

А.Ж. Жолмуханова, э.ғ.к., профессор¹

Ж.А. Дулатбекова*, э.ғ.к., қауымд. профессор²

Ш.Е. Альпенцова, э.ғ.к., қауымд. профессор¹

Г.А. Саймагамбетова, э.ғ.к., доцент³

С. Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық
зерттеу университеті, Астана қ., Қазақстан¹

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университеті, Астана қ., Қазақстан²

Ш. Есенов атындағы Каспий мемлекеттік
технологиялар және инжиниринг университеті,
Ақтау қ., Қазақстан³

* – негізгі автор (хат-хабарларға арналған автор)

e-mail: d_jann@mail.ru

ЭКОНОМИКАНЫҢ БАСЫМ САЛАСЫ РЕТІНДЕГІ ТУРИЗМГЕ СЫРТҚЫ ФАКТОРЛАРДЫҢ ӘСЕРІ

Зерттеудің өзектілігі экономиканың басым саласы ретінде туризм қарқынды дамып келе жатқан еліміздің ірі саласына айналуға. Оның өсуі басқа салаларға қарағанда екі есе жоғары. Еліміздің туристік саласының дамуына қажетті туристердің қызығушылығын арттыратын туристік ресурстарға, табиғи ресурстарға және мәдени мұра нысандарға бай елміз. Дегенмен, даму кезеңдерінде кездейсоқ әсер ететін сыртқы факторларға туризм саласы төтеп беруге және кедергісіз мемлекеттің стратегиялық жоспарының орындалуына және тұрақты дамуды қамтамасыз етуге де бейім болуы қажет. Себебі, туристік сала сыртқы факторларға тез икемделетін сала. Яғни, дамуында әсерлерді анықтау үшін үнемі факторлық талдауды қажет екендігін көрсетеді. Авторлармен әлемді шарқыған пандемия жағдайының туристік салаға қалай әсер еткендігін, оның ішінде қызметтен түскен кірістің және келушілер санын елеулі деңгейде факторлық талдау нәтижесінде кемігенін және оның орнын толтыру үшін қанша жыл керек екендігін Microsoft Excel бағдарламасының көмегімен нақтылап, туризм саласы тұрақты қалыпқа түсу үшін жүргізілуге міндетті және қажетті ақпараттық ілгерілетумен қатар қажетті іс-шаралар кезегі ұсынылды. Зерттеу әдістері ретінде: экономикалық-статистикалық, факторлық талдау және маркетингтік зерттеулер қолданылып, экономиканың басым саласы ретіндегі туризмнің дамуына әсер ететін факторлар негізделді. Туристік саланың дамуы елдің тұрақты экономикалық өсуіне және ұлттық табыс пен жұмыспен қамту деңгейіне оң әсерін тигізеді.

Кілт сөздер: экономика, туризм, экономикалық дағдарыс, талдау, факторлар, инвестиция, қаржы, жұмыссыздық, жұмыспен қамту.

Ключевые слова: экономика, туризм, экономический кризис, анализ, факторы, инвестиции, финансы, безработица, занятость.

Keywords: economy, tourism, economic crisis, analysis, factors, investment, finance, unemployment, employment.

JEL classification: O1, O2, O21, P11, P21

Кіріспе. Туристік сала басқа да өнім өндіруші, қызмет көрсетуші салалардың өнімін, қызметін жүйелі тұтынушыға жеткізуге мүмкіндік береді. Оның ішінде: тамақ өндірісі, орналастыру орындары мен тасымалдау қызметтері және басқа да өндірістік сала қызметтерін тұтынуға, тұтынушылардың демалысы арқылы сатып алуды ынталандырады. Ол салалардың сапалы қызметі туристік саланың қызметіне де әсер етіп, бірін-біріне әсер ететін қозғаушы сала болып жасақталады. Яғни, олар нарықтық орта факторлары ретінде туристік саланың қызметін тұтынуға кері әсеріне тигізетіні сөзсіз. Ол салалардың дамуы немесе құлдырауы орта факторлары ретінде туристік саланы айналып ғана өтпейді.

