

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

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM 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**

such as “QazaqTravelHub”. The proposed management model implies the creation of a multi-level structure that ensures effective interaction between all stakeholders. Thus, “QazaqTravelHub” represents a strategic resource that will rethink approaches to tourism in Kazakhstan, improving data-driven decision making and strengthening the country's position in the global tourism market.

Bibliography:

1. Antebi, Liran. “What Is Artificial Intelligence?” Artificial Intelligence and National Security in Israel, Institute for National Security Studies, 2021, pp. 31–40.
2. Ivanov S, Webster C, editors. Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality. Bingley: Emerald Publishing Limited; 2019, pp. 15.
3. Kirtil, Ismail Gökyay, and Volkan Askun. Artificial intelligence in tourism: A review and bibliometrics research. Advances in Hospitality and Tourism Research, 2021.
4. The first use of AI in travel planning booking systems. [Electronic resource]. – 2019. Retrieved from: <https://www.quora.com/>
5. Gaafar, A., & Allah, H. (2020). Artificial Intelligence in Egyptian Tourism Companies: Implementation and Perception. Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality.
6. [Electronic resource]. Retrieved from: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/42d5df98-en.pdf?expires=1712138683&id=id&accname=guest&checksum=73E5313E9E5B9839849B1541557492C2>
7. [Electronic resource]. Retrieved from: <https://stan.stb.gov.sg/content/stan/en/home.html>
8. [Electronic resource]. Government AI Readiness Index 2023, Retrieved from: <https://oxfordinsights.com/ai-readiness/ai-readiness-index/>
9. [Electronic resource]. Global AI Index 2023, Retrieved from: https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2023/04/HAI_AI-Index-Report_2023.pdf

УДК 338.48

ҒАЛАМДЫҚ ЖАҒАНДАНУДЫҢ ГАСТРОНОМИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫНА ӘСЕРІ

Мухамбетқалиева Жансая Әбдіғабитқызы

abdigabitzh@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ экономика факультет магистранты,

Ғылыми жетекші – А. Баймбетова

Аңдатпа. Ұлттар арасындағы өзара байланыс пен өзара тәуелділіктің арту процесі ретінде анықталған жаһандану қазіргі дәуірдің айқындаушы белгісі болды. Ол экономикалық, әлеуметтік, мәдени және технологиялық аспектілерді қамтиды, қоғамдардың жаһандық ауқымда өзара әрекеттесуі мен дамуын қалыптастырады. Жаһандану көптеген артықшылықтар мен мүмкіндіктер әкелгенімен, оның адам өмірінің әртүрлі аспектілеріне әсері туралы пікірталастар мен алаңдаушылықтарды тудырды. Бұл мақала жаһанданудың көп қырлы табиғатын екі жүзді қылыш ретінде зерттеп, оның артықшылықтары мен қиындықтарын көрсетеді.

Оң жағынан, жаһандану бүкіл әлемде бұрын-соңды болмаған экономикалық өсу мен өркендеуге ықпал етті. Сауданы ырықтандыру, инвестициялық ағындар және технологиялық жетістіктер арқылы экономикалардың интеграциясы әлемнің көптеген бөліктерінде өнімділіктің артуына, жұмыс орындарының ашылуына және өмір сүру деңгейінің

жоғарылауына әкелді. Әлемдік нарықтар кеңейіп, бизнеске жаңа мүмкіндіктерге қол жеткізуге, өз қызметін әртараптандыруға және жаһандық тұтынушылық базаны пайдалануға мүмкіндік берді. Бұл экономикалық өзара байланыс сонымен қатар инновацияларға, кәсіпкерлікке және идеялармен алмасуға ықпал етіп, әртүрлі салалардағы прогресс пен дамуды ынталандырды.

Жаһандану адамдардың саяхаттау, баратын жерлермен танысу және дүние жүзіндегі әртүрлі мәдениеттермен қарым-қатынас жасау тәсілін қалыптастыра отырып, туризм индустриясына айтарлықтай әсер етті: саяхаттың қолжетімділігі мен қолжетімділігінің артуы, әуе қатынасы және жүрдек теміржолдар сияқты тасымалдаудағы жетістіктер адамдарға алыс бағыттарды зерттеуді және әртүрлі мәдениеттерді сезінуді жеңілдетті. Бұл қолжетімділік саяхатты демократияландырды, бұл әртүрлі әлеуметтік-экономикалық ортадан шыққан адамдарға туристік іс-шараларға қатысуға және олардың көкжиегін кеңейтуге мүмкіндік берді. Бұл мақаланың мақсаты – жалпы ғаламдық жаһанданудың гастрономиялық туризмге әсерін айқындау, оның дамуындағы рөлін баяндап көрсету, сондай-ақ теріс әсерін анықтап, олардың алдын алуға болатындығын көрсету.

