

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ТАМАҚТАНУ, ҚОНАҚҰЙ БИЗНЕСІ
МЕН МЕЙРАМХАНА ҚЫЗМЕТІ,
ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ ЖҰМЫСШЫ
МАМАНДЫҚТАРЫ – МҮМКІНДІКТЕР МЕН БОЛАШАҚ!»
АТТЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ
МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ПРОФЕССИИ РАБОЧИХ В СФЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ
ПИТАНИЯ, ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА
И РЕСТОРАННОГО СЕРВИСА,
ТУРИЗМА – ВОЗМОЖНОСТИ
И ПЕРСПЕКТИВЫ!»**

**ПАВЛОДАР
2025**

ӘОЖ
КБЖ
Қ

Редакция алқасының бас редакторы:
Медетов Н. Ә., ф.-м.ғ.д., «Торайғыров университеті» КеАҚ Басқарма
Төрағасы – Ректор

Жауапты редактор:

Ержанов Н. Т., б.ғ.д., профессор, «Торайғыров университеті»
КеАҚ ғылыми жұмыс және зерттеулерді коммерцияландыру
жөніндегі Басқарма мүшесі-проректоры

Редакция алқасының мүшелері:

Елубай М. А., Есимова Д. Д., Шугабаева Г. Е.

Жауапты хатшы:

Токтарбекова А. Б.

Т «Тамақтану, қонақүй бизнесі мен мейрамхана қызметі, туризм саласындағы жұмысшы мамандықтары – мүмкіндіктер мен болашақ!» атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары – Павлодар : Торайғыров университеті, 2025 – 97 б.

ISBN 978-601-345-660-7

«Тамақтану, қонақүй бизнесі мен мейрамхана қызметі, туризм саласындағы жұмысшы мамандықтары – мүмкіндіктер мен болашақ!» атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары (21 маусым 2025 жыл) жинағында келесі ғылыми бағыттар бойынша ұсынылған мақалалар енгізілген: Қатысушыларды «WorldSkills» чемпионатына дайындаудың кәсіби астарлары, Экономиканы жұмысшы кадрлармен қамсыздандыру үшін тиімді басшылық пен кәсіпорын мен колледж арасындағы ұзақ мерзімді әлеуметтік серіктестік, Қонақүй бизнесінің дамуы мен оның Қазақстандағы туризмнің қалыптасуына әсері.

Жинақ көпшілік оқырманға арналады.

Мақала мазмұнына автор жауапты.

ӘОЖ
КБЖ

ISBN 978-601-345-660-7

© Торайғыров университеті, 2025

Секция 1
Қатысушыларды «WorldSkills» чемпионатына
дайындаудың кәсіби астарлары
Профессиональные аспекты подготовки участников
к чемпионату «WorldSkills»

**ҚОҒАМДЫҚ ТАМАҚТАНДЫРУ МАМАНДАРЫН
ДАЯРЛАУДА WORLD SKILLS ЧЕМПИОНАТЫН ҚОЛДАНУ:
ЗАМАНАУИ ТЕНДЕНЦИЯЛАР МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАР**

ЖАНДОСҚЫЗЫ Н.

ғылым магистрі, жоғары дәрежелі педагог-модератор, өндірістік оқыту
шебері Кәсіптік-техникалық колледжі, Астана қ.

БАЖИКОВА Б. О.

жоғары дәрежелі педагог-зерттеуші, арнайы пән оқытушысы,
Ақтау технологиялық қызмет көрсету колледжі, Ақтау қ.

Қонақжайлылық индустриясы мен қоғамдық тамақтану саласы қарқынды өзгерістерге ұшырап, жоғары білікті мамандарға деген сұраныс артып келеді. Бұл бағытта халықаралық WorldSkills чемпионатының маңызы зор. Ол кәсіби дағдыларды жетілдіруге, білім беру жүйесін жаңартуға және студенттер мен жас мамандардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді. WorldSkills байқауына қатысу студенттердің тек техникалық дағдыларын ғана емес, сонымен қатар шығармашылық қабілеттерін, стресс жағдайындағы жұмыс істеу дағдыларын және кәсіби этикасын дамытуға көмектеседі. Сонымен қатар, бұл чемпионат оқыту бағдарламаларын жаңғыртуға, заманауи технологияларды енгізуге және индустрия талаптарына сай мамандар даярлауға мүмкіндік береді [1, 15-6.].

Қоғамдық тамақтану саласындағы кәсіби стандарттар мен жаңа талаптар. Қоғамдық тамақтану және қонақжайлылық саласы тұтынушылардың өзгермелі қажеттіліктеріне байланысты үнемі жаңарып отырады. Қызмет көрсету сапасына қойылатын талаптар артып, тағам дайындаудағы инновациялар, автоматтандырылған қызмет көрсету жүйелері, тұрақты даму қағидалары және цифрлық шешімдер кеңінен енгізілуде [2, 45-6.]. Кәсіби стандарттар келесі негізгі бағыттарды қамтиды:

- Қызмет көрсету сапасының жоғары деңгейі;
- Санитарлық-гигиеналық нормаларға сәйкес жұмыс істеу;

– Қонақжайлылық саласында цифрлық технологияларды пайдалану;

– Шикізаттың сапасын бақылау және тағам қауіпсіздігін қамтамасыз ету;

Командалық жұмыс пен клиентке бағдарлану.

Қоғамдық тамақтану мамандарын даярлаудағы заманауи тенденциялар. Қоғамдық тамақтану индустриясы қарқынды өзгерістерге ұшырап, жаңа технологиялар мен тұтынушылық сұраныстарға бейімделуде. Бұл өзгерістер мамандарды даярлау жүйесіне тікелей әсер етіп, білім беру бағдарламаларының мазмұнын жаңартуды талап етеді. WorldSkills байқауы осы саладағы соңғы жаңалықтарды ескеріп, студенттердің кәсіби даярлығын жетілдіру мақсатында жаңа стандарттарды енгізуде.

Цифрландыру және автоматтандыру үрдістері: қоғамдық тамақтану кәсіпорындары цифрлық технологияларды кеңінен енгізіп, қызмет көрсету сапасын арттыру мен бизнес-процестердің тиімділігін жоғарылатуға бағытталған шараларды жүзеге асыруда. Цифрлық технологиялардың негізгі бағыттары:

– QR-код мәзірлерін қолдану – тұтынушылардың өз бетінше тапсырыс беру мүмкіндігін арттыру арқылы қызмет көрсету жылдамдығын жақсарту.

– Онлайн брондау және тапсырыс жүйелері – мобильді қосымшалар мен веб-платформалар арқылы тапсырыс беру процесін оңтайландыру.

– Жасанды интеллект (AI) және Big Data технологияларын пайдалану – тұтынушылардың талғамын талдау, мәзірді оңтайландыру және маркетингтік стратегияларды жетілдіру.

– Роботтандырылған қызмет көрсету жүйелері – робот-даяшылар мен автоматтандырылған асүйлерді енгізу арқылы еңбек өнімділігін арттыру.

Экологиялық тұрақтылық және жасыл технологиялар: қазіргі таңда қоғамдық тамақтану кәсіпорындары экологиялық тұрақтылық қағидаттарына негізделген жаңа стратегияларды қолдануда. Экологиялық тұрақтылық бағытындағы негізгі тенденциялар:

– Zero waste тұжырымдамасы – тағам қалдықтарын барынша азайтуға бағытталған шаралар кешені.

– Органикалық және жергілікті өнімдерді пайдалану – азық-түліктің экологиялық тазалығын сақтау және жергілікті фермерлерді қолдау.

– Биобудайтын қаптамаларды қолдану – пластикті пайдалануды азайту мақсатында экологиялық таза материалдарды енгізу.

– Энергия мен суды үнемдеу технологиялары – экологиялық таза асүй жабдықтарын қолдану арқылы шығындарды азайту.

Гастрономиялық инновациялар және тағам дайындаудағы жаңа әдістер: қоғамдық тамақтану саласындағы инновациялық технологиялар тұтынушыларға ерекше аспаздық тәжірибе ұсынуға бағытталған. Заманауи гастрономиядағы негізгі бағыттар:

– Молекулалық гастрономия – тағамның құрылымы мен дәмін өзгертуге мүмкіндік беретін химиялық және физикалық әдістерді қолдану.

– Ферменттелген тағамдар – табиғи бактериялармен байытылған өнімдерді тұтыну трендінің артуы.

– Суперфудтарды енгізу – құрамында жоғары антиоксиданттар мен пайдалы дәрумендері бар тағамдарды қолдану.

– Plant-based тағамдар – өсімдік негізіндегі тағамдарды тұтыну тенденциясының кеңеюі.

WorldSkills чемпионатының қоғамдық тамақтану мамандарын даярлауға әсері.

Білім беру сапасын арттыру: WorldSkills байқауының арқасында оқу орындары өз бағдарламаларын халықаралық стандарттарға сәйкестендіріп, студенттердің тәжірибелік дағдыларын нығайтады. Бұл білім беру сапасының артуына және түлектердің еңбек нарығында жоғары сұранысқа ие болуына ықпал етеді.

Инновацияларды енгізу: чемпионат барысында тағам дайындау және сервис көрсету саласындағы соңғы тенденциялар байқалады. Оларға молекулалық гастрономия, роботтандырылған даяшы қызметі, смарт-мейрамханалар жүйесі және тұрақты даму қағидаларына негізделген ас мәзірлері жатады. Бұл технологиялар білім беру бағдарламаларына енгізіліп, студенттердің болашақ жұмыс орнында бәсекеге қабілетті болуын қамтамасыз етеді. [3, 112-б.].

Тәжірибелік білім беру мен өндірістік тағылымдаманы дамыту: WorldSkills байқауына дайындық барысында студенттер нақты өндірістік тәжірибеден өтеді. Бұл теория мен практиканың үйлесімділігіне, сондай-ақ шынайы жұмыс жағдайында кәсіптік дағдыларды дамытуға мүмкіндік береді [4, 19-б.].

Қоғамдық тамақтану мамандарын даярлаудағы мәселелер мен шешу жолдары. Жоғары білікті мамандарды даярлау барысында бірнеше қиындықтар туындайды:

1. Материалдық-техникалық базаның жетіспеушілігі – көптеген оқу орындары заманауи жабдықтармен толық қамтамасыз етілмеген.

2. Оқу бағдарламаларының индустрия талаптарына сәйкессіздігі – кейбір білім беру бағдарламалары саланың соңғы үрдістеріне сай келмейді.

3. Тәжірибелі тәлімгерлердің тапшылығы – студенттерді оқытатын мамандардың өндірістік тәжірибесі жеткіліксіз болуы мүмкін.

Осы мәселелерді шешу үшін келесі шараларды жүзеге асыру қажет:

1 Оқу орындары мен мейрамхана-қонақ үй мекемелері арасындағы серіктестікті күшейту;

2 Инновациялық білім беру әдістерін енгізу;

3 Студенттерге арналған тағылымдамаларды көбейту және олардың шынайы өндірісте жұмыс істеуіне мүмкіндік беру;

4 WorldSkills байқауының стандарттарын оқу бағдарламаларына енгізу.

Қонақжайлылық индустриясында кәсіби дайындықтың болашағы. Алдағы жылдары қоғамдық тамақтану саласында келесі бағыттар маңызды рөл атқарады:

1 Цифрландыру және автоматтандыру – қонақжайлылық индустриясы цифрлық платформалар, жасанды интеллект және смарт-жүйелер арқылы жетілдіріледі.

2 Халықаралық тәжірибені енгізу – заманауи білім беру әдістемелері мен шетелдік тағылымдамаларды оқу процесіне енгізу қажет.

3 Кәсіби біліктілікті үнемі жетілдіру – студенттер мен мамандардың тұрақты түрде өз дағдыларын дамытуы маңызды.

1-кесте – Кәсіби даярлау жүйелерін салыстыру

№	Критерий	Дәстүрлі кәсіби дайындық	WorldSkills стандарты бойынша дайындық
1	Теория мен практика арақатынасы	Теорияға көп көңіл бөлінеді, практика шектеулі	Практикалық машықтануға басымдық беріледі

2	Оқу бағдарламаларының жаңартылуы	Бағдарламалар сирек жаңартылады	Заманауи тенденцияларға сәйкес жні жаңартылады
3	Құзыреттерді бағалау	Оқытушының бақылауы негізінде	Халықаралық стандарттарға сай бағалау жүйесі
4	Техникалық жабдыкталу	Кейбір оқу орындарында ескірген жабдықтар қолданылады	Заманауи технологиялар мен цифрлық шешімдер енгізілген
5	Халықаралық деңгейдегі мүмкіндіктер	Шектеулі	Әлемдік стандарттарға бейімделген, шетелдік тәжірибе алмасу мүмкіндігі жоғары
6	Жұмысқа орналасу мүмкіндігі	Түлектердің жұмысқа орналасуы ұзаққа созылуы мүмкін	Байқауға қатысушыларға жоғары сұраныс, еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілік жоғары

WorldSkills чемпионаты қоғамдық тамақтану және қонақжайлылық индустриясында кәсіби дайындықтың сапасын арттырудың маңызды құралы болып табылады. Ол студенттердің біліктілігін халықаралық деңгейге жеткізіп, оларды бәсекеге қабілетті маман ретінде қалыптастыруға көмектеседі. Оқу орындары осы байқаудың тәжірибесін өз бағдарламаларына белсенді енгізу арқылы саладағы жаңа үрдістерге ілесіп, сапалы мамандар даярлауға ықпал ете алады [5, 89-б.].

Қонақжайлылық индустриясының болашағы – инновацияларға бейімделген, жоғары кәсіби деңгейдегі, халықаралық стандарттарға сай келетін мамандардың қолында. Қоғамдық тамақтану саласында мамандар даярлаудағы заманауи тенденциялар цифрландыру, экологиялық тұрақтылық, гастрономиялық инновациялар және денсаулыққа бағытталған тамақтану аспектілерін қамтиды. WorldSkills чемпионаты осы үрдістерді білім беру жүйесіне енгізу арқылы студенттердің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді. Заманауи технологиялар мен әдістерді игеру болашақ мамандарға халықаралық стандарттарға сай жұмыс істеуге, кәсіпқойлық деңгейін жоғарылатуға және қонақжайлылық индустриясында табысты мансап құруға жол ашады [6, 112 б.].

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Ахметов, С.Қ. Қонақ үй және мейрамхана менеджменті. – Алматы: «Білім», 2020. – 345 б.
- 2 Назарбаев, Ә.Қ. Тағам өндірісінің технологиясы. – Нұр-Сұлтан: «Қазақ университеті», 2019. – 280 б.
- 3 Иванова, Т.В. Гостиничный бизнес и ресторанное дело. – Москва: «Академия», 2021. – 410 с.
- 4 WorldSkills International. Official Guidelines, 2022. – 125 p.
- 5 Сапарғалиев, Б. Мейрамхана ісі және қызмет көрсету стандарттары. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясы», 2022. – 290 б.
- 6 Оспанов, Ж.К. Қоғамдық тамақтану саласындағы жаңа технологиялар. – Шымкент: «Тұран», 2021. – 198 б.

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ
УЧАСТНИКОВ К ЧЕМПИОНАТАМ «WORLD SKILLS
KAZAKHSTAN» ПО КОМПЕТЕНЦИИ
«АДМИНИСТРИРОВАНИЕ ОТЕЛЯ»**

НАДЫРОВА Н. А.

магистр в области услуг, мастер производственного обучения,
Алматынский технологический колледж, г. Алматы

Чемпионат «WorldSkills» — это международное соревнование, которое позволяет студентам, обучающимся по рабочим квалификациям продемонстрировать свои профессиональные навыки в различных компетенциях, включая и «Администрирование отеля». Вышеуказанная компетенция требует от участников высокой квалификации и подготовки на должном уровне в сфере гостиничного бизнеса, что включает в себя взаимодействие с различными департаментами отеля, обслуживание прибывающих или проживающих гостей, а также решение множества экстраординарных и неожиданных ситуаций, возникающих в ходе проживания в гостиницах [1, с. 93-94].

Подготовка участников чемпионата WorldSkills начинается с отборочных этапов внутри образовательного учреждения для выявления участника на региональном уровне, где особое внимание уделяется отбору кандидатов и тренировки, направленной на улучшение их навыков и знаний. Призеры регионального этапа — это те, кто продемонстрировал высокие результаты в сложных конкурсных заданиях, моделирующих реальные ситуации, с

которыми сталкивается администратор отеля. В подготовке таких участников важную роль играет комплексный подход, который включает теоретическое обучение, практические отработки, а также развитие личных качеств, таких как стрессоустойчивость и коммуникабельность.

Кроме того, важную роль в подготовке играют наставники, то есть эксперты-компатриоты, которые помогают участникам не только улучшить профессиональные навыки, но и выработать стратегию эффективного прохождения конкурсных испытаний. Призеры региональных этапов часто получают возможность пройти стажировку в ведущих гостиничных комплексах, что помогает им перенести теоретические знания в практическую плоскость и лучше подготовиться к финалу чемпионата [2, с. 3-6].

С 2018 года принимаю участие в движении WorldSkills Almaty по компетенции «Администрирование отеля», по результатам принятого участия на региональном уровне моими студентами продемонстрированы следующие результаты: в 2019 году Абдижаббар Әділбеком завоевано 3 призовое место, в 2021 году Терехина Анна была удостоена 2го призового места в региональных чемпионатах «WorldSkills Almaty», в 2024 году Саин Алтынай получила 3е призовое место в межрегиональном чемпионате «WorldSkills Zhetysay 2024».

Один из призеров чемпионата «WorldSkills Almaty 2021» Терехина Анна поделилась своим опытом участия, в конкурсе написав статью на тему: «Worldskills – дорога в будущее» рассказав о своем опыте участия, что является важным элементом профессиональной подготовки и обмена знаниями. В своей статье Анна описывает не только этапы подготовки, но и личные переживания, трудности, с которыми она столкнулась, а также методы, которые помогли преодолеть эти сложности. Такие материалы оказываются полезными для следующих поколений участников, а также для профессионалов отрасли, стремящихся развиваться в сфере гостиничного бизнеса [3, с. 12-14].

На сегодняшний день я занимаю должность - Заместитель главного эксперта чемпионата «WorldSkills Almaty» по компетенции «Администрирование отеля», которая играет ключевую роль в организации и проведении соревнования. Это высококвалифицированный специалист, который не только отвечает за точность и соответствие оценки конкурсных заданий, но и занимается разработкой критериев оценки, выбором оборудования

и т.д., а также содействует главному эксперту координируя работу всей команды экспертов.

Основной задачей заместителя главного эксперта является обеспечение бесперебойного и объективного проведения конкурса. Он также следит за тем, чтобы стандарты WorldSkills, применяемые на всех этапах соревнования, были строго соблюдены. Это важный аспект, так как наличие единой системы оценки и соответствие мировым стандартам гарантирует объективность результатов и повышает престиж конкурса.

Одним из значимых направлений подготовки участников чемпионата в моей профессиональной деятельности явилась разработка учебных и методических указаний, таких как рабочая тетрадь. Рабочая тетрадь «Практика и методика реализации образовательных программ ТиПО с учетом спецификации стандартов Worldskills по компетенции 57 «Администрирование отеля»» разработанная мной лично служит важным инструментом для упрощения подготовки конкурсантов. Она содержит подробное описание требований, задач и процедур, которые участникам предстоит выполнить в рамках чемпионата, а также задания, направленные на развитие конкретных навыков и знаний. Авторская работа разработана на основе актуальных стандартов WorldSkills, что позволяет участникам эффективно готовиться к соревнованию и быть уверенными в том, что их знания соответствуют международным требованиям. Разработка такой тетради — это трудоемкий процесс, в котором приняли участие опытные специалисты и преподаватели, знакомые с практическими аспектами гостиничного бизнеса и имеющие опыт работы на соревнованиях, предоставив рецензии и рекомендательные письма на предоставленную работу [4, с. 9-13].

Хотелось бы отметить мое личное участие в республиканском конкурсе профессионального мастерства «MasterSkills Aktau 2024» по стандартам WorldSkills, а также завоевание первого места на уровне Республики, что стало важным этапом моего профессионального роста. Я приняла участие в соревновании, применяя знания и навыки, полученные в процессе подготовки, и смогла продемонстрировать высокий уровень профессионализма и умения работать за стойкой ресепшн.

Конкурс по компетенции «Администрирование отеля» включал в себя не только теоретические задания, но и практические кейсы, которые моделировали реальные ситуации в гостиничном

бизнесе. Успех на этом уровне стал возможен благодаря тщательной подготовке, которая включала как освоение теоретического материала, так и непрерывные тренировки на протяжении участия и подготовки участников в чемпионатах WorldSkills по решению практических задач. Работа с экспертами и наставниками, а также использование материалов, разработанных в рамках стандартов WorldSkills, сыграли важную роль в достижении победы [5, с. 10-12].

В заключении хотелось бы отметить, что подготовка участников к чемпионату «WorldSkills» по компетенции «Администрирование отеля» требует комплексного подхода, включающего обучение, практическую подготовку и работу с экспертами. Важными аспектами этого процесса являются разработка методических материалов, участие в конкурсах среди педагогов и личный опыт, который, в свою очередь, способствует улучшению профессиональных навыков и карьерному росту.

ЛИТЕРАТУРА

1 Березкина А.И. Движение «Worldskills». Особенности компетенции «Администрирование отеля» // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. -2016. -№ 10-2. С. 93-94.

2 Козлова С.В. Подготовка участников чемпионата «Молодые профессионалы» по компетенции «Администрирование отеля» // Образование. Карьера. Общество. - 2018. - № 1(56). С. 3-6.

3 Материалы Городской научно-практической конференции на тему «Опыт внедрения стандартов WorldSkills в образовательные программы технического и профессионального образования», Алматы 2022 С. 12-14

4 Рабочая тетрадь «Практика и методика реализации образовательных программ ТиПО с учетом спецификации стандартов Worldskills по компетенции 57 «Администрирование отеля», Алматы 2025 С. 9-13

5 Уварина Н.В., Савченков А.В. Профессиональная гибкость как «soft skills» педагога // Современная высшая школа: инновационный аспект. -2019. - Т. 11. - № 3. С. 27-36.

ДЕКАНТАЦИЯ ВИНА

НУСС О. В.
преподаватель специальных дисциплин,
Алматинский технологический колледж, г. Алматы
РАЙМБАЙ А. Д.
мастер производственного обучения,
Алматинский технологический колледж, г. Алматы

Цель международного движения WorldSkillss- повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем распространения профессиональных стандартов во всем мире и проведение конкурсов профессионального мастерства. Конкурсы ежегодно проводятся в каждом колледже на уровне города, региона, страны и в мире в целом.

С 2016 года «Алматинский технологический колледж» подготавливает участников по компетенции «Ресторанный сервис». Первой участницей чемпионата стала студентка третьего курса группы 37 БООП Статникова Алина, которая получила сертификат «За участие». Далее уже с 2017 года студенты колледжа завоёвывали призовые места. Чтобы поднять и достигнуть хороших результатов, первоначально необходимо изучить международные и казахстанские правила проведения чемпионата. В правилах чемпионата WorldSkillss Kazakhstan четко расписаны пункты:

- организации соревнования;
- -выбор компетенции;
- правила регистрации конкурсантов;
- доступ и аккредитация участников работающих на площадке;
- роли и обязанности всех экспертов;
- техническое описание;
- правила оформления инфраструктурного листа;
- конкурсные задания;
- методы оценивания и ввод оценок в CIS;
- процедура урегулирования проблем и споров;
- апелляционный процесс и ее сроки [1,с. 2–32].

Для подготовки студентов в колледже был разработан собственный план развития и подготовки к конкурсу по компетенции «Ресторанный сервис». Данный план содержит конкурсное задание, сроки проведения отработки и ответственные лица. План подписывается заместителем директора по производственной работе и ей же контролируется.

Компетенция «Ресторанный сервис» относится к сфере услуг и охватывает несколько профессий –бармен, бариста, повар, официанта и сомелье. Все компетенции этих направлений четко раскрываются в заданиях чемпионата. Одно из самых интересных конкурсных заданий является «Декантация красного вина». Декантация вина – это процесс переливания вина из бутылки в специальный графин декантер. При переливании вино насыщается кислородом – процесс аэрации и отделение вина от осадка это касается старых вин.

