚ құралдары арқылы елді туристік дестинация ретінде қалыптастырады [1].

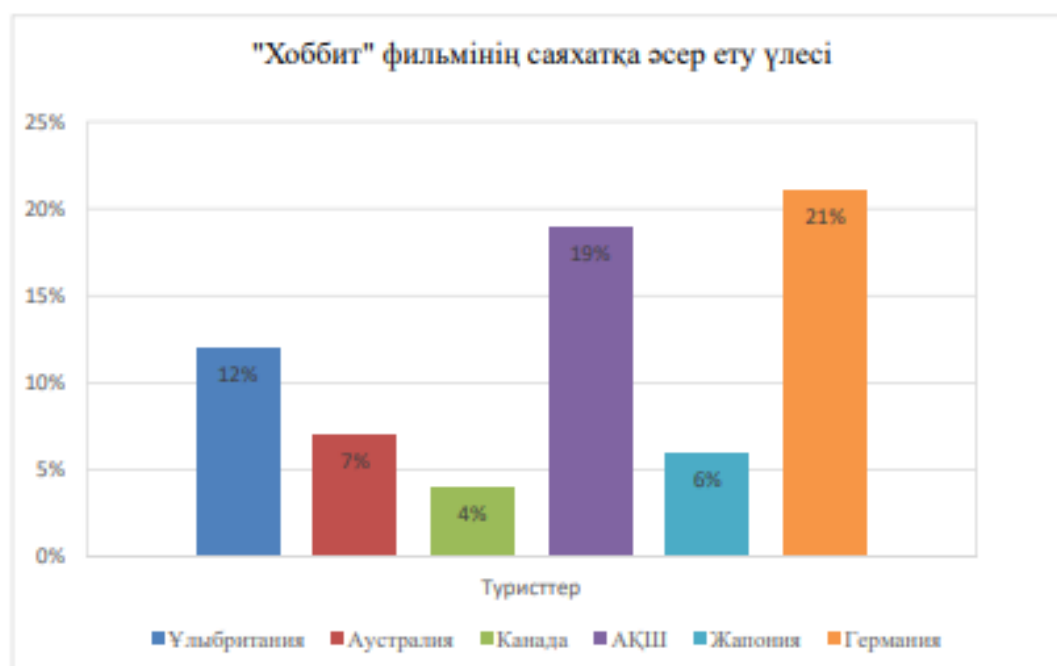
Өз кезегінде «Жүзіктер әміршісінің» әсері мемлекет болашағына қысқа және ұзақ мерзімде әсер етті. «Жүзіктер әміршісінің» елге тигізген кем дегенде төрт негізгі үлесін атауға болады. Біріншіден, кино өндірісі мемлекет экономикасына тікелей оң үлесін тигізді. 2002 жылы Жаңа Зеландия Кинематография бойынша комиссиясының бастамасымен жасалған есеп «Жүзіктер әміршісінің ұзақ мерзімді әсерін анықтау» деп аталынды және зерттеу үшін [2] фильм бюджетінің төрттен үші жұмсалды, ол дегеніміз \$350 млн-ға тең болды. Шығындар деңгейі жұмысбастылықтың шекті мерзімін қамтамасыз етті, шамамен аптасына 1500 адам еңбекке тартылды. Екіншіден, осындай бірретті экономикалық тиімділіктер жергілікті киноиндустрияның ұзақмерзімді оң әсерімен ұласты, сонымен қатар өндірістік және өндірістен кейінгі күштерді, кино өндірісіндегі біліктіліктің артуына ықпал етті. Үшіншіден, Жаңа Зеландия үшін «Жүзіктер әміршісінің» артықшылығы мемлекеттің ребрендингіне байланысты болды. «Жүзіктер әміршісі» бүкіл әлемге бұрынғы британдық отанына қой еті мен жүнін экспорттаушы ретінде мойындалған беделін өзгертуге мүмкіндік берді. XIX ғасырдың соңында Жаңа Зеландия үкіметі елдің ребрендингін жүргізді және экотуризм мен шығармашылық экономиканы, әсіресе киноөндірісті қоса алғанда, экономиканың жаңа «экологиялық таза» секторын құруға ықпал етті. 2001 жылы «Жүзіктер бауырластығы» трилогиясының бірінші бөлімі экранға шыққан кезде туризмге бірден оң әсер етті. Трилогия Жаңа Зеландияға жаһандық әсер етті, яғни алғашқы екі фильмнен кейін келген келушілердің табысы \$ 42 млн тең болды.

