

Ж.М. Шаекина, А.Т. Тлеубердинова, Д.М. Салауатова, Д.А. Торжанова

*Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қазақстан  
(E-mail: tat404@mail.ru)*

## **Қазақстанның экологиялық және табиғи туризмі неміс тұтынушыларына ұсыныс ретінде**

Бүкіләлемдік туристік ұйым зерттеулері Қазақстанда туризмнің неғұрлым әлеуетті түрлері ретінде анықталған табиғи және экологиялық туризмнің өсіп келе жатқан танымалдығын атап өтті. Мақалада экологиялық туризмге қызығушылықтың арту себептері қарастырылды және қызығушылықтың өсуінің негізгі уәждемелері терең зерделенді. Авторлар табиғи және экологиялық туризмге анықтама беріп, олардың арасындағы айырмашылықтарды тиянақтады. Мақалада экотуризмнің мақсатты тобы ретінде анықталған Германияның тұрғындары сипатталды, туристер түрлерінің сипаттамалары олардың қажеттіліктерін анықтаумен қатар берілді. Германияның туристік нарығын дамытудың ерекшеліктері атап өтілді, ол ақпарат қазақстандық туристік қызметтерді орналастыру және қазақстандық туристік ұсынысқа адалдығын қалыптастыру кезінде қажет болады. Авторлар неміс экотуристерінің әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларын сандық бағалауға мүмкіндік беретін негізгі критерийлерді анықтады. Ресми статистикалық деректер, сондай-ақ бұрын шетелдік ғалымдар жүргізген зерттеулер негізінде авторлармен Германия, Австрия және Швейцария мемлекеттеріндегі экологиялық туризмнің нарықтық әлеуеті, сондай-ақ туристердің келу болжамы есептелді. Қарағанды облысының Ақтоғай ауданында экотуризмді ұйымдастырудың нақты мысалы негізінде авторлар кіру туризмін қалыптастыру үдерісін жылдамдатуға ықпал етуші туризмді дамытумен айналысатын мемлекеттік, қоғамдық және жеке құрылымдардың өзара әрекеттесуін қарастырды.

*Кілт сөздер:* ішкі туризм, дестинация, саяхаттар, туристік келулер, туристік инфрақұрылым, туристік іс-әрекет.

Қазақстанда туризмді дамыту басымдықтарының біріне экологиялық және табиғи туризм жатқызылады. Әлемдік туризм мониторингі халықаралық консалтингтік тобының мәліметтері бойынша (International Tourism Consulting Group, World Travel Monitor Company, әрі қарай — IPK Groop) елге саяхаттаудың басты уәждемелеріне табиғи ландшафттардың көптүрлілігі (кең далалардан қарлы таулы шыңдарға дейін) мен байырғы тұрғындар жатады [1]. Туристер үшін Қазақстан да тартымды болып табылады:

- еркін / жабайы табиғат (74 %);
- тұзды және тұщы көлдері бар далалар (69 %);
- шексіз шығындар мен ландшафттар (68 %);
- көшпенділер мәдениеті (63 %);
- таулар (59 %);
- адам қолы тимеген табиғат (58 %).

IPK Groop анықтауы бойынша, Қазақстан үшін әлеуетті болып табылатын неміс нарығы экологиялық және табиғи туризм тұжырымдамасын және неміс тұтынушыларының таңдауының ерекшеліктерін ескеруді талап етеді.

Дүниежүзілік туристік ұйымның мамандары экологиялық туризмді негізгі ынтасы табиғатты, сондай-ақ табиғи және әлеуметтік-мәдени қоршаған ортаға теріс әсердің азайту кезінде пайда болатын табиғи аумақтарда басым дәстүрлі мәдениеттерді бақылау және түсіну сияқты болып табылатын туризм түрі ретінде анықтайды. Табиғи туризм табиғи жағдайды қызметтің орны, соның ішінде демалыс, экстремалды немесе тұтыну (мысалы, жағажай демалысы, жүзу, альпинизм, аң және балық аулау сияқты) орындары ретінде қолданатын кең ауқымды іс-шараларды қамтиды [2; 25].

