

ТУРИСТИЧЕСКИЕ И СПОРТИВНЫЕ НАУКИ - ТУРИСТІК ЖӘНЕ СПОРТ ҒЫЛЫМДАРЫ - TOURISM AND SPORTS SCIENCES

ӘОЖ 338.48

Төлеп Жазира Маратқызы

магистрант

Ғылыми жетекші: Тагманов Урманбек Сарманович

PhD., аға оқытушы

Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Түркістан қ., Қазақстан)

ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ФЕСТИВАЛЬДЕРДІҢ ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯ ТАРТЫМДЫЛЫҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ РӨЛІ МЕН ДАМУ ҮРДІСТЕРІ

Аңдатпа: Мақалада гастрономиялық фестивальдердің туристік дестинация тартымдылығын қалыптастырудағы рөлі Түркістан қаласы мысалында бағаланады. Зерттеудің мақсаты гастрономиялық фестивальдің дестинация имиджіне әсер ету тетіктерін айқындау, Түркістандағы фестивальдік гастрономияның 2022-2025 жылдардағы даму бағытын сипаттау және оның туристік нәтижесін бағалауға жарамды көрсеткіштерді ұсыну болды. Эмпирикалық база ретінде ресми мемлекеттік ресурстардағы Gastro Fest Turkistan іс-шаралары, Түркістанның туристік оқиғалар күнтізбесі және өңірлік туризм статистикасы пайдаланылды. Зерттеуде салыстырмалы кейстік талдау, контент-талдау және сипаттамалық статистика әдістері қолданылды. Ресми хабарламаларда Gastro Fest Turkistan фестиваліне 2022 жылы 2 мыңнан астам, 2023 жылы 10 мыңнан астам келуші қатысқаны, ал қоғамдық тамақтану нысандарының саны 25-тен астам мекемеден 30-ға жуық мекемеге дейін кеңейгені көрсетілген. Сонымен бірге гастрокартаның енгізілуі және кейінгі жылдары гастрономиялық мазмұнның этномәдени және ойын-сауық іс-шараларымен бірігуі байқалады. Ашық деректер нақты туристік әсерді себептік тұрғыдан өлшеуге жеткіліксіз болғандықтан, мақалада фестиваль тиімділігін келушінің географиясы, түнеу ұзақтығы, шығыны, қанағаттануы, қайта келу ниеті және жергілікті тағамды тану деңгейі арқылы бағалау ұсынылады.

Түйін сөздер: гастрономиялық туризм, гастрономиялық фестиваль, туристік дестинация, Түркістан, жергілікті тағам, дестинация имиджі, оқиғалық туризм.

Қазіргі туризмде дестинацияның тартымдылығы тарихи нысандардың санымен ғана емес, турист алатын тұтас тәжірибенің сапасымен айқындалады. Осы тұрғыдан гастрономия жергілікті мәдениетті күнделікті тұтыну тәжірибесімен байланыстыратын маңызды ресурс болып саналады. M. P. Leal Londoño, A. Georgescu-Paquin және J. Arcos-Pumagala тағам фестивальдерінің дестинация бейнесін қалыптастыруға қатысатынын және ұйымдастырушы ұсынған образ бен турист қабылдайтын образдың сәйкестігі шешуші мәнге ие екенін көрсетеді [1].

Гастрономиялық фестиваль жергілікті тағамды, қоғамдық тамақтану кәсіпорындарын, мәдени бағдарламаны және туристің оқиғаға қатысу тәжірибесін бір кеңістікте біріктіреді. A. T. T. Tran және бірлескен авторлардың шолуында фестиваль саласы, қызмет көрсету, келуші қанағаттануы, гастрономиялық тәжірибе және адалдық негізгі зерттеу бағыттары ретінде белгіленген [2]. Сондықтан фестивальді бір реттік көпшілік шара емес, дестинацияның туристік өнімі ретінде бағалау орынды.

Тарихи-мәдени дестинацияларда жергілікті асхана аумақтың бейнесін толықтыратын мазмұндық ресурсқа айналады. N. Huete-Alcocer мен R. D. Hernandez-Rojas дәстүрлі асханамен қанағаттану туристің дестинацияны когнитивтік және эмоциялық қабылдауына, сондай-ақ қайта келу және ұсыну ниетіне ықпал ететінін анықтаған [3]. Түркістан жағдайында гастрономиялық оқиға тарихи және зияраттық брендті алмастырмай, оны жергілікті тағам мен қонақжайлық тәжірибесі арқылы тереңдетуі тиіс.

Фестивальдің құндылығы мәзір ассортиментімен шектелмейді. F. C. Hsu, E. Agyeiwaah және L. I. L. Chen гастрономиялық фестивалде тәжірибелік құндылық, шынайылықты қабылдау, эмоциялық реакция, қанағаттану және адалдық өзара байланысты екенін көрсетеді [4]. Демек, тағамның шығу тегі, дайындау тәсілі және жергілікті мәдениетпен байланысы туристік тәжірибенің бір бөлігі ретінде ұсынылуы қажет.