«Жүзіктер әміршісі», «Хоббит» киносағалары Жаңа Зеландияны сүт өнімдерін мен қой өнімдерін өндіріп экспортқа шығаратын елден кинематографиялық туризм бойынша ккшбасшыға айналдырды. Аталмыш фильмдер бүгінгі күнге дейін миллиардтаған доллар пайда әкелген ең сәтті франшиза ретінде белгілі. Жоғарыда аталған фильмдерді көрермен назарына ұсынған – «Warner Brothers» ойын-сауық компаниясы. Бүгінгі күні сүт өнімдері өндірісінен кейін туризм Жаңа Зеландияның екінші табыс әкелуші сала болып саналады. 2015 жылғы статистикаға сәйкес сүт өнімдерінің өндіріс көлемі \$8,5 млрд құраса, ал туризмнен түскен пайда \$8,85 млрд.

2012 жылы WLNH компаниясының президенті Грегг Андерсен Жаңа Зеландия туризмі тақырыбында «Forbes» журналында жарияланған сұхбатында Жаңа Зеландияға келетін туристердің саны 2001 жылы көрермен назарына ұсынылған «Жүзіктер әміршісі» фильмінің бірінші бөлімінен кейін 50%-ға өскен болатын. «Хоббит» фильмінің алғашқы бөлімінен кейін 2012 жылы келушілердің саны рекордты 2,83 млн турист көрсеткішіне жетті. Жаңа Зеландияның экономикалық зерттеу институтының материалдарына сәйкес Жерорта теңізі жағалауы мемлекеттеріне жасалған «Хоббит» фильмінің маркетингтік компаниясы батыс нарығынан келушілердің көбеюіне зор әсерін тигізді. Сауалнама нәтижелеріне сәйкес орташа көрсеткішпен 10,5% туристердің үлесіне Жаңа Зеландияны таңдау шешіміне «Хоббит» фильмінің әсері болды [3].

Сурет 1 бойынша Жаңа Зеландия «Хоббит» фильмі түсірілген локация болғандықтан, оны таңдаған келушілер санын есептеу арқылы маркетингтік компанияның нәтижелілігін байқауға болады.

Американдықтар, британдықтар және немістер бірінші орында. Британдықтар өзге дестинациялармен салыстырғанда Жаңа Зеландияда саяхат уақытында көбірек қаржы жұмсайды; Жаңа Зеландияны премиум класстағы бағыт ретінде қалыптастыруға болады. Туризм мамандарының пікірінше, неміс, американдық және британдық премиум нарықтарының туристерінің шығындарының жоғары мөлшерін кинематографиялық туризммен байланыстыруға болады [4].



**1-сурет** – «Хоббит» фильмінің демалыс бағытын таңдау мотивіне әсер етуі [4]

Жаңа Зеландия Экономика министрі Т.Маллард кино саласының продюсерлері үшін Жаңа Зеландия тартымды және бәсекеге қабілетті дестинация ретінде ұзақ уақытта қалуы және қалыптасуы туралы қолдау білдірді. Сондықтан да көлемді бюджетті фильмдерді түсіру бойынша қолдау және қаржыландыру ұйымы (LBSPG) 2007 жылы құрылып, үкімет басшылығы тарапынан қолдау көрсетілетін болды [5].

2014 жылдан бастап фильмдер өндірісіне жергілікті субсидиялау бағдарламасы енген болатын. Бұл бағдарламаның аясында халықаралық кинокомпаниялар 20%-ға дейінгі қаржыландыру, қолдау гранттарын алуға мүмкіндіктері бар. Егер киностудиялар мемлекет үшін әкелінетін пайданы, артықшылықты, мүмкіндішілікті дәлелдейтін болса, субсидияға қосымша 5%-ға дейін алуға болады. Артықшылықтарынан өзге фильмді жылжыту жолдарын, яғни маркетингтік шаралар және Жаңа Зеландияның демалыс бағыты ретінде келушілер және көрермендер үшін көрсетілуі аса маңызды. Жаңазеландиялық кинокомиссия грант үміткерлерін іріктеуде және табыстауда жауапты мекеме болып табылады.