Тікелей саланың өніміне де кері әсерін тигізеді. Жалпы туризмнің экономикалық дамуында шектеулі және сирек кездесетін туристік ресурстарды тиімді бөлу, туристік кіріс, туристік өндіріс мәселесімен қатар, туризмді тұрақты қолдау мәселесіде кездеседі. Туризмдегі мәселелер нарық тетіктерінің көмегімен шешіледі. Бірқатар сыртқы факторлардың әсерін сезінетін туризмнің өзі дамитын елдер мен аймақтардың экономикалық, саяси, экологиялық, әлеуметтік-мәдени жағдайына да айтарлықтай әсер ете алады. Сонымен қатар, ол факторлардың кері әсері кейбір экономикалық көрсеткіштерде оң және теріс көрініс табуы мүмкін [1]. Әсіресе соңғы жылдары тұтынуға кері

әсерін тигізген пандемия жағдайы туристік сала өнімін тұтыну деңгейін түсіріп жіберді. Экономикада экономикалық өсу қоғамның жекелеген мүшелерінің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін экономиканың өндірістік әлеуетінің ұзақ мерзімге кеңейіп, арттуына алып келеді.

Мақаланың мақсаты. Экономиканың басым саласы ретіндегі туризмнің дамуында әсер ететін факторлардың маңызын айқындау және оңтайландыру жолдарын ұсыну болып табылады.

Зерттеу әдістері: экономикалық-статистикалық, факторлық талдау мен маркетингтік зерттеу әдістері қолданылды.

Әдебиеттік шолу: қоршаған орта факторларының маңызын зерттеген Turner R.K., Pearce B.W., Bateman I. [2] және экономиканың тұрақты өсуіне әсер ететін маңызды сала туризм елдің экспортында да маңызды үлеске ие екендігін зерттеген Yong Y.W., Crouch G.I., King K.A., Ritchie J.R.B., Leng T.L., Shahin A. Dabestani R. сияқты ғалымдарды шетелдік ғалымдарды атап өтуге болады [3]. Олардың туризм елдің экономикасының өсуінде ерекше орын алатындығын және сыртқы факторлардың әсеріне икемді екенін негіздеген.

Ал, 1929 жылғы әлемдік экономикалық дағдарыс нарық мемлекеттің араласуынсыз өзін-өзі реттей алады деген сенімге нұқсан келтіруі пандемия кезіндегі мемлекеттің қолдауларының маңызды екенін Франклин Р., Дж.М. Кейнстің тұжырымдамаларын негіздеді [4].

Туризм мен елдің экономикалық дамуы арасында тікелей байланыс бар және факторлардың оң әсері дамуына мүмкіндік беретінін Х.Х. Кусаинов, А.М. Сергеева өз еңбектерінде атап өткен [5].

Алайда аталған тұжырымдамаларға сүйене отырып, 2019 жылы белең алған факторлардың бірі экологиялық факторлар туристердің сапарларына шектеу жасады. Халықтың өмірінің қауіпсіздігі мен әл-ауқаты қауіпсіздігінің де кепілдемесін төмендетті. Бұл фактордың әсерін отандық ғалымдар, оның ішінде Ж.Б. Абдулланың, М.А. Кулбаеваның және А.А. Сапарова мен А.М. Абишеваның Қазақстан экономикасындағы тікелей шетелдік инвестициялардың рөлі және оның COVID-19 пандемиясынан кейінгі жағдайын оңтайландырудағы маңызын ашуда негізделді [10]. Сонымен қатар, М.Т. Даниярова, А.Ж. Тержанова мен С.Б. Глазунованың ғылыми еңбектерінде де пандемияның экономикаға әсерін зерделей келе, инвестиция тартудың маңызын және экономиканы оңтайландыру қажеттігін негіздеген [11].

Туристік саланың 2021 жылына дейін пандемия кезінде пайда болған тоқырауы мен кері факторлардың өршуін бәсеңдету мен саланы қалпына келтіру және елімізге келетін туристердің және ішкі туризмдегі сұранысты арттыру міндеттерімен қатар, ел экономикасындағы рөлін арттыру, қажетті қолайлы, қауіпсіз демалыс жағдайын туристерге қалыптастыру міндеттері де қойылды.

Зерттеу нәтижелері. 2020 жылы әлсез туристік саланың құлдырауы 2019 жылмен салыстырғанда Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері негізінде 74 пайызға туристердің сапарларының қысқарғаны және сапармен қатар, қызметтен түскен түсімнің, қызмет көлемінің кемігенін 2024 жылға дейін қалпына келтіру қажет болады [6]. Елімізде тұтыну, оның ішінде жалпы ішкі және сыртқы туризм бойынша тұтыну 75 пайызға, ал ЭКСПО-2017 халықаралық мамандандырылған көрменің ұйымдастырылу барысындағы кезеңдік тұтыну деңгейімен салыстырғанда 73 пайызға кеміген. Ал, өсім 2017-2018 жылдар аралығында 24,9 пайызға ғана артқан [7].