Германияның Экономикалық ықпалдастық және дамыту федералды министрлігінің жұмыс тобымен (Arbeitsgruppe Okotourismus of the Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)) табиғи туризм мен экотуризм арасындағы негізгі айырмашылық анықталды. Табиғи туризм (нем. «naturtourismus») тартымды табиғи шарттардағы, басым жағдайлардағы қорғалатын аймақтардағы әртүрлі әрекеттерді таңдайтын нарық сегментіне жатады. Бұл жағдайда іс-әрекеттер түрлері ғылыми туризм, жабайы табиғатты тамашалау мен суретке түсіруден бастап балық аулаушылық пен аң аулаушылық, сонымен бірге спорттық және шытырман оқиғалы туризмге дейін барады [3].

Экологиялық туризм (нем. «okotourismus») қоршаған орта мен әлеуметтік-мәдени факторларға жағымсыз әсер етуді азайтуға, ерекше қорғалатын табиғи территорияларды қаржыландыруға, сонымен қатар жергілікті тұрғындарға табыс көздерін қалыптастыруға бағытталған табиғи туризмнің түріне жатады [4; 3, 4].

Осылайша, табиғи туризм тірі табиғатты бақылау аясынан шығып, өзіне табиғи жағдайлардағы барлық дерлік туризм түрлерін біріктіреді.

Екінші жағынан, экотуризмді түсінудегі «немістік» көзқарас, әдетте, «тұрақты туризм» деп аталатын туризмнің аспектілерін қамтиды: адамдарға және қоршаған ортаға жағымсыз әсерді барынша азайту және тиісті экономикалық пайда алу. А. Виегас анықтамасы бойынша: «Экотуризм — ақпаратқа және білімге ерекше назар аудара отырып, табиғатқа бағытталған немесе қоршаған ортаға бағытталған демалыс, немесе бос уақыт ...» [5; 3].

В. Страздас бойынша, табиғи және экотуризм арасындағы айырмашылықты келесідей анықтауға болады: табиғи туризм туристік нарықтың нақты сегментіне және табиғи территорияларға, яғни табиғат координациялық орталық болатын аймақтарға, саяхаттауды білдіретін туристік пакеттің нақты түріне жатқызылады [6; 2, 3]. Қоршаған ортаға әсер жағымды да, жағымсыз да болуы мүмкін. Осы ретте, зерттеушінің пікірінше, экотуризм қоршаған ортаға жағымсыз әсерді азайтуға не толық жоюға бағытталған.

Соңғы жылдары экологиялық туризмге деген қызығушылықтың жоғарылауы себептеріне байланысты ДТҰ мамандары мыналарды жатқызады:

– жіберуші елдерде экология тақырыбының маңыздылығының және/немесе күнделікті өміріндегі аталған мәселелердің өсіп келе жатқан маңызы;

– балаларға экологиялық бағдар беруді нығайту;

– мақсатты елдерде тұрақты туризмді қамтамасыз ету жөніндегі күш-жігерді жандандыру.

Неміс тұрғындарының арасында мұндай саяхаттың себептерінің ішінде табиғи орта және қоршаған орта сияқты көрсеткіштердің үлесі өте жоғары болып табылады [7; 94]:

– неміс демалушылардың арасында «табиғатты аялауды» таңдағандардың үлесі — 59,3 %;

– 54,2 % немістер үшін ең маңыздысы «ластанған қоршаған ортаны қорғау» мотиві;

– қоршаған ортаға әсер етудің басқа да көрсеткіштерімен салыстырғанда экологиялық себептердің жоғары өсу қарқыны байқалады;

– демалушылар үшін табиғаттың шынайылығы (32,4 %) және флора мен фаунаны зерттеу (34,3 %) маңызды;

– 27,2 % туристер үнемі, ал 49,3 %-ы кейде экотуристік сапарларды ұйымдастырады.

Экотуризмнің мақсатты топтарын, олардың қажеттіліктері мен мінез-құлықтық үлгісін сипаттау, неміс демалушыларын экотуристердің әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларын сандық өлшеуге мүмкіндік беретін жіктеменің төрт типіне Д.фон Лабберг жіктемесіне сәйкес жүргізіледі [4; 100].

Бірінші түрі: білім деңгейі төмен жастар, ең алдымен, білім алушылар, неміс халқының шамамен 26 % құрайды. Туристердің осы санаты үшін туроператормен турды ұйымдастыру жөніндегі талаптары жоғары емес, туристік ресурстар соншалықты маңызды емес, туроператорлардан экологиялық менеджмент шараларын күту шамалы деңгейде болып табылады. Әдетте, бұл түр табиғаттың сақталуына жеке үлес қосуға дайын.

