

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

better.

Social factors like standard of living, vacation time, and interest in national traditions impact event tourism. Higher standards of living mean more disposable income, driving participation in leisure activities such as events, especially in areas with luxury offerings [5]. Vacation duration and timing affect event attendance feasibility. Events celebrating national traditions attract domestic and international tourists seeking authentic experiences. The combination of political, economic, social, and technological, legal and environmental elements highlights Kazakhstan's potential as a top destination for hosting events. Together, these factors position Kazakhstan as an appealing and vibrant destination for hosting a wide range of successful events.

Conclusion

In summary, event tourism stands as a significant avenue for Kazakhstan to broaden its tourism offerings, generate employment, and spur economic progress. With the right strategic direction and investments, this sector holds immense potential to drive socio-economic development in the country. While Kazakhstan boasts rich cultural, historical, and natural resources ideal for event tourism, addressing current weaknesses and threats demands a concerted effort. A holistic approach, tackling infrastructure shortcomings, refining marketing strategies, and capitalizing on cultural and natural assets, is imperative. This sector not only promises economic dividends but also offers a platform for cultural exchange and international visibility, positioning Kazakhstan as a vibrant, dynamic, and welcoming destination on the world stage.

Literature

1. Market Research Reports [Electronic resource]. URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/event-tourism-market-12492>. Date of access: 26.02.2024.
2. Borbasova Z. N. Training of specialists for the tourism industry: problems and prospects // International Scientific and Practical Conference "Tourist and recreational sphere as a factor in the socio-economic development of the country". University "Turan". – Almaty, 2011.
3. Global Peace Index Ranking 2023 [Electronic resource]. URL: <http://visionofhumanity.org/resources>. Date of access: 28.02.2024.
4. Erdavletov S.R. Tourism of Kazakhstan: textbook / team of authors, edited by S. R. Erdavletov; Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. – Almaty, Bastau, 2015.
5. D. M. Turekulova, L. K. Mukhambetova, S. I. Karkinbaeva Tourism Industry of The Republic of Kazakhstan: Current Status and Development Trends, 2017.

УДК 338.48

АДАМИ КАПИТАЛДЫ ТИІМДІ БАСҚАРУ АРҚЫЛЫ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТЕР НАРЫҒЫНДАҒЫ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ ОҢТАЙЛАНДЫРУ

Нұрланова Талшын Нұрланқызы

toleukhanova17t@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті Экономика факультеті
Туризм мамандығының 1 курс магистранты
Ғылыми жетекші – э.ғ.к., доцент Шоқан Р.

Қазіргі заманғы туристік индустрия нарық қатысушыларынан үнемі жетілдіруді және өзгермелі жағдайларға бейімделуді талап ете отырып, барған сайын серпінді және бәсекеге қабілетті бола түсуде. Технологияның қарқынды дамуы, тұтынушылардың мінез-кұлқындағы өзгерістер және саяхатшылардың назарын аудару үшін бәсекелестік жағдайында адами

капиталды тиімді басқару туристік қызметтер нарығында компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады.

Бүкіл әлемде кедейлік деңгейі артып келеді, сондықтан туризм әр бағыттың бірегей болуына және одан пайда табуға мүмкіндік туғызады. Себебі туристер басқа жерде қайталанбайтын ерекше тәжірибе іздейді. Мұндай қызмет түрін бір жерде арзан материалдар мен жұмыс күшін пайдаланып, бүкіл әлемге тарата отырып, үлкен көлемде шығару мүмкін емес [1]. Керісінше, турист белгілі бір туристік бағытқа жеке өзі келуі керек. Қызмет көрсету сапасы туристердің қанағаттану деңгейін және оның межелі жерге қайта оралуға және оң нәтижелі таратуға дайындығын анықтайды. Әрбір туристік бағыттың өмір сүруі туристік ұйымдар мен кәсіпорындар үшін адами капиталды тиімді басқаруды қамтамасыз етуге негізделген. Бизнесінің тұрақтылығының маңызды құрамдас бөлігі ретінде қызмет көрсету сапасын осы қызметтерді жобалайтын, басқаратын және ұсынатын адамдар жасайды. Яғни, межелі жерге қызмет көрсету сапасы оның адами капиталының сапасының көрінісі болып табылады.