1-кесте

Туристік саланың пандемия кезінде өндірілген өнімі мен көрсетілген қызметін тұтыну жағдайы*

Көрсеткіштер	Жылдар					Қарқыны (2017-2021) ж.ж.	Ауытқуы		
	2017	2018	2019	2020	2021		(2019/2020 ж.ж.)		(2020/2021 ж.ж.)
							+, -	%	%
Туристік салада өндірілген өнім көлемі, млн. тенге	374688	437695	491885	473290	825133	124,9	-18595	96	174
Туристік фирмалардан сағудан түскен түсім, млн. тенге	75571	51076	55570	27605	88936	137,1	-27965	49	322
Туристік сала қызметін тұтынушылар саны, мың адам	17962	19435	19222	4899	4831	82,8	-14323	25	99

* [7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

2021 жылдан бастап карантин жағдайы тұрақталғаннан кейін туристік сапарлар қалпына келе бастады, сұраныс туындай бастады. Дегенмен, COVID-19 вирусының қарқыны күмәнді төмендетпеді. Шетелден келетін туристер саны азайып, еліміздің туризміне деген сұраныс келесідей көрініс тапты.



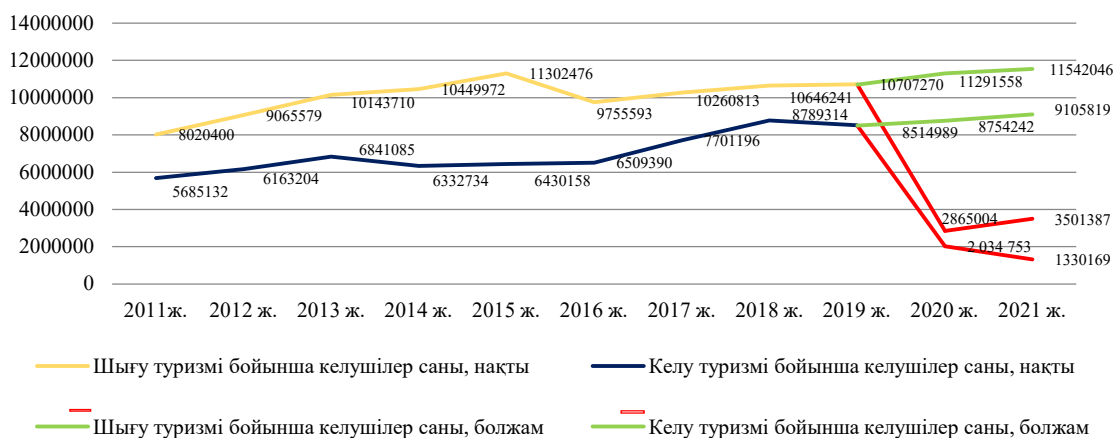
1-сурет. 2011-2021 жылдар аралығындағы Қазақстанға туристік сапармен келушілер санының салыстырмалы динамикасы, адам*
* [7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

Егер әлемді шарлаған вирус күші болмаған жағдайды сипаттайтын болсақ, сызықтық регрессия әдісімен келесі формуланы қолдана отырып, жоғарыдағы суретте болжам жасалынды:

$$b = \frac{\sum(x - X \text{ орт.})(y - Y \text{ орт.})}{\sum(x - X \text{ орт.})^2}$$

Мұнда – a коэффициентін анықтауда $Y \text{ орт.} - bX \text{ орт.}$ ($Y \text{ орт.}$ және $X \text{ орт.}$ – сәйкесінше белгілі y және x мәндерінің үлгілерінен алынған сандардың арифметикалық орташа мәні алынып), b коэффициенті жоғарыдағы формуламен анықталды. Болжам Microsoft Excel бағдарламасының көмегімен жасалынды. Excel бар сандық мәндерге негізделген болашақ мәндерді белгілі бір дәлдікпен болжауға мүмкіндік берді және сәйкес шамаларды көрсетті. Microsoft Excel бағдарламасының есептеу нәтижесінде белгілі x мәндерінің кестесі және оларға сәйкес y мәндері жасалады, мұндағы x – 2011-2019 жылдар аралығы, ал y – келу туризмі бойынша келген туристердің сандық көрсеткіші [8].

