

национальной экономики Республики Казахстан. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT354434/>

2. Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан до 2030 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 апреля 2022 года № 250.

3. Николаева, Плетнев 2016 – Николаева Е.В., Плетнев Д.А. Внутренние экономические факторы успешности малых и средних предприятий: анализ по федеральным округам России // Экономическая наука современной России. 2016. № 2 (73). С. 77–89.

4. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика: учебно-практическое пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2015. – 176с.

5. Кляцкин, В.И. Статистический анализ когерентных явлений в стохастических динамических системах / В.И. Кляцкин. — М.: Красанд, 2015. — 776 с.

6. Курносова, О.А. Принятие решений об аутсорсинге на основе ABC-анализа логистических услуг / О.А. Курносова // Вести Автомобильно-дорожного института, 2018. – №2 (25). – С. 41-50.

7. Железова Т.А., Леоненко Е.И. Формирование товарного ассортимента с применением ABC-, XYZ-анализа для управления товарными запасами // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2016. № 2. С. 259–272.

8. Кабикенов С.Ж., Шалаев В.В. Математическое моделирование в складской логистике: учебное пособие / С.Ж. Кабикенов, В.В. Шалаев; Карагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова. – Караганда: Изд-во КарТУ им. Абылкаса Сагинова, 2020. – 64 с.

МРНТИ 06.71.57

Д.А. Сейдуалин, А.Х. Муканов

Д.А. Сейдуалин – к.э.н., ассоциированный профессор

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Республика Казахстан, г. Астана, [Darken68@mail.ru](mailto:Darken68@mail.ru), [Aidar81hamzauli@mail.ru](mailto:Aidar81hamzauli@mail.ru)

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОДХОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭКОТУРИЗМА В ГНПП «УЛЫТАУ»

Экотуризм, как одна из наиболее востребованных в современных условиях форм туризма, привлекает особое внимание в рамках принятия экологических вызовов. Этот вид ориентирован на ответственные путешествия в природные зоны с целью сохранения окружающей среды и улучшения благосостояния местного населения. В последнее время спрос на экологический туризм значительно увеличился, поскольку все больше туристов осознают необходимость сохранения уникальных качеств окружающей среды и проявляют интерес к культурным и иным объектам, свойства которых не нарушены еще массовым туризмом. В этом аспекте особое внимание заслуживают особо охраняемые территории, в том числе и природные парки, обладающие высоким экологическим, культурным и рекреационным потенциалом.

Особо охраняемые природные территории по всему миру являются настоящими жемчужинами для путешественников, ценителей дикой природы и любителей активного отдыха на лоне природы. Эти уникальные охраняемые объекты не только сохраняют важные экосистемы Земли, но и предоставляют возможности для познавательного, экологического и приключенческого туризма. К примеру, Одной из самых знаковых ООПТ является Йеллоустонский национальный парк, расположенный в США. Этот парк занимает площадь более 8900 кв. км и известен своими уникальными геотермальными явлениями - горячими источниками, гейзерами и кипящими грязевыми котлами. Здесь также обитает богатый животный мир, включающий медведей гризли, волков, бизонов и других представителей североамериканской фауны. Йеллоустон является одним из самых популярных национальных парков США, ежегодно привлекающий миллионы туристов [1].

Не менее известен Большой Барьерный риф в Австралии - крупнейшая морская экосистема на планете. Он протянулся более чем на 2300 км вдоль восточного побережья Австралии и включает в себя более 2900 отдельных рифовых систем и островов. Этот уникальный природный объект всемирного наследия ЮНЕСКО славится своим невероятным биоразнообразием, здесь обитает более 1500 видов тропических рыб, сотни видов кораллов и другие морские организмы. Большой Барьерный риф является одним из самых популярных мест для дайвинга и снорклинга во всем мире [2].