Сапаны технологиялық процестің соңында қосу мүмкін емес, бірақ оны қызметке басынан аяғына дейін, әртүрлі кезеңдер мен қадамдар арқылы енгізу керек. Қызмет көрсету саласында жұмыс істейтін қызметкерлердің білімі, дағдылары, ынтасы мен денсаулығы қызмет көрсету сапасына тікелей ықпал етуі адами капиталды білдіреді. Сондықтан бұл адами капиталды ұлғайту үшін оны басқару өте маңызды, осылайша қабылданған сапаны арттыру арқылы туристер үшін құндылық пайда болады. Туризмнің тұрақты дамуы мемлекеттік және жеке органдардың ынтымақтастығын және микро және макро деңгейдегі қызметті үйлестіруді талап етеді. Көптеген елдерде туризмді дамытудың жақсы тұжырымдалған стратегиялары бар, олардың ажырамас бөлігі адами капиталды дамыту болып табылады, бірақ олардың көпшілігі ешқашан орындалмаған немесе нашар орындалған. Әдетте, туризмді мемлекеттік және жеке секторды басқаруда кәсібиліктің жоқтығы байқалады. Күтілетін әлеуметтік-экономикалық тиімділікке қол жеткізу үшін адами капиталды тиімді басқару қажет.

Сапа әрқашан бәсекелестік артықшылықтарды қамтамасыз ететін стратегиялық ресурс ретінде танылды [1]. Бұл менеджменттің міндеті және барлық қызметкерлердің міндеттемесі. Сапа менеджменті тұжырымдамасы сапаның тиісті деңгейіне жетуді, оны күтіп ұстауды, өлшеуді, бақылауды және жетілдіруді білдіреді. Туристік қызметтердің сапасына байланысты келесі әлеуметтік-экономикалық әсерлерге қол жеткізіледі:

- кедейлердің кәсіпорындарға тауарлар мен қызметтерді жеткізу мүмкіндігі;
- туристік кәсіпорындарда жұмысқа орналасу мүмкіндіктері;
- жұмыспен қамту арқылы, сонымен қатар тікелей сату арқылы кірісті арттыру;
- туристерге тауарлар мен қызметтер;
- білім беру және денсаулық сақтау ресурстарына ұсыныстар;
- психологиялық пайдасы мен мүмкіндіктері;
- инфрақұрылымға инвестициялар;
- туризмнен түсетін табысқа немесе түскен пайдаға салынатын салық.

Компания ішкі және сыртқы сапаны жақсартқан кезде, бір жағынан шығындардың төмендеуінен, екінші жағынан нарық үлесі мен премиум бағалардың жоғарылауынан бір уақытта пайда табуға мүмкіндігі бар. Пайда маржасы өсетіні анық. Дегенмен, сапаны жақсарту, әсіресе қызмет көрсету саласында оңай шаруа емес. Бұл қызметті құратын және ұсынатын жұмыс күшіне ерекше назар аудару қажет. Жұмыс күші адами капиталдың тасымалдаушысы болып табылады, бұл сапаны жақсарту үшін өте маңызды.

ISO 9000 халықаралық стандарты сапа менеджментінің сапа мақсаттарын орындауға мүмкіндік беретін келесі принциптерді айқындайды:

1. Клиентке деген құрмет – клиентке қызмет көрсетудің мамандандырылған бағдарламаларын және адалдық бағдарламаларын әзірлеу;
2. Көшбасшылықты дамыту-қызметкерлердің қабілеттерін үнемі ынталандыратын құзыретті және креативті көшбасшылық топтың кәсіби дайындығы;

3. Қызметкерлердің қабілеті – қызметкерлерді оқыту бағдарламаларын іске асыру, оның ішінде қызметкерлердің білім мен оқуға деген оң көзқарасын қалыптастыру;
4. Процесті басқару – операцияларды бастапқыдан соңғы кезеңге дейін стандарттау тенденциясы;
5. Менеджменттің жүйелік тәсілі-өзара байланысты процестер жүйесін анықтауға, түсінуге және басқаруға негізделеді;
6. Үздіксіз жетілдіру – өсу мен дамуға бағытталған бизнес стратегиясымен байланысты;
7. Шешім қабылдаудың нақты тәсілі – іскери шешімдерді фактілерге негіздеу;
8. Өзара тиімді серіктестік қатынастар – жеткізушілермен және делдалдармен жақсы қарым-қатынасты дамыту [2].