Участники чемпионата перед подачей вина подготавливают:

1 Mise en place – это подготовка подсобного стола для демонстрации процесса декантации. Нам понадобится обеденный стол, ручник, нарзанник, пирожковая тарелка для подачи пробки и удаленной фольги, две полотняные салфетки, свечка с подсвечником, один ренвейный фужер и декантер.

2 Презентация вина участники озвучивают: название вина, страну производителя, регион, винодельческий дом, сорт винограда, год урожая.

3 Ставим бутылку вина на середину стола, как чтобы этикетка смотрела на гостей и с помощью ножа сомелье полностью отрезаем капсулу с горлышка бутылки. Удаленную капсулу убираем в карман или на тарелку для мусора прикрытой салфеткой

4 Штопор вкручиваем в пробку бутылки по центру

5 Ставим первую ступень упора открывашки и вытягиваем пробку, затем ставим вторую ступень и вытягиваем пробку до того момента, как она останется в бутылке на 1–2 см

6 Извлекаем пробку из бутылки, главный показатель правильного вынимания пробки без звука (хлопок)

7 Выкручиваем пробку при помощи ручника-салфетки и кладем ее перед гостями на салфетку. Перед подачей пробки гостям сомелье проверяет пробку на наличие посторонних запахов. Надпись на пробке должна соответствовать надписи на этикетки бутылки.

8 Горлышко бутылки протирается салфеткой, для исключения попадания крошек пробки во внутрь бутылки.

9 В фужер наливаем 20 мл вина. Сомелье смотрит на цвет вина, слушает аромат и дает полную характеристику своих ощущений.

10 Вино из фужера переливаем в декантер и круговыми движениями омывает декантер.

11 Обратно переливаем вино в фужер и отставляем в сторону

12 Зажигаем свечу и переливаем вино из бутылки в декантер. Свет от свечи используется как источник света. В бутылке должно остаться 20 мл вина так как в красном вине может быть осадок

13 Тушим свечу. Декантация завершена

Во время удаления пробки из бутылки пробка может поломаться или раскрошиться. В таких случаях необходимо поломанную верхнюю часть пробки извлечь и положить на тарелочку для демонстрации. Нижнюю часть пробки еще раз накрутить на штопор и медленно извлечь из бутылки или протолкнуть пробку во внутрь бутылки. В этом случае необходимо при декантации использовать сито, чтобы крошки от пробки не попали в декантер. (<https://nationalteam.worldskills.ru/skills/restorannyu-servis/>) [2]

Система оценивания данного конкурсного задания состоит из субъективных и объективных оценок:

- Подготовка Mise en place для декантации красного вина;
- Декантация/Аэрация красного вина – презентация вина (Название, цвет вина, содержание сахара, сорт винограда, страна, год, короткое описание об аромате);
- Декантация/Аэрация красного вина – корректная процедура открытия (снята капсула (!целиком!), пробка удалена не сломана, уверенное пользоваться ножом сомелье, протирка горлышка до и после пробки);
- Декантация/Аэрация красного вина – техника переливания (беспрерывное переливание ровная струя);
- Декантация/Аэрация красного вина – минимальный остаток;
- Декантация/Аэрация красного вина – гигиена, отсутствуют проливы;
- Декантация/Аэрация красного вина – ТБ (безопасная работа со свечой);
- Декантация/Аэрация красного вина сервис – техника (презентация, снята капсула, оценка вина в бокале, подготовка декантера, свеча зажечь, переливание, свеча потушить).

Не хватает знаний для выполнения задачи, не уверен в своих действиях, не хватает техники, нет дегустации для гостя, уровень в бокалах разный-0

Показывает базовое умение, не уверенность, но демонстрирует некоторую технику, дегустация вкуса гостя, чуть лучше чем «0» – 1.

Хорошее умение для выполнения поставленной задачи, проба гостя, одинаковый уровень в бокалах, хороший уровень гостеприимства, хорошая техника работы – 2.

Очень высокое знание при выполнении задачи, одинаковый уровень в бокалах, высокий уровень гостеприимства, отличная техника – 3.

Разработанные критерии позволяют прозрачно оценивать каждого конкурсанта во избежание споров и конфликтов.

С полной уверенностью могу сказать, что зная технику декантации вина ориентируясь на разработанные аспекты можно с легкостью пройти данное конкурсное задания [3,с.361].

ЛИТЕРАТУРА

1 Утверждено генеральной ассамблей WorldSkillss Kazakhstan 2020: «Правила чемпионата WorldSkillss Kazakhstan» Астана, 2020.- 2-32с

2 Интернет в России: [Электронный ресурс] Ресторанный сервис – Национальная сборная WorldSkillss <https://nationalteam.worldskills.ru/skills/restorannyu-servis/> [дата обращения 20.04.2020]

3 Керимбеков А.С «Конкурсное задание Республиканского конкурса профессионального мастерства WorldSkillss Kazakhstan 2024 по компетенции 35 «Ресторанный сервис» // Материалы городского научно-практической конференции Педагогические чтения «Национальное сознание в XXI веке и образование: Взгляд современного педагога» Алматы, 2022. С.361-364.

WORLD SKILLS ЧЕМПИОНАТЫНА ҚАТЫСУШЫЛАРДЫ КӘСІБИ ТҮРДЕ ДАЙЫНДАУДЫҢ ТИІМДІ ӘДІСТЕРІ

САҒЫНДЫКОВА А. К.

техника ғылымдарының магистрі, өндірістік оқыту шебері,
Кәсіптік-техникалық колледжі, Астана қ.

Андатпа: WorldSkills чемпионаты – жас мамандардың кәсіби дағдыларын көрсету мен дамытуға арналған халықаралық алаң болып табылады. Бұл байқауға қатысу үшін жоғары деңгейдегі кәсіби дайындық қажет. Қатысушылардың чемпионаттағы табысына қол жеткізу үшін тек техникалық білім мен дағдылар ғана емес, психологиялық тұрақтылық және командалық жұмыс сияқты маңызды аспектілерді ескеру қажет. Бұл мақалада WorldSkills чемпионатына қатысушыларды кәсіби түрде дайындаудың әдістері қарастырылады. Сондай-ақ, тренерлік жұмыс, заманауи

технологиялар мен симуляциялар, қатысушылардың психологиялық дайындығының маңызы талданады.

Кілт сөздер: WorldSkills, кәсіби дайындық, тренерлік қызмет, психология, жоғары технологиялар, инновациялық әдістер.

Кіріспе. Ғаламдық бәсекелестік және технологиялық өзгерістердің жылдамдығы жағдайында әлемдік экономика жоғары білікті мамандарды қажет етеді. Осыған жауап ретінде WorldSkills халықаралық қозғалысы жастардың кәсіби дағдыларын бағалап, дамытатын маңызды алаңға айналды. Дегенмен, осындай жоғары бәсекелестікке дайын болу үшін дәстүрлі білім беру жүйесімен шектелмей, жан-жақты дайындық қажет.

Педагогика және психология саласындағы зерттеулер қатысушыларды дайындау үшін кешенді тәсілдің маңызды екенін көрсетеді. Бұл тек арнайы дағдыларды дамыту ғана емес, сондай-ақ тұлғалық қасиеттерді, мысалы, стресс жағдайларында жұмыс істей білу, командалық жұмыс және шығармашылық шешімдер қабылдай білу сияқты маңызды аспектілерді де қамтиды.

Осы мақалада WorldSkills чемпионатына қатысушылардың кәсіби түрде дайындаудың тиімді әдістері қарастырылып, олардың нәтижелерді жақсарту үшін қолданылуы ұсынылады.

WorldSkills чемпионаттарының кәсіби білім беру жүйесіндегі рөлі. WorldSkills қозғалысы алғаш рет 1950 жылы басталып, бүгінде әлемнің 80-нен астам елінде қолдау табуда. Қазақстан бұл қозғалысқа 2014 жылы қосылды және содан бері жыл сайын ұлттық және халықаралық деңгейде жарыстар өткізуде [1, 12-6].

Чемпионаттың негізгі мақсаты – кәсіптік білімнің сапасын арттыру және жастардың кәсіби дағдыларын халықаралық деңгейге көтеру. Сонымен қатар, жұмыс берушілер мен өндірістік мекемелер үшін бұл чемпионаттар болашақ мамандарды іріктеу және олардың дайындығын бағалау алаңы болып табылады [2].

Әдіснама. WorldSkills чемпионатына қатысушыларды дайындаудың тиімді әдістерін бағалау үшін әртүрлі дереккөздерден алынған мәліметтер, оның ішінде педагогика, психология, тренерлік қызмет және тәжірибелі мамандардың кеңестері пайдаланылады. Әдіснамалық тәсіл теориялық және практикалық аспектілерді кешенді түрде қарастыруға бағытталған, сондай-ақ инновациялық технологиялар мен оқыту әдістерін зерттеуге негізделген.

1. Дайындыққа жүйелі және кешенді көзқарас. Жоғары нәтижелерге жету үшін кәсіби дайындық жүйелі және кешенді

түрде жүргізілуі керек. Бұл бірнеше кезеңнен тұратын дайындықты қамтиды:

- Қажетті дағдыларды талдау: Әрбір қатысушы чемпионаттың тапсырмалары мен талаптарына сәйкес қажетті дағдылар мен білімдерді анықтауы тиіс. Бұл үшін чемпионаттың бағалау критерийлері мен талаптарын мұқият зерттеу қажет.

- Жекелендірілген дайындық: Әрбір қатысушының жеке ерекшеліктерін ескере отырып, арнайы оқыту бағдарламаларын құру маңызды. Бұл тәсіл қатысушылардың күшті және әлсіз тұстарын ескеріп, тиімді дайындыққа мүмкіндік береді.

- Кешенді тәсіл: Техникалық дағдылармен қатар, когнитивті және психологиялық қабілеттерді дамыту маңызды. Бұл дағдылардың қатарында жылдам үйрену, уақытты басқару және стресске төзімділік бар.

2. Технологиялар мен симуляциялар – дайындық құралы ретінде. Заманауи технологиялар қатысушыларды дайындаудың тиімді құралы болып табылады. Бұл тұрғыда симуляциялар мен виртуалды тренажерлерді қолдану ерекше маңызды. Бәсекеге қабілетті маман даярлау үшін қатысушыларды заманауи технологиялармен жұмыс істеуге үйрету маңызды. WorldSkills стандарттары үнемі жаңарып отырады, сондықтан жаттықтырушылар жаңа әдістер мен құрал-жабдықтарды енгізуге дайын болуы қажет [3].

- Виртуалды шындық (VR): Виртуалды шындық қатысушыларға нақты жұмыс жағдайларын симуляциялау мүмкіндігін береді. Бұл технология әсіресе күрделі жұмыс процестерін орындауда маңызды рөл атқарады, мысалы, дәнекерлеу, құрылыс немесе жобалау салаларында.

- Шынайы жағдайларды моделдеу: Симуляторлар нақты өндірістік жағдайларды моделдеуге мүмкіндік береді. Бұл қатысушыларға дағдыларын шынайы тәжірибе жағдайында жетілдіруге мүмкіндік береді.

3. Тренерлік қызметтің рөлі. Тренерлер мен тәлімгерлердің рөлі өте маңызды. Ғылыми зерттеулерде тренерлердің тек өз саласының маманы ғана емес, сондай-ақ психоэмоционалдық қолдау көрсету қабілеті де маңызды екенін көрсетеді. Чемпионатқа дайындық барысында теориялық білімді игеру мен практикалық дағдыларды жетілдіру қатар жүруі тиіс. Дәстүрлі білім беру жүйесінде теориялық сабақтар басым болса, WorldSkills форматында практикалық машыктандыруға көбірек мән беріледі.

- Интерактивті оқыту әдістері: Коучинг және менторинг әдістері, сондай-ақ тренерлер мен қатысушылар арасында тікелей байланыс орнату кәсіби дағдыларды дамытумен қатар, қатысушылардың сенімділігін арттыруға көмектеседі.

- Үнемі кері байланыс: Дайындық барысында үнемі кері байланыс беру, қатысушылардың қатесін түзетуге және дайындық деңгейін жоғарылатуға мүмкіндік береді.

4. Психологиялық дайындық және стресске төзімділік. Қатысушылардың психологиялық тұрақтылығы олардың чемпионаттағы табыстарына тікелей әсер етеді. Психология ғылымының нәтижелері стресс жағдайында жұмыс істеу қабілетін дамыту қажеттілігін дәлелдейді. Чемпионат барысында қатысушылар жоғары деңгейдегі қысымға ұшырайды. Сондықтан оларды психологиялық тұрғыдан дайындау – басты міндеттердің бірі. Бұл бағытта арнайы тренингтер, стресс-менеджмент әдістері, өзін-өзі реттеу техникалары қолданылады [4, 20-6].

Осы мақсатта қатысушылар үшін арнайы психологиялық тренингтер өткізіледі:

- Релаксация және медитация әдістері: Стресті төмендетіп, концентрацияны арттыруға мүмкіндік береді.

- Психологиялық тестілеу: Қатысушылардың психологиялық қасиеттерін, стресс жағдайында жұмыс істеу қабілетін және уақытты басқаруды бағалау арқылы олардың күшті және әлсіз тұстарын анықтауға болады.

5. Командалық жұмыс және ынтымақтастық. WorldSkills чемпионатында командалық жұмыс өте маңызды. Команда ішінде тиімді қарым-қатынас орнату және бірлесіп жұмыс істеу дағдыларын дамыту қатысушылардың жоғары нәтиже көрсетуіне ықпал етеді.

- Коммуникация дағдылары: Команда мүшелері арасында тиімді коммуникация орнату жұмыстың жоғары сапалы болуына және міндеттерді тиімді орындауға мүмкіндік береді.

- Лидерлік дағдыларын дамыту: Лидерлік қасиеттері бар қатысушылар топты үйлестіріп, команданың мотивациясын арттыруға ықпал етеді.

6. Компатриоттар мен сарапшылардың рөлі. Жаттықтырушылар мен сарапшылардың біліктілігі қатысушылардың жетістігіне тікелей әсер етеді. Олар тек техникалық білім беріп қана қоймай, қатысушылардың мотивациясын арттыруға, олардың әлсіз тұстарын анықтауға және жеке даму стратегиясын құруға көмектесуі тиіс.

Чемпионат барысында сарапшылар мен әділқазылардың біліктілігі маңызды рөл атқарады. Олар әділ бағалау жүргізіп қана қоймай, қатысушыларға кері байланыс беріп, олардың болашақ кәсіби дамуына ықпал етеді [5].

7. Әлеуметтік серіктестік және жұмыс берушілермен ынтымақтастық. WorldSkills чемпионаттарының тағы бір ерекшелігі – олар білім беру мекемелері мен жұмыс берушілер арасындағы байланысты нығайтады. Кәсіпорындар қатысушыларға демеушілік көмек көрсете отырып, өздеріне болашақ мамандарды таңдау мүмкіндігіне ие болады. Сондай-ақ, білім беру мекемелері чемпионат арқылы оқу бағдарламаларын өндірістің сұранысына сай бейімдей алады. Бұл түлектердің еңбек нарығындағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады [6].

Қорытынды. WorldSkills чемпионатына қатысушыларды кәсіби түрде дайындаудың тиімді әдістері кешенді тәсілді талап етеді. Бұл дайындық техникалық дағдыларды дамыту, заманауи технологияларды пайдалану, психологиялық тұрақтылықты нығайту және командалық жұмыс дағдыларын қалыптастыруды қамтиды. Заманауи ғылыми әдістер мен технологияларды қолдану қатысушылардың дайындығын едәуір жақсартады және халықаралық деңгейде жоғары нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, чемпионаттар білім беру мекемелері, кәсіпорындар және жұмыс берушілер арасындағы байланысты нығайтып, кәсіптік білімнің сапасын арттыруға үлес қосады. Болашақта бұл жүйені жетілдіру арқылы Қазақстанның кәсіби мамандарын әлемдік деңгейге көтеруге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі. “WorldSkills чемпионаттары туралы ережелер”. Астана, 2023
- 2 OECD. “Skills for the Future: International Vocational Training Practices”. OECD Publications, 2020
- 3 WorldSkills Competition Standards Specification 2022. URL: <https://worldskills.org/standards>
- 4 Гончарова, Е. “Психологическая подготовка участников профессиональных конкурсов”. Москва, 2018
- 5 European Skills Agenda. “New Approaches to Vocational Training”. Brussels, 2021
- 6 WorldSkills Kazakhstan. “Ресми сайт”. URL: <https://worldskills.kz>

КОМПЛЕКСНАЯ ПОДГОТОВКА УЧАСТНИКОВ К ЧЕМПИОНАТУ WorldSkills ПО КОМПЕТЕНЦИИ «ОТЕЛЬ-РЕСЕПШИОНИСТ»: ОТБОР, ТРЕНИРОВКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ТӨЛЕГЕН А. Қ.

преподаватель специальных дисциплин, международный эксперт
WorldSkills, Колледж «Әділет», г. Алматы

Современный гостиничный бизнес требует от специалистов не только знаний в области сервиса, но и владения иностранными языками, уверенности в коммуникации, стрессоустойчивости и способности адаптироваться к сложным ситуациям. Чемпионаты WorldSkills играют важную роль в подготовке молодых специалистов, помогая формировать у участников конкурентоспособные профессиональные навыки.

В данной статье рассматриваются ключевые аспекты подготовки участников к чемпионату WorldSkills по компетенции «Отель-ресепшионист». Анализируется процесс отбора кандидатов, подчеркивается значимость владения английским языком на разговорном уровне, а также рассматривается необходимость актерских и презентационных навыков. Особое внимание уделяется методикам тренировки, привлечению независимых экспертов из сферы гостиничного бизнеса и формированию у участников практических компетенций, соответствующих международным стандартам индустрии гостеприимства.

Чемпионаты WorldSkills представляют собой крупнейшее международное движение, направленное на повышение уровня подготовки специалистов рабочих профессий. С момента своего основания в 1950 году организация ставит своей целью внедрение высоких стандартов профессионального обучения и улучшение качества подготовки кадров [1].

Компетенция «Отель-ресепшионист» является одной из наиболее сложных в категории гостиничного бизнеса. Участники соревнований должны продемонстрировать не только знание стандартных процедур приема и размещения гостей, но и способность решать нестандартные ситуации, работать в условиях высокой загруженности, взаимодействовать с клиентами на разных языках и применять современные технологии управления отелем [2].

Включение данной компетенции в программу WorldSkills подчеркивает важность сервиса и гостеприимства как ключевых

аспектов туристической и гостиничной индустрии. Благодаря чемпионатам устанавливаются новые профессиональные стандарты, позволяющие будущим специалистам ориентироваться на передовые практики и актуальные требования рынка.

Выбор участников для соревнований WorldSkills – один из важнейших этапов подготовки. Отбор должен осуществляться на основе следующих критериев:

- Отличная теоретическая подготовка в сфере гостиничного бизнеса.
- Владение иностранными языками, в частности, беглым английским.
- Уверенность, коммуникабельность и стрессоустойчивость.
- Актерские и презентационные навыки, умение работать перед аудиторией.
- Способность быстро принимать решения в нестандартных ситуациях.

Кандидаты должны не только владеть профессиональной терминологией, но и уметь вести беседу на английском языке естественно, без заученных фраз. Это особенно важно, поскольку работа на стойке регистрации отеля требует живого общения с клиентами, реагирования на их запросы и быстрого поиска решений.

На соревнованиях WorldSkills особое внимание уделяется межкультурной коммуникации, поэтому владение иностранными языками – один из ключевых навыков. Однако знание терминологии и выученные фразы не дают конкурентного преимущества. Участник должен свободно говорить на английском языке, понимать акценты гостей, правильно воспринимать их просьбы и корректно на них реагировать.

Для эффективной подготовки рекомендуется:

- Регулярные языковые тренировки с носителями языка.
- Просмотр обучающих видео и отработка диалогов в реальных условиях.
- Проведение тренировок с моделированием реальных ситуаций в отеле [3].

Работа ресепшиониста – это не просто выполнение стандартных операций. Специалист данной профессии должен уметь работать с эмоциями, правильно выражать доброжелательность, уверенность и профессионализм [4].

На чемпионате участники сталкиваются с игровыми ситуациями, требующими быстрых реакций и уверенного поведения. Например, во время испытаний им могут предложить решить конфликтную

ситуацию с гостем, презентовать услуги отеля или встретить ВИП-клиента. Здесь важны не только знания, но и умение держаться, владеть голосом и мимикой.

Поэтому одним из критериев отбора участников должна быть способность к импровизации, артистизм и умение входить в роль.

Для подготовки участников к соревнованиям используется комплексная методика, включающая:

- Интерактивные тренировки с имитацией работы на ресепшене.
- Ролевые игры с моделированием конфликтных и нестандартных ситуаций.
- Языковую практику с иностранными гостями.
- Тренировки по стрессоустойчивости и техникам эффективного общения.

Каждый тренировочный модуль включает теоретическую часть, практическое задание и анализ ошибок. Такой подход позволяет выработать у участника устойчивые навыки профессионального поведения.

В рамках подготовки к международным соревнованиям был организован отборочный чемпионат, позволяющий выявить сильнейших участников.

Для объективной оценки навыков участников было принято решение привлечь независимых экспертов из гостиничной индустрии. Это позволило:

- Оценить уровень подготовки с точки зрения реального бизнеса.
- Получить рекомендации от практиков отрасли.
- Улучшить методику тренировки с учетом современных требований.

Во время отборочного чемпионата участники выполняли задания, максимально приближенные к реальным условиям работы в отеле. Важно было не только показать технические навыки, но и проявить себя как профессионала в сфере сервиса.

Во время отборочного чемпионата участники не получали заранее сформулированные задания. Им были известны основные модули, которые предстояло продемонстрировать, такие как процедура заезда и выезда гостей, оказание помощи во время проживания и работа с различными типами гостей. Однако конкретные сценарии и ситуации оставались неизвестными, что позволило создать условия, максимально приближенные к реальной профессиональной деятельности.

Для усиления эффекта неожиданности и проверки адаптивных навыков участников в чемпионате были задействованы актеры, в том числе носитель английского языка, а также преподаватели английского языка, которые выступили в роли гостей. Эти персонажи были незнакомы участникам, что исключало возможность предварительной подготовки и требовало быстрой реакции на изменяющиеся обстоятельства. Такой подход позволил выявить реальный уровень владения коммуникативными навыками, поскольку многие конкурсанты испытывали трудности при взаимодействии с носителем языка. Им было сложно сосредоточиться на разговоре, поскольку они привыкли работать по заученным алгоритмам вопросов и ответов.

Однако сфера гостеприимства требует не только технических знаний, но и глубокой эмпатии, способности к активному слушанию и гибкости в общении с гостями. В ходе чемпионата стало очевидно, что многие участники сталкиваются с трудностями, когда необходимо выйти за рамки стандартных сценариев и проявить искреннее внимание к собеседнику. Независимые эксперты, приглашенные для оценки, также отметили этот момент, подчеркнув, что успех в сфере гостеприимства определяется не только знанием процедур, но и умением создавать комфортную атмосферу для гостей через общение и эмоциональную вовлеченность.

Таким образом, использование актеров и создание непредсказуемых ситуаций в рамках отборочного чемпионата позволило не только объективно оценить уровень подготовки участников, но и выявить важные аспекты, требующие дальнейшего развития.

В ходе чемпионата были выявлены ключевые ошибки, такие как недостаточный уровень владения английским языком на разговорном уровне, что затрудняло свободное взаимодействие с гостями, скованность в общении и неуверенность при принятии решений, а также формальный подход к обслуживанию, выражающийся в недостаточной эмоциональной вовлеченности. Для устранения этих проблем рекомендуется усилить языковую подготовку с акцентом на беглость речи и межкультурное общение, развивать актерские и презентационные навыки, позволяющие участникам чувствовать себя увереннее и демонстрировать профессиональную выразительность, а также проводить интенсивные ролевые тренировки для повышения стрессоустойчивости и способности быстро адаптироваться к нестандартным ситуациям.

Какие перспективы развития подготовки к WorldSkills? Для повышения уровня подготовки необходимо:

- Внедрять программы стажировок в международных отелях.
- Активнее привлекать носителей языка для тренировок [5].
- Укреплять связи между учебными заведениями и гостиничным бизнесом.

Заключение

Подготовка участников к чемпионату WorldSkills требует комплексного и системного подхода, сочетающего технические знания, коммуникативные навыки, стрессоустойчивость и адаптивность к реальным условиям работы в сфере гостеприимства. Отборочные этапы наглядно демонстрируют, что для достижения успеха на международном уровне необходимо не только владение профессиональными стандартами, но и способность эффективно взаимодействовать с гостями, оперативно реагировать на нестандартные ситуации и свободно коммуницировать на английском языке.