На других континентах также есть свои знаковые ООПТ. Например, национальный парк Серенгети в Танзании известен как одно из последних мест на Земле, где сохранились крупные

популяции диких животных, таких как львы, слоны, носороги, буйволы и др. Ежегодные миграции огромных стад копытных через просторы этой саванны привлекают многих натуралистов и фотографов дикой природы. Другой знаменитой ООПТ в Африке является национальный парк Килиманджаро в Танзании, где расположена самая высокая вершина в Африке - гора Килиманджаро [3].

В Южной Америке одной из самых известных ООПТ является национальный парк Игуасу, расположенный на границе Аргентины, Бразилии и Парагвая. Здесь находятся величественные водопады Игуасу, одни из самых впечатляющих водных каскадов в мире. Помимо природных достопримечательностей, парк известен своим разнообразным растительным и животным миром, в том числе популяциями ягуаров, гигантских выдр и других редких видов.

В Казахстане также имеются Государственные национальные природные парки, локализованные в различных регионах страны, и обладающие уникальными качествами природной и окружающей среды. Одним из таких мест является Государственный национальный природный парк «Улытау», расположенный в Улытауской области Республики Казахстан. Данный парк представляет собой не только природное наследие, но высоко значим с точки зрения историко-культурного наследия.

Территория обладает уникальными природными, историческими и культурными характеристиками, занимая площадь около 2200 квадратных километров. В рельефе преобладают живописные горные массивы, реки и озера, а также разнообразный растительный и животный мир. Благоприятное географическое расположение парка является одним из ключевых факторов, способствующих развитию туристической деятельности в регионе.

Государственный Национальный Природный Парк «Улытау» характеризуется следующими географическими особенностями. Максимальная высота гор Улытау составляет 1131 метр над уровнем моря, включая гору Аулиетау и пик Акмешит. В свою очередь, наивысшая точка Арганатских гор - гора Дандыгул, достигает 757 метров над уровнем моря. Протяженность парка с севера на юг составляет около 225 километров, а с запада на восток - 150 километров [4].

Административный центр парка, село Улытау, расположен в 135 километрах от города Жезказган. Административное здание парка, построенное в 1976 году, находится непосредственно в селе Улытау, в 250 метрах от границ особо охраняемой природной территории. Общая площадь Государственного Национального Природного Парка "Улытау" определяется в 58 912 гектаров, включая лесные угодья "Арганатская" (33 419 га), "Улытауская" (20 847 га) и колочные леса (4 646 га). Вокруг лесных дач выделена двухкилометровая охранная зона площадью 28 420 гектаров.

Дорожная инфраструктура парка представлена грунтовыми дорогами, при этом наиболее развитая сеть проселочных дорог сосредоточена на территории Арганатской лесной дачи, ведущих к местам отдыха и фермерским хозяйствам. На территории Улытауской лесной дачи дорожная сеть развита слабо ввиду горного рельефа местности.

Природные ресурсы и уникальные ландшафты Улытау, включающие живописные горные массивы, долины, озера и реки, создают благоприятные условия для развития экологического, познавательного и приключенческого туризма. Кроме того, богатое историко-культурное наследие региона, с захоронениями казахских ханов, археологическими памятниками, является серьезным туристическим потенциалом. Наличие определенной туристской инфраструктуры, такой как гостиницы, кемпинги и турбазы, также способствует развитию туризма в Улытау.

Природный парк Улытау обладает комплексом благоприятных географических, природных, историко-культурных и инфраструктурных предпосылок, которые создают прочную основу для развития различных видов туризма в данном регионе (Таблица 1).

Данная таблица наглядно отражает ключевые выводы, касающиеся потенциала Улытау для экотуризма, необходимых мер по развитию инфраструктуры, размещения туристов, экологического просвещения, а также социально-экономические преимущества данного направления.

К основным уникальным качествам территории Улытау стоит отнести:

1. Историко-культурное наследие Золотой Орды:

- Улытау был важным политическим и духовным центром Золотой Орды, здесь находились резиденции последних ханов чингизидов;

- в горах Улытау в 1232 году побывал легендарный полководец Тамерлан;

- сохранена уникальная культура, традиции и быт кочевого народа.