Келушінің іс-шараға қатысу деңгейі де нәтижеге әсер етеді. H. Choo, D. B. Park және J. F. Petrick жергілікті тағам фестивальдерінде сапа мен қанағаттанудың адалдықпен байланысын, ал белсенді қатысудың бұл байланысты күшейтетінін көрсеткен [5]. Сондықтан дегустация, шеберлік сабағы, аспазбен өзара әрекет және тағам тарихын түсіндіру сияқты форматтар маңызды.

Соңғы зерттеулер гастрономиялық фестивальдің дестинация имиджімен байланысын нақтылай түседі. 2026 жылы Сербиядағы Belmužijada фестивалі бойынша жүргізілген зерттеуде фестиваль сапасы, қанағаттану, дестинация имиджі және қайта келу ниеті арасында статистикалық мәнді байланыстар анықталған [6]. Бұл нәтижелер Түркістан үшін фестиваль тиімділігін келушілер санымен ғана емес, туристік мінез-құлық көрсеткіштерімен бағалау қажеттігін негіздейді.

Зерттеудің мақсаты Түркістандағы гастрономиялық фестивальдердің туристік дестинация тартымдылығын қалыптастырудағы рөлін бағалау және 2022-2025 жылдардағы даму үрдістерін жүйелеу болып табылады. Зерттеу нысаны - Түркістан қаласында өткізілген гастрономиялық мазмұны бар оқиғалар, ал зерттеу пәні - фестиваль форматының дестинация имиджімен, туристік тәжірибемен және жергілікті туристік өніммен байланысы.

Зерттеу салыстырмалы кейстік талдауға негізделді. Теориялық бөлікте гастрономиялық фестиваль, жергілікті асхана, дестинация имиджі және туристік адалдық жөніндегі рецензияланған еңбектер жүйеленді. Эмпирикалық бөлікте 2022 және 2023 жылдардағы Gastro Fest Turkistan туралы ресми хабарламалар, 2024 жылғы туристік іс-шаралар бағдарламасы, 2025 жылғы гастрономиялық оқиғалар және өңірлік туризм статистикасы мазмұндық және салыстырмалы талдау арқылы қарастырылды.

Ресми деректерді интерпретациялауда олардың шектеулері ескерілді. 2022 жылғы аудитория «2 мыңнан астам», ал 2023 жылғы аудитория «10 мыңнан астам» деп жарияланған. Бұл сандар нақты есеп емес, төменгі шектер болғандықтан, олар негізінде дәл өсім коэффициентін есептеу дұрыс емес. Сонымен қатар ашық дереккөздер келушілердің турист немесе жергілікті тұрғын екенін және түнеу фактісін бөлмейді. Сондықтан мақалада фестивалге қатысушылар саны туристік ағыммен теңестірілмейді.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында туристік өнімді әртараптандыру, дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру және сапалы қызметті дамыту басымдық ретінде белгіленген [7]. Түркістандағы гастрономиялық фестивальдер осы міндеттерге сәйкес

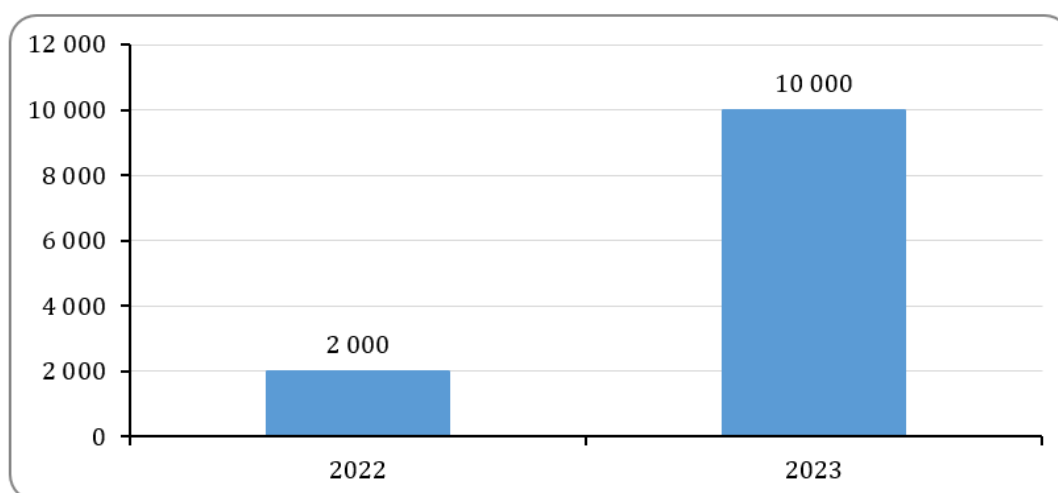
тарихи-зияраттық туризмді тәжірибелік мазмұнмен толықтырып, шағын және орта бизнесті туристік құндылық тізбегіне тартуға мүмкіндік береді.