Түйін сөздер: *жаһандану, глобализация, гастрономиялық туризм, ұлттық болмыс, гомогенизация.*

Кіріспе. Гастрономиялық туризм – белгілі бір аймақтың тағамдарын ішінара немесе толығымен сынап көруді немесе гастрономияға байланысты іс-шараларды өткізуді жоспарлаған туристер мен келушілер белгілі бір бағыттарға баратын туризм. Басқаша айтқанда, гастрономиялық туризм - бұл елдің ұлттық тағамдарымен, өнімдер мен тағамдарды өндіру және дайындау ерекшеліктерімен танысу, сондай-ақ оқыту және кәсіби білім деңгейін арттыру мақсатындағы саяхат [1]. Азық-түлікті тұтыну жалпы контексте дамып келе жатқан әлеуметтік тәжірибелердің жиынтығы ретінде танылады, мұнда тағамдар тек тамақ ретінде ғана емес, сонымен бірге басқа адамдармен әлеуметтік, мәдени және саяси тұрғыдан қарым-қатынас жасау тәсілі ретінде де қызмет етеді [2]. Бүгінгі таңда гастрономиялық туризм туризмнің ең қарқынды дамып келе жатқан инновациялық салаларының біріне айналды. Туризм жаһандану процесіне ұшырады, оның ішінде бұл процеске Шенген келісімі үлкен әсер етті. Адамдар аймақтық ерекшеліктер мен мәдениетке негізделген саяхат тәжірибесін іздейді. Гастрономиялық туризмді туристерді тарту нысаны ретінде тамақ пен сусындарды дамытуға және насихаттауға бағытталған туризмнің бір саласы ретінде қарастыруға болады. ЮНВТО туризм жөніндегі сарапшысы Мария Изабел Рамос Абаскальдың айтуынша, бүгінде біздің көз алдымызда туристердің қалауында жаһандық өзгерістер болып жатыр және бұл көшбасшы болып табылатын гастрономиялық туризм. Жаһандану адам қызметінің көптеген аспектілеріне, соның ішінде азық-түлік өндірісі мен тұтынысына орасан зор әсер етті [3, 4]. Жаһанданудың арқасында ұлттық мәдениеттің аймақтық ерекшеліктері мен тарихына назар аударыла бастады және оларға деген қызығушылықты арттырды. Гастрономия түбегейлі қандай да бір этникалық, ұлттық немесе діни "сипатқа" ие болады – мысалдар ретінде еврей немесе мұсылман қауымдары шошқа етін жемейді немесе католиктер жұма күндері балық жемейді; марокколықтардың тәтті тоқаштарды сорпамен жеу әдеті; итальяндықтар мен макарон өнімдері; испандықтар мен тапастар; Ирландия және картоп, т.б. Гастрономия адамдардың санасы мен өмірінде маңызды орын алып қана қоймай, қандай да бір өлкенің не мәдениеттің тартымдылығын арттыруда үлкен рөл ойнайды.

Жаһанданудың гастрономиялық туризмге оң әсері. Жаһанданудың гастрономиялық туризмге ең маңызды әсерінің бірі – аспаздық әртүрлілік пен синтездің таралуы. Жаһандану аспаздық біліммен, ингредиенттермен және аспаздық техникамен шекарадан тыс алмасуға ықпал етті, нәтижесінде саяхатшыларға қол жетімді тағамдар мен дәмдердің бай гобелені пайда болды. Мысалы Қазақстанда көшпелі мәдени мұра мен Орталық Азияның дәмінен бастау алған дәстүрлі тағамдар әлемдік аспаздық үрдістермен және ингредиенттермен өзара әрекеттесу арқылы дамыды. Бұл біріктіру асхана бағыттарының ауқымын кеңейтіп қана қоймай, сонымен қатар келушілерге қолжетімді гастрономиялық тәжірибені байытты. Аспаздық әртүрлілік мәдениеттердің өзара байланысын және аспаздық дәстүрлердің

үйлесімділігін көрсетеді, әлемдік талғамға сай инновациялық фьюжн тағамдарының пайда болуына жағдай жасайды. Енді саяхатшылар алыс елдердің дәстүрлі тағамдарынан дәм татуға, халықаралық тағамдармен танысуға және мәдени шекарадан асып түсетін аспаздық тәжірибелермен айналысуға мүмкіндік алады.

Сондай-ақ, жаһандану әртүрлі медиа арналар мен цифрлық платформалар арқылы әртүрлі аспаздық тәжірибелердің қолжетімділігі мен қолжетімділігін арттырды. Азық-түлік туралы деректі фильмдер, аспаздық шоулар, әлеуметтік медиа әсер етушілері және онлайн шолу сайттары аспаздық туризмді ілгерілетудің және саяхатшыларды шынайы тамақтану тәжірибесін іздеуге шабыттандырудың қуатты құралына айналды. Бұл хабардарлық пен хабардарлықтың артуы саяхатшыларды жергілікті гастрономияға енуге, жасырын аспаздық асыл тастарды табуға және аспаздық қолөнершілермен және өндірушілермен қарым-қатынас жасауға ынталандыру арқылы тамақтану мәдениетіне деген қызығушылықтың артуына ықпал етті.