2. Древние традиции горного дела:

- многовековая история разработки рудных месторождений, уходящей корнями в древность;

- Улытау был одним из ключевых центров добычи меди и других металлов в регионе;
- Улытау наследник технологии разработки и плавления руд древних горняков, которое продолжает жить в современной производстве крупной компании цветной металлургии "Казахмыс".

Таблица 1

Развитие экотуризма в ООПТ природного парка Улытау

№п/п	Аспекты экотуризма	Возможности и перспективы
1	Потенциал для экотуризма	<b>Уникальная природа и история</b>
2	Развитие инфраструктуры	Организация сети экологических троп и турмаршрутов, а также оборудование смотровых площадок, информационных стендов, визит-центров и цифровых турприложений..
3	Размещение и питание туристов	<b>Развитие размещения и местной кухни</b>
4	Экологическое просвещение	Организация экологических центров и обучение
5	Социально-экономические выгоды	Новые рабочие места и сохранение природных и культурных ценностей региона
Примечание - составлено автором по источнику [4]		

### 3. Природное и культурное разнообразие:

- уникальные природные ландшафты, флора и фауна Улытау;
- сохранение традиционного кочевого уклада жизни в гармонии с природой;
- разнообразие археологических, исторических и культурных объектов, ждущих открытия туристами.

Основными элементами местности, которые привлекают туристов, являются такие культурно-исторические памятники как: мавзолей Жошы хана, Алаша хана, Домбаула, Кулан ана, Болган ана, пик Едыге, сакральные объекты Теректи Аулие, Аулие тау, средневековые стоянки и городища (Хан ордасы, Баскамыр) и т.д. [5]. Данные объекты являются отражением не только средневековой истории казахского народа, но и более древнего периода.

В целом Улытау сегодня представляется как древняя земля великих кочевников, которая в себе символизирует уникальность этого региона, сочетающего богатое историко-культурное наследие золотой орды, добычу и плавление руд и природные достопримечательности. Природные ресурсы Улытау и его живописные ландшафты дополняют его историческое значение, создавая комплексное туристическое предложение, которое может привлечь широкий круг посетителей. Данные уникальные характеристики местности полноценно могут выступать основными элементами брендирования территории в качестве дестинации.

Однако, несмотря на уникальный потенциал этой территории, ее туристический потенциал пока еще недостаточно реализован. Для эффективного развития экотуризма в таких регионах необходимо внедрение современных маркетинговых технологий, направленных на продвижение экологически ориентированных туристических продуктов и услуг. Разработка таких стратегий имеет важное значение не только для привлечения большего числа туристов, но и для обеспечения развития территории, включая охрану, обеспечение ресурсов и улучшение качества.

В отечественных условиях основными маркетинговыми подходами в продвижении экотуризма на территории национальных парков могут стать разработка туристических продуктов, которые акцентируют внимание на уникальности условий и культурных достопримечательностях региона, привлечение внимания к современным каналам связи, включая социальные сети, сотрудничество с различными заинтересованными сторонами, такими как экологические организации, местные власти и туристические агентства. Важной частью маркетинговой стратегии является также создание позитивного имиджа региона как экологически безопасного и создание мест для отдыха, что может способствовать привлечению туристов, поддержке природоохранных инициатив и устойчивому развитию.

Одним из наиболее важных элементов маркетинговой стратегии продвижения экотуризма на территории национального парка должно выступать брендирование. Формирование эффективного брендбука территории является залогом превращения территории в привлекательную и востребованную дестинацию.

Восприятие регионов мира часто формируется на основе стереотипов или доминирующих образов, которые могут быть как положительными, так и отрицательными [6, 7]. Важно рассматривать брендинг не только как разработку логотипов и узнаваемой марки, но и как создание комплексной стратегии развития экотуризма в природном парке Улытау. Несмотря на наличие программы развития ООПТ и мастер-планов, в настоящее время наблюдается существенный недостаток - отсутствие единой системы управления, объединяющей все субъекты, участвующие в развитии природного парка Улытау, включая акиматы и координационный совет при ГНПП Улытау.