Екінші түрі: негізінен білім және табыс деңгейі төмен әйелдер, басым бөлігінде баласы жоқ зейнеткерлерді біріктіреді, неміс халқының 29,0 % құрайды. Бұл санатта демалыс орнына қоршаған ортаны қорғау іс-шараларын төлеуге дайын емес, экологиялық аспектілерге өте немқұрайлы көзқарасын көрсетеді.

Үшінші түрі: негізінен білім деңгейі мен табыс деңгейі жоғары орта жастағы адамдар, демалыста экологиялық аспектілердің әлеуметтік жауапкершіліктің жақтаушылары, Германия халқының 14,7 % құрайды. Олар үшін табиғатты сақтау ғана емес, сондай-ақ жергілікті тұрғындардың өмір салты мен дәстүрлерін құрметтеу маңызды.

Төртінші түрі: ортадан жоғарыға дейінгі білімі бар, таза табысы орташадан жоғарыға дейін болатын, жиі кішкентай балалары бар (14 жасқа дейінгі) орта жастағы адамдар (30–59), неміс халқының 30,0 %-ын құрайды. Бұл түр жануарлар дүниесінің мониторингі табиғи ресурстар және олардың мүмкіндіктері сияқты аспектілерге қызығушылық тудырады. Олар, әдетте, жергілікті тұрғындардың мәдениеті мен дәстүрлерін өте құрметтейді. Табиғат пен қоршаған орта саяхатқа қанағаттануына қатты әсер етеді.

Экологиялық туризм үшін артықшылықты 14-19 және 30-59 жастағылар береді. Жынысы бойынша бөлу көрсеткендей, туроператорлармен ұсынылатын табиғаттағы демалысқа әйелдер басымдық береді (66 % қарсы 34 %-ға) [3].

Зерттеу көрсеткендей, білім критерийі маңызды болып табылады. Экотуризм жоғары білімі бар адамдар мен жоғары табыстары бар адамдарға қолайлы екенін атап өтіледі. Білім сипаты экотуристер арасында кездесетін кәсіби топтарда да көрініс табады. Үлкен үлесті мұғалімдер алатыны байқалды, бұл, біріншіден, аталған сапарларға мұғалімдердің уақытының жеткілікті болуымен, екіншіден, аталмыш саяхаттарды биология және география мұғалімдері қосымша білім алу құралы ретінде пайдалануымен сипатталады.

Экотуризм тұтынушыларынан түсетін таза айлық табыс 1533,9 еуродан 2555,9 еуроға дейін жетеді, бұл экотуристер халықтың ауқатты сегменттеріне тиесілілігін растайды.

Қоршаған орта мен жануарлар әлемін бақылау мүмкіндігінің маңыздылығына қарамастан, аталған басымдылықтар саяхаттаушылардың үштен бір бөлігіне ғана өзекті, экотуристердің көпшілігі (48,9 %) демалысты басқа да әрекеттермен бірлестіріп өткізуді қалайды, ал 19,5 % турист үшін экотуризмнің бірнеше күнмен шектелуі тиімді болып табылады.

Өңірлерді (еуропалық елдер, еуропалық емес елдер, алыс үшінші әлем елдері, жақын үшінші әлем елдері және еуропалық емес өнеркәсібі дамыған елдер) бөлуге сәйкес респонденттердің 51 % жақын дамушы елдерге сапарларға қызығушылық танытады. Бұл факт неміс нарығын Қазақстан үшін әлеуетті ретінде анықтау үшін жағымды болжам жасауға мүмкіндік береді. Бұл ықтималдылықты растайтын фактілер анықталды.

Мысал ретінде Қарағанды облысы Шабанбай би ауылында далалық қонақ үйлерді ұйымдастыру тәжірибесін келтіруге болады. Аталмыш кішігірім мекендегі 2010 жылдан бастап Қазақстан туристік қауымдастығымен сертификатталған қонақ үйлер қызмет атқарады. Шетелдік туристер бұл жерге табиғи ландшафттарды тамашалау ғана емес, сонымен бірге шынайы қазақ отбасында өмір сүру үшін, оның ішінде бие сауу, бешбармақ дайындау, өз қолымен қымыз, талқан, құрт, ірімшік дайындауға, киіз тоқуға қатысуға, аңшылыққа шығуға, жергілікті тұрғындармен пікірлесуге және т.б. үшін келеді. Алғашқы жылдардағы ыңғайлылықтардың болмауы да таныстар мен достарға аталмыш орынды демалыс орны ретінде кеңес беруге кедергі болған жоқ, туристер легі жылдан жылға көбеюде.