В связи с этим особую значимость приобретает сотрудничество с ведущими гостиничными цепями и отелями, работающими в соответствии с международными стандартами. Партнерство с индустрией гостеприимства позволит студентам адаптироваться к динамично меняющимся условиям профессиональной среды, получать актуальные практические навыки и повышать свою конкурентоспособность на рынке труда.

Важным аспектом такой кооперации является не только организация практики, но и ранняя идентификация студентов с высоким потенциалом. Это позволит начать целенаправленную подготовку задолго до проведения отборочных соревнований, обеспечивая им всестороннюю поддержку – как профессиональную, так и психологическую. Такой подход способствует не просто подготовке к соревнованиям, а формированию кадрового резерва специалистов, обладающих высокой квалификацией и готовых к работе в условиях международных стандартов гостеприимства [6].

Таким образом, интеграция лучших мировых практик и тесное взаимодействие образовательных учреждений с гостиничным бизнесом являются стратегически важными направлениями для развития профессионального образования. Это позволит не только повысить качество подготовки кадров, но и укрепить позиции выпускников на глобальном рынке труда, делая их востребованными специалистами в сфере гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Правила WorldSkills International // WorldSkills International. – 2023. – 120 с. – Доступ: <https://worldskills.org>.
- 2 Andrews, S. Hotel Front Office: A Training Manual. – New Delhi: Tata McGraw-Hill, 2013. – 447 с. [на англ. яз.].
- 3 Stott, T., Revell, R. Highly Recommended: English for the Hotel and Catering Industry. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 112 с. [на англ. яз.].
- 4 Brotherton, B. The SAGE Handbook of Hospitality Management. – London: SAGE Publications, 2008. – 576 с. [на англ. яз.].
- 5 Forrest, L. C. Training for the Hospitality Industry. – Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1996. – 280 с. [на англ. яз.].
- 6 Walker, J. R. Introduction to Hospitality Management. – Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003. – 800 с. [на англ. яз.].

Секция 3
Қонақүй бизнесінің дамуы мен оның
Қазақстандағы туризмнің қалыптасуына әсері
Развитие гостиничного бизнеса и его влияние на
формирование туризма в Казахстане

СПОРТТЫҚ ТУРИЗМНІҢ ТАНЫМАЛДЫҒЫНЫҢ ӨСУІ
ЖАҒДАЙЫНДА ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІН ДАМУЫ

АЖАЕВ Ғ. С.
қауымд. профессор, геология-минерология ғылымдарының кандидаты,
Торайғыров университеті, Павлодар қ.
ДЖАНГАЗИНОВА М. М.
студент, Торайғыров университеті, Павлодар қ.

Спорттық туризм - бұл саяхат индустриясының қарқынды дамып келе жатқан бағыттарының бірі. Ол спорттық іс-шараларға қатысуды да, физикалық белсенділікке байланысты ашық ауада іс-шараларды да қамтиды. Туризмнің осы түрінің танымалдылығының артуы мамандандырылған қызметтер мен инфрақұрылымды дамытуды ынталандыра отырып, қонақ үй бизнесіне айтарлықтай әсер етеді. Спорттық туризмнің басты ерекшелігі — оның тек демалу мен көңіл көтеруге емес, сонымен қатар денсаулықты нығайтуға, физикалық белсенділікті арттыруға және жаңа тәжірибе алу үшін ерекше мүмкіндіктер ұсынуына бағытталғандығы. Бұл бағыттағы туризмнің дамуы туристердің әр түрлі қажеттіліктерін қанағаттандыруды талап етеді, соның ішінде спортшылар мен көрермендерге арналған арнайы орналастыру, инфрақұрылым мен қызмет көрсету сапасы.

Сондай-ақ, спорттық туризм жергілікті экономикаға оң әсер етіп, жаңа жұмыс орындарын құруға, инфрақұрылымның дамуына және туристік аймақтардың танымалдылығын арттыруға мүмкіндік береді. Туристік нарықтың бұл сегменті тек демалыс күндерін өткізуден көп нәрсені ұсынады — ол экологиялық таза, денсаулықты нығайтуға бағытталған және белсенді өмір салтын қолдайтын іс-шаралардан тұрады. Осылайша, спорттық туризмнің өсуі туризм саласының барлық аспектілеріне әсер етіп, қонақ үй бизнесін жаңа қызметтер мен жағдайлар ұсынуға мәжбүр етеді.

Спорттық туризм қоғам дамуының объективті заңдарына сәйкес дамиды, жұмысшылар мен оқушы жастардың көпшілігіне қол жетімді әлеуметтік маңызды құбылыспен анықталады, дене

шынықтыру, спорт және туризмнің бір бөлігі бола отырып, тыныс алу, таным, қарым-қатынас, шығармашылық туралы адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандырады [1].

Спорттық туризмнің танымалдығы бірнеше факторларға байланысты:

- Әлемдік спорттық іс-шаралар (Олимпиада ойындары, Әлем және Еуропа чемпионаттары, марафондар, экстремалды жарыстар);
- Салауатты өмір салты - көбірек адамдар белсенді демалысты қалайды;

Экотуризмді дамыту-спорт пен табиғаттың үйлесімі (тау жорықтары, велотурлар, шаңғы маршруттары);

Оқшылардың, жастардың облыстық, аудандық жарыстарына қатысуы;

Әуесқой спорттың өсуі-бұқаралық жарыстар, жартылай марафондар, триатлондар және басқа да спорттық іс-шаралар.

Спорттық туризм тенденцияларын ескере отырып, қонақ үйлер осы аудиторияның қажеттіліктеріне бейімделеді, спорттық жабдықтарды сақтауға арналған кең бөлмелері, арнайы төсектері және созылу аймақтары бар арнайы бөлмелерді ұсынады. Заманауи қонақүйлерде фитнес және сауықтыру аймақтары, соның ішінде спорт залдары, бассейндер, йога аймақтары және сауналар мен массаж сияқты қалпына келтіру процедуралары бар. Тамақтану сонымен қатар спортшылардың қажеттіліктеріне бейімделеді: ақуызы жоғары тағамдар, энергетикалық сусындар және глютенсіз өнімдер бар арнайы мәзірлер әзірленуде. Қонақ үйлер спорттық ареналарға трансферлерді, велосипедтер мен шаңғы құралдарын жалға алуды, экскурсиялар мен топтық сапарларды ұйымдастыра отырып, ыңғайлы көлік және логистикалық қолдау көрсетеді. Спорттық іс-шараларды ұйымдастырушылармен, спорт федерацияларымен және жаттықтырушылармен серіктестік маңызды рөл атқарады, бұл қонақүйлерге тиімді орналастыру пакеттерін ұсынуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қонақ үйлер спортшыларға икемді тарифтер мен жеңілдіктер әзірлейді, соның ішінде ерте брондау мүмкіндігі, топтарға арналған арнайы шарттар және спорттық командаларға жеңілдік ұсыныстары.



1 - сурет – «Ертіс» қонақ үйінің спорт залы

Қазіргі спорттық туризм қонақжайлылық индустриясының қарқынды дамып келе жатқан секторы болып табылады, онда инфрақұрылым шаруашылық жүргізуші субъектілердің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады. Бұл тұрғыда бәсекеге қабілеттілік жүйесінің элементі ретінде инфрақұрылымды түсіндірудің екі нұсқасын ажыратуға болады.

№1 нұсқа. «Инфрақұрылым-спорттық туризм нарығындағы шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекеге қабілеттілік жүйесінің өзегі». Бұл тәсіл шеңберінде инфрақұрылым өзінің айрықша немесе бірегей артықшылықтарының арқасында ұйымның ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз ететін орталық элемент ретінде қарастырылады. Бұл, ең алдымен, спорттық нысандарға қатысты, сонымен қатар қосымша құндылық тудыратын сипаттамаларға ие болуы мүмкін туристерді орналастыру құралдарын қамтиды. Мысалы, ірі спорт нысандарының жанында орналасқан қонақүйлер спортшылар мен жанкүйерлер үшін қалпына келтіру аймақтары, спорттық тамақтану және жарыс өтетін орындарға трансфер сияқты арнайы жағдайларды ұсына алады. Мұндай элементтер қонақ үй бизнесін спорттық туризмдегі бәсекелестік артықшылықтар жүйесінің маңызды құрамдас бөлігі етеді [2].

№ 2 нұсқа. «Инфрақұрылым-спорттық туризм нарығындағы шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекеге қабілеттілік жүйесінің тең элементтерінің бірі». Бұл тәсілде инфрақұрылым маңызды, бірақ сәттіліктің жалғыз факторы ретінде қарастырылады. Бұл жағдайда қонақ үй бизнесі бәсекеге қабілеттілік жүйесіне енеді, мұнда оның рөлі туристер үшін қызметті тиімді қамтамасыз ету

болып табылады. Қызмет көрсету сапасын жақсартуға, ресурстарды оңтайлы пайдалануға, қосымша қызметтерді дамытуға (мысалы, экскурсиялар, сауықтыру бағдарламалары) назар аударылады, бұл аймақтың спорттық туристер үшін тартымдылығын арттырады [2].

1-кесте – Павлодар облысындағы спорттық туризм бойынша статистика:

Көрсеткіш	Мәні
Спорттивті нысандар	Жыл сайын 15 миллиард теңге бөлінеді
Шетелдік туристер саны (2024 жылдың қыркүйек айы)	22 ірі спорт нысаны, оның ішінде 4 Олимпиада резерві мектебі
Дене шынықтыру және сауықтыру комплекстері	28 физкультура-сауықтыру кешені
Спортпен айналысатын балалар саны	24 мыңнан астам бала
Тренерлер саны	729 тренер
Спорттық жетістіктер (2023 жыл)	961 алтын, 827 күміс, 1 017 қола медаль
Халықаралық жарыстардағы медальдар (2023 жыл)	129 алтын, 131 күміс, 158 қола медаль
19-шы Азия ойындарында қатысу	19 спорт түрінен 3 қола медаль
Жаңа спорт нысандары	7 жаңа спорт нысаны, 14 спорт нысаны жөнделді
Инвестициялар	Спорттық инфрақұрылымға үнемі инвестициялар

Бұл мәліметтер Павлодар облысының спорттық туризмді дамытудағы жүйелі жұмысының және аймақтың спорт саласындағы жоғары нәтижелерінің көрсеткіші болып табылады. Облыс өз инфрақұрылымын дамытуға, спортқа деген қызығушылықты арттыруға және туризм саласындағы әлеуетті дамытуға бағытталған шараларды жалғастыруда [3,4].

Спорттық туризмге деген қызығушылықтың артуы қонақ үй бизнесіне жаңа талаптар мен қиындықтарды алға тартты. Қонақ үйлер тек туристер мен спортшыларды жайлы орналастырудан басқа, олардың арнайы қажеттіліктерін де ескеруі керек. Спортшылар үшін жаттығу залдары, медициналық қызметтер, арнайы тамақтану мәзірі және тыныш бөлмелер, ал көрермендер үшін үлкен конференц-залдар мен ойындардан кейін демалуға арналған жағдайлар маңызды. Спорттық іс-шараларды ұйымдастыру кезінде қонақ

үй қызметкерлері ерекше назар аударып, кәсіби деңгейде қызмет көрсетуі тиіс.

Қонақ үй бизнесінің инфрақұрылымдық дамуы халықаралық стандарттарға сәйкес келуі қажет, себебі спорттық туризмнің сұранысы халықаралық деңгейде үнемі өсіп келеді. Бұл тек туристік саланың өсуіне ғана емес, сонымен қатар жергілікті экономиканың да дамуына ықпал етеді. Мысалы, қонақ үйлер спорттық шараларға арнайы ұсыныстар мен қызметтерді әзірлеу арқылы өз бәсекеге қабілеттілігін арттыра алады. Осыған байланысты қонақ үй бизнесі спорттық туризмнің трендтеріне бейімделіп, жаңа инновациялық тәсілдер мен шешімдерді енгізуге ұмтылуы тиіс.

Сонымен қатар, спорттық туризмнің өсіп келе жатқан танымалдығы мен сұранысы қонақ үй бизнесінің қызмет көрсету сапасын арттыруды, жаңа технологияларды енгізуді және аймақтық инфрақұрылымның дамуын талап етеді. Қонақ үйлердің кәсіби қызмет көрсетуі, спортшылар мен көрермендер үшін арнайы ұсыныстар мен жеңілдіктері олардың тұрақты клиенттеріне айналуына ықпал етеді. Осылайша, қонақ үй бизнесі тек қонақтарды орналастырумен шектелмей, олардың барлық қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталуы тиіс.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Теория и методика Спортивного туризма: учебник/под ред. В.А.Таймазова и Ю.Н.Федотова [25 б.]
- 2 Развитие инфраструктуры спортивного туризма : автореферат [12 б]
- 3 <https://inbusiness.kz/ru/last/v-pavlodarskoj-oblasti-na-razvitie-massovogo-sporta-v-god-tratyat-do-15-mlrd-tenge>
- 4 <https://lifepvl.kz/2024/01/30/15-mlrd-tenge-napravlyayut-na-razvitie-sporta-v-pavlodarskoj-oblasti/>

ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМ ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ДРАЙВЕРІ – ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫ

АСАНОВ Ұ. Ш.

Педагог-стажер, арнайы пәндер оқытушысы,
Каспий Қоғамдық Университеті колледжі, Алматы қ.

Туризм индустриясы қазіргі таңда халықаралық қатынастың айрықша факторы ретінде әлем экономикасында айтарлықтай үлеске ие екені анық. Осыдан бірнеше жыл бұрын дүние жүзін жайлап, әлемдегі адамзатты бір сынап алған COVID-19 пандемиясынан кейін әлемде туризмнің рөлі арта түсті. Көптеген мемлекеттер туризмді қайта жандандырып, экономикалық тұрғыда жаңа белестерді бағындыруда. Сондай туристік реновациялық кезеңді бастан өткеріп жатқан елдердің қатарында Қазақстан да бар. Қазіргі таңда біздің елімізде ішкі және сыртқы туризм көрсеткіштері пандемияға дейінгі кезеңнің көрсеткіштерінен асып түсіп, рекордтық дәрежеде оң нәтижелерге қол жеткізіп жатырмыз. Туризм саласына жауапты министрліктің деректері бойынша 2024 жылы Қазақстанда ішкі туристер саны 6 миллионға жуықтап, сырттан келетін шет елдік туристердің саны 15 миллионнан асып түскен. Бұл біздің алар асуымыздың әлі де болса шегі емес, өйткені түрлі табиғи ландшафтар мен тарихи-заманауи ресурстарымыздың әлеуетін әлемге паш ету жүйелі түрде ұйымдасқан жұмыстардың орындалуын талап етеді. Әрине, бұл тұрғыда үкіметтің іске асырып жатқан жобалары, қабылданған шешімдері көп күттірмей өз жемісін беруде, оған дәлел ретінде шет елдік инвесторлардың миллиардтаған инвестицияларын айтуға болады. Экономикалық тиімділік пен көздеген мақсаттың орындалмайтын қауіпі болса көрікті жерлерімізді туристік кластерлерге айналдыру шет елдіктердің қызығушылығын тудырмайтын еді. Алдымыздағы 5 жылдың көлемінде инфрақұрылымы жаңарған, заманауи технологиялармен жабдықталған, халықаралық стандарттарға сай келетін, әртараптандырылған жоғары сапалы қызметтерді ұсынатын Алматы, Бурабай, Маңғыстау және Астана сияқты ірі дестинациялар миллиондаған туристерді өзіне тартатын болады. Туристік ағымның еселенуі әлеуметтік-экономикалық сипаттағы өсімге импульс беріп қана қоймай, жергілікті ауданның транспорттық-логистикалық әлеуетін арттырады. Әсіресе, туризм индустриясының ең ірі секторы – қонақжайлылық индустриясы қозғаушы факторға айналып,

жоспарланған мақсаттарға қол жеткізуде шешуші рөлге ие болады [1].

Қонақжайлылық индустриясы туристерге орналастыру қызметін ғана ұсынатын шектеулі қызметтік сала емес. Соңғы жарты ғасырлық уақытта қонақ үй бизнесі жатын орын ұсынатын шағын кәсіпорындардан бүтін бір туристік ауданның әлеуетін ұсына алатын ірі функциональды кешендерге айналууда. Орталықтандырылған құрылымда жұмыс жасау моделі қонақ үйлер қызметін әртараптандырып, көңіл-көтеру, экскурсиялық, емдік-рекреациялық, трансферлік, іскерлік, іс-шаралық сияқты бірнеше бағыттарды қамтитын үлкен кәсіпорындарға трансформациялану мүмкіндігін береді. Бүгінде бұл тенденция әлемдегі экономикалық дамыған, катал бәсекелестік орта қалыптасқан мемлекеттердің уақыт сынағынан сүрінбей өтіп, басқа да мемлекеттердің туризм саласындағы қалыпты құбылысқа айналды. Осы ретте, саяхаттаушылар арасында үлкен қызығушылыққа ие, әлемдік басылымдардың беделді тізімдеріне еніп жүрген Қазақстан үшін де қонақ үй шаруашылығы секторының маңызды екені айтпаса да түсінікті.

Өртүрлі дереккөздердегі ақпараттарға сәйкес біздің елімізде қазіргі таңда 2300-ден 4000-ға дейін қонақ үйлер жұмыс жасайды екен. Қазақстанда ең ірі, жоғары сапалы қызметті ұсынатын 4-5 жұлдызды қонақ үйлердің басым көпшілігі Астана мен Алматы қалаларында орналасқан. Былтырғы жылдың қорытындысы бойынша қонақжайлылық индустриясының өкілдері 220 миллиард теңгеден астам табыс тапқан, ал орналасушылар саны «E-Qonaq» мемлекеттік жүйесінің деректері бойынша 1 миллионға жуық, бірақ бұл шет елден келген қонақтардың үлесі. Ішкі туризм рекордтық сандарға жеткенін ескерсек, әрине миллионның еселенетіні анық.

Қонақжайлылық индустриясының туризм саласындағы басқарушылық сипатына мысал ретінде сәтті жүзеге асырылған 2020 жылы ашылған Ақтау қаласынан 20км қашықтықта орналасқан «Rixos Water World Aktau» 5 жұлдызды қонақ үйін келтіруге болады. Халықаралық стандарттарға сай, әлемдік дәрежедегі курорттық отельдің басты ерекшелігі – бұл Қазақстан мен Орталық Азия аумағында жыл бойы жұмыс жасайтын «All Inclusive» форматындағы алғашқы және әзірге жалғыз отель. Заманауи талаптарды ескере отырып салынған кешен қонақтарына бірнеше қызмет түрлерін ұсына алады: 3 мейманхана, 7 бар, аквапарк, теннис корты, Wellness-SPA, сауықтыру, анимациялық көрсетілімдер

мен түрлі жұлдыздардың қатысуымен өтетін шоу-бағдарламалар. Ақтау қаласы Қазақстандағы іскерлік орталықтардың бірі екенін ескерсек, кез-келген бағыттағы жиналыстарды, іс-шараларды өткізуге болатын конгресс-залдың қызметі тағы бар, жұмыс сапарын демалыспен ұштастырғысы келетін туристер үшін өте орынды ойластырылған стратегиялық шешім. Каспий теңізінің жағалауындағы Маңғыстау облысы үшін бұндай кешеннің іске қосылуы аймақтағы туристік саланың дамуына үлкен леп берді. Түрлі бағыттағы туристік нысандары бар аймақ пандемияға дейін 300 мың турист қабылдаса, бүгінде 800 мыңнан астам туристтің таңдауы болып отыр. Алдағы бірнеше жылдықта бұл көрсеткіш 1 миллиондық межеге жетіп қалады. Жағалау дестинациясы болып табылатын Маңғыстаудың климаттық ерекшеліктерін ескеретін болсақ, жыл он екі ай туристерді қабылдау үшін қонақ үйлердің түрлі көңіл-көтеру бағдарламаларын ұсынуы дұрыс шешім. Табиғатымен талайды тамсандырған Бозжыра шатқалы мен кербез Каспийдің жағалауы туристік кластер құрып, туризмді экономиканың басым секторына айналдыру да Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың тарапынан үлкен қолдауға ие болып отыр. Аталған екі дестинацияда қонақ үйлер мен демалыс аймақтары құрылып, жылына миллиондаған ішкі және шет елдік туристерді қабылдау мақсатты белестердің бірі. Осы бағытта тәжірибе көрсеткендей, транспорттық инфрақұрылымды есепке алмағанда қонақ үй кешендері кластердің ядросына айналу жүгін өз мойындарына ала алады. Бұл тұста ең бастысы туристердің қажеттіліктерін ескере отырып, тыңғылықты ұйымдастырылған, кішкентай бөліктеріне дейін ойластырылған стратегиялық тәсіл қажет. Жоғарыда аталып өткендей түрлі қызметтердің жиынтығын ұсына алатын қазіргі заманғы қонақ үй моделдері тек жергілікті бюджеттің экономикалық тұрғыда маңызды салымшысына айналып қана қоймай, сонымен қатар орналасқан табиғи аймақтың ландшафтын сақтауды басты міндет ретінде атқара алады. Яғни, қызметі дұрыс жолға қойылған, құрылымы жүйелі түрде ұйымдасқан, қоршаған ортамен үндесе өмір сүре алатын қонақ үй кәсіпорны тек экономикалық-әлеуметтік басымдық емес, сонымен қатар экологиялық тұрғыда позитивті эффект көрсете алатын әмбебап құрал бола алады [2].

Негізі, Қазақстанда қонақжайлылық индустриясы арқылы туристік аймақтардың жұмысын бір ізге салып, жандандыру тәжірибесі бұған дейін де болған еді, сондықтан «Жылы жағажай» концепциясының негізіне қонақ үй кешендері алынғаны кездейсоқ

емес. Еліміздің солтүстігіндегі маржанымыз, Қазақстандық Швейцария атанған Щучинск-Бурабай курортының дәл қазіргі таңда экономикалық эффектісі дәл осы қонақ үй кешендерінің тарапынан байқалуда. Сарыарқаның төрінен орын тепкен бұл курортта «Rixos Borovoe», «Wyndham Garden Burabay» секілді әлемдік дәрежедегі қонақ үйлер табысты жұмыс жасауда, «Щучинский», «Оқжетпес» сияқты кеңес дәуірі кезінен танымал шипажайлар да жыл он екі ай туристерді қабылдап, жылдан жылға жаңарып, қызметтер спектрін ұлғайтуда. Әрине, дүниежүзіне танымал брендтердің қазақстандық курорттарда ашылып, сәтті жүзеге асуы біздің туристік имиджімізді көтеріп қана қоймай, тек ішкі сұраныстарға емес, алыс-жақын шет елден де сұраныстарға ие болады. Бұндай көрсеткіштер курорттық аймақта орналасқан Щучинск қаласы мен Бурабай кентінің жергілікті тұрғындары үшін жаңа жұмыс орындарын қалыптастырып, бірнеше саланың дамуына түрткі болады. Мәселен, ірі қонақ үй кешендері өздерін қажетті азық-түлік, жеміс-жидек, тұрмыстық-химиялық өнімдерімен қамтамасыз ету үшін көбінесе жергілікті өндірушілердің қызметіне жүгінеді. Себебі, бұл уақыт жағынан ыңғайлы әрі қаржылық тұрғыда тиімді. Сол сияқты, кез-келген мерекелік іс-шараны ұйымдастыру, экскурсия өткізу, анимациялық қойылымдар сияқты қажеттіліктерге бірінші кезекте жергілікті кәсіпкерлер көмек қолын соза алады. Байқағанымыздай, қонақжайлылық индустриясы тек туристік көрсеткіштер мен ауданның тартымдылығына әсер етіп қоймай, жергілікті экономиканың маңызды саласы шағын және орта кәсіп иелерінің айналымын арттырады.