Разработка брендового продукта для парка Улытау должна осуществляться с учетом следующих принципов:

- аутентичность: Бренд должен быть основан на реальных особенностях парка и отражать его уникальный характер.

- узнаваемость: Бренд должен быть легко узнаваем и запоминаем, чтобы выделяться среди других туристических направлений.

- привлекательность: Бренд должен вызывать у туристов желание посетить парк и испытать его уникальные возможности.

Эффективная стратегия брендинга для природного парка Улытау должна основываться на его уникальных характеристиках и учитывать потребности целевой аудитории. Ключевыми элементами рекомендуемой стратегии брендинга должны стать:

- уникальное торговое предложение (УТП): "Природный парк Улытау: где история, горнодобывающая промышленность и природа встречаются в уникальном туристическом опыте".

- логотип: Логотип должен быть простым, запоминающимся и отражать ключевые характеристики парка. Рекомендуется использовать изображение горы Улытау в сочетании с элементами, представляющими историческое и природное наследие парка.

- слоган: "Откройте для себя Улытау: сокровищницу истории, природы и культуры".

В настоящее время логотип природного парка Улытау нечетко определен и непоследователен. Существует множество различных логотипов и слоганов, используемых различными заинтересованными сторонами, что создает путаницу у потенциальных туристов, так как в некоторых логотипах представлены горы, природное наследие парка, изображение животных, музыкальный инструмент. Кроме того, текущий бренд не в полной мере отражает уникальные характеристики парка. Самое важное, если субъекты природного парка хотят представлять единый бренд, координационный совет должен обеспечить единообразное использование логотипа, слогана и других элементов бренда «Улытау» во всех коммуникациях.

Эффективными методами в брендинге национальных парков могут быть использование социальных медиа для привлечения внимания к паркам, создание интерактивных виртуальных туров для привлечения посетителей, разработка уникального и запоминающегося логотипа и дизайна для парка, а также проведение мероприятий и фестивалей для привлечения большего количества посетителей [8]. Важно уделять внимание сохранению природы и экосистемы парка, обеспечивать безопасность посетителей, а также создавать информационные материалы о богатстве природы и истории парка для привлечения внимания к его уникальным особенностям.

Визуальный образ бренда Улытау должен быть разработан таким образом, чтобы максимально отражать его природное и историческое богатство. Фирменный стиль, логотип и слоган призваны стать выразительными символами, которые будут узнаваемы и ассоциироваться с парком. Продвижение бренда должно вестись через различные каналы коммуникации, включая сайт, социальные сети и печатные материалы.

Важную роль в развитии бренда Улытау должно играть тесное взаимодействие с местным населением. Вовлечение жителей в процесс брендинга, предоставление им возможностей для заработка на туризме позволит им стать "послами" парка, что в долгосрочной перспективе укрепит его устойчивость и процветание. Улытау и превратить их в конкурентные преимущества, чтобы привлечь внимание туристов и создать устойчивый и процветающий туристический объект. И это все должно быть привлекательным, прежде всего для туриста.

Другими маркетинговыми подходами продвижения экотуризма на территории рассматриваемого национального парка могут быть:

- разработка уникального туристического продукта. Одним из наиболее важных аспектов продвижения экотуризма является создание и продвижение уникального туристического продукта, основанного на тенденциях и культурных особенностях национального парка. Уникальность

туристического продукта заключается в акцентировании внимания на традиционных видах флоры и фауны, учитывая особенности ландшафтов, исторических и культурных достопримечательностей, что создает конкурентное преимущество. Примером выгоды от применения данного мероприятия является Национальный парк Серенгети в Танзании. Этот парк известен своей уникальной экосистемой и ежегодной миграцией миллионов диких животных, что привлекает экотуристов со всего мира [9].