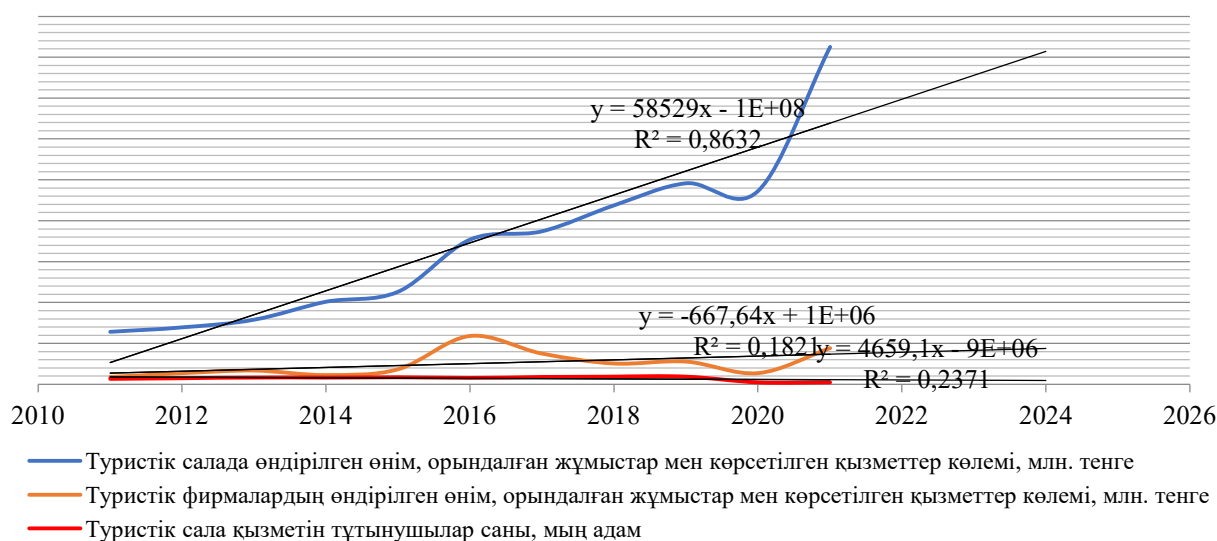
Жоғарыда атап өткеніміздей вирус күші болмаған жағдайда келушілер саны 2020 жылы 4 есеге, ал 2021 жылы 6 есеге азайған. Ішкі туризм бойынша да сыртқы факторлардың жағдайы кері әсерін туристік салаға қатты септігін тигізді. Төмендегі суретте көріп отырғанымыздай динамика шығу және келу туризмі бойынша бірдей болып отыр.



2-сурет. Жалпы туристік сала қызметін тұтынушылар санының 2011-2021 жылдар аралығындағы салыстырмалы динамикасы*
* [7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

2022 жылдың бірінші жарты жылдығында ресми ақпарат көздеріндегі мәліметтерге сүйенсек, туристердің орналастыру орындармен қызмет көрсетілген санының 2021 жылмен салыстырғанда 21,3 пайызға артқан. Ал, пандемия кезіндегі көрсеткіштер деңгейін 2022 жылмен салыстырғанда 25,7 пайызға артқан. Жалпы бұл көрсеткіштерді пандемия кезіндегі көрсеткіштермен салыстырсақ, өсу қарқыны бір деңгейдегі пандемияға дейінгі қалпына келген.

Біздің талдауымыз пандемия кезінде біз туристік саладағы қызметті тұтынушылар саны мен кірісін 70 пайыздан артық сомасын жоғалтқан болатынбыз. 2022 жылы аталған көрсеткіш орналастыру орындарымен шетелдік туристерге көрсетілген қызмет көлемі алдыңғы жылмен салыстырғанда екі есеге артқан, яғни 97 мың артық туристің сапар шеккенін көрсетіп отыр. Дегенмен, 70 пайызға артық жоғалтуымыз және 2022 жылғы көрсеткіштердің екі есеге артуы сыртқы факторлардың еліміздегі туристік саланың дамуына жасалған бағдаламалардың міндеттемелерінің кейінге жылжуы, 2024 жылдан бастап орнын толтыру мүмкіндіктерінің болатындығын көрсетті.