Түркістандағы дербес гастрономиялық фестиваль форматы 2022 жылы Gastro Fest Turkistan іс-шарасымен айқындалды. Ресми мәліметте фестивальге 2 мыңнан астам адам қатысып, 25-тен астам мейрамхана мен дәмхана ұлттық тағамдар, жергілікті деликатестер, көше тағамдары, десерттер мен сусындар ұсынғаны көрсетілген. Бағдарламаға концерт, ойындар, байқаулар және шеберлік сабақтары енгізіліп, Түркістанның алғашқы гастрокартасы таныстырылған [8]. Гастрокарта фестиваль тәжірибесін қаланың тұрақты гастрономиялық инфрақұрылымымен байланыстыратын маңызды элемент болды.

2023 жылы Gastro Fest Turkistan Наурыз мерекесі аясында жалғасты. Ресми жарияланым бойынша 30-ға жуық мейрамхана мен дәмхана қатысып, 10 мыңнан астам қонақ келген. Бағдарлама ұлттық тағамдар, жергілікті деликатестер, аспаздардың шеберлік сабақтары және ойын-сауық мазмұнымен толықтырылған. Open Turkistan жаңартылған гастрокартаны және жеңілдік купондарын ұсынған [9]. Бұл тәжірибе фестивальдің жергілікті қоғамдық тамақтану желісімен байланысының күшейгенін көрсетеді.

1-кесте - Gastro Fest Turkistan фестивалінің 2022 және 2023 жылдардағы негізгі сипаттамалары

Көрсеткіш	2022 жыл	2023 жыл	Талдаулық мәні
Келушілер саны	2 мыңнан астам	10 мыңнан астам	Ресми жарияланған төменгі шектер; нақты өсім коэффициентін есептеуге жеткіліксіз
Қатысушы қоғамдық тамақтану нысандары	25-тен астам	30-ға жуық	Фестивальге тартылған бизнес шеңберінің кеңеюі байқалады
Негізгі гастрономиялық мазмұн	Ұлттық және жергілікті тағамдар, көше тағамдары	Ұлттық тағамдар, жергілікті деликатестер, көше тағамдары, сусындар	Жергілікті және көпшілікке таныс форматтарды үйлестіру



1-сұрет - Gastro Fest Turkistan фестивалі бойынша ресми жарияланған келушілер санының төменгі шектері, адам

Диаграммада ресми хабарламаларда көрсетілген төменгі шектер ғана берілген. 2 000 және 10 000 мәндерінің айырмасы аудитория ауқымының кеңейгенін көрсетеді, бірақ нақты бес еселік өсім туралы қорытынды жасауға мүмкіндік бермейді. Ғылыми тұрғыдан маңызды белгі - фестивальдің қайталануы, қатысушы кәсіпорындар санының артуы және гастрокарта арқылы оқиғаның қалалық гастрономиялық ұсыныспен байланысының күшеюі.

2024 жылы Түркістанның Түркі мемлекеттерінің туристік астанасы мәртебесі оқиғалық туризмді кеңейтуге мүмкіндік берді. Ресми жоспар бойынша қалада 100-ге жуық халықаралық, республикалық және облыстық іс-шара өткізу көзделіп, олардың қатарына «Түркі әлемінің тағамдары - Тәтті» гастротур фестивалі мен «Көне түркі дәстүрі» этнотур фестивалі енгізілген [10]. Бұл гастрономиялық мазмұнның жеке фестиваль шеңберінен шығып, дестинацияның жалпы оқиғалық портфеліне енгенін көрсетеді.

2025 жылғы тәжірибеде гастрономиялық мазмұн гибридік форматтарға біріктірілді. Түркістандағы су және жарық шоуымен байланысты іс-шара аясында ұйымдастырылған Taqazan гастротур фестивалінде ұлттық тағамдар, сусындар және аспаздардың шеберлік сабақтары ұсынылған [11]. Мұндай формат аудиторияны кеңейтеді, алайда гастрономиялық компонент жалпы бағдарламада көмескіленбеуі үшін жергілікті тағам мен Түркістанға тән мәдени символиканың айқын болуы қажет.

Өңірлік статистика гастрономиялық өнімді дамытуға жеткілікті сұраныс базасы бар екенін көрсетеді. 2025 жылдың қорытындысы бойынша Түркістан облысының орналастыру орындарында 347,6 мың турист демалған, оның 22 563-і шетелдік турист болған; бұл көрсеткіш алдыңғы жылмен салыстырғанда 14,7 пайызға жоғары. Тарихи-мәдени нысандарға келушілер саны 1 млн адамға жеткен [12]. Бұл деректер фестивальдің себептік әсерін дәлелдемейді, бірақ гастрономиялық ұсынысты қалыптасқан туристік ағыммен байланыстыруға мүмкіндік бар екенін көрсетеді.