Значимость данного подхода заключается в том, что она позволяет выделить парк среди большинства других туристических мест. В условиях высокой конкуренции на рынке туристических услуг уникальность туристического продукта становится определяющим фактором при выборе пассажира. Более того, экотуристы, как правило, придерживаются погружения в природу и культурное наследие, поэтому эксклюзивность и аутентичность туристического продукта начинаются с конца;

- широкое применение цифровых маркетинговых инструментов. В последние годы интернет и социальные сети стали мощными инструментами для продвижения туристических продуктов. Использование цифровых платформ позволяет эффективно развивать окружающую среду и повышать узнаваемость бренда национального парка. Современные экотуристы активно используют Интернет для планирования своих мероприятий, поэтому наличие качественного онлайн-контента, включая веб-сайты, блоги и аккаунты в социальных сетях, является важной частью маркетинговой стратегии. Примером может служить Национальный парк Йеллоустоун в США, который активно использует социальные сети, такие как Instagram и Facebook, для продвижения своей уникальной природы и услуг [1]. Публикации, посвящённые живописным пейзажам, редким животным и мероприятиям в парках, привлекают миллионы пользователей и помогают создать позитивный имидж.

- сотрудничество с экологическими организациями и представителями местного сообщества. Эффективное продвижение экотуризма на территории национальных парков невозможно без сотрудничества с сообществами и экологическими организациями. Вовлечение местного населения в туристическую деятельность позволяет не только создавать новые рабочие места, но и повышать их заинтересованность в сохранении ресурсов. Местные жители могут выступать гидами, проводить экскурсии, предлагать туристам традиционные ремесленные продукты, которые способствуют их производственному развитию. К примеру, в Национальном парке Тобаго Кайс в Гренаде местные жители активно участвуют в развитии туризма и защите окружающей среды [4]. Они проводят экскурсии по морским заповедникам и обучают жителей правилам поведения в экологически чувствительных зонах. Такой подход не только способствует развитию экотуризма, но и обеспечивает устойчивость туристической деятельности на долгосрочную перспективу.

- развитие образовательных программ и экопросвещения. Один из ключевых аспектов экотуризма — это экологическое просвещение и обучение туристов. Разработка образовательных программ, которые объясняют постепенное сохранение ресурсов и обеспечение поведения в регионах, является важной частью маркетинговой стратегии. Туристы должны понимать, что их поведение влияет на экосистему, и руководствоваться правилами экологически ответственного туризма. Так, примером эффективного использования данного подхода является Национальный парк Галапагос, который предлагает посещение различных образовательных программ, включая лекции, экскурсии и документальные фильмы об экологии [5]. Эти меры не только более глубокому пониманию туристов важны для сохранения природных ресурсов, но и повышают уровень их вовлеченности в охрану окружающей среды.

Таким образом, эффективное продвижение экотуризма на территории национальных парков комплексного мероприятия, включая создание уникального туристического продукта, использование цифровых технологий, сотрудничество с сообществами, разработку образовательных программ и соблюдение экологических стандартов в инфраструктуре. В современных условиях, когда вопрос сохранения окружающей среды становится все более актуальным, такие маркетинговые стратегии позволяют не только привлечь туристов, но и обеспечить устойчивое развитие территорий.

**Дополнительная информация.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант No. AP19675023 «Управление развитием экологического туризма на базе местных сообществ в природном парке Улытауского заповедника»)