Зияткерлік капитал білім экономикасындағы негізгі корпоративтік актив ретінде танылады, бұл ұйымдарға ұзақ мерзімді перспективада жоғары көрсеткіштерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Зияткерлік капитал ұйымның негізгі құзыреттерімен тікелей байланысты адами, құрылымдық және реляциялық капиталдан тұрады. Адами капитал – бұл еңбекке қабілеттілікте бейнеленген құзыреттілік, білім және тұлғалық қасиеттер қоры. Бұл экономикалық құндылықты қалыптастыру мақсатында жұмысшының білімі мен тәжірибесі арқылы алған қасиеттеріне қатысты. Адамның нәтижелері ішінара жеке адами капиталдың кірістілік нормасына байланысты; қосымша инвестициялар қосымша өнім береді.

Адами капитал жеке тұлғалардың немесе ұйымдардың құзыреттерді, қабілеттерді, таланттарды меңгеруге, оң көзқарас пен дағдыларды меңгеруге әкелетін іс-әрекеттер мен процестерге жұмсайтын шығындарын білдіреді (Inyang & Esu, 2008). Адами капиталды дамытуға жұмсалатын шығындарға білім беру мен медициналық көмекке жұмсалатын шығындар кіреді. Адам ресурстарының саны, сапасы және құны туристік қызметтегі бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізу үшін өте маңызды (Milišević & Milovanović, 2014). Бәсекелестік артықшылыққа туристік компанияларда болашақ басқарушы кадрларды даярлау, дамыту және оқыту арқылы қол жеткізуге болады.

Адами капитал – бұл бәсекеге қабілетті нарықта өмір сүру және тұрақты дамуды қамтамасыз ету үшін дұрыс басқарылуы керек ең маңызды ресурс. Бұл нақты, сондай-ақ күрделі тұтынушылар әрқашан қызмет көрсетудің жоғары деңгейін талап ететін қызмет көрсету секторына қатысты. Қызмет көрсету сапасын көрсететін осы қозғалмалы мақсатқа жету үшін ұйымдар сәйкестендіру, өлшеу және жетілдіру арқылы адами капиталын дамытуы керек. Қонақ үйлер сияқты ірі ұйымдарда бұл адам ресурстарын басқару (HRM) функциясы болып табылады [2]. HRM алдында ең жақсы адамдарды тарту және сақтау, олардың дағдыларын дамыту, ынталандыру және қолдау мәдениеті мен құрылымын құру міндеті тұр, осылайша қызметкерлер корпоративтік мақсаттарды жүзеге асырады.

Туризм индустриясына жататын ұйымдар клиенттерге негізгі қызметтерді ұсынатын қызметкерлерді іздемеуі керек, бірақ қызмет көрсету кездесулерін басқаратын білікті қызметкерлерді тартуы керек. Қызмет көрсету кездесулері мен атмосфераны дұрыс басқару клиенттердің күткенінен жоғары қызмет көрсету сапасына әкеледі, осылайша қанағаттанған тұтынушыларды, тұрақты келушілерді және сайып келгенде адал тұтынушыларды шығарады. Туризм индустриясы әлемдік нарықта жұмыс істейтіндіктен, туристер туристік қажеттіліктері барынша қанағаттандырылатын бағыттарға тартылады. 1-кестеде туризмді дамыту функциясындағы адами капиталды басқару қадамдары көрсетілген.

1-кесте. Туризмді дамыту функциясындағы адами капиталды басқару

Адами капиталдың мақсаттарын тұжырымдау
Туризм пәнінің атрибуттарын анықтау
Адами капитал стратегиясын әзірлеу
Оқу туризмінің оқу жоспарын жобалау
Адами капиталды басқару нәтижелерін өлшеу

1-кестеде адам капиталын бір бағытта басқару туристік компаниялар, билік органдары мен білім беру мекемелері арасындағы берік міндеттеме мен ынтымақтастықты қажет ететіндігін байқауға болады. Егер туристік компаниялар отандық және шетелдік қонақтарды қызықтыратын және ұстап қалатын ерекше және жоғары сапалы қызметтерді дұрыс басқара алса, олар ұлттық жалпы ішкі өнімге және жұмыспен қамтудың жалпы көлеміне айтарлықтай үлес қоса алады. Алайда, мұндай мақсат адами капиталды дамытуға берік міндеттемені талап етеді.