Салыстырмалы талдау төрт үрдісті айқындады. Біріншісі - фестивальдің қайталануы және аудиториясының кеңеюі. Екіншісі - гастрокарта арқылы қоғамдық тамақтану желісімен байланысының күшеюі. Үшіншісі - гастрономиялық мазмұнның этномәдени және ойын-сауық форматтарына енуі. Төртіншісі - гастрономияның қаланың оқиғалық коммуникациясының тұрақты элементіне айналуы. Бұл үрдістер фестивальдік гастрономияның жеке оқиғадан жүйелі дестинациялық өнімге ауысу әлеуетін көрсетеді.

Алайда фестиваль танымалдығы мен дестинация тартымдылығын тең ұғым ретінде қарастыруға болмайды. Көпшілік іс-шараға жергілікті тұрғындардың қатысуы оның әлеуметтік маңызын арттырғанымен, туристік нәтиже туралы жеке қорытынды бермейді. Дестинациялық әсерді бағалау үшін өңірден тыс келушілер үлесі, түнеу саны, орташа шығын, сапардан кейінгі қанағаттану, қайта келу және ұсыну ниеті сияқты көрсеткіштер қажет.

Түркістан үшін мәзірдің аумақтық сәйкестігі стратегиялық мәнге ие. Кез келген ұлттық тағам автоматты түрде қаланың гастрономиялық брендіне айнамайды. Тағамның өңірмен тарихи, мәдени немесе өндірістік байланысы түсіндіріліп, атауы, шығу тегі және дайындау тәсілі жөнінде қысқа ақпарат берілуі тиіс. Сонда гастрономиялық ұсыныс жай тұтыну нысанынан Түркістанды есте сақтауға көмектесетін мәдени тәжірибеге айналады.

Фестивальдің экономикалық әсері жергілікті кәсіпорындардың туристік шығыннан үлес алуымен байланысты. Бір күндік сауда көлемі тұрақты дестинациялық нәтиженің толық өлшемі емес. Нәтиже фестивальден кейін де мейрамхана, базар, гастрокарта, жергілікті өндіруші және экскурсиялық маршрут арасындағы сұраныс сақталған жағдайда күшейеді. Сондықтан гастрокарта ақпараттық буклет қана емес, сапар бағытын ұзартып, туристік тұтынуды қала ішінде бөлетін құрал ретінде қарастырылуы тиіс.

Түркістанның тарихи және зияраттық сипаты гастрономиялық фестивальдің мазмұнына қосымша талап қояды. Гастрономиялық өнім кесене мен тарихи орталыққа бәсекелес емес, негізгі мәдени мотивті толықтыратын тәжірибе болуы қажет. Тағам дайындау технологиясы, дастархан әдебі, маусымдық дәстүр және жергілікті қонақжайлық туралы түсіндірме туристің мәдени тәжірибесін тереңдетіп, дестинацияның біртұтас бейнесін сақтайды.

Фестиваль тиімділігін бағалау тек келушілер санымен шектелмеуі тиіс. Ұйымдастырушылар жыл сайын бірдей көрсеткіштер жүйесін қолданса, нәтижені динамикада салыстыруға болады. Базалық индикаторларға аудиторияның шығу географиясы, сапар мақсаты, түнеу саны, орташа шығын, қанағаттану, жергілікті тағамды қабылдау, қайта келу және ұсыну ниеті жатады. Деректерді қысқа сауалнама, QR-код, кәсіпорындардың агрегатталған сату көрсеткіштері және орналастыру орындарының статистикасы арқылы жинауға болады.

2-кесте - Гастрономиялық фестивальдің дестинациялық әсерін бағалау көрсеткіштері

Бағалау бағыты	Негізгі көрсеткіш	Түсіндіру
Аудитория құрылымы	Өңірден тыс және шетелдік келушілер үлесі	Фестивальдің жергілікті мерекеден туристік тарту құралына айналуын көрсетеді
Сапар ұзақтығы	Орташа түнеу саны	Оқиғаның қалада қалу уақытын ұзарту алуын сипаттайды
Экономикалық әсер	Бір келушінің орташа шығыны, қатысушы бизнестің қосымша айналымы	Туристік сұраныстың жергілікті экономикаға берілуін көрсетеді
Тәжірибе сапасы	Қанағаттану, сервис пен бағдарламаны бағалау	Фестивальдің тікелей сапасын өлшейді
Дестинация имиджі	Түркістанды жергілікті тағаммен байланыстыру деңгейі	Гастрономиялық мазмұнның қала бейнесіне енуін көрсетеді
Мінез-құлық ниеті	Қайта келу және өзгелерге ұсыну ниеті	Фестиваль әсерінің сапардан кейін сақталуын сипаттайды
Жергілікті кірігу	Жергілікті тағам, өндіруші және шикізат үлесі	Гастрономиялық туризмнің аумақтық ерекшелікке негізделуін көрсетеді