## Список литературы

1. Wilkins E.J., Dagan D.T., Smith J.W. Quantifying and evaluating strategies to decrease carbon dioxide emissions generated from tourism to Yellowstone National Park // PLOS Climate. – 2024. – Vol. 3(4). – P. e0000391 <https://doi.org/10.1371/journal.pclm.0000391>
2. Хан И., Усманова А. Отдых для души: исследование лучших мест для туризма // Журнал универсальных научных исследований. – 2024. – №2(5). – С. 540-550.
3. Kitole F.A., Sesabo J.K. Tourism-driven livelihood dynamics: A comprehensive empirical study of Mount Kilimanjaro National Park communities in Tanzania // International Journal of Geoheritage and Parks. – 2024. – Vol. 12(3). – P. 416-433 <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2024.07.001>
4. Mussina K., Seidualin D., Mukanov A. Моделирование развития экотуризма на основе местных сообществ в национальном парке «Улытау» // Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. Серия экономическая. – 2024. – №. 1. – С. 404-421 <https://doi.org/10.32523/2789-4320-2024-1-404-421>
5. Seidualin D.A., Mukanov A.H., Agybetova R.Y., Mussina K.P., Berdenov Z.G., Babkenova L.T., Zhensikbayeva N.Z. Development of a geographical information system for optimizing tourist routes in the Ulytau national natural park // GeoJournal of Tourism & Geosites. - 2024. - Vol. 52(1). – P. 152-170 <https://doi.org/10.30892/gtg.52134-1211>
6. Hanna S., Rowley J., Keegan B. Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain // European Management Review. - 2020. - Vol. 18(2). – P. 105-117. <https://doi.org/10.1111/emre.12433>
7. Zharkenova B., Mukanov A., Mussina K., Mutaliyeva L., Sagatbayev Y., Pashkov S. Branding of tourist cluster systems: case of Almaty Mountain cluster in the Republic of Kazakhstan // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. - Vol. 49(3). – P. 1152-1164. <https://doi.org/10.30892/gtg.49330-1114>
8. Garg E., Swami S., Malhotra, S. Branding effectiveness measurement in non-profit environment // Journal of Advances in Management Research. – 2019. - Vol. 16(1). P. 4-22. <https://doi.org/10.1108/JAMR-05-2018-0039>
9. Mkwizu K.H. Experiences and enjoyment of national parks: study of Nyerere National Park in Tanzania // International Hospitality Review. – 2024. – Vol. 38(2). – P. 355-375 <https://doi.org/10.1108/IHR-12-2022-0064>

ГТАХА 06.39.31

Алдабергенова А.Т.

Қазтұтынуодағы Қарағанды университетінің докторанты,  
Қарағанды қаласы, Қазақстан Республикасы

### ҚАЗАҚСТАНДА МЕМЛЕКЕТТІК-ЖЕКЕШЕЛІК ӘРІПТЕСТІКТІ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, мемлекеттік-жекеменшік әріптестік ұлттық экономиканың дамуына ықпал ететін билік пен бизнес арасындағы ынтымақтастықтың ең тиімді нысаны болып табылады. Негізгі мақсат-экономикалық талдау жүргізу, бар проблемаларды анықтау және белгісіздік пен жаһандық рецессия жағдайында мемлекеттік-жекеменшік әріптестікті дамыту перспективаларын белгілеу.

Мемлекеттік басқаруды дамыту - бұл ел экономикасындағы күрделі, көп мақсатты және көп компонентті процесс. Қазіргі уақытта оны қолдау үшін әртүрлі әдістер, құралдар, принциптер мен механизмдер қолданылады. Біздің ойымызша, мұндай тетіктің ең тиімді нысандарының бірі мемлекеттік-жекеменшік әріптестік болып табылады.

«TheCityUK» компаниясының болжамына сәйкес, 2030 жылға дейін әлемде инфрақұрылымды ұйымдастыруға жұмсалатын жалпы шығындар шамамен 50 трлн. АҚШ долларын құрайды. Бұл процеске мемлекеттік-жекеменшік әріптестік жобаларының қатысуына көп көңіл бөлінетінін атап өту маңызды [1].

Қазақстанда әрбір өңірде мемлекеттік-жекеменшік әріптестікке (МЖӘ) жәрдемдесу үшін дамыған инфрақұрылым құру мәселесі өткір тұр. Еліміздің кең, теңізге шыға алмайтын және халқы аз аумақтарын ескере отырып, тиімді көлік инфрақұрылымы мен туристік қызметтерді ұйымдастыру ҚР Ұлттық даму жоспарының (2021) басымдықтары шеңберінде негізгі бағытқа айналууда [2]. 2021 жылы