Адами капиталды басқарудың әсерін қызметкер мен ұйымға қабылданған немесе нақты өзгерістер ретінде өлшеуге болады:

- Клиенттерге сапалы қызмет көрсету, жұмысты орындаудағы жүйелілік, қызметкерлердің қанағаттануы, ұйымға деген адалдық;
- Өзін-өзі бағалауды жақсарту, айналымды азайту, өнім мен қызмет көрсетудің дәйектілігін жақсарту, қонақтардың қызмет көрсету үрдісіне қанағаттануын арттыру;
- Бизнес құнын төмендету және технологияны қолдану;
- Мақсатты нарықтың қажеттіліктерін қанағаттандыру мүмкіндігі;
- Неғұрлым білікті қызметкерлер;
- Хабардарлықты арттыру, қарым-қатынасты жақсарту, топтық жұмысты күшейту.

Туризм саласындағы персоналдың құзыреттілігі олардың білім алуының әр кезеңінде және формасында, оның ішінде ресми орта және жоғары білім беруде, сондай-ақ өмір бойы білім алуда жақсы дамыған болуы керек. Кейбір авторлар туризм саласындағы табысты академиялық бағдарламалар саланың заманауи қажеттіліктеріне сәйкес келетін жоғары сапалы білімі мен дағдылары бар түлектерді шығарады деп санайды (Goeldner & Ritchie, 2006; Kok 2000; Harris & Zhao, 2004).). Ресми білім беру сапасын көптеген жолдармен арттыруға болады, оның ішінде профессорлық-оқытушылық құрамның құзыреттілігін дамыту, құрал-жабдықтарды модернизациялау, сонымен қатар студенттерді нақты бизнес-ортамен танысатын туристік мекемелерде практикалық оқытуды да ескеру керек. Бұл сондай-ақ ең жақсы үміткерлерді таңдай алатын және оқуды бітіргеннен кейін оларға жұмыс ұсына алатын туристік компаниялар үшін өте маңызды, бұл студенттер үшін де пайдалы, әсіресе олардың білімі жұмыс іздеу кезінде бұрмаланбайды. Көптеген қоғамдар жұмыссыздықтың үлкен проблемасына тап болғанын ескере отырып, білім беру процесін жобалау бұл мәселені шешуге немесе жеңілдетуге қалай көмектесетіні анық.

Қонақ үй компаниялары ішкі (өнімділікті арттыру, шығындар мен ысыраптарды азайту), сондай-ақ сыртқы (сатылымның артуы, жаңа қонақтар, қонақтардың қанағаттану деңгейінің жоғарылауы және корпоративтік имидждің жақсаруы) өнімділікке әсер етуіне байланысты қызмет көрсету сапасына мән береді. Олар қызметкерлерді оқытуға көбірек инвестиция салуда, өздерінің сапа саясатын жүргізуде және сапаға деген тұрақты міндеттемесін көрсете отырып, сапа мақсаттарын анықтауда, оған қол жеткізу, техникалық қызмет көрсету және жетілдіру үшін алдын ала белгіленген ережелерді сақтай отырып. Жіктеу критерийлерін сақтай отырып, қонақ үй қызмет көрсетудің минималды кепілдендірілген сапасын қамтамасыз етеді, ал оның сапа менеджменті жүйесі ең жоғары сапаны құруға ықпал етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. The impact of human capital on tourism development. 2nd International scientific conference/ 1-3 June, 2017
2. Analysis of the impact of the human capital on tourism development in azerbaijan. Ass.Prof. Leyla Hajiyeva, February 2019
3. Esu, B.B. (2012). Linking Human Capital Management with Tourism Development and Management for Economic Survival: The Nigeria Experience. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3, No. 11, 276-287.