Ұсынылған көрсеткіштер қоғамдық танымалдықты нақты туристік нәтижеден ажыратуға мүмкіндік береді. Егер келушілер саны өсіп, бірақ өңірден тыс аудитория үлесі, түнеу немесе жергілікті бизнестегі шығын өзгермесе, әсер негізінен оқиғалық деңгейде қалуы ықтимал. Ал осы көрсеткіштер дестинация имиджі және қайта келу ниетімен қатар жақсарса, фестивальдің дестинациялық функциясы күшейді деген қорытынды жасауға болады.

Зерттеу нәтижелері Түркістандағы гастрономиялық фестивальдерді дамытудың үш бағытын негіздейді. 1. Gastro Fest Turkistan атауын жыл сайынғы негізгі гастрономиялық оқиға ретінде тұрақтандырып, өткізу мерзімі мен мазмұндық өзегін алдын ала жариялау қажет. Тұрақты күнтізбе фестивальді сапарды жоспарлауға ықпал ететін дестинациялық бренд активіне айналдырады.

2. Фестиваль мазмұны Түркістанға тән жергілікті тағам мен оның тарихына негізделуі тиіс. Қатысушы кәсіпорындар үшін жергілікті өнім үлесі, тағамның шығу тегі, баға ашықтығы, санитариялық талап және қазақ, орыс, ағылшын тілдеріндегі қысқа сипаттама бойынша ортақ стандарт енгізу орынды. Фестивальден кейін туристі гастрокартадағы мейрамханаларға, базарларға және жергілікті өнім сататын нүктелерге бағыттау бір күндік тәжірибені тұрақты маршрутқа айналдырады.

3. Фестиваль нәтижесін бағалаудың бірыңғай хаттамасын енгізу қажет. Келушілердің саны, тұрғылықты жері, сапар мақсаты, түнеу ұзақтығы, орташа шығын, қанағаттану, қайта келу және ұсыну ниеті жыл сайын бір әдістемемен өлшенгенде ғана оқиғаның туристік және экономикалық нәтижесін салыстыруға, бағдарламаның әлсіз бөліктерін анықтауға және келесі фестивальді дерекке сүйеніп жоспарлауға болады.

Зерттеудің негізгі шектеуі ашық ресми деректердің агрегатталған сипатымен байланысты. Қолда бар материалдар қатысушының турист немесе жергілікті тұрғын екенін, қай өңірден келгенін, қалада түнеуін және қанша қаражат жұмсағанын анықтауға мүмкіндік бермейді. Сондықтан мақалада Gastro Fest Turkistan фестивалінің туристік ағымға себептік әсері туралы тұжырым жасалмайды. Келесі эмпирикалық кезеңде қатысқан және қатыспаған туристерді салыстыру, сондай-ақ дестинация имиджі, гастрономиялық шынайылық, қанағаттану және қайта келу ниеті арасындағы байланысты регрессиялық немесе құрылымдық модель арқылы тексеру орынды.

Жүргізілген талдау гастрономиялық фестиваль Түркістанның туристік тартымдылығын үш арна арқылы күшейте алатынын көрсетті: жергілікті мәдениетті тәжірибе арқылы таныту, туристің дестинация туралы эмоциялық және когнитивтік бейнесін толықтыру, жергілікті қоғамдық тамақтану бизнесін туристік тұтынумен байланыстыру. 2022-2025 жылдардағы материалдар фестивальдік гастрономияның аудиториясы кеңейіп, гастрокартамен байланысы нығайып және кейінгі кезеңде аралас оқиғалық форматтарға енгенін көрсетеді.

Сонымен бірге дестинациялық құндылық қатысушылар санымен ғана өлшенбейді. Түркістан үшін негізгі міндет - жергілікті тағамды тарихи-мәдени бренспен мазмұндық тұрғыдан байланыстыру, фестиваль тәжірибесін тұрақты гастрономиялық маршрутқа жалғастыру және нәтижені туристің нақты мінез-құлқын сипаттайтын көрсеткіштермен өлшеу. Осындай тәсіл гастрономиялық фестивальді бір реттік мерекелік шарадан жергілікті тағамдардың гастрономиялық туризмді дамытудағы рөлін күшейтетін жүйелі дестинациялық құралға айналдырады.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Leal Londoño M. P., Georgescu-Paquin A., Arcos-Pumarola J. Food festivals as builders of the image of a tourist destination // Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. - 2022. - Vol. 14, No. 3. - P. 262-278. - DOI: 10.1080/19407963.2022.2076690.
2. Tran A. T. T., Le A. D., Bui P. L. A., Le V. V., Vu L. T. Food festival research review in contemporary tourism // International Journal of Tourism Cities. - 2023. - Vol. 9, No. 2. - P. 325-347. - DOI: 10.1108/IJTC-01-2022-0009.