Қазақстанның халықаралық деңгейдегі туристік әлеуетін нығайтып, басты бағыттардың бірі ретінде қалыптастыру үшін қонақжайлылық саласындағы іскерлік байланыстар өте маңызды. Осы ретте салаға жауапты Туризм және Спорт Министрлігі жан-жақты жұмыстар атқаруда. Аса қатты назарды талап ететін тұсы – халықаралық стандарттарға сай жұмыс жасайтын, сапалы қызмет көрсететін қонақ үй кешендерін салу. Маңғыстау облысындағы «Жылы жағажай» дестинациясында 2029 жылға дейін 35 қонақ үй кешендері мен демалыс үйлері салыну жоспарлануда, «Бозжыра» үстірттерінде де бірнеше ірі жобалар іске асырылуда және жақында ғана орнатылған серіктестік аясында Қазақстанның туристік аймақтарында жеке инвесторлардың есебінен 20 халықаралық брендтегі қонақ үйлер ашылады деп күтілуде. Әрине, бұндай ынтымақтастық аясында инфрақұрылымды жақсартып, туристік

әлеуетті арттырып, жаңа жұмыс орындарын қалыптастыруға болады. Туристік кластерді құрудағы үкімет тарапынан жасалып жатқан жұмыстар тек қалыптасқан кластері бар аймақтарда ғана емес, сонымен қатар туристік әлеуеті бар, бірақ инвестицияны, қаржыны талап ететін перспективалы аймақтарға да бағытталған. Ақтөбе облысындағы «Қарғалы» су қоймасының айналасын абаттандырып, инфрақұрылым тарту жұмыстары 2019 жылы басталған болатын, жоспар бойынша бұл ауданда ірі орналастыру орындары мен демалыс үйлері бой көтермек. Теріскейдегі табиғатымен тамсандыратын «Имантау-Шалқар» курортында да алдағы бірнеше жылда біршама құрылыстар жүргізіліп, туристердің ағынын еселеуге жұмыстар жасалынуда. Еліміздің үшінші мегаполисі және болашақта гастрономиялық орталыққа айналатын Шымкент қаласында да жан-жақты зерттеу, дамыту, туристік мүмкіншілікті көтеру мақсатында ұлттық калоритпен ұштасқан қонақ үй және тамақтану кешендері есіктерін айқара ашады деп күтілуде. Қазақстанда туристік саланы жоғары дәрежеде көтеріп, экономикалық маңызды тірекке айналдыру үшін барлық мүмкіндік бар, соларды пайдалана отырып туризмді табысты сала ретінде таныту тек қабылданатын шешімдерге және іске асырылатын жобаларға тікелей байланысты [3].

ӘДЕБИЕТТЕР

1 «Kazakh Tourism» Ұлттық Компаниясы» АҚ баспасөз орталығы // Еліміздің туризм саласы тұрақты түрде дамып келеді. 09 желтоқсан 2024 жыл. [Электронды ресурс]. – URL: <https://qaztourism.kz/press-center/all/1640/>

2 Маңғыстау облысы әкімдігінің баспасөз қызметі // «Жылы жағажай» концепциясы. 25 маусым 2024 жыл. [Электронды ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mangystau/press/news/details/798577>

3 Қазақстан әлемдік қонақ үй брендтерін тартады // «DKN» ақпараттық порталы. 27 наурыз 2025 жыл. [Электронды ресурс]. – URL: <https://dknews.kz/kz/kazak-tilindegi-makalalar/355853-kazakstan-alemdik-konak-uy-brendterin-tartady>

ТУРИЗМ И ГОСТИНИЧНАЯ ИНДУСТРИЯ КАЗАХСТАНА: ВЗАИМОСВЯЗЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ГАНИКЕЛЬ А. А.

магистрант, Торайгыров университет, г. Павлодар

Туризм является одной из важнейших отраслей экономики Казахстана, способствующей не только укреплению международных связей, но и созданию рабочих мест, развитию инфраструктуры и увеличению государственных доходов. Важную роль в этом процессе играет гостиничная индустрия, которая напрямую связана с качеством обслуживания туристов, созданием комфортных условий для их пребывания и восприятием страны как туристической дестинации. В связи с этим, взаимодействие между гостиничным бизнесом и туризмом в Казахстане требует более глубокого анализа для выявления ключевых факторов, влияющих на его развитие, а также перспектив и вызовов, с которыми сталкиваются эти отрасли.

Гостиничная индустрия является неотъемлемой частью туристической инфраструктуры, предоставляя туристам места для временного проживания. В Казахстане, где внутренний и международный туризм развивается быстрыми темпами, особенно после введения новых туристических маршрутов, строительство и модернизация гостиничных объектов становятся приоритетными задачами государственной и частной политики[1].

Казахстан становится всё более привлекательной туристической дестинацией благодаря своему культурному и природному богатству. Природные ресурсы, такие как горы, озера, степи и исторические памятники, привлекают туристов со всего мира.

Современные гостиницы предлагают туристам не только ночлег, но и дополнительные услуги, такие как экскурсии, спа-процедуры, рестораны и конференц-залы, что делает их привлекательными круглый год.

Введение высококачественного сервиса в гостиничном бизнесе способствует улучшению впечатлений от пребывания в стране, что положительно влияет на количество повторных визитов и рекомендации Казахстана как туристической дестинации.

Несмотря на позитивные изменения в гостиничной сфере, в Казахстане существует ряд проблем, которые могут замедлить развитие туризма.

Одной из актуальных проблем является недостаток профессиональных работников в гостиничном бизнесе, что влияет на качество обслуживания. Это особенно касается малых и средних гостиниц, где обучение и тренировка персонала недостаточно организованы. В некоторых регионах Казахстана наблюдается высокая стоимость размещения, что делает страну менее доступной для бюджетных туристов.

На рынке гостиничного сервиса Казахстана существует доминирование крупных международных сетей и крупных отелей, в то время как меньшие гостиницы и хостелы, ориентированные на молодежный и экологический туризм, ещё недостаточно развиты.

Перспективы развития гостиничного бизнеса и туризма в Казахстане связаны с несколькими ключевыми направлениями.

Важно инвестировать в модернизацию старых гостиниц, улучшение качества сервиса и внедрение новых технологий в управление гостиничным бизнесом.

Казахстан может значительно выиграть от развития экологического, культурного и агротуризма. Развитие малых гостиничных комплексов, экопарков и гостевых домов в сельских районах будет способствовать увеличению числа туристов и решению проблем с занятостью в сельской местности.

Инвестиции в обучение гостиничного персонала, развитие навыков обслуживания клиентов и повышение уровня квалификации будут способствовать созданию более высококачественного и конкурентоспособного гостиничного сервиса.

Внедрение цифровых технологий, таких как онлайн-бронирование, электронные карты и системы управления гостиницами, может значительно повысить уровень сервиса и сделать пребывание туристов более удобным.

Хотелось бы обратиться к статистическим данным за 2024 год. По официальным данным Министерства туризма, страну за 9 месяцев посетили 11,5 миллиона иностранных граждан, улучшив наконец допандемийные показатели. Если в 2022 году это число составляло 4,7 миллиона, то в 2023 году оно подскочило до 9,2 миллиона. Как отмечает эксперт области заместитель директора Департамента туризма НПП Елена Михнова, не всех можно отнести к категории туристов. Особенно учитывая всего 969 тыс. иностранцев, выбравших места размещения[2].

К слову о казахстанско-китайских отношениях, ушедший год также можно считать знаковым в контексте их укрепления.

Объявленный 2024 Годом казахстанского туризма в Китае позволил провести там более 30 крупных мероприятий.

Рост китайских туристов на 78% (655 тыс. человек) можно считать неслучайным. Существенно упростил процесс путешествий введенный в ноябре 2023 года безвизовый режим. Программа продвижения Казахстана на китайском рынке будет продолжена в 2025 году, который объявлен Годом туризма Китая в Казахстане.

Заново открывают для себя родину и сами казахстанцы. В 2024 году количество казахстанцев, путешествующих по своей стране, увеличилось на целый миллион, составив более 6 миллионов человек. И этот тренд лишь усиливается. Причины могут быть разные: улучшение инфраструктуры, развитие внутреннего туризма и просто желание больше узнавать о родных местах.

Туризм и гостиничная индустрия Казахстана представляют собой взаимодополняющие и взаимозависимые сферы, развитие которых имеет стратегическое значение для экономики страны. Несмотря на существующие проблемы, Казахстан обладает огромным потенциалом для развития этих отраслей. Важно осуществить комплексные меры, направленные на улучшение инфраструктуры, повышение качества обслуживания, активное продвижение страны на международных рынках и развитие внутреннего туризма. В долгосрочной перспективе это позволит значительно увеличить поток туристов и создать рабочие места, а также внести существенный вклад в экономическое развитие страны.

Перспективы развития туризма и гостиничного бизнеса в Казахстане имеют огромный потенциал, учитывая стратегическое расположение страны, ее природные ресурсы, культурное наследие и растущий интерес к экотуризму и культурному туризму. Для успешного продвижения этих отраслей в будущем необходим комплексный подход, который сочетает в себе инвестиции, развитие инфраструктуры, улучшение качества услуг и маркетинговые усилия[3].

В Казахстане уже предпринимаются шаги для модернизации инфраструктуры, однако многие регионы страны еще нуждаются в улучшении транспортной доступности и создании комфортных условий для туристов. Экотуризм: Казахстан славится своими обширными степями, горными массивами, национальными парками и заповедниками, что открывает возможности для экотуризма. В последние годы наблюдается рост интереса к экологически чистым

маршрутам, активному отдыху на природе, включая пешие походы, велотуризм, экскурсии на лошадях и наблюдение за дикой природой. Для реализации этого потенциала необходимы экологические стандарты для гостиниц, соблюдение принципов устойчивого туризма и обучение местных жителей, чтобы они могли развивать бизнес в сфере гостиничного бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1 Абдрасилова, Г. А., Шахабадова, Ж. М. Туризм и гостиничный бизнес в Казахстане: состояние и перспективы развития. – Алматы: ҚазҰУ, 2020.

2 Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Статистика туризма: О деятельности мест размещения в Республике Казахстан (январь–сентябрь 2024 года). – [Электронный ресурс].

3 Логвиненко, Е. П., Калмагамбетов, Р. С. Развитие гостиничной инфраструктуры в Казахстане: вызовы и решения. – Алматы: Алматы университет, 2019.

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

ДАУЛЕТҚАЗИНОВ А. Е.

м.т.н., преподаватель географии, ТОО колледж «Әділет» г. Алматы

В данной статье рассматривается развитие гостиничного бизнеса в Казахстане как важного фактора формирования современной туристической индустрии. Цель исследования – выявить взаимосвязь между ростом гостиничной инфраструктуры и активизацией туристических потоков. Методы исследования включают анализ статистических данных, экспертных интервью, сравнительный анализ и контент-анализ официальных документов. В статье проанализированы тенденции развития гостиничного сектора в ключевых туристических регионах страны, включая Алматы, Астану, Шымкент и Восточный Казахстан. Результаты исследования показали, что наличие качественного гостиничного сервиса существенно влияет на привлекательность региона для туристов. В то же время, выявлены проблемы, сдерживающие развитие отрасли: недостаток квалифицированных кадров,

сезонность спроса и неравномерность инвестиций. В заключение представлены рекомендации по совершенствованию гостиничного бизнеса как драйвера туризма.

Развитие туризма в современных условиях невозможно без эффективного функционирования гостиничной индустрии. Казахстан, обладая уникальными природными, культурными и историческими ресурсами, имеет значительный потенциал для привлечения как внутренних, так и международных туристов. Однако качественная реализация этого потенциала требует соответствующего уровня гостиничного обслуживания. В последние годы в Казахстане наблюдается рост инвестиций в туристическую инфраструктуру, особенно в гостиничный сектор. Вместе с тем, важно проанализировать, насколько данный рост способствует развитию туризма в целом и какие факторы определяют эффективность этих процессов [1, с. 34].

Современные исследования в области гостиничного бизнеса подчеркивают его ключевую роль в формировании положительного имиджа туристического направления (Kotler, P. and Keller, K. (2014) Marketing Management. 15th Edition, Prentice Hall, Saddle River.; Медлик, 2002). В казахстанском контексте вопросы развития гостиничного сектора освещаются в работах таких авторов, как Б. Ахметов (2019), С. Даулетбаева (2020), Ж. Мухтарова (2021), которые подчеркивают необходимость внедрения международных стандартов качества и сервисного обслуживания [6, с. 112; 5, с. 76].

Зарубежные исследователи, такие как Зарубежные исследователи, такие как Cooper et al. [8], Middleton [7], Goeldner & Ritchie [9], а также Holloway [5], рассматривают гостиничный бизнес как составную часть более широкой системы туристических услуг и выделяют его как индикатор развития региона в целом. Они подчеркивают значение брендинга туристических продуктов, цифровизации гостиничных сервисов и важности устойчивого управления, в том числе с учётом экологических и социальных факторов.

Кроме того, в публикациях Всемирной туристской организации [11] особое внимание уделяется вопросам инноваций в гостиничном секторе, таких как внедрение «умных» технологий, использование big data и автоматизация бронирования. В отечественных источниках отмечается необходимость диверсификации форм размещения (хостелы, апартаменты, эко-отели), особенно в сельских

и приозёрных регионах, что также способствует устойчивому развитию туризма (Ермекова, 2022).

Сравнительный анализ показывает, что страны с развитой туристической инфраструктурой, как правило, имеют высокоорганизованный и диверсифицированный гостиничный бизнес, охватывающий различные сегменты – от бюджетного до люксового [8, с. 237]. В Казахстане пока наблюдается недостаток малых и семейных гостиниц, особенно в отдалённых регионах, что ограничивает доступность туристических маршрутов. Казахский институт туризма и гостиничного дела (2021) акцентируют внимание на важности создания благоприятного инвестиционного климата и региональных программ развития.

Настоящее исследование базируется на междисциплинарном подходе, включающем качественные и количественные методы анализа, аналогично подходам, предложенным в работах Ахметова Б. (2019) и Даулетбаевой С. (2020), применяемым в оценке развития гостиничного сектора в Республике Казахстан.

Контент-анализ нормативных и стратегических документов, в частности Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 гг. (Министерство культуры и спорта РК, 2019), а также аналитических отчетов Казахского института туризма и гостиничного дела (Мухтарова Ж., 2021);

Статистический анализ данных Комитета по статистике Республики Казахстан (stat.gov.kz) и отчетов World Travel & Tourism Council (WTTC, 2022), с целью выявления количественных показателей развития гостиничного сектора;

Качественные интервью с представителями гостиничных сетей и туристических компаний, действующих в крупных туристических центрах Казахстана (по аналогии с методологией, предложенной Медлик С., 2002);

Сравнительный региональный анализ гостиничной инфраструктуры по ключевым туристическим зонам Казахстана (Алматы, Астана, Шымкент, Бурабай, Чарынский каньон, Кольсай, Туркестан, Алаколь, Мангистау и Восточный Казахстан), с учётом региональных различий в инвестиционной активности и туристических потоках (по подходу Cooper et al., 2008).

Выборка исследования охватила 10 ведущих туристических направлений страны, что позволило выявить как общие закономерности развития отрасли, так и региональные особенности.

Методология исследования была основана на принципах воспроизводимости, верифицируемости и обоснованности полученных данных.

Проведённый анализ, основанный на совокупности количественных и качественных методов, позволил получить объективную картину текущего состояния гостиничного бизнеса в Казахстане и его влияния на развитие туризма. Результаты исследования подтверждают выводы предыдущих авторов [2], указывающих на неравномерность распределения гостиничной инфраструктуры по регионам и её зависимость от уровня инвестиционной активности.

1. Контент-анализ стратегических документов показал, что в Государственной программе развития туристской отрасли РК на 2019–2025 гг. гостиничному бизнесу отводится важное место в системе приоритетных направлений. Однако, как подчеркивают [3], реализация программных задач на практике часто сталкивается с кадровыми и институциональными ограничениями на региональном уровне.

2. Статистический анализ выявил устойчивый рост числа гостиниц в период с 2015 по 2023 годы (+27%), в основном за счёт Алматы и Астаны. Тем не менее, по данным WTTC и Комитета по статистике РК, уровень заполняемости гостиниц остаётся на уровне 45%, что значительно ниже среднемировых показателей (60–65%). Это подтверждает тезис Даулетбаевой С. (2020) [2] о наличии проблемы несоответствия между предлагаемыми услугами и фактическим спросом со стороны туристов.

3. В рамках исследования были проведены полуструктурированные интервью с ключевыми участниками гостиничного и туристического рынка. Всего в период с май по октябрь 2024 года опрошены 12 экспертов, представляющих различные сегменты отрасли. Интервью позволили получить качественные данные о текущем состоянии гостиничного бизнеса, проблемах и перспективах его развития.

Список респондентов включает:

Жанат Сейдахметов – директор гостиничного комплекса «Almaty Grand Hotel», г. Алматы.

Гаухар Бейсенова – управляющий партнер бутик-отеля «Nomad Heritage», г. Астана.

Айнұр Рахымжан – специалист по внутреннему туризму департамента туризма акимата Восточно-Казахстанской области.

Данияр Утегенов – руководитель сети хостелов «EcoPlace» в Бурабае.

Марина Литвиненко – HR-менеджер международной гостиничной сети «Hilton Astana».

Мадияр Арипбай – предприниматель, владелец семейного гостевого дома в районе Кольсай.

Светлана Сарыбаева – специалист по бронированию платформы Booking.kz.

Методология интервью строилась на основе заранее подготовленного гайда, включающего вопросы по следующим темам:

Оценка текущего состояния гостиничной инфраструктуры в регионе; Наличие и качество кадрового потенциала; Влияние сезонности и турпотока; Уровень цифровизации и маркетинга; Проблемы взаимодействия с государственными органами.

Ответы респондентов были зафиксированы, проанализированы методом тематического контент-анализа и использованы для качественной интерпретации количественных данных.

Проведённые полуструктурированные интервью с представителями гостиничного бизнеса, туристических компаний, государственных структур и образовательных учреждений позволили выявить ряд ключевых проблем и тенденций, определяющих развитие гостиничной индустрии в Казахстане.

1. Нехватка квалифицированных кадров — системная проблема

Большинство респондентов (в том числе Сейдахметов Ж. и Литвиненко М.) отметили острый дефицит квалифицированного персонала в гостиничной сфере, особенно на региональном уровне. В качестве основных причин назывались:

низкий престиж профессии;

слабая практикоориентированность образовательных программ;

- ограниченные возможности для профессионального роста.

2. Низкий уровень цифровизации и маркетинга в регионах

По мнению Айгүл Амангелдіқызы и представителей KazTour и Booking.kz, в большинстве региональных гостиниц отсутствует активное онлайн-продвижение, нет интеграции с международными платформами бронирования, сайтами и агрегаторами. Это снижает доступность и узнаваемость туристических объектов для международной аудитории, несмотря на наличие природного и культурного потенциала.

3. Неравномерность инвестиционного распределения

Респонденты из Бурабая, Мангистау и Алтай (Утегенов Д., Исмаилов Р.) отметили, что инвестиции в гостиничную инфраструктуру преимущественно сосредоточены в Алматы и Астане, тогда как отдалённые и перспективные регионы страдают от недостатка финансирования. Это подтверждает тезис авторов Казахского института туризма и гостиничного дела [12] о необходимости развития региональных программ и предоставления льгот инвесторам в менее освоенных направлениях.

4. Сезонность и нестабильный турпоток

Сезонность туризма, особенно в приозёрных и горных регионах, ограничивает устойчивое развитие гостиничного сектора. Отсутствие круглогодичных мероприятий и низкая зимняя загрузка снижают экономическую эффективность гостиниц и отпугивают инвесторов.

5. Рост интереса к альтернативным формам размещения

Арипбай Мадияр и Данияр Утегенов отметили рост спроса на гостевые дома, этно-отели и эко-глэмпинги, особенно среди иностранных туристов. Однако правовое регулирование и сертификация таких объектов недостаточны, что создаёт риски для потребителей и ограничивает государственную поддержку.

Выводы из интервью:

Кадровая проблема требует системного подхода: пересмотра образовательных программ, усиления практического компонента, вовлечения студентов в реальный бизнес через стажировки.

Необходима государственная программа цифровой трансформации гостиниц, включая поддержку онлайн-продвижения и международной сертификации.

Для устранения инвестиционного дисбаланса нужно стимулировать бизнес в регионах через налоговые льготы, гранты и государственно-частное партнёрство (ГЧП).

Туристическим дестинациям требуется диверсификация услуг — развитие культурных, событийных, деловых и медицинских туров для снижения зависимости от сезонности.

Развитие альтернативных форм размещения — перспективное направление, требующее поддержки через нормативное регулирование и маркетинговую интеграцию.

Таким образом, гостиничный бизнес в Казахстане имеет высокий потенциал, однако его реализация требует скоординированных усилий государства, бизнеса и образовательных учреждений.

Эти выводы согласуются с международными исследованиями, подчёркивающими важность системной подготовки персонала и внедрения современных технологий для успешного развития гостиничного сектора.

Развитие инфраструктуры: Алматы и Астана обладают наиболее развитыми гостиничными сетями, охватывающими широкий спектр, от эконом-класса до международных брендов. В то же время, регионы с высоким туристическим потенциалом (Алтай, Мангистау, Алаколь) страдают от недостаточной инфраструктуры, преобладания частных, не сертифицированных объектов.

Тренды в размещении: Рост популярности экологического и этнотуризма требует адаптации форм размещения, таких как глэмпинги, эко-отели и гостевые дома.

Инвестиционная поддержка: Важно создать благоприятный инвестиционный климат и поддерживать региональные программы, стимулирующие гостиничное строительство и повышение качества обслуживания.

Мультипликативный эффект: Успешное развитие гостиничного сектора оказывает положительное влияние на смежные отрасли (транспорт, общепит, культура, торговля), способствуя росту турпотока, занятости и увеличению налоговых поступлений.

Обсуждение результатов:

Качество гостиничного сервиса напрямую влияет на туристический поток. Регионы с развитыми инфраструктурами (Алматы, Астана) показывают стабильный турпоток, в то время как менее развитые регионы (Мангистау, Алтай) отстают по этим показателям.

Кадровая проблема остаётся серьёзным ограничением для роста отрасли, даже при наличии современного материально-технического оснащения.

Цифровизация и маркетинг: Многие региональные гостиницы слабо представлены в цифровом пространстве, что снижает их конкурентоспособность.

Инвестиционное неравенство: Большинство инвестиций сосредоточено в столичных и приграничных городах, в то время как природно-рекреационные регионы сталкиваются с дефицитом финансирования.

Сезонность и нехватка событийных продуктов: Загрузка гостиниц зависит от сезонных колебаний, что снижает устойчивость

бизнеса. Необходимы мероприятия, способствующие развитию межсезонных и событийных туров.

Рост альтернативных форм размещения: Увеличение спроса на экотуризм требует правового регулирования и сертификации малых форм размещения, особенно в удалённых и сельских районах.

Исследование подтвердило, что гостиничный бизнес оказывает значительное влияние на развитие туристической инфраструктуры Казахстана. Проблемы, такие как кадровый дефицит, неравномерность инвестиций и сезонность спроса, требуют комплексного подхода. Необходимо внимание к региональным программам, стимулированию частных инвестиций, подготовке специалистов и внедрению цифровых решений. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных для разработки стратегий в сфере туризма на национальном и региональном уровнях.

Дальнейшие исследования должны сосредоточиться на оценке влияния гостиничной инфраструктуры на туристический спрос, успешных моделях государственно-частного партнёрства и внедрении инновационных технологий в гостиничной отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Ахметов Б. Гостиничный бизнес Казахстана: тенденции и перспективы развития. – Алматы: Экономика, 2019.
- 2 Даулетбаева С. Туризм и гостиничное дело: учебное пособие. – Нұр-Сұлтан: Қазақ университеті, 2020.
- 3 Мухтарова Ж. Проблемы подготовки кадров в гостиничной индустрии. // Туризм и сервис в Казахстане. – 2021. – №3. – С. 28–34.
- 4 Ермекова А. Перспективы развития сельского туризма в Казахстане. // Журнал «Экономика и бизнес». – 2022. – №6(164). – С. 89–92.
- 5 Медлик С. Справочник по гостиничному бизнесу. – М.: Аспект Пресс, 2002.
- 6 Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. Marketing for Hospitality and Tourism. – 5th ed. – Pearson, 2014.
- 7 Middleton, V.T.C. Marketing in Travel and Tourism. – 4th ed. – Butterworth-Heinemann, 2009.
- 8 Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. Tourism: Principles and Practice. – 4th ed. – Pearson Education, 2008.
- 9 Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. – 12th ed. – John Wiley & Sons, 2012.