3-сурет. Microsoft Excel бағдарламасының көмегімен туристік саладағы қызметтер көлемін және тұтыну көрсеткішін регрессиялық талдау*

* [7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

Жоғарыдағы суреттен көріп отырғанымыздай еліміздің туристік сала қызметін тұтынушылар да және өндіріліген өнім мен қызмет көлемінде де мәселеленің маңызды екені анықталып отыр. Бұл жердегі R шаршы-негізгі көрсеткіш ретінде үгінің сапасын білдіреді. Мақаладағы мысалда аталған коэффициент 0,8632 және 0,1821, 0,2371 немесе шамамен 80 пайыздан жоғары 2 есеге дейін аралықтағы деңгейді құрап отыр. Талдау нәтижесі туристік сала қызметінің қолайсыздың нүктесін көрсетіп отыр [8]. Талдау барысында егер, көрсеткіш 0,5-тен жоғары нәтижені көрсетсе, қолайсыз немесе сала қызметінің қауіпті жағдайын білдіреді. Тағы бір маңызды көрсеткіш ұяшықта «Ү қиылысы» жолы мен «коэффициенттер» бағанының қиылысында орналасқан. Мұнда Ү мәні қандай болады, ал біздің жағдайда бұл нөлден де төмен [3]. Жоғарыда ұсынылып отырған талдау нәтижесі туристік сала қызмет көрсеткішінің пандемия жағдайынан бастап соңғы жылдары төмендегенін және шаралар арқылы оңалту қажеттігін көрсетіп отыр. Біздің еліміздің туристік әлеуеті тартымды және мемлекеттік қолдау шаралары да жасалуда. Көрсеткіштердің қолайсыз деңгейі карантиндік жағдаймен тікелей байланысты.

2021 жылдың қорытындысын ұсынған Дүниежүзілік экономикалық форумның қорытынды талдамалы көрсеткіштерінде еліміздің туристік саласы бойынша әлемдік рейтингіне ілгері позицияны қалыптастырғанын көруімізге болады: 117 елдің ішінде 66 орынға ие болуы, 2019 жылдағы рейтингімен салыстырғанда 14 орынға алға шығуы және оның ішінде бағалық бәсекелестікте 1 орынды иемденуі, табиғи ресурстары бойынша 33 орынды иемденуі, мәдени мұра нысандарының санынан 42 орынды және тағы басқада жетістіктері алға тартты. Сонымен қатар, Британдық «Brand Finance» компаниясының мәліметі бойынша, Қазақстан 2019 жылғы позициясын сақтап қалды және ең жылдам дамып келе жатқан ұлттық брендтердің бірі номинациясына ие болған. Үздік жүз елдің 7 позициянан 44-ші орынға ие болды. Тұрақты туризм бойынша «Euromonitor International»

рейтингінде Қазақстан 99 елдің ішінен 62-ші орынды иеленді. ТМД елдері арасында Беларусь 26 орында, Украина 30 орында, Грузия 41 орында, Ресей 65 орынға ие болған [7].

Туристердің қызығушылығы еліміздің келесі туристік өнім қасиеттерімен туристік сала өнімі мен қызметтерінің көлемінің тұрақты сұранысының сақталуына пандемия жағдайында да кері септігін тигізбеген. Ол, еліміздің көшпенді және аспаздық мәдениеті, тартымды табиғаты, тарихи-мәдени туристік рекреациялық ресурстарымен тартымды әсем қалалары және тағы басқада тартымдылықтары сұранысқа ие болған. Сонымен қатар, туризм саласында пандемия кезінде кейбір қызметтері оң көрсеткішті иеленген. 2021 жылы 2019 және 2020 жылдармен салыстырғанда кинофильмдер, тақырыптық демалыстарды ұйымдастыру, мәдениет пен ойын-сауық, спорттық шаралар, саябақтардағы демалыстарды ұйымдастыру 67 пайызға артқан. Жалпы өндірілген қызметтің үлесі:

- туристік саладағы операторлар мен агенттіктердің қызметі -11,3%;

- орналастыру орындарымен – 41,9%;

- ойын-сауық, демалыс және мәдениет пен спорттық шаралардың қызметі -36,5 пайызды пайызды құраған [9]. Яғни, туристік салада ең маңызды қызмет бөлігі ұйымдастырылған іс-шаралармен байланысты екендігін талдау нәтижесі көрсетіп отыр.

Жалпы мемлекеттік қолдауды табиғи факторлардың кері әсерінен қажет еткен туристік сала қызметін оңтайландыру үшін, оның ішінде туристердің ағынын артырудағы мемлекет тарапынан қолдау шараларына келетін болсақ, 2021 жылы заңнамаға бірқатар маңызды өзгерістер енгізілді:

- шетелден келетін әрбір туристер үшін туроператорлардың шығындарын жабуға – 15000 теңге;

- туристік іс-шараларды ұйымдастыруға қажетті құрал жабдықтарды және техниканы сатып алуға кеткен шығынның 25 пайызын жабу;

- кәмілетке толмаған туристерді тасымалдау шығындарын жабу;

- туристік нысандарды салу және қайта қалпына келтіру шығындарының 10 пайызын өтеу;

- туристік қызметте қолданылатын автобустарды сатып алу шығындарының 25 пайызын өтеу;

- санитарлық-гигиеналық тораптарды ұстау бойынша шығындарды өтеу - 83 300 теңге ай сайын.