ДТҰ сарапшыларының пікірінше, тұтынушылардың тілектерін білу өнім саясаты үшін аса маңызды. Турдың маңызды талаптары туралы сұраққа жауап берген төрт маңызды артықшылықтан тұратын экотуристердің нақты құрылымы қалыптасты:

1. 50 % жергілікті тұрғындар жүргізетін кішігірім ғимараттарда тұруды таңдайды.

2. 45,6 % нақты ақпараттың болуы шарттарында өздігінен жүруді қалайды, 14,7 %-ы гидпен экскурсияларға басымдық береді.

3. 41,2 % жергілікті өнімдерден жергілікті асхананы пайдалануға ниетті.

4. 41,2 % қонақжайлылықты күтуде, олар өздерін көптен күткен қонақ ретінде сезінгісі келеді [3].

Зерттеуге сәйкес экотуризмге барудың орташа ұзақтығы:

– Германия аумағында сапар шегу үшін — бір аптадан аз;

– Еуропадағы сапарлар үшін, әдетте, екі апта;

– бүкіл әлем бойынша сапарлар үшін — үш апта, кейде тіпті одан да көп.

Көптеген неміс туроператорларының пайымдауынша, экологиялық туризмнің мақсатты топтарын келесідей құраммен сипатталады:

– белсенді спортшылар мен әйелдер (20 туроператор);

– табиғатты жақсы көретін және бағалайтын адамдар (20 оператор);

– командалық рухпен сипатталатын адамдар (13 оператор);

– мәдениеттер мен коммуникацияларды жинауға мүдделі адамдар (13 оператор).

Әдетте, бұл туристер толерантты, бейтарап, артық заттарды талап етпейтін, білімге ұмтылатын, ашық, икемді және ынтымақтастыққа қабілетті.

Туроператорлардың пікірінше, тұтынушылар жергілікті әдет-ғұрыптарға бейімделіп, бейресми мәдениетпен танысу үшін ашық болуы керек. Мақсатты топтардың клиенттері дәстүрлі бұқаралық туризмді таңдамайды және экологиялық және әлеуметтік жағынан ыңғайлы аймақтарда саяхат жасауды қалайды.

Экотуризм мамандандырылған туроператорлардың нарығына жақсы мүмкіндік береді. Зерттеу қорытындысы бойынша респонденттердің 47,6 % демалыстарын үнемі өздері ұйымдастырады, ал

34,7 % туроператорлардың қызметін пайдаланады. Салыстыру үшін: бүкіл Германияда барлық сапарлардың шамамен 54 %-на жеке тапсырыс беріледі, ал 46 %-ы турагенттер немесе туроператорлар арқылы рәсімделеді [8]. Бұл факт туристік ілгерілетуде туроператорлардың белсенді рөлін дәлелдейді және қазақстандық мамандармен есепке алыну керек. Ел үшін жаңа бағыт ретінде экологиялық туризмді құруға туризмді дамытумен айналысатын мемлекеттік, қоғамдық және жеке тұлғалардың күш-жігерін біріктіру маңызды.

Мысалы, Орталық Қазақстандағы экологиялық туризмнің дамуына табиғат қорғау және биоәртүрлілікті сақтау неміс одағы (NABU), Қарағанды облыстық экологиялық мұражайы, «Nomadic Travel Kazakhstan» компаниясы, Қазақстандық ұлттық географиялық қоғамы, «Ақтоғай ауыл шаруашылығы орман және жануарлар дүниесін қорғау» «Avalon» тарихи-географиялық қоғамы КММ / «Авалон» қоғамдық қоры қатысады. Еуропалық комиссия, «Қазақмыс» корпорациясы, Қарағанды облысының кәсіпкерлік басқармасы қолдау көрсетеді [9].

Шабанбай би ауылындағы ерекше қорғалатын аймағындағы жергілікті халық және қызметкерлер үшін экологиялық туризм саласындағы қызметтерді ұсыну теориясы мен тәжірибесі бойынша оқыту семинарлары ұйымдастырылады. Қызыларай қорғалатын аймағына автокөлікпен жету мүмкіндігі қарастырылған тұрақтар орналасқан (оның бір бөлігі — туристік соқпақтар бастапқы нүктесі болып табылатын тау-орман оазисі).