Трилогияның бірінші бөлімі «Жүзіктер әміршісі: Жүзіктер бауырластығы» көрермен назарына ұсынылған уақыттан бастап Жаңа Зеландия Жерортаның (Средиземье, Midgard) орталығы ретінде туристік нарықта өз позициясын нық ұстап, сәтті сатылуда. Жерорта термині скандинавиялық мифологияда Толкиннің мифологиялық өткен шағымен сипатталатын әлемнің орталық континенті. Жаңа Зеландияның драмалық пейзаждары, алтын жазықтар, биік таулар және ғажайып аңғарлар үлкен экранда «Жүзіктер әміршісі» және «Хоббит» трилогиясы арқылы мифологиялық Жерортаның әлемін қайта жаңғыртады.

Жаңа Зеландияда түсірілген фильмдер арқылы мемлекет өте сәтті маркетингтік стратегия қолданды. Олардың қатарына, халықаралық рейстердегі ұшақтардағы фильм концепциясына байланысты жазулар мен суреттер, арнайы монеталар, демек осындай шаралардан құралған ірі маркетингтік стратегияны жүргізді. Сонымен қоса, «Хоббит», «Жүзіктер әміршісі» фильмдерінің кейіпкерлерімен арнайы тиындар шығарылып, пошталық штамптар кең таралды. Бір тиынның бағасы орта есеппен – \$3019,53 [6]. Бұл маркетингтік стратегия тек бизнес өкілдері арасында ғана емес, сонымен қатар кедендік қызметте де пайдаланылды, яғни Жаңа Зеландияға келуші туристтің құжатына «Жерорта мекеніне қош келдіңіз!» деген арнайы штамп қойылды.

Жаңа Зеландияға Толкин шығармаларының желісі арқылы ынталандырылатын туристер санының көптігінен түсірілген «Толкин туризм» деген арнайы ат алған. Бұл туризм түрінің жеке орындары бар, олар келесідей:

1. Андуин өзені. Орналасқан жері: Жаңа Зеландияның ең ірі ұлттық саябағы Фьордленд.
2. Руапеху тауы. Орналасқан жері: Тонгариро ұлттық саябағы.
3. Ривенделла эльфтер аңғары. Орналасқан жері: Оңтүстік аралдық солтүстік жағажайы, Кахуранги ұлттық саябағы.
4. Шир – «Жүзіктер әміршісі» трилогиясында сипатталған, ойдан құрастырылған ел.

Жаңа Зеландияның үкіметі хоббиттер үйін туристік нысан ретінде ретінде қалдыруға келісім берді, алайда жергілікті заң бойынша табиғатта салынған түсірілім локациялары, декорациялар мен буттофорлар алғашқы қалпына келтірілу керек. Қалаға кірер орталық жолда «Хоббитонға қош келдіңіз» деген жазумен қалқан орналастырылған [7].

«Хоббит» және «Жүзіктер әміршісі» фильмдерінің нәтижелігі мен сәттілігі фильмнің отанына ғана әсер етіп қойған жоқ, сонымен қатар бұл тақырыпты бірқатар аймақтар туризм және қонақжайлық салаларында пайдалануда. Мысал ретінде, Нидерланды астанасы Амстердамда Де Кеннемердюнен ұлттық саябағында Хоббит қонақ үйі қызмет етеді. Ұқсас дизайндағы қонақ үй АҚШ-тың Монтана қаласында, Испанияның Малага провинциясында, Ресейде Мәскеу қаласында шетелдік туристерді қабылдайды [7].

Саралай келе, кинематографиялық туризмнің елдің экономикасына, төлем балансына әсер етуші құрал болып табылады. Жаңа Зеландия аталмыш туризм түрінің нәтижелі екендігін көрсетуші айқын мысал болғандықтан, кинематографиялық туризмнің көрсеткіштерін саралау маңызды болып келеді. Сондықтан да, мемлекет тәжірибесі кинематографиялық туризмді дамытудың көрсеткіші болып табылады.