Сонымен қатар, туристік саланы дамытуға және кері факторлар әсерін оңтайландыруға келе-сідей өзгерістер енгізілді:

- басым туристік аумақ ұғымын;

- инвестициялық преференцияларды инвестициялық жобаларға бағыттау;

- туристік жарна;

- туристік сала субъектілерінің лицензияларын туристік қызмет түрлеріне байланысты беру.

Бұл жерде шығу және кіру туризміне қатысты әртүрлі міндеттемелер қойылатын ескеру қажет. Дегенмен, елде виза мәселелерін оңтайландыруға елеулі іс-шаралар атқарылуда: оның ішінде 77 елдің азаматтарына визасыз режим қолданысқа енгізілген. Оның ішінде: Үндістан, Қытай мен Иран туристеріне 14 тәулікке дейінгі визасыз режим енгізілген, 28 елмен 111 бағыттағы халықаралық әуе жолдарының қатынасы іс қосылған [9].

Еліміздің туристік саласын дамытуға қажетті инвестиция көлемі де, тартымдылығы да және саланы дамытуға жабаларды қаржыландыру да арта бастады. Пандемиядан кейінгі туристік сала қызметіндегі негізгі капиталға, туристік ресурстар нысандарына салынған инвестиция көлемі жалпы өңірлер бойынша 564,6 млрд. теңгені құраған. 2022 жылдың қорытындысы бойынша аталған инвестиция көлемі 101,9 млрд. теңгеге артқан. 2019 жылы туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламасына сәйкес, ТОП-10 туристік дестинация анықталып, анықталған дестинация нысандарын жаңғырту мақсатында және инфрақұрылымдық мәселелерді шешудің жобалары жасалынды. Ол 178 жобадан тұрды және жобаларды жүзеге асыруда 422 млрд. теңге көлеміндегі қаржы жоспарланды. Оның 98 жобасы мақұлданып, 181,1 млрд. теңге көлемінде қаржыландырылып, туристік рекреациялық ресурстарды жаңғыртуға 47 жобасы оның ішінде бағытталған. Ерекше атап өтуге болады: енгізілген жобалардың: Түркістандағы «Керуен Сарай» кешені (88 млрд теңге), Ақтаудағы «Тетис Блу» тақырыптық паркі (47,7 млрд теңге), Алматыдағы «Swissotel» (38,5 млрд теңге), Алматыдағы «Holiday Inn Express» (4,3 млрд теңге), «Дора» қонақ үйі Шымкент (2,1 млрд теңге) және тағы басқада ауқымды жобалар іске қосылды. Сонымен қатар, кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі ұлттық жобаға сәйкес 2025 жылға дейін 170 мың жұмыс орнын құру жоспарыда өз нәтижесін 2022 жылы 25 мың жұмыс орнымен қамтумен 2021 жылмен салыстырғанда 44 пайызға артығымен орындаумен нәтижесін берді [9]. Сонымен қатар, саланы оңтайландыру және дамытуда ауқымды өзгерістер үшін тікелей шетелдік инвестицияны тартуды арттыру қажеттігінің маңызы жоғары [10].