Орталық Қазақстандағы экотуризмді дамыту жөніндегі қоғамдық кеңес экосайтты басқаруға көмектеседі. Дерек қорына жергілікті және шетелдік бұқаралық ақпарат құралдары мен жарнамалық буклеттердегі Орталық Қазақстанның туристік әлеуеті туралы басылымдарда көрініс тапқан туристік көрікті жерлердің көп бөлігі анықталып, сипатталған және енгізілген. Жергілікті және шетелдік туристік бизнес және БАҚ өкілдері үшін Қызыларайға ақпараттық турлар ұйымдастырылады. Қарағанды облысының туристік көрікті жерлері Қазақстанға қатысты танымал ағылшын тіліндегі («Lonely Planet Central Asia» және «Brand Kazakhstan») және атақты неміс тілді («Kasakhstan Entdecken») жолсілтемелерде сипатталған. Қызыларай және Ұлытау туралы ақпарат танымал «Wikitravel» онлайн-жолсілтемесінің ағылшын нұсқасында және «Tripadvisor» веб-ресурсында орналасқан.

Жергілікті қауымдастықтар мен туристер арасындағы байланыстырушы буын болып табылатын «Nomadic Travel Kazakhstan» туроператорымен «Сарыарқаның қола шеңбері», «Қызыларай – биіктік пен тарих», «Орталық Қазақстан бойынша шолу туры», «Ұлытау – ұлт бесігі», «Ұлытаудағы демалыс туры», «Оңтүстіктегі «Ақсоран» және басқа туристік маршруттар дайындалған.

Бүкіләлемдік туристік ұйымның мамандарының байқауларына сәйкес, Германиядағы туристік нарықтың дамуы мынадай ерекшеліктерге ие [3]:

1. Жол жүру жиілігімен қатар, саяхат сапарларының өсуі жалғасуда.
2. Әлеуметтік-демографиялық құрылымдық өзгерістер мақсатты топтар арасында басымдықты бағыттардың ауысуын туғызады: отбасылардың санын азайту, отбасылардың ауқымын азайту; егде жастағы адамдар санының күрт артуы; туристердің шағын топтарының бірлестігі.
3. Әртүрлі мақсатты топтардың туристік мотивациясы дифференциацияға ұшырады.
4. Туристік бағыттарға қатысты: ұзақ сапарлардың үлесінің 10-15 %-ға дейін артуы, тұрақты 35 % көрсеткішіне ие «Жерорта теңізі» бағытынан басқа ішкі жол жүрулердің 20-25 %-ға дейін төмендеуі.
5. Демалыс түрлері бойынша: таңдауларда, бір сапар кезінде түрлі іс-шараларға қатысу дәрежесінде белсенділіктің төмендеуі байқалады.
6. Туристік сапарлардың орташа ұзақтығының төмендеуі.
7. Маусымдық ауытқулар біршама аз өзгерістермен сипатталады, себебі егде жастағы адамдарға маусымаралық кезеңде әр түрлі климаттық аймақтарға бару саны артады; жылына екінші және үшінші сапарлар саны артып келеді.
8. Туроператорлар ұйымдастырған сапарлардың нарықтық үлесі 58 %-ға дейін өсті; шетелге сапарлардың саны артып келе жатқан пакеттік турларының үлесі 66 %-ға дейін өсті; ішкі турлар үлесі — 30 % дейін; тұтастай алғанда клиенттер саяхатқа оң әсер етеді.
9. Өуе сапарларының артуы алыс қашықтыққа саяхаттардың артуына байланысты.
10. Жоғары сапалы, жайлы тұрғын үйлерге деген қажеттілік өсіп келеді.
11. Жаңа медиақұралдары (ғаламтор) тұтынушыларды хабардар етуде және брондауда маңызды рөл атқарады, алайда бұл дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін төмендетпейді.
12. Бағаларға деген сезімталдық артуда: немістердің халықаралық сапарларының тәжірибесі қызметтер құнының маңыздылығын сипаттайды.

В.Д. Лабергтің айтуы бойынша, деректер жиналғаннан бері айтарлықтай уақыттық мерзімдерге қарамастан, бүгінгі күні үрдістер әлі де жарамды деп есептеуге болады. Іргелі құрылымдық өзгерістердің белгілері жоқ [7]. 2000 жылы 14 және одан жоғары жастағы 48,8 млн неміс туристке жүргізілген транспозицияға сәйкес экотуризмнің әлеуетті нарығы 14,5 млн адамды құрайды (1-кесте).