3. Huete-Alcocer N., Hernandez-Rojas R. D. Does local cuisine influence the image of a World Heritage destination and subsequent loyalty to that destination? // International Journal of Gastronomy and Food Science. - 2022. - Vol. 27. - Art. 100470. - DOI: 10.1016/j.ijgfs.2022.100470.

4. Hsu F. C., Agyeiwaah E., Chen L. I. L. Examining food festival attendees' existential authenticity and experiential value on affective factors and loyalty: An application of stimulus-organism-response paradigm // Journal of Hospitality and Tourism Management. - 2021. - Vol. 48. - P. 264-274. - DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.06.014.

5. Choo H., Park D. B., Petrick J. F. Festival tourists' loyalty: The role of involvement in local food festivals // Journal of Hospitality and Tourism Management. - 2022. - Vol. 50. - P. 57-66. - DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.12.002.

6. Pavlović D., Gavrić N., Marić Stanković A., Bratić M., Golubović N., Ivanović M. Gastronomic Festivals as Drivers of Destination Image and Visitor Loyalty: Evidence from the Belmužijada in Serbia // Tourism and Hospitality. - 2026. - Vol. 7, No. 6. - Art. 149. - DOI: 10.3390/tourhosp7060149.

7. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы: Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы [Электрондық ресурс]. - URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (қаралған күні: 06.10.2026).

8. Түркістан облысының туризм басқармасы. Түркістан қаласында алғашқы рет «Gastro Fest Turkistan - 2022» ұйымдастырылып, өткізілді [Электрондық ресурс]. - 2022. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/turkestan-turizm/press/news/details/458250> (қаралған күні: 06.10.2026).

9. Түркістан облысы әкімінің баспасөз қызметі. Түркістанда Наурыз мейрамында «Gastro Fest Turkistan - 2023» фестивалі өтті [Электрондық ресурс]. - 2023. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ontustik/press/news/details/525612> (қаралған күні: 06.10.2026).

10. Түркістан облысының Өңірлік коммуникациялар қызметі. Түркістан - Түркі мемлекеттерінің туристік астанасы атауына орай шаһарда 100-ге жуық іс-шара өтеді [Электрондық ресурс]. - 2024. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ontustik/press/news/details/725241> (қаралған күні: 06.10.2026).

11. Түркістан облысы әкімінің баспасөз қызметі. Түркістанда тарихи оқиға - Орта Азияда теңдесі жоқ «Ескек есу» арнасы ашылды [Электрондық ресурс]. - 2025. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ontustik/press/news/details/1067535> (қаралған күні: 06.10.2026).

12. Түркістан облысы әкімінің баспасөз қызметі. Түркістан облысы еліміздегі ең танымал туристік өңірлер қатарында [Электрондық ресурс]. - 2026. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ontustik/press/news/details/1265453> (қаралған күні: 06.10.2026).

МАЗМҰНЫ – СОДЕРЖАНИЕ – CONTENT

ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ҚҰҚЫҚ ҒЫЛЫМДАРЫ - СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ - SOCIO-ECONOMIC AND LEGAL SCIENCES

Төлегенов Тимур Сейфуллаулы

**ДИНАМИКА ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ
ТУРКЕСТАНА: ОТ ЭКСТЕНСИВНОГО РОСТА К СМАРТ-УПРАВЛЕНИЮ 10**

Alexander Gorevoy

**WHICH INEQUALITY STATISTICS SURVIVE AN ADMINISTRATIVE BOUNDARY CHANGE?
EVIDENCE FROM KAZAKHSTAN, 2010–2023 14**

Rakhimov Djalil

**DOES THE SHIFT TO CASHLESS PAYMENTS GO TOGETHER WITH FASTER GROWTH IN
HOUSEHOLD CREDIT? EVIDENCE FROM THE REGIONS OF KAZAKHSTAN, 2023-2025 26**

Kazhgerey Asan

**HOW MANY FOOD BASKETS DOES AN AVERAGE WAGE BUY? WAGES AND FOOD PRICES IN
THE 20 REGIONS OF KAZAKHSTAN, 2024-2026 37**

Tagimova Alua

**WHO WAS LEFT BEHIND? EDUCATION AND FINANCIAL INCLUSION IN KAZAKHSTAN AND
THREE CENTRAL ASIAN NEIGHBOURS, 2021-2024 44**

Wei Wei, Mynzhanova Gulzhakan, Niyetalina Gaukhar

**DIGITAL–PHYSICAL INTEGRATION AND ECONOMIC PERFORMANCE IN INDUSTRIAL
INTEGRATED ENERGY SYSTEMS: A SCENARIO-BASED ANALYSIS OF SMART GRID
CONTROL, BATTERY ENERGY STORAGE, AND DIGITAL TWINS 51**

Xu Fumin, Wei Wei, Ruziyeva Elvira, Moldabekova A.