10 World Travel & Tourism Council (WTTC). Travel & Tourism Economic Impact Reports 2022–2023. – [Электронный ресурс]: <https://wttc.org>

11 UNWTO. Tourism Innovation Report 2020. – [Электронный ресурс]: <https://www.unwto.org>

12 Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 гг. – [Электронный ресурс]: <https://culture.gov.kz>

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ АСПЕКТОВ

ЕСИМОВА Д. Д.

к.п.н, ассоц.профессор, Торайгыров университет, г. Павлодар

АЛИПОВА Л. В.

студент, Торайгыров университет, г. Павлодар

В мире современного бизнеса «маркетинг» относится к наиболее употребляемым понятиям. Германский институт маркетинга приводит данные, что в настоящее время насчитывается порядка 2000 определений маркетинга.

С позиции предприятия маркетинг — это комплексная система организации и управления производственно-хозяйственной, коммерческой и сбытовой деятельностью, ориентированная на удовлетворение конкретных потребностей определенного сегмента покупателей [1].

В ресторанном бизнесе маркетинг играет ключевую роль в продвижении, повышении лояльности клиентов и их удержании. В условиях современного мира с высокой конкуренцией важно создать конкурентоспособный имидж компании и сформировать эффективную маркетинговую стратегию с учетом потребностей целевой аудитории.

В данной статье мы рассмотрим некоторые аспекты маркетинга в ресторанном бизнесе:

1 аспект — имидж.

По мнению Е.А. Мишиной, «имидж и деловая репутация тесно взаимосвязаны, ведь имидж — это конкретный образ, который может быть сформирован под воздействием рекламной кампании, а деловая репутация — это долгосрочный целенаправленный процесс,

который создает нематериальное благо и в будущем увеличивает стоимость бренда ресторана».

Что же влияет на имидж и деловую репутацию в сфере общественного питания, в частности ресторанного бизнеса?

Во-первых, качественное обслуживание и сильная корпоративная культура.

Во-вторых, безопасность блюд, свежесть продуктов и предоставление заказов в срок. Отлаженная система сервиса — самый важный пункт, от этого будут зависеть положительные и негативные отзывы.

Следующий пункт будет связан с отзывами на официальном сайте, в социальных сетях и поисковых системах. Обратная связь оказывает сильное влияние на формирование репутации и имиджа [2].

Исходя из вышеизложенного, мы можем сделать вывод, что имидж это один из ключевых факторов успеха ресторана. Позиционирование, ценности, корпоративная культура, сервис, персонализированный подход к клиентам — все эти факторы влияют на имидж и формирование деловой репутации.

Один из примеров успешной деловой репутации, формировавшейся годами, — бренд Starbucks.

Цитата с официального сайта Starbucks: «наша история началась в 1971 году на мощеных улицах исторического рынка Пайк-Плейс в Сиэтле. Именно здесь Starbucks открыл свой первый магазин, предлагая свежесобжаренные кофейные зерна, чай и специи со всего мира для наших клиентов, чтобы они могли забрать их домой. Наше название было навеяно классической сказкой «Моби Дик», вызывающей в памяти традиции мореплавания первых торговцев кофе» [3].

Рассмотрим ключевые моменты маркетинговой стратегии Starbucks, благодаря которой компания узнаваема и востребована во всем мире:

Уникальность продуктов

Например, сезонные напитки, такие как «Тыквенный латте со специями». Это ограниченные по времени предложения, они привлекают клиентов, которые находятся в поиске чего-то нового.

Локализация

Starbucks адаптирует свои продукты, учитывая местные вкусы, не теряя при этом свою идентичность. Например, в Китае компания

представила напитки на основе чая и «лунные пряники на Праздник в середине осени», проявляя уважение к местным традициям.

Цифровое взаимодействие

Starbucks использует цифровое взаимодействие для улучшения качества сервиса. Яркий пример: мобильное приложение. Клиенты могут делать заказы, оплачивать покупки и при этом получать вознаграждение и персонализированные предложения.

Персонализация

Starbucks общается с клиентами через знаменитый подход «имя на чашке». Пример: когда бариста неправильно пишут имена на стаканчиках с кофе или пишут послания, это приводит к тому, что клиенты делятся фото своих стаканчиков в социальных сетях. Это является пользовательским контентом и создает бренду аутентичную рекламу.

Устойчивое развитие и этический поиск поставщиков

Starbucks покупает зерна из этических и устойчивых источников, это проявляется в таких инициативах как «Практика CAFE: кофе и фермерский капитал», что усиливает приверженность бренда экологической и социальной ответственности [4].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что компания Starbucks уделяет особое внимание своему имиджу на протяжении многих лет, что способствует развитию и формированию положительной репутации бренда.

В компании Starbucks также уделяется особое внимание и корпоративной культуре, что формирует бренд изнутри и оказывает косвенное влияние на имидж.

Как писал Говард Бехар, экс-президент компании, «бизнес Starbucks — обслуживание людей, а не клиентов. Это означает, что наш кофе должен быть первоклассным с точки зрения и выращивания, и обжаривания, и приготовления. Еще нам необходима концепция бизнеса, обладающая глубоким содержанием и вдохновляющая и нас самих, и жителей тех мест, где мы работаем, и вообще всех, кому мы служим. Разумеется, мы можем заниматься своим любимым делом только при условии, что наши финансы будут в полном порядке. Но без людей мы ничто. А с людьми у нас есть нечто большее, чем просто кофе. Если вырастить людей, они вырастят бизнес. В этом суть, и это — высший приоритет. Чем лучше ваши сотрудники как люди, тем они лучше и как сотрудники» [5].

Уделяя особое внимание имиджу, корпоративной культуре и маркетинговым инструментам, компания Starbucks выросла до огромных масштабов.

В 2024 году в мире насчитывалось 40 199 кофеен Starbucks. Эта цифра включает и другие сегменты компании, такие как Siren Retail [6].

2 аспект — программы лояльности.

Программа лояльности — это система привлечения и удержания постоянных клиентов с помощью различных бонусов, скидок и других видов поощрений.

Применяя такие программы, бизнес преследует сразу несколько целей: поощрить клиента за выбор, мотивировать его и дальше совершать покупки в компании, собрать статистику, необходимую для развития. И главное — повысить прибыль [7].

Например, в программе лояльности Starbucks, которая называется «Starbucks Rewards», участвуют 16 миллионов постоянных клиентов. В рамках программы лояльности клиенты сети копят звезды — внутреннюю «валюту», которую можно обменять на вознаграждение. Starbucks предлагает клиентам разнообразные вознаграждения: бесплатные напитки, десерты, фирменные сувениры, подарки в день рождения, дополнительные бонусы за участие в игровых механиках, персональные предложения. Позитивный опыт использования мобильного приложения повышает лояльность к бренду у 41 % пользователей [8].

3 аспект — продуктовая политика.

Продуктовая политика (или товарная политика) — это деятельность компании, направленная на расширение ассортимента, повышение эффективности производства и реализацию продукции. Она включает в себя разработку и управление ассортиментом товаров, их качеством, упаковкой, а также стратегиями вывода новых продуктов на рынок [9].

Starbucks предлагает разнообразие продуктов, выходящих за рамки кофе. В их ассортимент входят фирменные напитки, такие как Caramel Macchiato и Flat White, а также выпечка, сэндвичи и даже фирменные товары, включая кружки, стаканы и кофейные зерна. Компания ориентируется на широкий спектр вкусов своих клиентов, постоянно внедряя инновации и адаптируя продукцию для поддержания конкурентоспособности.

Компания также часто внедряет в свой ассортимент сезонные и ограниченные предложения, что вызывает ажиотаж, который

распространяется не только на любителей кофе, но и на более широкую аудиторию [9].

Отслеживание трендов, исследование предпочтений аудитории и внедрение востребованных продуктов положительно сказывается на прибыли компании.

Компания Starbucks — это ярчайший пример роста компании в сфере общественного питания (рисунок 1).

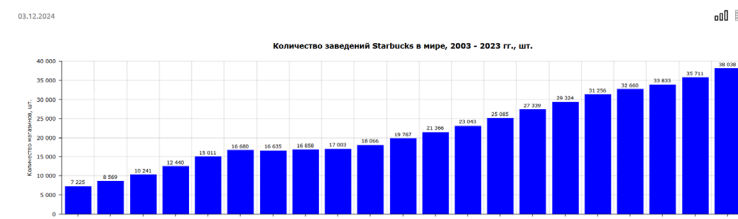


Рисунок 1 — схема роста количества заведений Starbucks с 2003 по 2023 год [10].

На данной схеме мы видим, что за 10 лет количество точек Starbucks в мире возросло более чем на 30 000. Это свидетельствует о том, что с каждым годом компания растет и увеличивает прибыль, используя нужные маркетинговые инструменты.

Вывод: уделяя внимание важным аспектам маркетинга, можно добиться стабильного роста, развития и узнаваемости бренда.

Важнейшим аспектом маркетинга является создание имиджа на первоначальном этапе зарождения компании. А далее — формирование деловой репутации, которая создается годами и приносит компании прибыль и постоянных клиентов.

Эффективно работающая программа лояльности побуждает людей возвращаться в заведение и становится постоянным клиентами.

А чтобы поддерживать интерес постоянных клиентов и привлекать новых, важна грамотная работа с продуктовой линейкой. Внедрение сезонных и ограниченных предложений каждый раз будет вызывать интерес и стимулировать клиентов совершать покупки.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Маркетинг: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / А. Ф. Барышев. – 10-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 224 с.
- 2 Мишина Е.А., Основные факторы, влияющие на успешный имидж и деловую репутацию ресторанов // Молодой ученый. – 2021. – № 47 (389). – [Электронный ресурс]. – <https://moluch.ru/archive/389/85761/> [дата обращения: 27.03.2025].
- 3 Официальный сайт компании Starbucks. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.starbucks.com/about-us/> [дата обращения: 27.03.2025].
- 4 Jane Ng, Маркетинговая стратегия Starbucks, тематическое исследование. 31 октября 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://ahaslides.com/ru/blog/starbucks-marketing-strategy/> [дата обращения: 27.03.2025].
- 5 Бехар Г. Дело не в кофе: Корпоративная культура Starbucks / Говард Бехар при участии Джанет Голдстейн; Пер. с англ. — 11-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 186 с.
- 6 Statista, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/266465/number-of-starbucks-stores-worldwide/>
- 7 Что такое программа лояльности. Объясняем простыми словами. [Электронный ресурс]. URL: <https://secretmag.ru/enciklopediya/cto-takoe-programma-loyalnosti-obyasnyаем-prostymi-slovami.htm> [дата обращения: 27.03.2025].
- 8 Блог «Кошелёк», [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.cardsmobile.ru/programma-loyalnosti-starbucks> [дата обращения: 28.03.2025].
- 9 SendPulse, [Электронный ресурс]. URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/product-policy> [дата обращения: 28.03.2025].
- 10 Topic.ru, [Электронный ресурс]. URL: <https://topic.ru/statistics/travel/restaurants-and-food/kolichestvo-zavedeniy-starbucks-v-mire-po-godam/> [дата обращения: 28.03.2025].

ПАВЛОДАР ОБЛЫСЫНДА
ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯНЫҢ ДАМУЫ

ЕСИМОВА Д. Д.

п.ғ.к., қауым.профессор, доцент, Торайғыров университеті, Павлодар қ.

ЕСІМ А. Қ.

оқытушы, Торайғыров университеті, Павлодар қ.

РАШИТОВА Л. Қ.

магистрант, Торайғыров университеті, Павлодар қ.

Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасы халықаралық туристердің назарын аударуға және әлемнің туристік картасында өзінің лайықты орнын алуға ұмтылуда. Туристік индустрияның дамуы жаңа жұмыс орындарын құруға, шетел валютасының ағынын қамтамасыз етуге және туризм инфрақұрылымына шетелдік инвестицияларды тартуға мүмкіндік береді [1].

Қазіргі уақытта туризмнің даму деңгейі қарқынды өсіп келе жатқанын, пайда көлемі бойынша мұнай-газ секторынан кейінгі әлемдік экономиканың рентабельді және үнемі өсіп келе жатқан салаларының біріне айналып отырғанын ерекше атап өткен жөн. Есепке (WTTC) сәйкес, пандемия кезеңіне дейін әлемдегі туризм секторы: әлемдік ЖІӨ-нің 10,7%-ын; әлемдік инвестицияның 9%-ын; 31% тауарлар мен қызметтер экспорты, туристік өнім; барлық салық түсімдерінің 6%-ын қамтыды [2].

Зерттеу процесінде талдаудың төмендегі дәстүрлі әдістері мен әдістері қолданылды: топтастыру әдісі, статистикалық және факторлық талдау.

Қазақстанның елдік туристік брендин қалыптастыру және оның оң имиджін қалыптастыру мемлекеттің туристік әлеуетінің тартымдылығын арттырудың күшті құралы болып табылады.

Брендті бар ел туристерді тартады, ал оның ұлттық бизнесі мен өнімдері бәсекеде қызу қолдауға ие болады. Осыған байланысты халықаралық нарықта Қазақстанның оң туристік имиджін қалыптастыру бәсекеге қабілеттілікті арттырудың маңызды элементі болып табылады.

Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілігі бойынша әлемдік рейтингте Қазақстан соңғы 10 жылда өзінің көрсеткіштерін 38 позицияға жақсартып, 88-орыннан 52-ші орынға көтерілді (1-кесте).

Кесте 1 – Саяхат және туризмдегі бәсекеге қабілеттілік индексі рейтингі бойынша ТОП-10 тізіміндегі Қазақстанның алатын орны

Елдер	2013 рейтинг- тегі орны (140 ішінде)	2015 рейтинг- тегі орны (141 ішінде)	2017 рейтинг- тегі орны (136 ішінде)	2019 рейтинг- тегі орны (140 ішінде)	2021 рейтинг- тегі орны (117 ішінде)	2023 рейтинг- тегі орны (119 ішінде)
Швейцария	1	6	10	10	6	10
Германия	2	3	3	3	5	6
Франция	7	2	2	2	4	4
Австралия	3	7	7	7	7	5
Жапония	14	9	4	4	1	3
АҚШ	6	5	6	5	2	1
Ұлыбритания	5	4	5	6	8	7
Қытай	40	17	15	13	12	8
Италия	26	8	8	8	10	9
Испания	4	1	1	1	3	2
Қазақстан	88	85	81	80	66	52

1-кестеге сәйкес, 2023 жылы Қазақстан Дүниежүзілік экономикалық форумның саяхат және туризмді дамыту индексі бойынша туристік бағыттар тізімінде 119 орынның 52-ші орнын иеленді. Бір жыл ішінде республика әлемдік туристік рейтингте 14 позицияға көтерілді. Алдыңғы 2021 жылғы рейтингте Қазақстан 117 елдің ішінде 66-орынға орналасты [3].

Қазақстан Республикасы тиімді геосаяси жағдайға ие және әлемдік туристік картада негізгі ойыншы болу үшін маңызды бірегей табиғи ресурстарға және әлемдік мәдени және тарихи мұра объектілері бар. Туризмнің дамуы экономиканың келесі салаларына: көлік, құрылыс, сауда, ойын-сауық индустриясына әсер етіп, бұл жұмыс орындарын құруға, халықты жұмыспен қамту мен әл-ауқат деңгейін арттыруға тікелей ықпал етеді.

Қазақстанда 25 халықаралық және 11 аймақтық әуежай бар. Қазіргі уақытта жеті әуе компаниясы бар, 912 әуе кемесі мемлекеттік тіркеуде, 75 ұшақ тұрақты жолаушылар рейсін орындайды. Қазақстандықтар 28 елге тікелей рейс ұша алады.

Қазақстаннан әуе тасымалы 98 бағыт бойынша жүзеге асырылады.

Қазақстан аумағы арқылы жеке құрамдағы жолаушылар пойыздарының 132 бағыты өтеді. Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасының аумағы арқылы ТМД елдерінен 17 жолаушылар

пойызының бағыты өтеді. Қазіргі уақытта Қазақстанда бес негізгі жол бағыты бар. Көлік желілерінің тығыздығы Батыс және Солтүстік-Батыс аймақтарда ең төмен, ал Оңтүстік және Орталық аймақтарда ең жоғары [4].

Қазақстанның туризмді дамыту мүмкіндіктері өте жақсы, өйткені халықаралық ұйымдардың зерттеулерінен көрініп тұрғандай, Қазақстан өзінің туристік мүмкіндіктерінің аз ғана бөлігін дамытқан [5]. Қазақстан Республикасындағы 2013-2023 жылдарға арналған туризм секторларының даму серпіні 2-кестеде көрсетілген.

2-кестеге сәйкес соңғы 10 жылда орналастыру орындарымен көрсетілген қызмет көлемі 59 714 164,2 мың теңгеден 229 248 669,6 мың теңгеге дейін өсті.

Ішкі туризм көрсеткіштері тұрақты өсуде. Ресми статистикаға сәйкес, 2023 жылдың қорытындысы бойынша орналастыру орындары қызмет көрсететін отандық туристер саны 2013 жылмен салыстырғанда 121,5 %-ға өсіп, 7 054 499 адамды құрады.

Сондай-ақ орналастыру орындары қызмет көрсететін шетелдік туристер санының 2013 жылмен салыстырғанда 2 есеге жуық өскені байқалады. Егер 2013 жылы бұл көрсеткіш 586 038 адамды құраса, 2023 жылы 1 084 771 адамға өсті.

Орналастыру орындарының саны 2314 бірлікке ұлғайып, 3992 бірлікті құрады, біржолғы сыйымдылық 115703 мың бірлікке дерлік артып, 207756 төсек-орынға жетті.

Дүниежүзілік экономикалық форум сайтындағы мәліметтерге сәйкес, Қазақстанға 4,5 миллион шетелдік турист келген. Туризмнен түскен түсімдер 2023 жылы 1,5 миллиард долларды құрады, бұл бір жыл бұрынғыдан 17 пайызға артық. 2022 жылы елімізге 928 мың шетелдік келген.

Қазақстанға келетін отандық туристер саны да артты. 2022 жылмен салыстырғанда олардың саны 647 мыңға өсіп, 7,5 миллион адамға жетті. Бұл 2019 жылғы пандемия кезіндегіден 1,7 миллион туристке көп.

2023 жылы Қазақстанға Ресейден, Қытайдан, Түркиядан, Үндістаннан және АҚШ-тан саяхатшылар жиі келген. Ал қазақстандық қонақүйлер рекордтық табыс – 229 млрд теңге тапты. 2022 жылмен салыстырғанда кіріс өсімі 12,4 %-ды құрады. 2023 жылы визасыз режим енгізілгеннен бері Қазақстанға сапар шегетін қытайлық туристердің саны 115 пайызға артты. Мұнда

турпакеттердің болуы және қысқы ойын-сауықтың тартымдылығы да маңызды рөл атқарды [6].

Бүгінгі таңда туризм индустриясы белсенді дамуын жалғастыруда, ал негізгі туристік бағыттар өздерінің инфрақұрылымын, ұсынылатын қызметтердің әртүрлілігін және бірегей туристік өнімдерді үздіксіз жақсартуға ұмтылуда. [7].

Павлодар облысы мен оның көркем Баянауыл аймағы туристік-рекреациялық аймақ ретінде ТМД туристеріне кеңінен танымал. Баянауылдың маңы климаттық курорттық аймақ болып табылады, мұнда 1985 жылдан бастап Баянауыл табиғи саябағы құрылған, оның басты көрікті жерлері табиғат болып табылады. Баянауыл мемлекеттік ұлттық табиғи саябағы (БМҰТС) Қазақстан Республикасының туристік картасы бойынша басым туристік аймақ болып табылады.

БМҰТС – жалпы ауданы 68 452,8 га, оның ішінде 12 927 га орманды. Аумағы үш тармаққа бөлінген: Баянауыл – 19,028 га, Жасыбай – 22,094 га және Долбин – 8,596 га. Баянауыл курорттық аймағының болжамды әлеуеті жылына 450 000 туристі қабылдай алады [8]. БМҰТС Қазақстан Республикасындағы барлық мемлекеттік ұлттық саябақтардың ішінде ең көрікті жерлерге ие, ол 3-кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – Баянауыл табиғи ұлттық саябағының негізгі туристік бағыттары

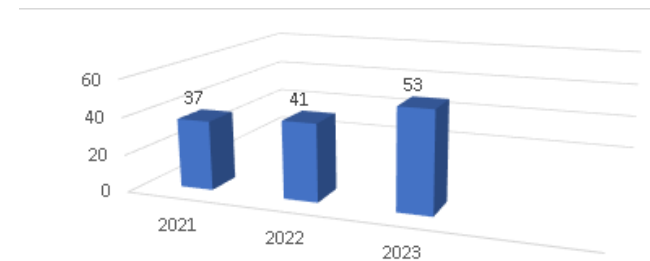
Объект атауы	Туризм түрі	Жағдайы
«Найзатас», «Кемпіртас» жартастары, албырт тоғайы	экотуризм, альпинизм, жаяу жүру саяхаты, атпен серуендеу.	Олар туристер арасында танымал, өйткені ақпарат пен қолжетімді жолдар бар. Экскурсиялар өткізу үшін қызметкерлер бар.
Сиқыршылар шатқалы	экотуризм, жаяу жүру саяхаты.	Шатқалға апаратын жолды кей жерлерден өту қиын.
«Қоңыраулие»	экотуризм, жаяу жүру саяхаты, сакральды турлар.	Ол туристер арасында өте танымал, өйткені үңгірге апаратын жол қолжетімді және қоғамдық сипатқа ие. Экскурсиялар өткізу үшін қызметкерлер бар.

Сондай-ақ, Баянауылдың ең көрікті нысандарына емдік қасиетімен танымал Әулетас үңгірі, тау жоталарының арасында

орналасқан және көздің жауын алатын көрініс беретін Кафарка шатқалы, бұлағы бар Драверта үңгірі, Жамбақ орман алқабы, Кірпіш сайы және т.б. жатады. Барлық ұсынылған нысандар экскурсияларда танымал және құнды тарихи-мәдени мәнге ие.

БМҰТС тау жүйесі де туристер үшін тартымды, ең биік тау – Ақбет тауы (1022 м), ол Павлодар облысындағы ең биік тау шыңы болып табылады.

Бүгінгі таңда Баянауыл курорттық аймағында 53 орналастыру нысаны жұмыс істейді.



Сурет 1 – БМҰТС территориясындағы орналасу объектілер саны

Соңғы 3 жылдағы орналастыру орындарының динамикасы олардың санының айтарлықтай өскенін көрсетеді, әсіресе 2023 жылы артқаны байқалады. Осыған сүйене отырып, туристер ағыны артып келеді деген қорытынды жасауға болады.

Ағымдағы жағдайды және межелі жердің одан әрі даму болашағын барынша дәл көрсететін көрсеткіш – төсек саны.

Кесте 3 – Орналасу орындарындағы нөмерлер саны және бірмезгілдегі сыйымдылық

Көрсеткіштер	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.
Орналасу орындарындағы нөмерлер саны	1412	1516	1721
Орналасу орындарындағы бірмезгілдегі сыйымдылық, төсек-орын	4218	4445	5151

Жоғарыда келтірілген деректер пандемия аяқталғаннан кейін нөмерлер санының өсіп келе жатқанын көрсетеді, бірақ жеткіліксіз қарқынмен. Бүгінгі таңда отандық туристердің экотуризмге деген қызығушылықтың артып келе жатқанын пайдалана отырып,

шараларды орналастыру орындарындағы бөлмелер санында жедел түрде көрсету қажет.

Төсек-орындармен өлшенетін бір реттік сыйымдылық туралы да айта кету керек. Баянауылға жыл сайын келетін туристер санын ескерсек, бүгінгі күннің сыйымдылығы жүктемеге сәйкес келмейді.

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, Баянауыл ұлттық саябағында дамудың шешуші қадамы үшін барлық өсу нүктелері бар деген қорытынды жасауға болады. Даму перспективаларын анықтау үшін қазіргі жағдайға назар аудару қажет.

БМҰТС және осында орналасқан курорттық аймақ этномәдени және тарихи мұрасына байланысты экологиялық туризм үшін үлкен әлеуетке ие. БМҰТС табиғи ресурстары бізді бұл саланы дамыту қажет деген қорытындыға әкеледі. Ол үшін басымдықтарды белгілеп, нақты іс шараларға баса назар аудара отырып, даму жоспарын жасау керек.

Бұрынғыдай туристік бағыттарды дамытудың ең маңызды факторлары жеке және мемлекеттен түсетін инвестиция болып табылады. Соңғы жылдары қандай жобалар жасалынып, қазір жүзеге асырылып жатқанын қарастырайық.