1 - кесте

## Германия экологиялық туризмнің нарықтық әлеуетін есептеу

Көрсеткіштер	2000 ж.		2016 ж.
Германия халқы, млн адам	82,2		81,3
14 және жоғары жастағы, млн адам	63,8		53,7
Барлық демалушылар, млн адам	48,4	Тұрғындардың 75.9 %-ы (14 және жоғары)	40,8
Табиғи туризмнің нарықтық әлеуеті, млн адам	28,7	Демалушылардың 59.3 %-ы	24,2
Экологиялық туризмнің нарықтық әлеуеті, млн адам	14,5	Демалушылардың ~30 % -ы	12,2

Ескерту. Дерек көздері: [7, 10].

Ағымдағы үрдісті сақтау экологиялық сезімталдықтың артуымен ғана ерекшеленетінін ескере отырып, 2016 жылы экологиялық туризмнің нарықтық әлеуеті 12,2 млн турист деп есептеуге болады [11].

IPK Groop зерттеулерінің нәтижелері бойынша, Германияда 3,9 млн адам Орталық Азияға ықтимал қызығушылық танытып отыр, олардың 48 %, яғни 1.87 млн адам, Қазақстанға туристік бағыт ретінде қызығушылық танытты. Экотуризмнің нарықтық әлеуеті саяхатқа шыққысы келетіндердің жалпы санының шамамен 30 %-ын құрайтынын ескере отырып, экотуризмнің неміс нарығының әлеуеті 560 мың адам деп есептеуге болады. IPK Groop зерттеуінің жоғары деңгейіне сенім білдірсек (10 000 адам), алынған нәтижелердің айтарлықтай жоғары екендігі туралы мәлімдеуге болады, бұл ықтималдылық коэффициентін (0,5–1 диапазонында — орташа 0,75) пайдалану мүмкіндігін береді. Одан басқа, А.Виелхабер пікірі бойынша, неміс, швейцария, австриялық нарықтардың бағалаулары бірі-бірінен қатты айырмашылық жасамайды, аталған жағдай әлеуетті нарық есептемесіне аталған елдерді қосу мүмкіндігін білдіреді [11]. Бұл жағдайда келу болжамы агрессивті маркетингтік стратегияны іске асыру жағдайында жылына 420 мың адамды құрайды.

Осы елдердің статистикалық деректерін пайдалану және А.Виелхабердің осы халықтардың ділдерінің ұқсастығы туралы пікірін ескере отырып, Швейцария мен Австрия экотуристерінің келу болжамын есептеуге болады (2-кесте).

Бұл жағдайда оқиғалардың төмен деңгейіне сәйкес келетін 0,05 ықтималдық коэффициентін қолданамыз, IPK Groop зерттеуіне сәйкес, Германияның әлеуеті Австрия мен Швейцарияның әлеуетімен салыстырғанда 15-ке қарсы 1-ге тең ( $0,75 / 15 = 0,05$ ). Осылайша, үш елдің келуінің жалпы болжауы 460 мың адамға жетіп, 10 күндік тұру үшін адамға ең төменгі шығын 1500 еуро болған жағдайда, сәйкесінше, 690 мың еуро табыс әкелуі мүмкін.

2 - кесте

## Австрия және Швейцария экологиялық туризмнің нарықтық әлеуетін есептеу

Мемлекет	Халық саны, млн адам (2016 ж.)	15 және жоғары жастағы халық, млн адам	Демалушылар, барлығы (15 және жоғары жастағы халық 75,9 %-ы), млн адам	Экологиялық туризмнің нарықтық әлеуеті (демалушылардың ~30 % -ы), млн адам	Қазақстандық нарық әлеуеті (демалушылардың ~30 % -ы), млн адам	Ықтималдылық	Келу болжамы, адам
Австрия	8,6	5,8	4,4	1,32	0,40	0,05	20
Швейцария	8,4	5,6	4,3	1,29	0,39	0,05	~20

Ескерту. [12, 13] мәліметтерінің негізінде есептелген.

Сұраныстың тұрақтылығы, экологиялық туризм өсу үрдісін сақтау, алынған қызметтер мен клиенттердің қанағаттануының және Қазақстанның туристік әлеуеті туралы мақсатты клиенттер арасында хабардарлықты арттыру шарттарын сақтай отырып, сұраныстың сызықтық тәуелділігін есептеуге болады, бұл, өз кезегінде, туристік келулер санының өсуі мен брендтік туристік өнімнің қалыптасуына ықпал етуі тиіс.