**FROM CULTURAL RESOURCES TO GLOBAL CONSUMER VALUE: THE BRIDGE–IMC MODEL
AND THE INTERNATIONALIZATION OF BLACK MYTH: WUKONG UNDER THE BELT AND
ROAD INITIATIVE 64**

Ibraimkhan Alikhan

**WHICH CRIMES CAN A 14-YEAR-OLD BE TRIED FOR? THE LIST IN ARTICLE 15 OF
KAZAKHSTAN'S CRIMINAL CODE COMPARED WITH 30 OTHER JURISDICTIONS 80**

Yerboluly Madi

**DID IMPORTED CARS REALLY GET CHEAPER? CHINESE CARS AND THE AVERAGE
CUSTOMS VALUE OF PASSENGER CARS IMPORTED INTO KAZAKHSTAN, 2015-2025 91**

Салимбаев Ербол Аманжолович

**АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ КАК ИНДИКАТОР ИЗМЕНЕНИЙ
ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СПРОСА НА КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ 99**

Rambergenov Ramil

**REGIONAL NEW-FIRM FORMATION IN UZBEKISTAN AFTER THE 2017 REFORMS:
PERSISTENCE IN SCALE, CONVERGENCE IN INTENSITY, AND RECOMPOSITION TOWARD
TRADE 107**

Abdesh Dinara

**FROM A WOMEN'S LEAD TO A MEN'S LEAD: THE GENDER GAP IN DIGITAL PAYMENTS IN
KAZAKHSTAN AND THREE CENTRAL ASIAN NEIGHBOURS, 2021-2024 116**

Amangeldi Aidana

**DID SMALL BUSINESS IN KAZAKHSTAN REALLY SHRINK IN 2026? THE NEW TAX CODE,
REGIONAL TAX RATES AND THE FALL IN THE NUMBER OF INDIVIDUAL ENTREPRENEURS 124**

Cheng Che	
BUILD, BUY, OR PARTNER? ENTRY MODE SELECTION AND RISK GOVERNANCE FOR WIND POWER INVESTMENT IN KAZAKHSTAN	133
Wang Liang	
FROM CAPACITY EXPANSION TO SYSTEM VALUE: COORDINATED DEVELOPMENT OF RENEWABLE ENERGY, GRID FLEXIBILITY AND ENERGY STORAGE IN KAZAKHSTAN	146
Chen Jun	
CONSTRUCTION-PERIOD CREDIT RISK MANAGEMENT FOR LARGE INFRASTRUCTURE PROJECT FINANCE IN KAZAKHSTAN	159
Alniyaz Danial	
HOW MUCH FUEL DOES A HYBRID REALLY SAVE? A SAME-MODEL COMPARISON OF HYBRID AND GASOLINE CARS IN US FUEL ECONOMY	173

ТЕХНИКАЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР - ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ - TECHNICAL SCIENCE

Nurmakhan Almira	
ADVANTAGES OF FIBER OPTIC COMMUNICATION OVER TRADITIONAL COPPER CABLES	180
Kozhabai Bereke	
SECURITY CHALLENGES IN IOT-BASED TELECOMMUNICATION NETWORKS	188
Azamatuly Yerassyl	
WHY AI-GENERATED CODE FAILS A BENCHMARK: A FAILURE ANALYSIS OF THREE OPEN LANGUAGE MODELS ON 30 HUMANEVAL+ TASKS	197
Nurzhan Sanzhar	
A FEW SHELLS, A FEW OPERATORS: WHERE LOW EARTH ORBIT IS CROWDED IN AN ALTITUDE-INCLINATION MAP OF 16,620 ACTIVE SATELLITES	206
Askarbek Nurislam	
CAN THE WEATHER TELL WHICH DAYS IN ASTANA WILL BE POLLUTED? CLASSIFYING PM2.5 EXCEEDANCE DAYS WITH MACHINE LEARNING AND CHECKING THE DATA AGAINST A GROUND MONITOR	212
Iliyas Arman	
SHOOTING ON THE MOVE: HOW MUCH AIM A ROBOT LOSES BY IGNORING ITS OWN VELOCITY, AND WHETHER A VIRTUAL-TARGET CORRECTION RECOVERS IT	223
Ануар Әлімжан Бахытжанұлы, Сексенбаева Айша Курманбековна	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТАНДАРТОВ И МЕТОДИК ОБУЧЕНИЯ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ: NICE FRAMEWORK, ECSF И ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	229
Mukhamedzhan Yerganat	
GROWTH OF GITHUB DEVELOPER COMMUNITIES IN KAZAKHSTAN, UZBEKISTAN AND KYRGYZSTAN, 2020-2026: EVIDENCE FROM THE GITHUB INNOVATION GRAPH	239