Қорытынды. Осылайша, еліміздің туристік саласын сыртқы факторлардың әсері салдары мен саланы мемлекеттік қолдаудың маңызын ескере отырып, оңтайландырудың міндетті шараларын қолға алу қажет. Басқа өндірістік сала сияқты туристік саланы дамытуға жол беретін жобаларды жүзеге асыруда шетелдік инвесторлар үшін экономикалық факторларға, нарықтарға және инновациялық инфрақұрылымға еркін және тең қол жеткізуге жағдай жасау керек [11]. Туристердің ағынын арттыруда туризмді дамытудың маңызды бағыттарының бірі ақпараттық ілгерілету болып табылады. Облыстық туристік портал «visitkazakhstan.kz», ақпараттық терминалдар жаңартылды, 360 виртуалды туры, аймақ бойынша нұсқаулықтар мен карталар, интерактивті Web-қосымшаларының жұмысын да жетілдіру қажет. Ұлттық нақыштағы шараларды бейнелейтін түсірілімдері аз. Отандық ірі туристік сала кәсіпкерлері үшін Шығыс Қазақстанда ақпараттық турлар ұйымдастырылған. Астана және Алматы мен Доха және Анкара қалаларындағы ұйымдастырылған туристік ірі көрмелерге тuroператорлардың қатысуы туристердің ағынын 90 пайызға артуына ықпалын тигізген. Жоғарыда атап өткен, Алтай және Марқакөл қорықтарындағы және Катонқарағайдағы ақпараттық құралдармен таралымдар туристердің санының артуына елеулі әсерін тигізді. Бұл іс-шаралар басқа өңірлерде де ұйымдастырылуы қажет. Туризм басым экономиканың саласы ретінде елдің тұрақты экономикалық өсуіне және ұлттық табыс пен жұмыспен қамту деңгейіне де оң әсер етеді, бұл болашақта халықтың өмір сүру деңгейінің жоғарылауына алып келеді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Садықов Ж.А., Гиззатжанова А.Г. Туристік өлкетану. – Алматы: ЭСПИ. – 2022. – Б. 252.
2. Richard S. Aquino., Brooke A. Porter. Tourism in the Philippines // Perspectives on Asian Tourism. – Singapore: Springer Nature. – 2022. – XVI. – P. 190.
3. Yeong Wee Yong, Kau Ah Keng, Tan Leng Leng. A Delphi Forecast for the Singapore Tourism Industry: Future Scenario and Marketing Implications // International Marketing Review. – 1993. – № 2. – P. 10-29.
4. Zachary D. Carter. The price of peace: money, democracy, and the life of John Maynard Keynes // The Economic and Labour Relations Review. – 2022.
5. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: Учебное пособие для бакалавров. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. – 2021. – С. 254.
6. Пандемиядан кейін Қазақстанда туризмді дамыту – 2022 жылдың алғашқы алты айының қорытындысы шығарылды [Электронды ресурc]. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/razvitiie-turizma-v-kazahstane-posle-pandemii-podvedeny-itogi-pervyh-shesti-mesyacev-2022-goda-237546>.
7. Қазақстан туризмі [Электронды ресурc]. – URL: <https://stat.gov.kz/publication/collections/?year=&name=16286&period=>.
8. Аманова Г.Д. Экономикалық талдау. – Алматы: Эверо. – 2021. – Б. 310.
9. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы [Электронды ресурc]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>.
10. Абдулла Ж.Б., Кулбаева М.А., Сапарова А.А., Абишева А.М. Қазақстан экономикасындағы тікелей шетелдік инвестициялардың рөлі және оның COVID-19 пандемиясынан кейінгі жағдайы // ҚазЭҚХСУ жаршысы. – №1 (50). – 2023. – Б. 15-22. – DOI: 10.52260/2304-7216.2023.1(50).2.
11. Даниярова М.Т., Тержанова А.Ж., Глазунова С.Б. Иностранные инвестиции в экономическом развитии Казахстана постпандемического периода // Вестник КазУЭФМТ. – №1(46). – 2022. – С. 39-44. – DOI: 10.52260/2304-7216.2022.1(46).5.

REFERENCES

1. Sadykov Zh.A., Gizzatzhanova A.G. Turistik өlketanu [Tourist geography]. – Almaty: ESPI. – 2022. – B. 252 [in Kazakh].
2. Richard S. Aquino., Brooke A. Porter. Tourism in the Philippines // Perspectives on Asian Tourism. – Singapore: Springer Nature. – 2022. – XVI. – P. 190.
3. Yeong Wee Yong, Kau Ah Keng, Tan Leng Leng. A Delphi Forecast for the Singapore Tourism Industry: Future Scenario and Marketing Implications // International Marketing Review. – 1993. – № 2. – P. 10-29.