Байланыс және интернетпен қамтамасыз ету саласында жүзеге асырылатын жобалар белгілі бір аумаққа туристер ағынын арттыруға баға жетпес үлес қосады, өйткені бүгінгі күні коммуникацияны қамтамасыз ету қауіпсіздік және алғашқы медициналық көмекке жүгіну мүмкіндігіне қол жеткізу мәселесі де өзекті болып табылады.

Мәшһүр Жүсіп Көпеев кесенесі аумағында модульдік дәретханалар орнату жобасы дайындалды: құдықтар бұрғыланып, іргетасы дайындалды. Бұл жобаның маңызды негізі бар. Кесене рухани және діни туризмнің орталығы болғандықтан, санитарлық-гигиеналық қондырғы орнату бірінші кезектегі қажеттілік болып табылады. Діни жолындағы туристер үшін баратын жердегі жеке гигиена мәселелері басты факторлардың бірі болып табылады.

БМҰТС аумағында жүзеге асырылып жатқан жоғарыда аталған жобалардың санына қарамастан, ерекше қорғалатын табиғи аумақтарында қызметті жүзеге асырғысы келетін кәсіпкерлердің мүдделерін әкімшілік рәсімдер түріндегі бюрократиялық кедергілерден бас тартуға байланысты проблемалық мәселе анықталды. Сондай-ақ ұлттық парк қызметкерлерінің өкілеттіктеріне байланысты жоғары сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін атап өткен жөн.

Әсіресе, Баянауыл курорттық аймағында және басымдық берілген туристік аймақтарда олардың аумағында орналасқан нысандардың ескіруі проблемалық мәселе болып отыр. Ерекше қорғалатын аумақтарда қызмет көрсететін кәсіпкерлердің көпшілігі осы жерлерде бұрыннан тұрады. Бұл ұлттық саябақтар аумақтарында жұмыс істейтін кәсіпкерлерді дамыту үшін ынталандыру шараларының жоқтығы сияқты проблемалық мәселені тудырады.

Өкінішке орай, Баянауыл курорттық аймағындағы орналастыру орындарының барлығы дерлік интернет-брондау ресурстарымен жұмыс істемейтінін және әлеуметтік желілерді белсенді жүргізбейтінін атап өткен жөн. Қонақтар келген кезде ғана қызмет көрсетеді. Бұл ретте турист келгеннен кейін міндетті түрде баспана таба алатынына 100 пайыз сенімділік жоқ. Ақпараттық өрісте БМҰТС объектілерінің болмауы бизнес объектілеріне ғана емес, жалпы мемлекеттік органдарға да қатысты. Ұлттық саябақ дирекциясы әлеуметтік желілерді жүргізбейді, ал саябақтың ресми сайты Интернеттен табу оңай емес.

Саналы экономикалық шешімдер қабылдауды және бәсекелестікті күшейтуді талап ететін жаһандандудың күшеюі жағдайында өндірістің шоғырлануы мен басқару жүйесінің интеграциясы тек салалық негізде ғана емес, аумақтық негізде де артып келеді. Территориялар мен шаруашылық кешендердің сәйкес дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру ұсынылатын қызметтердің сапасын басқарудың қалыптасқан жүйесі мен аймақтық саясаттың негізінде мүмкін болады.

Экономиканың бұл секторында мемлекет бұл процесті реттеп, осы саланы қаржыландыру мүмкіндіктерін табуы қажет. Бұл саладағы негізгі орындаушы шағын және орта бизнес, ең икемді, ең жауапты және тиімді, шағын қаржыландыруды қажет ететін қолайлы шарттарда және ең қысқа мерзімде мемлекетке қаржылық және саяси дивидендтер екенін ұмытпау керек.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex - 2023 [Электрондық ресурс] : база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <http://surl.li/prtrhr>. - Загл.с экрана

2 Economic Impact Research.- 2023. [Электрондық ресурс] : база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <https://wttrc.org/research/economic-impact>. - Загл.с экрана

3 Факторы, влияющие на высокие темпы развития туризма: сборник статей международного профессионально-исследовательского конкурса / журнал Экономист года, 2020; под ред. Кутяшовой Е.В. - Петрозаводск, 2020. - 175-184 с.

4 География Павлодарской области [Электрондық ресурс] : база данных содержит информационные материалы. – Режим доступа: <https://visitkazakhstan.kz> - Загл.с экрана

5 Об утверждении карты туристификации : [Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 27 октября 2021 года № 332], [Электрондық ресурс] : база данных содержит законодательные материалы – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100024950>. - Загл.с экрана

6 Ұлттық статистика бюросының мәліметтері. [Электрондық ресурс] : база данных содержит статистические материалы – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/industries/business-statistics/stat-tourism/>. - Загл.с экрана

7 Туристские дестинации Павлодарской области. [Электрондық ресурс] : база данных содержит информационные материалы – Режим доступа: <http://surl.li/qoqdt>. - Загл.с экрана

8 ҚР Премьер-Министрінің ресми ақпараттық ресурсы: Дорожные карты по развитию ТОП-20 приоритетных туристских территорий утвердят в РК. [Электрондық ресурс] : база данных содержит законодательные материалы – Режим доступа: <http://surl.li/qoqed>. - Загл.с экрана

ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА В КАЗАХСТАНЕ

ИВАХНО П. В.

студент, Торайгыров университет, г. Павлодар

ДЖАНАРГАЛИЕВА М. Р.

магистр, преподаватель (ассистент), Торайгыров университет, г. Павлодар

Гостиничный бизнес является одним из ключевых элементов туристической отрасли и играет важную роль в экономическом развитии Казахстана. Сфера гостеприимства не только способствует привлечению иностранных инвестиций, но и обеспечивает рабочие места, стимулирует развитие инфраструктуры и укрепляет международный имидж страны.

В последние годы Казахстан демонстрирует значительный рост в области гостиничного бизнеса, чему способствуют как государственные программы поддержки, так и увеличение потока туристов и деловых путешественников. Однако, несмотря на положительные тенденции, гостиничный сектор сталкивается с рядом вызовов: нехватка квалифицированных кадров, конкуренция с соседними странами, необходимость соответствия международным стандартам, а также высокие затраты на содержание гостиничной инфраструктуры.

Современный гостиничный бизнес Казахстана характеризуется активным ростом и диверсификацией (диаграмма 1).

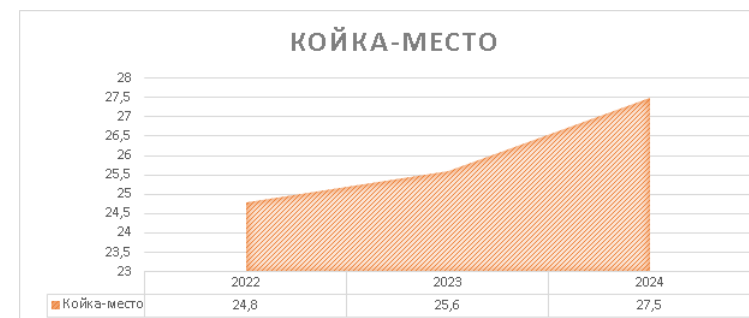


Диаграмма 1 – Динамика койко-место сквозь года

В крупных городах, таких как Алматы и Астана, преобладают бизнес-отели, ориентированные на корпоративных клиентов, в то время как в курортных зонах, таких как Боровое и Каспийское побережье, наблюдается развитие гостиничных комплексов, ориентированных на внутренний и международный туризм.

Инвестиции играют важнейшую роль в развитии гостиничного бизнеса. В Казахстане наблюдается рост интереса к данной отрасли со стороны частных инвесторов, международных гостиничных сетей и государства. Финансирование направляется не только на строительство новых гостиниц, но и на модернизацию существующей инфраструктуры, внедрение цифровых технологий и улучшение качества сервиса.

Государственная поддержка также играет ключевую роль. Программы субсидирования, налоговые льготы и инвестиционные инициативы способствуют созданию благоприятных условий для развития гостиничного бизнеса. Например, в рамках «Программы

развития туризма 2019–2025» предусмотрены меры по привлечению международных гостиничных брендов и улучшению качества туристического обслуживания. [1]

Развитие гостиничного бизнеса в Казахстане неравномерно распределено по регионам (рисунок 1).

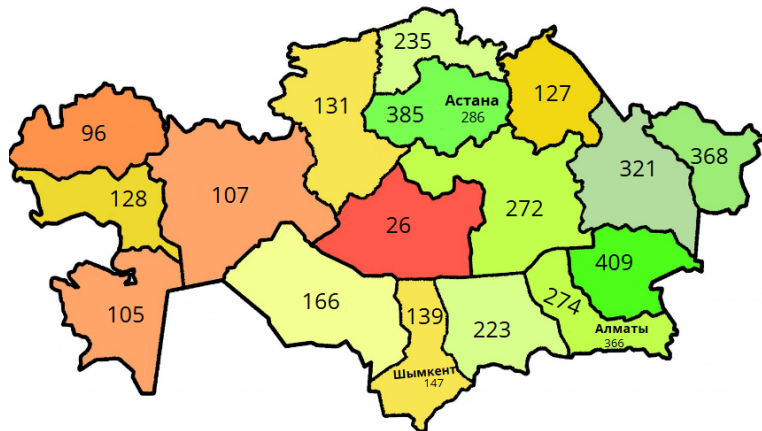


Рисунок 1 – Количество мест размещения по областям (январь - сентябрь 2024г)

В Алматы сосредоточены элитные отели международного уровня, а также небольшие бутик-гостиницы, ориентированные на туристов и деловых гостей. В Астане активно развивается сегмент бизнес-отелей (рисунок 2), способствующий проведению международных форумов, саммитов и деловых встреч.

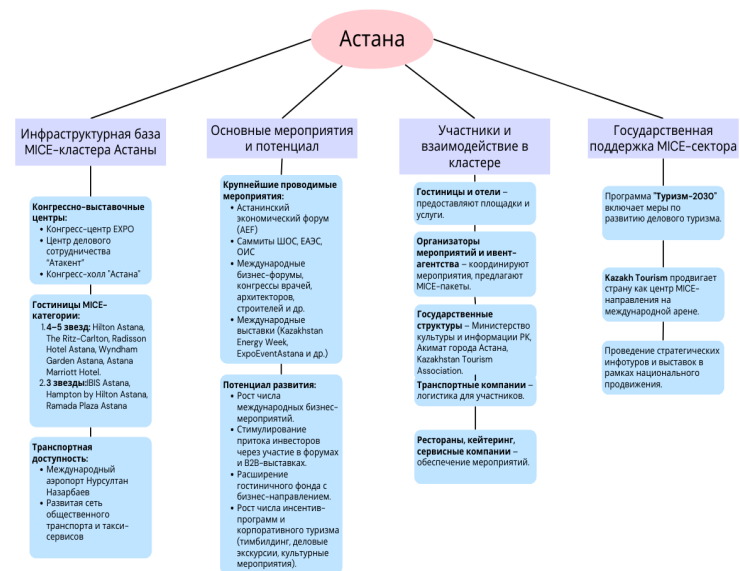


Рисунок 2 – Кластер делового бизнеса в Астане

В курортных зонах, таких как Боровое, Каспийское побережье и Алтайский регион, растет спрос на экотуризм, что стимулирует развитие гостиничных комплексов в природных зонах. В малых городах Казахстана гостиничный бизнес развивается медленнее, однако наблюдается тенденция к увеличению количества мини-отелей и гостевых домов, ориентированных на внутренний туризм.

Один из ключевых факторов успешного развития гостиничного бизнеса в Казахстане – сотрудничество с международными гостиничными сетями. Присутствие мировых брендов, таких как Marriott, Hilton, Radisson и Rixos, способствует внедрению передовых стандартов сервиса, повышению уровня обслуживания и привлечению иностранных туристов.

Казахстанские гостиничные компании также стремятся адаптировать международный опыт, внедряя программы лояльности, повышая квалификацию персонала и совершенствуя операционные процессы. Государственные программы поддержки бизнеса стимулируют привлечение международных инвесторов, что положительно сказывается на конкурентоспособности отрасли.

Гостиничный бизнес в Казахстане обладает значительным потенциалом для роста благодаря развитию делового и экотуризма,

а также интеграции международных стандартов обслуживания. Государственная поддержка, инвестиции в инфраструктуру и формирование позитивного имиджа страны на мировой арене также способствуют росту отрасли.

1. Бизнес-туризм является одним из ключевых направлений развития гостиничной индустрии Казахстана. Алматы и Астана уже стали крупными центрами деловых встреч, конференций и международных форумов, что требует расширения гостиничного фонда, улучшения качества сервиса и внедрения современных технологий. Например, в Астане на постоянной основе проходят такие масштабные мероприятия, как Астанинский экономический форум, Конгресс лидеров мировых и традиционных религий, международные выставки и дипломатические саммиты. Эти события собирают тысячи участников со всего мира, что требует не только увеличения номерного фонда гостиниц, но и соответствия международным стандартам обслуживания.

В Алматы ежегодно проводятся Almaty Invest Forum, Digital Almaty — международный форум, на который приезжают представители более 30 стран, а также крупные бизнес-мероприятия от Евразийского банка развития, ООН и различных международных организаций. В связи с этим в городе активно развиваются гостиничные объекты категорий 4-5 звезд, такие как Ritz-Carlton Almaty, InterContinental Almaty, DoubleTree by Hilton, а также бутик-отели и апарт-отели бизнес-класса.[3]

Казахстан активно принимает у себя международные саммиты и деловые мероприятия, такие как Астанинский экономический форум, заседания ШОС, конференции ООН и другие. Развитие конференц-отелей и многофункциональных гостиничных комплексов с бизнес-центрами, современными залами и удобной транспортной доступностью играет важную роль в привлечении деловых туристов. Для удовлетворения потребностей бизнес-туристов отели внедряют цифровые технологии: онлайн-регистрацию, автоматизированные системы бронирования, «умные» номера с управлением через мобильные приложения. Развитие сетей Wi-Fi, облачных сервисов для организации мероприятий и цифровых платежных систем также повышает уровень обслуживания. Важным направлением является расширение гостиничной инфраструктуры рядом с бизнес-центрами и аэропортами. В Астане и Алматы активно строятся новые отели международных брендов, предлагающие высокий уровень сервиса для деловых путешественников.

2. Экологический туризм становится все более популярным, особенно среди путешественников, предпочитающих активный отдых и природные маршруты. Казахстан обладает богатым природным потенциалом – горные массивы, степи, озера и заповедники, которые привлекают как местных, так и иностранных туристов.

В последние годы в Казахстане развивается формат экогостиниц и глэмпингов – комфортабельных кемпингов, построенных с учетом экологических стандартов. Этот формат туристического размещения становится особенно популярным среди путешественников, стремящихся к уединению с природой без отказа от базового комфорта.

В различных регионах страны уже успешно функционируют примеры таких объектов. Среди них можно выделить популярные глэмпинги, предлагающие уютное размещение в живописных природных зонах [8]:

AGLAMP — расположен в Алматинской области, в селе Бескайнар. Это современный глэмпинг с удобными домиками, панорамными видами и возможностью для активного отдыха на свежем воздухе.

Талгар Глэмпинг — находится в г. Талгар, с. Береке. Объект сочетает комфортный отдых и близость к горам, что делает его привлекательным для семейных и индивидуальных туристов.

Глэмпинг «Орбита» — расположен в Акмолинской области, район Биржан Сал, село Жокей. Уникальная атмосфера, природная тишина и формат отдыха «на природе с удобствами» делают его привлекательным для поклонников экологического туризма.

BubbleGumView — расположен в селе Бабулак, Талгарский район. Особенность глэмпинга — стильные прозрачные купольные палатки с видом на горные пейзажи, создающие атмосферу полного единения с природой.

Также растёт популярность эко-отелей, ориентированных на устойчивый туризм и экологически безопасную инфраструктуру:

Eco Hotel «Aqbulaq» (Алматинская область, Талгарский район, с. Рыскулова) — отель, построенный с применением природных материалов и экологических технологий. Предлагает уютное размещение, питание из органических продуктов и активные виды отдыха. [9]

Эко-отель «Tenir», расположенный в горной зоне Шымбулак (г. Алматы), предлагает гостям сочетание комфорта, экологической

осознанности и живописных горных ландшафтов. Здесь особое внимание уделяется энергоэффективности, природному стилю интерьеров и экологически безопасному сервису. [10]

Развитие экотуризма требует улучшения дорог, создания удобных зон отдыха и повышения уровня сервиса в прилегающих к природным достопримечательностям гостиницах. Государственные инвестиции и частные проекты направлены на создание современных рекреационных комплексов, отвечающих мировым стандартам устойчивого туризма.

Несмотря на значительные возможности для развития гостиничного бизнеса в Казахстане, отрасль сталкивается с рядом серьезных вызовов, которые могут замедлить рост и снизить конкурентоспособность страны на международном рынке. Основные проблемы связаны с нехваткой квалифицированных кадров, высокими затратами на содержание гостиниц, конкуренцией с другими странами и необходимостью адаптации к международным стандартам.

Одной из наиболее острых проблем является дефицит профессиональных кадров в гостиничном бизнесе. Казахские отели часто сталкиваются с нехваткой опытных администраторов, управляющих, специалистов по сервису и гостиничному менеджменту.

Несмотря на наличие профильных учебных заведений, в таких университетах как КУЭФМТ, АТУ, ТоU, КАТС, IUTN и других, качество образования в сфере гостеприимства не всегда соответствует требованиям рынка. Многие выпускники гостиничных факультетов не обладают достаточными практическими навыками, а существующие программы обучения часто отстают от мировых тенденций. Это создает разрыв между академическим образованием и реальными потребностями индустрии гостеприимства. Для устранения этого разрыва важным элементом становятся программы международных стажировок, которые позволяют студентам получить ценный практический опыт в ведущих отелях мира, овладеть современными стандартами обслуживания и развить профессиональные навыки в международной среде. К основным программам мировых стажировок можно отнести J-1 Internship & Trainee Program (США), Work and Study в Германии, Швейцарии, Франции, Internship Program by Marriott International, Swiss Education Group (SEG) и Work & Travel в ОАЭ и Турции. [5][6][7]. Из-за более высоких зарплат и лучших условий работы в гостиничной сфере

других стран (например, в Турции, ОАЭ, Европе) казахские специалисты нередко уезжают работать за рубеж, что еще больше усугубляет кадровый дефицит. Казахстан стремится к увеличению потока иностранных туристов, но многие сотрудники гостиниц слабо владеют английским и другими иностранными языками, что снижает уровень сервиса для международных гостей.

Эксплуатация и содержание гостиниц в Казахстане требует значительных финансовых вложений, особенно если речь идет о крупных отелях международного уровня. В то же время платежеспособный спрос среди казахских туристов остается ограниченным, что создает определенные сложности для развития индустрии. Расходы на коммунальные услуги, персонал, обслуживание номеров, маркетинг и налоги значительно увеличивают себестоимость гостиничных услуг, что отражается на конечной стоимости проживания для гостей. В ряде случаев уровень обслуживания в казахских гостиницах не соответствует установленным тарифам. Туристы могут сталкиваться с завышенными ценами на размещение при недостаточно высоком уровне удобств и сервиса.

Многие гостиницы испытывают проблему нестабильного потока клиентов, особенно в регионах, ориентированных на летний или зимний отдых. В межсезонье отели работают с низкой загрузкой (диаграмма 2), что снижает их рентабельность.

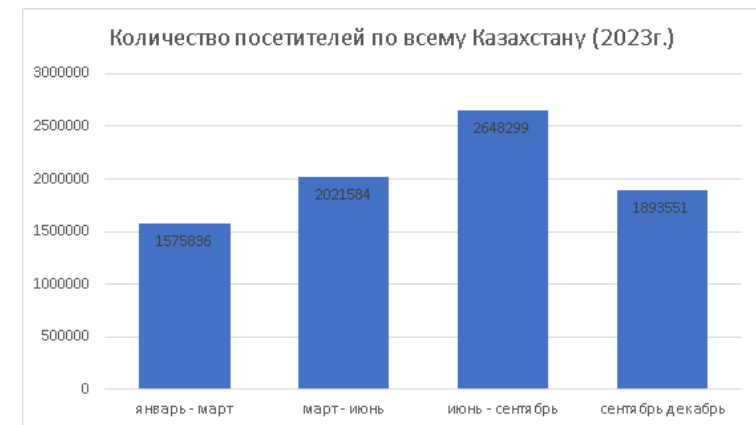


Диаграмма 2 – Количество посетителей по всему Казахстану (2023г)

Казахстан находится в конкурентной борьбе за туристов с такими странами, как Турция, ОАЭ, Россия, Узбекистан и Кыргызстан. Для успешного продвижения на международном рынке необходимо соответствовать высоким стандартам гостиничного обслуживания. Казахстан уступает по популярности в сфере туризма ряду соседних стран, которые предлагают более доступные цены и развитую туристическую инфраструктуру. Например, Узбекистан активно развивает культурный туризм, а Кыргызстан делает ставку на горный отдых и этнотуризм.

Чтобы привлечь иностранных туристов, казахстанские гостиницы должны внедрять мировые стандарты обслуживания, такие как ISO 9001 в области качества, Green Key для экоотелей и сертификацию Star Rating System, используемую в международных гостиничных сетях. [4] Эти меры не только способствуют повышению конкурентоспособности казахстанских отелей на глобальном рынке, но и соответствуют ключевым принципам устойчивого развития в туризме. Устойчивое развитие туризма включает экологические, экономические и социальные аспекты, направленные на долгосрочное сохранение природных ресурсов, культурного наследия и благосостояния местных сообществ. В соответствии с Государственной программой развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2025 года, одним из приоритетных направлений является внедрение зеленых стандартов в инфраструктуру размещения и продвижение экологически ориентированных туристских продуктов.

Казахстан активно работает над реализацией принципов устойчивого туризма в таких направлениях, как:

Развитие экотуризма на территории национальных парков и охраняемых природных территорий — например, в Алматинском природном заповеднике, Чарынском каньоне, Иле-Алатауском и Катон-Карагайском национальных парках. Здесь внедряются практики минимального воздействия на окружающую среду, строительство эко-дружественных отелей и глэмпингов.

Энергоэффективные и ресурсосберегающие технологии в гостиничном бизнесе — многие гостиницы внедряют системы автоматического освещения, фильтрации воды, повторного использования текстиля, что снижает углеродный след и улучшает экологический имидж.

Green Key Kazakhstan — международная эко-сертификация, которая активно продвигается в стране. Присвоение данного

сертификата отелям подтверждает их соответствие высоким экологическим стандартам. Например, такие отели, как Rixos Borovoe и Swissôtel Wellness Resort Alatau Almaty, уже интегрируют экоинициативы и стремятся к получению таких сертификатов. [4]

Социальная устойчивость — развитие местных сообществ через создание рабочих мест, поддержку локальных фермеров и ремесленников, а также вовлечение местного населения в сферу услуг и туристических активностей.

Также ведется работа по гармонизации национальных стандартов гостиничного сервиса с международными, включая внедрение ISO 14001 (система экологического менеджмента) и ISO 50001 (энергоменеджмент), что делает гостиничный бизнес Казахстана более устойчивым, экологически безопасным и привлекательным для туристов, ориентированных на ответственный отдых. Казахстан нуждается в активном продвижении своей гостиничной индустрии на мировом рынке. Использование digital-маркетинга, участие в международных выставках, сотрудничество с онлайн-туроператорами помогут повысить узнаваемость страны и привлечь больше гостей.

Несмотря на существующие вызовы, гостиничный бизнес в Казахстане имеет все предпосылки для успешного развития. Для этого необходимо внедрение современных стандартов обслуживания, повышение квалификации персонала, развитие инфраструктуры и активное международное сотрудничество. Ниже рассмотрены ключевые рекомендации, которые помогут вывести гостиничную отрасль страны на новый уровень.

Одним из главных факторов успешного развития гостиничного бизнеса является наличие квалифицированного персонала. Для этого необходимо:

Улучшить образовательные программы в сфере гостиничного дела — следует адаптировать учебные планы к современным требованиям гостиничного бизнеса, включая изучение цифровых технологий, стандартов международного обслуживания и навыков управления отелями.

Развивать дуальное образование — важно усилить взаимодействие между учебными заведениями и гостиничным бизнесом, предоставляя студентам больше возможностей для стажировок и практической работы в реальных условиях.