Әлеуетті тұтынушылардың үміттерінің ерекшеліктерін есепке алу Қазақстанға туристік ұсынысқа қойылатын адалдықты қалыптастыруға қосымша ынталандыруды қамтамасыз етуі тиіс.

Неміс туристік нарықтың ерекшелігі қазақстандық аймақтық туризм стратегияларын қалыптастыруда, туристік ұсыныстар өлшемдерін дайындауда, мемлекет, оның тарихы мен дамуы, мәдени құндылықтартары мен заманауи мүмкіндіктері туралы бірегей ұсынысты жасауға және оған оң көзқарас қалыптастыруға ықпал ететін БАҚ, ғаламтор, әлеуметтік желілер, жарияланымдар сияқты қолданыстағы арналар арқылы ақпараттық камсыздандыруды белсенді кеңейтуде ескерілуі және қолданылуы тиіс. Алдында қабылданған қызметке туристердің көзқарасын зерттеу негізінде әлеуетті туристердің қызығушылығын сақтау және ұлттық туристік брендті жылжыту бойынша ауқымды бағдарламаны әзірлеу мақсатында жаңа туристік өнімдер мен бағдарламаларды құруға болады.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 World Travel Monitor® Data // International consulting group on tourism research, 2010. [Electronic resource]. — Access mode: [www.ipkinternational.com](http://www.ipkinternational.com).
- 2 Тлеубердинова А.Т. Учет потребностей экологического туриста США при использовании природно-рекреационных ресурсов Казахстана / А.Т. Тлеубердинова, Д.М. Салауатова // Туризм: право и экономика. — 2014. — № 2. — С. 25–30.
- 3 The German Ecotourism Market. Special Report, Number 10. Capitan Haya 42, 28020 Madrid. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).
- 4 Federal Ministry for Economic Co-Operation and Development (ed.): Ecotourism as an Instrument on Nature Protection? — Bonn, 1995.
- 5 Viegas A. Ökomanagement in Tourismus / A.Viegas. — Munich/Vienna, 1998.
- 6 Strasdas W. Ökotourismus in der Praxis – zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern; Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung; Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (Hrsg.), Ammerland, 2001 / W.Strasdas. [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.studienkreis.org/deutsch/publikationen/pdf>.
- 7 von Laßberg D. Holiday travel and Environment. A survey on the attitude of German Population regarding aspects of nature and environment in the context of holiday trips / D. von Laßberg. By order of Federal Ministry for the Environment: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (Hrsg.), Ammerland, 1997.
- 8 F.U.R. (Research Group holiday and travel) (ed.): The Travel Survey 2000 (Reiseanalyse), annual publication, Hamburg 2000; Reiseanalyse 2001: first Results, ITB 2001.
- 9 [Электрондық ресурс]. — Қолжетімділік тәртібі: <http://www.guide.kz/ru/embodied.shtml>.
- 10 [Электрондық ресурс]. — Қолжетімділік тәртібі: <http://countrymeters.info/ru/Germany>.
- 11 Vielhaber, A. Long-distance Travel 2005; a delphi study in Germany, Austria and Switzerland, Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (ed.) / A.Vielhaber et al. Ammerland 1997.
- 12 [Электрондық ресурс]. — Қолжетімділік тәртібі: <http://countrymeters.info/ru/Austria>.
- 13 [Электрондық ресурс]. — Қолжетімділік тәртібі: <http://countrymeters.info/ru/Switzerland>.

Ж.М. Шаекина, А.Т. Тлеубердинова, Д.М. Салауатова, Д.А. Торжанова

### Экологический и природный туризм Казахстана как предложение для немецких потребителей

Всемирная туристская организация отмечает рост популярности природного и экологического туризма, определенного как наиболее перспективный вид туризма в Казахстане. В статье рассмотрены причины повышения интереса к экологическому туризму, показаны основные мотивы растущего интереса к нему. Авторы дают определения природного и экологического туризма, уточняя различия между ними. Приведено описание целевой группы экотуризма — жителей Германии, даны характеристики типов туристов, с уточнением их потребностей. Отмечены особенности развития туристского рынка Германии, учет которых необходим при позиционировании казахстанских туристских услуг и формировании лояльности к казахстанскому туристскому предложению. Уточнены основные критерии, дающие возможность количественного измерения социально-демографических характеристик немецких экотуристов. На основе официальных статистических данных, а также исследований, проведенных зарубежными учеными ранее, авторами произведен расчет рыночного потенциала экологического

туризма Германии, Австрии и Швейцарии, а также дан прогноз туристских прибытий. На реальном примере организации экотуров в Актогайском районе Карагандинской области авторами рассмотрено взаимодействие государственных, общественных и частных структур, занимающихся вопросами развития туризма, способствующее ускорению процесса становления въездного туризма.