4. Zachary D. Carter. The price of peace: money, democracy, and the life of John Maynard Keynes // The Economic and Labour Relations Review. – 2022.
5. Veselova N.Yu. Organizaciya turistskoj deyatelnosti. Uchebnoe posobie dlya bakalavrov [Organization of tourist activities: Textbook for bachelors]. – Moskva: Dashkov i K, Aj Pi Er Media. – 2021. – S. 254 [in Russian].
6. Pandemiyadan kejin Kazakstanda turizmdi damytu – 2022 zhyldyn algashky alty ajynyn korytyndysy shygaryldy [Development of tourism in Kazakhstan after the pandemic – the results of the first six months of 2022 have been released] [Elektrondy resurs]. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/razvitie-turizma-v-kazahstane-posle-pandemii-podvedeny-itogi-pervyh-shesti-mesyacev-2022-goda-237546> [in Kazakh].
7. Kazakstan turizmi [Tourism of Kazakhstan] [Elektrondy resurs]. – URL: <https://stat.gov.kz/publication/collections/?year=&name=16286&period=> [in Kazakh].
8. Amanova G.D. Ekonomikalyk taldau [Economic analysis]. – Almaty: Evero. – 2021. – B. 310 [in Kazakh].
9. Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2023-2029 zhyldarga arnalghan tuzhyrymdamasyn bekitu turaly [On approval of the proposal for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029] [Elektrondy resurs]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262> [in Kazakh].
10. Abdulla Zh.B., Kulbaeva M.A., Saparova A.A., Abisheva A.M. Kazakstan ekonomikasyndagy tikelej sheteldik investiciyalardyn roli zhane onyn COVID-19 pandemiyasynan kejingi zhagdayy [The role of foreign direct investments in the economy of Kazakhstan and its situation after the COVID-19 pandemic] // KazEKHSU zharshysy. – №1 (50). – 2023. – B. 15-22. – DOI: 10.52260/2304-7216.2023.1(50).2 [in Kazakh].
11. Daniyarova M.T., Terzhanova A.Zh., Glazunova S.B. Inostranye investicii v ekonomicheskoy razvitiy Kazahstana postpandemicheskogo perioda [Foreign investments in the economic development of Kazakhstan in the post-pandemic period] // Vestnik KazUEFMT. – №1(46). – 2022. – S. 39-44. – DOI: 10.52260/2304-7216.2022.1(46).5 [in Russian].

Жолмуханова А.Ж., Дулатбекова Ж.А., Альпенсова Ш.Е., Саймагамбетова Г.А.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА ТУРИЗМ КАК НА ПРИОРИТЕТНУЮ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

Актуальность исследования заключается в том, что туризм как приоритетная отрасль экономики становится крупнейшей отраслью динамично развивающейся страны. Его рост в два раза выше, чем в других отраслях. Страна богата туристскими ресурсами, природными ресурсами и объектами культурного наследия, что способствует интересу туристов к развитию туристской отрасли страны. Тем не менее, внешние факторы, оказывающие случайное влияние на этапах развития, должны также быть подвержены влиянию туристской отрасли и обеспечивать выполнение стратегического плана государства без барьеров и устойчивое развитие. Это связано с тем, что туристическая отрасль быстро адаптируется к внешним факторам. То есть указывает на необходимость постоянного факторного анализа для выявления эффектов в развитии. Авторы уточнили с помощью Microsoft Excel, как ситуация с пандемией, охватившей мир, повлияла на туристскую отрасль, в том числе в результате значительного факторного анализа доходов от деятельности и количества посетителей, и сколько лет нужно, чтобы компенсировать это, предложена очередь необходимых мероприятий, а также информационное продвижение, обязательное и необходимое для того, чтобы туристская отрасль вошла в стабильную форму. В качестве методов исследования использовались: экономико-статистический, факторный анализ и маркетинговые исследования, обоснованы факторы, влияющие на развитие туризма как приоритетной отрасли экономики. Развитие туристской отрасли положительно скажется на устойчивом экономическом росте страны и уровне национального дохода и занятости.

Zholmukhanova A., Dulatbekova Zh., Alpeisova Sh., Saimagambetova G.

**THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON TOURISM
AS A PRIORITY SECTOR OF THE ECONOMY**

Annotation

The relevance of the study lies in the fact that tourism, as a priority sector of the economy, is becoming the largest industry in a dynamically developing country. Its growth is twice as high as in other industries. The country is rich in tourist resources, natural resources and cultural heritage sites, which contributes to the interest of tourists in the development of the country's tourism industry. Nevertheless, external factors that have an accidental impact on the stages of development should also be influenced by the tourism industry and ensure the implementation of the state's strategic plan without barriers and sustainable development. This is due to the fact that the tourism industry is quickly adapting to external factors. That is, it indicates the need for constant factor analysis to identify effects in development. The authors clarified using Microsoft Excel how the situation with the pandemic that swept the world affected the tourism industry, including as a result of a significant factor analysis of income from activities and the number of visitors, and how many years it takes to compensate for this, a queue of necessary events was proposed, as well as information promotion, mandatory and necessary in order to so that the tourism industry gets into a stable shape. The following research methods were used: economic and statistical, factor analysis and marketing research substantiate the factors influencing the development of tourism as a priority sector of the economy. The development of the tourism industry will have a positive impact on the sustainable economic growth of the country and the level of national income and employment.