Повысить уровень владения иностранными языками у сотрудников отелей — введение языковых курсов для персонала

гостиниц и мотивация к изучению иностранных языков (английского, китайского, арабского и других) повысит качество обслуживания иностранных туристов.

Использовать опыт соседних стран – Казахстану следует учитывать положительный опыт стран-соседей, таких как Узбекистан, Турция и Грузия, где развитие гостиничного образования активно поддерживается государством и бизнесом. В Узбекистане, например, открыты специализированные колледжи и центры подготовки кадров в туризме. В Турции при университетах действуют сильные факультеты отельного и ресторанного бизнеса, а студенты проходят международные стажировки в гостиницах сетей Hilton, Marriott, Accor. Грузия активно внедряет краткосрочные обучающие курсы для сотрудников гостиниц при поддержке международных доноров и туристических организаций. Применение подобных практик поможет Казахстану ускорить развитие профессиональной подготовки и внедрить эффективные механизмы повышения квалификации в отрасли.

Для успешного конкурентирования на международном рынке необходимо модернизировать гостиничный фонд страны и внедрять инновационные решения:

Масштабные инвестиции в инфраструктуру – улучшение транспортной доступности, строительство новых гостиничных комплексов, благоустройство прилегающих территорий и создание комфортной городской среды – важные шаги для повышения туристической привлекательности. Согласно положениям Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы, ключевым направлением является развитие инженерной, транспортной и туристической инфраструктуры, в том числе в курортных зонах, а также стимулирование инвестиций в строительство гостиниц и многофункциональных туристических объектов.[2]

Использование цифровых технологий – внедрение автоматизированных систем бронирования, умных номеров, бесконтактной регистрации и цифровых платежей позволит повысить удобство для гостей и соответствовать мировым трендам в гостиничном бизнесе.

Развитие стандартов качества обслуживания – введение обязательных сертификаций, таких как ISO 9001 (качество услуг), Green Key (экологичность) и международных гостиничных рейтингов, повысит доверие туристов к казахстанским отелям.

Концепция развития туризма 2023–2029 как стратегический ориентир – документ утверждает приоритетное развитие семи туристических кластеров, включая Нур-Султан (Астана) и Алматы, как центры MICE-туризма и гостиничного сервиса международного уровня. Также особое внимание уделяется развитию кадрового потенциала, привлечению международных гостиничных брендов, поддержке малого и среднего бизнеса в индустрии гостеприимства, а также созданию благоприятной инвестиционной среды.

Подводя итог, гостиничный сервис Казахстана находится в стадии активного развития, однако для достижения конкурентоспособности на мировом уровне необходимо преодолеть ряд вызовов. Улучшение качества сервиса, модернизация гостиничной инфраструктуры, внедрение современных технологий и развитие кадрового потенциала станут ключевыми факторами успешного роста отрасли. Государственная поддержка, международные инвестиции и грамотная маркетинговая стратегия помогут Казахстану занять достойное место на мировом туристическом рынке, привлекая как деловых путешественников, так и любителей экологического туризма.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Программа развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2025 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360> [дата обращения: 03.03.2025].
- 2 Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> [дата обращения: 04.03.2025].
- 3 Kazakh Tourism National Company – официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.qaztourism.kz/> [дата обращения: 06.03.2025].
- 4 Green Key Global – международная эко-сертификация гостиниц [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.greenkey.global> [дата обращения: 08.03.2025] [на англ языке].
- 5 Программа J-1 Internship & Trainee Program (США) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.itnusa.com/j1-services-and-programs> [дата обращения: 10.03.2025] [на англ языке].
- 6 Internship Program by Marriott International [Электронный ресурс]. – URL: <https://life.marriott.com/blog/emea-internship/> [дата обращения: 10.03.2025] [на англ языке].

7 Swiss Education Group (SEG) – международные программы в сфере гостеприимства [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.swisseducation.com> [дата обращения: 10.03.2025] [на англ языке].

8 13 живописных глэмпингов по всему Казахстану [Электронный ресурс] // Sxodim.kz. – URL: <https://sxodim.com/astana/article/7-zhivopisnyh-glempingov-po-vsemu-kazahstanu> [дата обращения: 12.03.2025].

9 Eco Hotel «Aqbulaq» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://eco-hotel-aqbulaq.kz/> [дата обращения: 13.03.2025].

10 Эко-отель «Tenir» – официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tenirhotels.com/> [дата обращения: 13.03.2025].

ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС И ТУРИЗМ: ТРЕНДЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ҚОЙШЫБЕК Е. Е.

студент, Maqsut Narikbayev University, г. Астана

В условиях глобализации и стремительного развития технологий сферы организации питания, гостиничного сервиса и туризма играют важнейшую роль в экономике многих стран. Эти отрасли являются не только значимыми источниками дохода, но и влияют на качество жизни людей, создавая комфортные условия для работы и отдыха. В свою очередь, для эффективного функционирования этих сфер необходимо наличие квалифицированных кадров, способных обеспечить высокий уровень обслуживания и внедрение инновационных решений.

Современные тенденции в этих областях требуют от работников профессионализма, гибкости, а также способности адаптироваться к быстро меняющемуся рынку. В этой статье рассматриваются профессии, связанные с организацией питания, гостиничным сервисом и туризмом, а также возможности и перспективы, которые они открывают для специалистов.

Роль гостиничного бизнеса и туризма в экономике

Сфера организации питания и гостиничного бизнеса представляет собой один из самых динамично развивающихся секторов экономики. Эта область включает в себя не только работу

ресторанов и гостиниц, но и предоставляет многочисленные возможности для специалистов, работающих в различных сферах сервиса и обслуживания.

По данным Всемирной туристической организации (UNWTO), количество международных туристов в 2023 году составило 1,4 миллиарда человек, что на 20% больше, чем в 2022 году [1, 2]. Это свидетельствует о росте потребности в гостиничных и ресторанных услугах, что напрямую связано с увеличением потока туристов и деловых путешественников. Гостиницы, рестораны, кафе и другие объекты питания требуют квалифицированных работников, которые смогут обеспечить высокий уровень сервиса, соответствующий ожиданиям клиентов [3, 4].

Помимо экономического влияния, гостиничный бизнес оказывает значительное воздействие на культурное развитие стран. Туристы, приезжающие из разных уголков мира, знакомятся с традициями, кухней и образом жизни принимающей страны, способствуя укреплению культурного обмена. В этом контексте профессионалы индустрии гостеприимства играют важную роль в формировании позитивного имиджа страны.

Профессии в индустрии гостеприимства

Работники гостиничного и ресторанного бизнеса, такие как повара, официанты, менеджеры, администраторы и специалисты по организации питания, являются неотъемлемой частью туристической индустрии. Например, известная сеть отелей Marriott, которая управляет более чем 7 000 гостиницами по всему миру, ежегодно обучает и развивает своих сотрудников, инвестируя в программы повышения квалификации и создание комфортных условий труда [5].

Кроме того, профессии в этой сфере требуют от работников не только специальных навыков, но и способности к межкультурной коммуникации. Работая в международной среде, сотрудники гостиниц и ресторанов должны понимать потребности туристов из разных стран и предлагать услуги, которые соответствуют их культурным особенностям и ожиданиям [6].

Согласно отчетам, опубликованным Международной гостиничной ассоциацией (IHG), рынок гостиничного и ресторанного сервиса в 2024 году продолжит рост. Ожидается, что в ближайшие пять лет количество гостиничных работников по всему миру увеличится еще на 15-20 % [7].

В последние годы появляются новые востребованные профессии в этой сфере, такие как:

Менеджеры по устойчивому туризму – специалисты, разрабатывающие программы по снижению экологического воздействия туристических объектов.

Эксперты по цифровому маркетингу в гостиничном бизнесе – отвечают за продвижение отелей и ресторанов в интернете.

Менеджеры по управлению впечатлениями клиентов – занимаются созданием уникального клиентского опыта.

Технологические инновации в гостиничном бизнесе

Одной из главных тенденций является внедрение инновационных технологий, таких как автоматизация процессов, искусственный интеллект и использование данных для персонализированного обслуживания клиентов.

Например, в сети отелей Hilton уже активно используются системы автоматического бронирования номеров, электронные ключи для входа и чат-боты для быстрого общения с клиентами [8, 9]. Гостиницы внедряют системы управления умными номерами, где гости могут управлять освещением, климатом и другими удобствами через мобильное приложение.

Еще одним новшеством стала дополненная и виртуальная реальность. Отели используют VR-тур для демонстрации номеров и инфраструктуры, что помогает клиентам сделать осознанный выбор при бронировании.

Искусственный интеллект также внедряется в процессы прогнозирования спроса и управления персоналом. Алгоритмы анализируют данные о бронированиях и туристических потоках, позволяя оптимизировать ценообразование и загрузку номеров.

Экотуризм и устойчивые практики

Еще одной важной тенденцией является рост популярности экотуризма и устойчивых практик в гостиничном и ресторанном бизнесе. В условиях глобальных климатических изменений туристические компании начинают внедрять экологически чистые технологии.

Например, отельный бренд Ассог стал одним из первых в мире, который внедрил систему устойчивых практик – от уменьшения углеродного следа до использования экологически чистых строительных материалов [10]. Многие гостиницы переходят на возобновляемые источники энергии, сокращают использование пластика и внедряют программы по переработке отходов.

Экотуризм набирает популярность среди путешественников, которые ищут аутентичные природные впечатления без нанесения вреда окружающей среде. Некоторые туристические компании предлагают эко-турпакеты с минимальным углеродным следом, включая поездки на электромогилах и проживание в эко-отелях.

Образование и подготовка кадров

Сфера туризма и гостиничного сервиса предлагает множество карьерных возможностей. В 2023 году в отрасли работали более 200 миллионов человек по всему миру [1, 4].

Образование играет ключевую роль в подготовке кадров. Ведущие университеты мира, такие как Швейцарская гостиничная школа EHL, предлагают программы, которые дают студентам не только теоретические знания, но и практические навыки. Важно отметить, что практическая подготовка и стажировки являются важными компонентами образовательных программ [6].

К тому же, с развитием онлайн-образования, многие учебные курсы и программы стали доступными для студентов по всему миру. Платформы, такие как Coursera и edX, предлагают курсы по гостиничному менеджменту, ресторанному делу и организации туризма [7].

Современные студенты имеют возможность проходить виртуальные стажировки и обучаться в международных гостиничных сетях, не выходя из дома. Это способствует подготовке кадров нового поколения, готовых работать в условиях цифровой экономики.

Развитие туризма в Казахстане

Казахстан обладает уникальным туристическим потенциалом благодаря своему географическому положению, разнообразному климату и богатому историко-культурному наследию. В последние годы правительство страны активно развивает туристическую отрасль, делая ее одним из приоритетных направлений экономики [3, 4].

По данным Министерства туризма и спорта РК, в 2023 году Казахстан посетило более 1,3 млн иностранных туристов, что на 15% больше, чем в 2022 году [6, 7]. Основными странами, откуда приезжают туристы, являются Россия, Китай, Узбекистан, Турция и Германия [8].

Особый интерес у туристов вызывают такие направления, как природный туризм (Алтын-Эмель, Чарынский каньон, Баянаул, Кольсайские озера) [9], культурный и исторический туризм (Туркестан, мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави, городище Отрар) [5], а

также горнолыжный туризм (Шымбулак, Табаган) [10]. В последние годы активно развивается деловой туризм, особенно в крупных городах – Астане и Алматы [7].

Государство предпринимает меры для улучшения инфраструктуры: строятся новые отели, совершенствуется транспортное сообщение, увеличивается количество авиарейсов [2]. Внедрение программы «Kazakhstan Tourism Development Plan 2030» направлено на создание благоприятных условий для привлечения иностранных туристов и развития внутреннего туризма [1].

Профессии в сфере гостиничного бизнеса, организации питания, ресторанного сервиса и туризма продолжают развиваться и открывать новые возможности для специалистов [4, 6]. Важно отметить, что для успешной карьеры в этих сферах необходимы не только профессиональные знания, но и способность адаптироваться к изменяющимся условиям, осваивать новые технологии и работать в условиях глобальной мобильности [3, 5].

Профессии в сфере гостиничного бизнеса, организации питания, ресторанного сервиса и туризма продолжают развиваться и открывать новые возможности для специалистов. Важно отметить, что для успешной карьеры в этих сферах необходимы не только профессиональные знания, но и способность адаптироваться к изменяющимся условиям, осваивать новые технологии и работать в условиях глобальной мобильности.

Сфера гостеприимства стремительно меняется под влиянием технологий, экотрендов и цифровизации. Искусственный интеллект, автоматизация и персонализированный сервис становятся стандартом. Отели и рестораны внедряют экологичные решения, сокращая углеродный след и поддерживая устойчивый туризм.

Цифровизация упрощает взаимодействие с клиентами: онлайн-бронирование, мобильные приложения и анализ данных позволяют улучшить сервис и предлагать персонализированные услуги. В этих условиях будущие специалисты должны быстро адаптироваться, осваивать новые технологии и развивать управленческие навыки.

Индустрия гостеприимства продолжает эволюционировать, и наиболее востребованными станут те, кто умеет внедрять инновации, следовать трендам и обеспечивать высокий уровень сервиса.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Всемирная туристическая организация (UNWTO). «UN Tourism World Tourism Barometer». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
- 2 InterContinental Hotels Group (IHG). «Annual Report 2024». URL: <https://www.ihgplc.com>
- 3 Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC). «Мировой рынок туризма». URL: <https://www.finversia.ru>
- 4 Ассоциация туроператоров России (АТОР). «Мировой туризм в 2023 году». URL: <https://www.atorus.ru>
- 5 Marriott International. «Global Hospitality Trends». URL: <https://www.marriott.com>
- 6 FrontDesk.ru. «Гостиничный рынок: аналитика 2024». URL: <https://www.frontdesk.ru>
- 7 Росстат. «Статистика туризма – 2023». URL: <https://rosstat.gov.ru>
- 8 RataNews. «Тренды международного туризма». URL: <https://ratanews.ru>
- 10 Hotelier.PRO. «Тренды гостиничного бизнеса». URL: <https://hotelier.pro>
- 11 Accor Hotels. «Sustainable Practices in Hospitality». URL: <https://www.accor.com>

РОЛЬ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

ПЛОХИХ Р. В.

доктор географических наук, доцент кафедры «Туризм и Гостеприимство»,
Университет Международного Бизнеса имени К. Сагадиева, г. Алматы

ТАБАНОВА Д. А.

магистрант образовательной программы «Туризм»,
кафедра «Туризм и Гостеприимство»,
Университет Международного Бизнеса имени К. Сагадиева, г. Алматы

Устойчивый туризм является ключевым направлением развития туристской индустрии в современном мире, поскольку он позволяет сочетать экономическую выгоду с сохранением экологического развития и культурных ценностей. Казахстан, благодаря своей великолепной красоте и богатому культурному наследию, стремится к устойчивому туризму.

Гостиницы ставят свою роль в привлечении туризма, поскольку они определяют уровень особой ответственности в отрасли. Внедрение международных стандартов качества в отеле обеспечивает переход Казахстана к «зеленой» экономике. Кроме того, наблюдается рост интереса к посещению мест, которые подтверждаются количеством посетителей, в национальных парках страны. Эти факторы вызывают то, что для развития спроса необходим комплексный подход, при котором гостиничный бизнес становится одной из ведущих составляющих.

Целью данной статьи является анализ роли гостиничного бизнеса в устойчивом развитии туризма в Казахстане, а также изучение перспектив и вызовов, связанных с внедрением устойчивых практик в гостиничной индустрии.

При проведении исследования использовались методы системного анализа, позволяющие рассмотреть гостиничный бизнес как комплексную систему, влияющую на развитие устойчивого туризма. Применены сравнительный анализ международного и казахстанского опыта внедрения экологически ориентированных гостиничных практик, а также метод контент-анализа научных публикаций и отчетов о развитии гостиничного бизнеса. Основные выводы были сформированы на основе анализа существующих программ устойчивого развития в гостиничной индустрии Казахстана и мировых стандартов в данной сфере

Устойчивый туризм – это концепция о том, как развитие туризма может оказать долгосрочное влияние на экономику, общество и окружающую среду. Всемирная туристская организация (UNWTO) определяет устойчивый туризм как «туризм, полностью учитывающий его текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности туристов, индустрии, окружающей среды и принимающих сообществ» [8].

Инициативы регулируют развитие устойчивого туризма во всем мире. В странах ЕС есть примеры устойчивого туризма, где внедряются экологические стандарты для гостиничного бизнеса и поддерживаются проекты по развитию сельского и культурного туризма. Туризм становится все более важным фактором роста экономики и снижения бедности в развивающихся странах. В странах ЕС примеры устойчивого туризма можно наблюдать в таких странах, как Нидерланды и Швеция. По данным GreenKey. Global 2023 года, Нидерланды добились значительных успехов в экологической сертификации гостиниц и туристических объектов,

где более 2,000 компаний следуют строгим экологическим стандартам, сокращая энергопотребление и минимизируя отходы [5, с. 38]. В Швеции же, согласно информации от Visit Sweden 2022 года, активно развиваются проекты сельского и культурного туризма, такие как «Swedish Lapland», которые направлены на сохранение природных и культурных ресурсов региона, поддерживая местные сообщества и экологически устойчивые практики. В США, как сообщает California Department of Resources Recycling and Recovery в 2021 году, штат Калифорния внедрил программу «California Green Lodging Program», в рамках которой гостиницы обязаны соответствовать экологическим стандартам, что способствует снижению их углеродного следа и более рациональному использованию ресурсов [4, с.12].

Экологические инициативы в гостиничном бизнесе. Гостиницы играют важную роль в достижении устойчивого туризма, поскольку поддерживают экологические инициативы, направленные на снижение негативного воздействия на окружающую среду. Одним из ключевых направлений является повышение энергоэффективности и использование возобновляемых источников энергии [2].

Согласно исследованию, проведенному в 2022 году для сети Marriott International, отели, использующие технологии энергосбережения, такие как датчики движения для освещения и энергоэффективные системы кондиционирования, сократили потребление электроэнергии на 30–40% в некоторых гостиницах [7, с.33]. Это не только снизило эксплуатационные расходы, но и уменьшило выбросы углекислого газа.

Использование экологически чистых материалов при строительстве и эксплуатации отелей также способствует устойчивому развитию. В отчете об устойчивом развитии Hilton за 2022 год отмечается, что сеть активно применяет переработанную мебель и отделочные материалы, а также внедряет технологии очистки воды, позволяющие повторно использовать до 70% воды [6, с. 55]. В свою очередь, отель Green Hotel в Амстердаме использует переработанный бетон и стекло в строительстве, а также устанавливает системы для максимальной переработки отходов, что снижает углеродный след.

Экономический вклад гостиниц. Поскольку отели создают рабочие места и строят инфраструктуру, гостиничный бизнес является одним из крупнейших работодателей в районах с высоким туристическим потоком. В каждом отеле работают от

нескольких десятков до сотен человек, включая тех, кто отвечает за обслуживание номеров, питание, безопасность и административные функции. Повышение уровня устойчивого туризма способствует сохранению рабочих мест в долгосрочной перспективе. Отели также активно поддерживают местный бизнес, закупая продукцию у местных производителей. Это включает фермерские продукты для ресторанов, сотрудничество с художниками и ремесленниками для оформления интерьеров, а также использование региональных строительных материалов. Особенно в отдаленных туристических зонах гостиницы стимулируют развитие малого и среднего бизнеса, создавая новые экономические возможности [4, с 90].

Вклад гостиничного бизнеса в развитие инфраструктуры является еще одним важным элементом. Отельные сети часто инвестируют в строительство туристических объектов, улучшение транспортной доступности и благоустройство своих территорий. Например, тайландский Marriott's Phuket Beach Club выделяет деньги на улучшение дорожной инфраструктуры, строительство экологических парков и строительство новых транспортных маршрутов [7, с. 47]. Совместно с местными властями отель помогает модернизировать регион, делая его более привлекательным как для туристов, так и для местных жителей, что способствует росту экономики.

Социальная ответственность гостиничного бизнеса. Гостиницы не только способствуют экономическому развитию, но и поддерживают местные сообщества и культурные традиции. Многие отели организуют экскурсии, мастер-классы и культурные программы, чтобы познакомить туристов с местным наследием. Например, в индийском отеле The Oberoi Udaivilas проводятся мастер-классы по кулинарии, где гости могут научиться готовить традиционные блюда Раджастана. Также в отеле проходят занятия по индийскому искусству, включая роспись и ремесленные техники, что помогает туристам лучше понять местную культуру. Эти инициативы не только улучшают туристический опыт, но и обеспечивают дополнительный доход местным жителям [9, с. 62].

Обучение и развитие сотрудников являются важным компонентом социальной ответственности. Многие гостиницы предлагают профессиональные программы, которые позволяют сотрудникам улучшить свои навыки и повысить квалификацию. Большие сети, такие как Marriott и Hyatt, предлагают программы стажировок для снижения безработицы и подготовки кадров.

Кроме того, отели активно развивают инклюзивный туризм. Например, Hilton London Metropole предлагает номера с расширенными дверными проемами, оборудованные удобными ванными комнатами с поручнями, пандусами для доступа в общественные зоны и специализированными лифтами. В The Westin New York предусмотрены персонализированные услуги для людей с ограниченными возможностями, включая помощь с передвижением, доступные экскурсии с гидами и специальные зоны отдыха. Эти меры делают путешествия более комфортными и доступными для всех категорий туристов.

Поскольку гостиничный бизнес влияет на экономику, экологию и социальные сферы и определяют качество туристического опыта, гостиничный бизнес играет важную роль в развитии туризма. Индустрия гостеприимства вынуждена адаптироваться к принципам устойчивого развития, чтобы обеспечить баланс между экономическими интересами, защитой окружающей среды и благополучием местных сообществ в условиях глобальной трансформации.

Гостиницы играют важную роль в экономике государства, обеспечивая занятость населения, привлекая инвестиции и способствуя развитию инфраструктуры. В Казахстане гостиничный бизнес показывает уверенный рост: согласно данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК, в 2023 году выручка отелей выросла на 15% по сравнению с 2022 годом [1, с. 15].

Более того, гостиницы стимулируют развитие малого и среднего предпринимательства, приобретая товары у местных компаний и взаимодействуя с поставщиками туристических сервисов. К примеру, многие отели в Алматы и Нур-Султане работают с местными фермерскими хозяйствами, закупая экологически чистые продукты для своих ресторанов.

Развитие гостиничного бизнеса также способствует модернизации транспортной и городской инфраструктуры. Строительство новых отелей часто сопровождается улучшением дорог, развитием общественного транспорта и появлением новых туристических маршрутов [10, с. 47].

В последние годы гостиницы Казахстана все чаще внедряют принципы экологической устойчивости. К ним относятся:

- использование энергоэффективных технологий (светодиодное освещение, системы умного энергосбережения);

- уменьшение потребления воды за счет установки экономичных душевых и систем повторного использования воды;
- минимизация отходов путем отказа от пластиковых бутылок и упаковки [2].

Многие международные сети, работающие в Казахстане, уже соблюдают экологические правила. Например, Hilton и Marriott разработали программы по снижению выбросов углерода, а Radisson активно участвует в инициативе GreenKey, направленной на снижение потребления ресурсов [9, с. 62], в то время как местные гостиницы только начинают адаптировать эти практики. Гостиницы создают не только рабочие места, но и помогают местным сообществам. В Казахстане все больше отелей участвуют в благотворительных проектах, образовательных программах и проектах по развитию туризма в отдаленных регионах. Например, гостиницы помогают ремесленников в некоторых областях республики, продавая их товары в сувенирных лавках. Это способствует устойчивому развитию малого бизнеса и сохранению национальных традиций.

Для устойчивого развития туризма в Казахстане необходим системный подход, предполагающий активное сотрудничество государства, бизнеса и населения. Гостиничный сектор, являясь одним из ключевых элементов туристической индустрии, должен внедрять экологичные технологии, оказывать поддержку местным сообществам и вносить вклад в развитие инфраструктуры. Это не только увеличит привлекательность Казахстана для туристов, но и позволит сохранить природное и культурное богатство страны для будущих поколений.

Современный гостиничный бизнес выходит за рамки стандартного предоставления услуг, становясь катализатором устойчивого развития. Оригинальность данной статьи заключается в комплексном анализе экологических, экономических и социальных аспектов гостиничной индустрии через призму инновационных решений. Применение энергосберегающих технологий, переработанных материалов и систем очистки воды демонстрирует, как отели могут не только снижать негативное воздействие на окружающую среду, но и создавать экологически ответственные бизнес-модели. Экономическая роль гостиниц расширяется за счет активной поддержки местных поставщиков и инвестиций в инфраструктуру, что способствует долгосрочному развитию туристических регионов.