*Ключевые слова:* внутренний туризм, направления, путешествия, туристские поездки, туристская инфраструктура, туристская деятельность.

Zh.M. Shayekina, A.T. Tleuberdinova, D.M. Salauatova, D.A. Torzhanova

### **Ecological and natural tourism of Kazakhstan as a proposal for German consumers**

The World Tourism Organization notes the growing popularity of natural and ecological tourism, defined as the most promising types of tourism in Kazakhstan. The article examines the reasons for increasing interest in ecological tourism, and considers the main motives for the growing interest in it. The authors give definitions of natural and ecological tourism, the differences between them are refined. The article describes the target group of ecotourism - the inhabitants of Germany, the characteristics of the types of tourists with the specification of their needs. The peculiarities of the development of the tourist market of Germany are noted, the account of which is necessary when positioning the Kazakhstan tourist services and forming loyalty to the Kazakhstan tourist offer. The authors have refined the main criteria that make it possible to quantify the socio-demographic characteristics of German eco-tourists. Based on official statistical data, as well as studies conducted by foreign scientists earlier, the authors calculated the market potential of ecological tourism in Germany, Austria and Switzerland, as well as the forecast of tourist arrivals. On the real example of ecotourism organization in the Aktogay district of the Karaganda region, the authors examined the interaction of state, public and private structures dealing with tourism development, contributing to the acceleration of the process of the formation of inbound tourism.

*Keywords:* domestic tourism, directions, travel, tourist trips, tourist infrastructure, tourist activity.

#### References

- 1 World Travel Monitor<sup>®</sup> Data // International consulting group on tourism research, 2010. *ipkinternational.com*. Retrieved from [www.ipkinternational.com](http://www.ipkinternational.com).
- 2 Tleuberdinova, A.T. & Salauatova, D.M. (2014). Uchet potrebnosti ekologicheskogo turista SShA pri ispolzovanii prirodno-rekreativnykh resursov Kazakhstana [Accounting for the needs of the US environmental tourist using the natural and recreational resources of Kazakhstan]. *Turizm: pravo i ekonomika – Tourism: law and economics*, 2, 25–30 [in Russian].
- 3 The German Ecotourism Market. Special Report, Number 10. Capitan Haya 42, 28020 Madrid. *world-tourism.org*. Retrieved from [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).
- 4 Federal Ministry for Economic Co-Operation and Development (Ed.): *Ecotourism as an Instrument on Nature Protection?* Bonn (1995).
- 5 Viegas, A. (1998). *Ökomanagement in Tourismus*. Munich/Vienna.
- 6 Strasdas, W. (2001). *Ökotourismus in der Praxis – zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern*; Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung; Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (Hrsg.), Ammerland, 2001. *studienkreis.org*. Retrieved from <http://www.studienkreis.org/deutsch/publikationen/pdf>
- 7 von Laßberg, D. (1997). *Holiday travel and Environment. A survey on the attitude of German Population regarding aspects of nature and environment in the context of holiday trips*. By order of Federal Ministry for the Environment: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (Hrsg.), Ammerland.
- 8 F.U.R. (Research Group holiday and travel) (ed.): *The Travel Survey 2000 (Reiseanalyse)*, annual publication, Hamburg 2000; *Reiseanalyse 2001: first Results*, ITB 2001.
- 9 *guide.kz*. Retrieved from <http://www.guide.kz/ru/embodied.shtml> [in Kazakh].
- 10 *countrymeters.info/ru*. Retrieved from <http://countrymeters.info/ru/Germany> [in Kazakh].
- 11 Vielhaber, A. & et al. (1997). *Long-distance Travel 2005; a delphi study in Germany, Austria and Switzerland*, Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (ed.), Ammerland.
- 12 *countrymeters.info/ru*. Retrieved from <http://countrymeters.info/ru/Austria> [in Kazakh].
- 13 *countrymeters.info/ru*. Retrieved from <http://countrymeters.info/ru/Switzerland> [in Kazakh].