ПӘНДЕР АРАЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР – МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ НАУКИ – INTERDISCIPLINARY SCIENCES

Albiyev Asser	
HOW MUCH OF AN ARTICLE COUNT IS HUMAN WORK? DECOMPOSING THE CREATION OF FIVE WIKIPEDIAS, 2010–2025	251
Amangeldy Nurbolat	
HOW MUCH OF KAZAKHSTAN'S URBAN BUILT STOCK PREDATES ITS SEISMIC CODES, AND WHERE DOES THAT STOCK SIT RELATIVE TO HAZARD?	261

Torekhan Sabrina

WHERE ALMATY WALKS ITS OWN WAY: INFORMAL SHORTCUTS IN OPENSTREETMAP AND THE DETOURS THEY AVOID	267
---	------------

ӘЛЕУМЕТТІК ЖӘНЕ ГУМАНИТАРЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР - СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ - SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

Мұқатаева Айзат Амантайқызы, Стамбекова Жанат Байғазықызы, Слямханова Гүлім Болатқызы, Қызырбек Аяулым Ерболқызы

ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ДӘУІРІНДЕГІ ҒЫЛЫМИ ТАНЫМ: ПОППЕР, КУН ЖӘНЕ ЛАКАТОС ИДЕЯЛАРЫ ТҮРҒЫСЫНАН ТАЛДАУ	272
--	------------

Мұқатаева Айзат Амантайқызы, Сапарханова Мадина Төлегенқызы, Окенова Аружан Муратхановна, Тұрсынғазыева Ақерке Ерболатқызы

ШӘКӘРІМ ФИЛОСОФИЯСЫНДАҒЫ ЕРКІНДІК ЖӘНЕ МОРАЛЬДЫҚ ТАҢДАУ МӘСЕЛЕСІ	282
---	------------

Komekova Saida

DO UNHAPPY REVIEWERS MIX IN MORE RUSSIAN? STAR RATINGS AND KAZAKH-RUSSIAN CODE-SWITCHING IN 175,002 ONLINE REVIEWS	291
---	------------

Zhumagali Yerbol

DOES A BIGGER MODEL CLOSE THE GAP? KAZAKH-LANGUAGE ACCURACY ON KAZAKHSTAN-SPECIFIC VERSUS UNIVERSAL SCHOOL SUBJECTS IN SMALL OPEN-WEIGHT LANGUAGE MODELS	304
---	------------

Abdrakhmanova Madina

DOES A MEDAL BUY ATTENTION? WIKIPEDIA VIEWS OF KAZAKHSTAN'S ATHLETES BEFORE AND AFTER THE PARIS 2024 OLYMPIC	308
---	------------

ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР – ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ – PEDAGOGICAL AND PSYCHOLOGICAL SCIENCES

Kaldarbek Mergen

FAMILY OR SCHOOL? SOCIOECONOMIC COMPOSITION AND MATHEMATICS ACHIEVEMENT IN KAZAKHSTAN, PISA 2022 AND 2025	316
--	------------

Zhenis Adilzhan

WHICH OLYMPIAD PROBLEMS DO STUDENTS TAKE TO THE BOARD? CHOICES AND DEFENCES IN THE 8TH-GRADE LEAGUE OF KARAGANDY MATHBATTLES 2026	323
--	------------

Базарбаева Айнура Бектуровна

ДЕТСКИЙ ФОЛЬКЛОР И ПОДВИЖНЫЕ ИГРЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ У ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	330
---	------------

БИОЛОГИЯ ҒЫЛЫМДАР - БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ - BIOLOGICAL SCIENCES

Bazhenova Diana

GROWTH DYNAMICS OF STERLET (<i>Acipenser ruthenus</i> L.) REARED IN A RECIRCULATING AQUACULTURE SYSTEM	333
---	------------

ТУРИСТИЧЕСКИЕ И СПОРТИВНЫЕ НАУКИ - ТУРИСТІК ЖӘНЕ СПОРТ ҒЫЛЫМДАРЫ - TOURISM AND SPORTS SCIENCES

Төлеп Жазира Маратқызы

ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ФЕСТИВАЛЬДЕРДІҢ ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯ ТАРТЫМДЫЛЫҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ РӨЛІ МЕН ДАМУ ҮРДІСТЕРІ	340
--	------------

ЕСТЕСТВЕННЫЕ НАУКИ - ЖАРАТЫЛЫСТАНУ ҒЫЛЫМДАРЫ - NATURAL SCIENCES

Нургельдина Асель Ермаковна, Серикбаева Жанерке Алимжановна

ШЕКАРАСЫЗ ФИЗИКА: ӘР ЕЛДЕГІ ФИЗИКАЛЫҚ БІЛІМДІ САЛЫСТЫРУ 347