Особое внимание заслуживает инновационный подход к социальной ответственности отелей. Внедрение инклюзивного туризма и программ подготовки кадров преобразует гостиничную отрасль в инструмент социальной адаптации, улучшая качество жизни как туристов, так и местных жителей. Таким образом, гостиничный бизнес становится не просто частью туристической индустрии, а стратегическим игроком в формировании будущего ответственного и инновационного туризма. Внедрение новых технологий, этических бизнес-моделей и устойчивых практик показывает, что гостиничная индустрия не только реагирует на глобальные вызовы, но и активно формирует тренды будущего.

Тем не менее, заслуживает внимания инновационный взгляд на социальную ответственность отелей. Внедрение инклюзивного туризма и программ профподготовки сотрудников преобразует гостиничный сектор в фактор социальной интеграции, повышая уровень жизни как путешественников, так и местного населения. Таким образом, гостиничный бизнес становится не просто составляющей туристической индустрии, а стратегическим участником в формировании будущего ответственного и инновационного туризма. Внедрение новых технологий, этических бизнес-моделей и устойчивых практик демонстрирует, что гостиничная индустрия не только отвечает на глобальные вызовы, но и активно задаёт тренды на будущее.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Ассоциация устойчивого туризма Казахстана. Устойчивое развитие туристической отрасли в Казахстане: вызовы и перспективы. – Алматы, 2021. – 200 с.
- 2 Котляр, Н. В. Экологический менеджмент в гостиничном бизнесе. – М.: Высшая школа экономики, 2020. – 180 с.
- 3 Кукин, Р. Е. Устойчивый туризм как фактор социально-экономического развития региона. – М.: Наука, 2020. – 220 с.
- 4 Доклад ЕС по устойчивому туризму. Влияние устойчивого туризма на создание рабочих мест и торговых возможностей // Европейская комиссия. – 2014. – С. 12-17.
- 5 GreenKey.Global. Sustainability in the hotel industry: global trends and case studies. – 2023. – 75 с.
- 6 Hilton Worldwide. Sustainability and Environmental Responsibility in Hospitality. – 2022. – 98 с.

7 Marriott International. Annual Report on Sustainability. – 2022. – 120 с.

8 UNWTO (Всемирная туристская организация ООН). Устойчивый туризм: экологический, экономический и социальный аспекты // Всемирная туристская организация. – Дата обращения: 20 марта 2025.

9 UNWTO. Sustainable Tourism Development in Central Asia: A Case Study. – Женева, 2022. – 135 с.

10 World Travel & Tourism Council. The Impact of Sustainable Tourism Practices in Global Hospitality. – 2023. – 110 с.

РАЗВИТИЕ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ПОЛЬДЯЕВА М. О.

студент, Торайгыров университет, г. Павлодар

ЕСИМОВА Д. Д.

к.п.н., ассоц.профессор, Торайгыров университет, г. Павлодар

Спортивный туризм в последние десятилетия становится одним из самых перспективных направлений в развитии туристической отрасли во многих странах мира. Казахстан, обладая уникальными природными условиями, а также развивающейся инфраструктурой, имеет огромный потенциал для развития спортивного туризма. Это направление включает в себя различные виды активного отдыха, такие как спортивные состязания, экскурсии, участие в спортивных мероприятиях и так далее. В данной статье рассматриваются возможности и перспективы развития спортивного туризма в Казахстане, а также роль спортивных мероприятий в его продвижении.

Спортивный туризм включает в себя не только участие в спортивных мероприятиях, но и посещение мест, связанных с физической активностью, спортивными традициями и культурой. Он охватывает как массовые, так и элитные виды спорта, включая экстрим-виды спорта, активный отдых, а также участие в спортивных фестивалях и чемпионатах. Особенность спортивного туризма заключается в том, что люди путешествуют не только для того, чтобы насладиться природой, но и для участия в соревнованиях, посещения спортивных объектов, тренировок и мастер-классов[4].

Казахстан обладает широкими природными ресурсами, которые являются идеальной основой для развития спортивного туризма. Степные просторы, горные районы, реки и озера — все это создаёт уникальные возможности для различных видов спорта.

Горнолыжный туризм. Казахстан имеет несколько крупных горнолыжных курортов, таких как «Шымбулак» в Алматы, «Баянаул» в Павлодарской области и курорты на севере страны. Эти курорты привлекают туристов не только из Казахстана, но и из других стран СНГ, Европы и Азии.

Водные виды спорта. Казахстан также имеет развитую сеть водоемов, которые предоставляют возможности для плавания, серфинга, каякинга, рафтинга и других водных видов спорта. Особенно популярны озера Сары-Челек и Балхаш, где ежегодно проводятся спортивные мероприятия.

Велосипедный туризм и экотуризм. В ряде регионов Казахстана развиваются маршруты для велосипедистов, такие как велопробеги через пустыни и горы, а также экологические туры в заповедники и национальные парки.

Одной из важных тенденций в развитии спортивного туризма является интеграция принципов устойчивого развития и экотуризма. Казахстан, обладая такими природными ресурсами, как уникальные степи, заповедные территории, горные районы и озера, имеет все шансы развивать экотуризм и спортивный туризм в гармонии с природой. Важно, чтобы спортивный туризм способствовал охране природы и не разрушал экосистему[6]. Например, внедрение «зеленых» технологий в инфраструктуру курортов, использование возобновляемых источников энергии, системы утилизации отходов и ограничение негативного воздействия на природу позволят создать устойчивую туристическую индустрию. К тому же, экотуризм можно развивать в рамках активных видов спорта, таких как пешие походы, скалолазание, велотуризм, которые дают возможность не только наслаждаться природой, но и способствуют ее охране.

Кроме того, Казахстан активно развивает инфраструктуру спортивных объектов. В столице Алматы и других крупных городах страны строятся спортивные арены, стадионы, фитнес-центры, а также специализированные объекты для проведения чемпионатов и соревнований мирового уровня. Современные гостиницы, рестораны и туристические сервисы создают удобные условия для спортивных туристов.

Спортивные мероприятия играют ключевую роль в продвижении спортивного туризма. В последние годы Казахстан активно проводит различные международные чемпионаты, фестивали и турниры, что способствует привлечению туристов и повышению интереса к спортивному туризму.

Зимние и летние чемпионаты. Казахстан уже несколько раз принимал зимние чемпионаты мира по хоккею с шайбой, фигурному катанию, биатлону и лыжным гонкам, а также международные турниры по зимним видам спорта. Эти мероприятия привлекают тысячи зрителей и туристов, что стимулирует развитие гостиничного и транспортного сервиса в регионах, где проводятся чемпионаты.

Футбол и другие командные виды спорта. Казахстан активно развивает и другие виды спорта, такие как футбол, баскетбол, волейбол. Страна является членом Международной федерации футбольных ассоциаций (ФИФА), а национальная сборная участвует в международных турнирах. Кроме того, проводятся крупные клубные чемпионаты, такие как Кубок Казахстана по футболу, что привлекает болельщиков из разных стран.

Экстремальные виды спорта. В Казахстане популярны такие экстремальные виды спорта, как автогонки, мотокросс, альпинизм и парашютный спорт. Эти мероприятия собирают множество участников и зрителей, многие из которых путешествуют специально для участия в таких событиях.

Спортивные мероприятия имеют не только развлекательное значение, но и становятся важным экономическим фактором. Например, каждый чемпионат привлекает туристов, создает рабочие места, увеличивает поток инвестиций в гостиничный бизнес и туристическую инфраструктуру, а также способствует улучшению имиджа страны на международной арене[8].

Таблица 1 – Перспективы развития спортивного туризма в Казахстане

1. Государственная поддержка	2. Развитие бренда Казахстана как спортивной нации	3. Интеграция с международными туристическими потоками	4. Развитие местных видов спорта
В последние годы Казахстан уделяет все большее внимание развитию туристической отрасли, в том числе спортивного туризма. Разрабатываются новые программы и проекты, направленные на улучшение инфраструктуры, привлечение инвестиций и проведение крупных международных событий. К примеру, Алматы и Астана стали популярными городами для проведения международных чемпионатов и спортивных мероприятий.	Важным шагом является создание бренда Казахстана как спортивной нации, ориентированной на активный отдых и спортивные соревнования. Проведение крупных спортивных событий, таких как Универсиада в Алматы, чемпионаты мира по зимним и летним видам спорта, будет способствовать привлечению туристов, а также привлечет внимание мировых спортивных организаций.	Казахстан стремится интегрироваться в глобальные туристические потоки, создавая условия для привлечения иностранных туристов. Это предполагает улучшение транспортной инфраструктуры, повышение качества сервиса и создание стандартов в гостиничном и туристическом бизнесе.	Важным аспектом является развитие традиционных казахских видов спорта, таких как конные игры, борьба, стрельба из лука и другие. Проведение фестивалей и соревнований по этим видам спорта может стать уникальной особенностью спортивного туризма в Казахстане и привлечь внимание туристов, интересующихся культурой и традициями страны.

[2]

Современные технологии играют важную роль в развитии спортивного туризма. Внедрение цифровых решений может улучшить организацию спортивных мероприятий, сделать их более доступными и эффективными для участников и зрителей. Например, использование мобильных приложений для мониторинга маршрутов, организации бронирования спортивных объектов, а также виртуальные туры для планирования активных путешествий могут стать важными инструментами для привлечения туристов.

Также стоит отметить роль «умных» спортивных объектов. Такие комплексы с современными тренажерами, интерактивными элементами и автоматизированными системами могут привлечь спортивных туристов, предлагая высококачественные условия для тренировок, мастер-классов и спортивных соревнований. Казахстан может активнее развивать спортивные лагеря и образовательные программы для молодежи, которые смогут заинтересовать туристов из других стран. Совместные спортивные образовательные программы и обмены могут стать важной частью международного сотрудничества. Например, развитие специализированных лагерей для зимних видов спорта, таких как хоккей, лыжные гонки, биатлон, или летних спортивных направлений, как футбол, волейбол и баскетбол, может привлечь не только профессиональных спортсменов, но и аниматоров, заинтересованных в повышении своих навыков.

Программы международного спортивного обмена и сотрудничества с другими странами, как с точки зрения тренерских академий, так и спортивных лагерей для любителей активного отдыха, могут стать хорошим источником дохода и продвижения Казахстана как спортивного направления на мировой арене[9]. Развитие спортивного туризма в Казахстане имеет огромный потенциал, который еще предстоит в полной мере раскрыть. Страна обладает уникальными природными условиями, такими как горы, степи, озера и реки, что создает прекрасные возможности для реализации множества видов спортивного туризма — от горных лыж и альпинизма до водных и экстремальных видов спорта. В сочетании с растущей инфраструктурой и увеличением интереса к спорту на международной арене, Казахстан может стать важным центром спортивного туризма в Центральной Азии. Перспективы развития спортивного туризма в Казахстане связаны с дальнейшим совершенствованием инфраструктуры, поддержкой государственной политики в области туризма, расширением культурных и спортивных связей с другими странами, а также популяризацией традиционных казахских видов спорта[1]. Особое внимание следует уделить развитию местных видов спорта, таких как борьба, конные игры и стрельба из лука, которые могут стать уникальной визитной карточкой Казахстана в сфере спортивного туризма.

Таким образом, при дальнейшем совершенствовании политики в области туризма, улучшении инфраструктуры и привлечении

международных спортивных мероприятий, Казахстан имеет все шансы занять значимое место на мировой спортивной карте и стать ключевым центром для любителей активного отдыха и спортивных приключений.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Вахитова Д. Развитие туристской инфраструктуры в регионах //Эксперт Казахстан. – 2008
- 2 Газета Казахстанская правда. Спортивный туризм в Казахстане: новый взгляд на развитие. — 2022. — [Электронный ресурс]. — URL: [<https://www.kazpravda.kz>]. — Дата обращения: 30.03.2025.
- 3 Имангулова Т. В., Прокофьева М. А. Словарь по методике преподавания туристских дисциплин. Учебное пособие. – Алматы: КазАСТ, 2016. – 68 с.
- 4 Имангулова Т. В., Абилкасова Б. Н. Инфраструктура туризма. — Учебное пособие. — Алматы: КазАСТ, 2018. – 240 с.
- 5 Кораблев В. А. Перспективы развития туризма в Казахстане. Вестник университета «Туран». 2018;(4):147-150.
- 6 Министерство культуры и спорта Республики Казахстан. Стратегия развития туризма в Казахстане на 2023-2030 годы. — Астана: Министерство культуры и спорта РК, 2023. — 54 с.
- 7 Никитинский Е.С., Кулахметова Г.А. Теория и практика устойчивого развития туризма Учебное пособие . — Астана, 2018. — 169 с.
- 8 Сағидолдина, С. Т., Исмагулов, Р. Ж. Перспективы развития спортивного туризма в Казахстане. // Вестник Казахского национального университета. — 2021. — Т. 67, № 4. — С. 115-124.
- 9 Алексеева, Е. А., Попова, И. В. Туризм и спорт: взаимосвязь и перспективы развития / Е. А. Алексеева, И. В. Попова. — Екатеринбург: УрФУ, 2017. — 300 с.
- 10 Стельмах, Е. А. Спортивный туризм : учебное пособие / Е. А. Стельмах. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2017. — 89 с.

ТУРИЗМ В КАЗАХСТАНЕ: КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО КУЛЬТУРНЫМ И ИСТОРИЧЕСКИМ МАРШРУТАМ ДЛЯ ТУРИСТОВ

ЮСУПОВА Т. А.

студент, Торайгыров университет, г. Павлодар

ДЖАНАРГАЛИЕВА М. Р.

магистр, преподаватель (ассистент), Торайгыров университет, г. Павлодар

Культурно-исторический туризм является одним из наиболее динамично развивающихся направлений в мировой туристической индустрии. В условиях глобализации и растущего интереса к уникальному культурному наследию, страны с богатым историческим прошлым и разнообразными традициями становятся привлекательными для туристов со всего мира.

Республика Казахстан, обладающая уникальными культурными, историческими и природными ресурсами, имеет значительный потенциал для развития этого вида туризма. Однако, несмотря на наличие таких объектов, как мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави, петроглифы Тамгалы и древнее городище Отрар, Казахстан пока не в полной мере использует свои возможности для привлечения туристов.

Культурно-историческое наследие Республики Казахстан представляет собой уникальный синтез древних традиций, археологических памятников, архитектурных сооружений и природных ландшафтов, которые формируют богатую основу для развития туризма. Казахстан, расположенный на стыке Европы и Азии, на протяжении тысячелетий являлся перекрестком цивилизаций, где взаимодействовали различные культуры, религии и народы.

Особое место в культурном наследии занимают памятники, связанные с кочевой культурой, которая на протяжении веков определяла образ жизни народов, населявших территорию Казахстана. Кочевая цивилизация оставила после себя не только материальные свидетельства, такие как курганы и стоянки, но и уникальные традиции, которые до сих пор сохраняются в казахской культуре. [1]

Природные и культурные ресурсы Республики Казахстан представляют собой уникальный комплекс, который создает благоприятные условия для развития различных видов туризма,

включая культурно-исторический, экологический, этнографический и приключенческий туризм.

Республика Казахстан, обладая огромной территорией, разнообразием ландшафтов и богатым культурным наследием, является одной из самых перспективных стран в Центральной Азии для развития туристической индустрии. [2]

Природные ресурсы страны включают в себя горные массивы, степи, пустыни, озера, реки и уникальные природные заповедники, которые привлекают туристов своей красотой и экологической ценностью. Культурные ресурсы, в свою очередь, представлены древними памятниками, традициями, обычаями и уникальными объектами

Культурно-исторический туризм также играет важную роль в экономике, способствуя развитию инфраструктуры, созданию рабочих мест и увеличению доходов местных сообществ. Однако для успешного развития этого вида туризма необходимо учитывать ряд факторов, таких как доступность объектов, качество инфраструктуры, уровень сервиса и безопасность туристов. Кроме того, важно разрабатывать туристические маршруты, которые не только привлекают туристов, но и способствуют сохранению культурного наследия, минимизируя негативное воздействие на окружающую среду и исторические объекты (таблица 1).

Таблица 1 – Экономические выгоды культурно-исторического туризма

Аспект	Описание
Увеличение доходов	Туристы тратят деньги на проживание, питание, транспорт и экскурсии
Создание рабочих мест	Развитие туризма создает новые рабочие места в сфере услуг
Развитие инфраструктуры	Инвестиции в транспорт, гостиницы и информационные центры
Укрепление имиджа страны	Культурно-исторический туризм способствует формированию положительного образа Казахстана
Сохранение наследия	Доходы от туризма направляются на реставрацию и сохранение памятников

Основной целью разработки маршрутов является создание уникального и запоминающегося туристического продукта, который позволит туристам получить максимально полное представление о

культурном и историческом наследии региона, при этом обеспечивая комфорт и безопасность. [3]

Цифровые технологии значительно упрощают процесс организации туристических маршрутов, делая его более эффективным и удобным как для туристов, так и для туроператоров. Одним из ключевых направлений является использование систем онлайн-бронирования, которые позволяют туристам самостоятельно выбирать и бронировать туры, отели, транспорт и экскурсии через интернет.

Например, приложение «Visit Kazakhstan», разработанное Министерством культуры и спорта Республики Казахстан, позволяет туристам планировать маршруты, получать информацию о культурных и исторических объектах, а также бронировать экскурсии. Такие приложения не только упрощают процесс организации поездок, но и делают их более интерактивными и увлекательными. В 2024 году более 50% туристов, посетивших Республику, использовали мобильные приложения для планирования своих маршрутов. [4]

Улучшение мер обеспечения безопасности туристов на культурно-туристических маршрутах является важным шагом для повышения привлекательности Казахстана как туристического направления.

Внедрение инфраструктурных мер, таких как установка указателей и создание медицинских пунктов, подготовка персонала и информирование туристов, позволит значительно снизить число инцидентов и повысить уровень доверия туристов. [5]

Ключевой особенностью культурно-исторического туризма является его образовательная и просветительская функция. Туристы, посещающие культурные и исторические объекты, получают возможность глубже понять историю, традиции и культуру народа, что способствует формированию уважительного отношения к культурному разнообразию.

Казахстан богат историческими и культурными достопримечательностями. Особой популярностью у иностранных туристов пользуются:

- Мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави (Туркестан). Шедевр тимуридской архитектуры, объект Всемирного наследия ЮНЕСКО. Привлекает своей исторической значимостью, грандиозностью и красотой;

- Комплекс петроглифов Тамгалы. Тысячи наскальных рисунков, отражающих жизнь и верования древних людей. Уникальный памятник первобытного искусства.

- Городища древнего Отрара. Руины города, некогда важного центра на Великом Шелковом пути. Место с богатой историей, привлекающее любителей археологии;

- Мавзолей Айша Биби. Изящный архитектурный памятник, связанный с романтической легендой;

- Историко-культурный комплекс «Азрет Султан» (Туркестан). Включает в себя мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави и другие исторические сооружения;

- Культовые сооружения археологического парка Ботай (Северо-Казахстанская область). Место, где были обнаружены следы древнейшей в мире культуры одомашнивания лошадей;

- Мечеть Бекет-ата. Высеченная в скале мечеть XVIII века. Уникальный памятник архитектуры и истории религии.

Развитие туристической инфраструктуры в таких городах, как Туркестан или Алматы, способствует созданию новых рабочих мест и улучшению уровня жизни местного населения. Кроме того, культурно-исторический туризм способствует развитию ремесел и традиционных промыслов, что позволяет местным жителям сохранять и монетизировать свои культурные традиции.

Культурно-исторический туризм также играет важную роль в улучшении инфраструктуры страны. Для привлечения туристов необходимо развивать транспортную сеть, включая аэропорты, железные дороги и автомобильные дороги. Например, строительство новых аэропортов и модернизация существующих, таких как аэропорт в Астане и Алматы, способствуют увеличению потока туристов.

Таким образом, культурно-исторический туризм может стать важным драйвером экономического развития Республики Казахстан, способствуя созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и популяризации культурного наследия страны.

ЛИТЕРАТУРА

1 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. Статистические данные по туристическому потоку в Казахстане за 2018–2025 гг. [Электронный ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz> [дата обращения: 15.02.2025].

2 Всемирный банк. Отчет о доходах от туризма в странах Центральной Азии за 2024 год. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.worldbank.org> [дата обращения: 15.02.2025].

3 ЮНЕСКО. Список объектов Всемирного наследия в Казахстане. [Электронный ресурс]. – URL: <https://whc.unesco.org> [дата обращения: 15.02.2025].

4 Кузнецова, Л. М. Безопасность туристов: международный опыт и рекомендации. – М.: Издательство «Безопасность и туризм», 2022. – 250 с.

5 Аналитический отчет о туристической инфраструктуре Казахстана. – Алматы: Центр исследований туризма, 2023. – 80 с.

Мазмұны

Секция 1

Қатысушыларды «WorldSkills» чемпионатына дайындаудың кәсіби астарлары Профессиональные аспекты подготовки участников к чемпионату «WorldSkills»

Жандосқызы Н., Бажикова Б. О.

Қоғамдық тамақтандыру мамандарын даярлауда Worldskills чемпионатын қолдану: заманауи тенденциялар мен перспективалар3

Надырова Н. А.

Профессиональные аспекты подготовки участников к чемпионатам «Worldskills Kazakhstan» по компетенции «Администрирование отеля»8

Нусс О. В., Раймбай А. Д.

Декантация вина.....12

Сағындыкова А. К.

Worldskills чемпионатына қатысушыларды кәсіби түрде дайындаудың тиімді әдістері15

Төлеген А. Қ.

Комплексная подготовка участников к чемпионату Worldskills по компетенции «Отель-ресепшионист»: отбор, тренировки и перспективы развития.....20

Секция 3

Қонақүй бизнесінің дамуы мен оның Қазақстандағы туризмнің қалыптасуына әсері Развитие гостиничного бизнеса и его влияние на формирование туризма в Казахстане

Ажаев Ғ. С., Жангазинова М. М.

Спорттық туризмнің танымалдығының өсуі жағдайында қонақ үй бизнесін дамыту26

Асанов Ұ. Ш.

Қазақстан туризм экономикасының драйвері – қонақжайлылық индустриясы.....31

Ганикель А. А.

Туризм и гостиничная индустрия Казахстана: взаимосвязь и перспективы развития36

Даулетқазынов А. Е.

Развитие гостиничного бизнеса и его влияние на формирование туризма в Казахстане39

Есимова Д. Д., Алипова Л. В.	
Роль маркетинга в ресторанном бизнесе: анализ маркетинговых аспектов.....	47
Есимова Д. Д., Есім А. Қ., Рашитова Л. Қ.	
Павлодар облысында туристік дестинацияның дамуы	53
Ивахно П. В., Джанаргалиева М. Р.	
Возможности и вызовы развития гостиничного сервиса в Казахстане.....	60
Қойшыбек Е. Е.	
Гостиничный бизнес и туризм: тренды, перспективы и новые возможности	72
Плохих Р. В., Табанова Д. А.	
Роль гостиничного бизнеса в развитии устойчивого туризма в Казахстане	77
Польдяева М. О., Есимова Д. Д.	
Развитие спортивного туризма в Казахстане: возможности и перспективы.....	84
Юсупова Т. А., Джанаргалиева М. Р.	
Туризм в Казахстане: как организовать путешествие по культурным и историческим маршрутам для туристов.....	90

**«ТАМАҚТАНУ, ҚОНАҚҮЙ БИЗНЕСІ
МЕН МЕЙРАМХАНА ҚЫЗМЕТІ,
ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ ЖҰМЫСШЫ
МАМАНДЫҚТАРЫ – МҮМКІНДІКТЕР МЕН БОЛАШАҚ!»
АТТЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ**

Техникалық редактор З. Ж. Шоқубаева
 Корректор: Д. А. Кожас
 Компьютерде беттеген: З. Ж. Шоқубаева
 Басуға 20.06.2025 ж.
 Әріп түрі Times.
 Пішім 29,7 × 42 1/4. Офсеттік қағаз.
 Шартты баспа табағы 5,58. Таралымы 500 дана.
 Тапсырыс №4416

«Toraighyrov University» баспасы
 «Торайғыров университеті» КЕАҚ
 140008, Павлодар қ., Ломов к., 64.