Аспаздық туризм бағыттары жаһанданудың гастрономиялық туризмге әсерінің негізгі нүктелері ретінде де пайда болды. Гастрономиялық ұсыныстарымен, азық-түлік базарларымен, көше тағамдары көріністерімен және аспаздық іс-шараларымен танымал қалалар мен аймақтар әлемнің түкпір-түкпірінен келген тағам әуесқойлары үшін магнитке айналды. Бұл бағыттар аймақтың ерекше дәмі мен аспаздық дәстүрлерін көрсетіп қана қоймайды, сонымен қатар мәдени алмасу, аспаздық инновациялар және гастрономиялық барлау орталықтары ретінде қызмет етеді. Саяхатшылар жергілікті аспаздық мәдениеттердің шынайылығын, сергектігін және әртүрлілігін өз көздерімен көру үшін осы аспаздық орындарға ағылады.

Жаһанданудың керемет жетістіктерінің бірі болып табылатын цифрлық дәуір Қазақстандық гастрономиялық туризмді дамытуда да шешуші рөл атқарды десек болады. Әлеуметтік медиа платформалары, фуд-блогтар және туристік веб-сайттар әлемдік аудиторияға қазақ тағамдарын, мейрамханаларын және біреге» тамақтану тәжірибесін ұсынады. Мысал ретінде қазіргі таңда Youtube және TikTok желілерінде танымал «мукбанг» қауымдастығы арасында ұлттық тағамдарымыздың дәмін тату эстафета ретінде жалғасып, өте жақсы танымалдыққа ие. Бұл онлайн көрініс тағам әуесқойларының қызығушылығын тудырып, оларды Қазақстанның аспаздық ләззаттарын өз көздерімен көруге итермелейді.

Сонымен қатар, жаһандану гастрономиялық туризм секторындағы асхана тәжірибесінде, аспаздық білім беруде және тұрақтылық тәжірибесінде инновацияларға әкелді. Технологиялық жетістіктер саяхатшылардың аспаздық тәжірибені қалай ашатынын, зерттейтінін және қайта қарайтынын, аспаздық туризмнің тенденцияларын қалыптастыратынын және асхана таңдауына әсер ететінін өзгертті. Аспаздық мектептер, шеберханалар мен оқу бағдарламалары көбейіп, аспаздық стандарттарды көтерді, инновацияларды алға тартты және аспаздық мамандардың жаңа буынын тәрбиеледі. Тұрақты даму және этикалық ресурстарды іздеу де танымал болды: саяхатшылар жауапты мейрамханаларды іздейді, жергілікті азық-түлік жүйелерін қолдайды және гастрономиялық туризм саласында тамақтану этикасын қолдайды.

Жаһанданудың жергілікті аспаздық туризмнің дамуына зияны. Жаһандану өзара байланысты және әртүрлі аспаздық тәжірибелерге қол жеткізуді жеңілдеткенімен де, гастрономиялық туризмге бірқатар қиындықтар туғызғаны мәлім.

Негізгі мәселеле және жаһанданудың ең даулы аспектілерінің бірі – оның мәдени салдары болып табылады, яғни жергілікті азық-түлік мәдениеттері мен аспаздық дәстүрлері стандартталған, жаһанданған азық-түлік ұсыныстарының көлеңкесінде қалу қаупі бар мәдени гомогенизация [5]. Жаһандану жалпыға бірдей мәдени біркелкілікке әкеледі ме, әлде ерекшелік пен мәдени әртүрлілікке орын қалдырады ма деген сұрақ [6]. Глобализация бірегей аспаздық ерекшеліктердің жоғалуына және ұрпақтан-ұрпаққа жалғасып келе жатқан дәстүрлі тағам дайындау әдістерінің және ұлттық тағамдар мен оларды дайындау процестеріндегі ұлттық болмыстың жойылуына әкелуі мүмкін.

Әлемдік стандарттарға сай болуға және жаппай нарықтарға жүгінуге деген ұмтылыс кейде аспаздық тәжірибенің шынайылығын жоғалтуға әкеледі. Шынайылық ұзақ уақыт бойы туристік әдебиеттерде өте даулы мәселе ретінде қарастырылғанын атап өткен жөн; бұл тұжырымдама әсіресе туризмдегі азық-түлікті тұтыну контекстінде даулы болып табылады [3]. Мейрамханалар мен тамақтану орындары жергілікті дәмдердің тұтастығы мен байлығын сақтаудан гөрі коммерциялық өміршендікке басымдық бере алады, бұл әртүрлілік пен тереңдікке ие емес біртекті асхана ландшафтына әкеліп соғады.

Сондай-ақ, әлемдік талғамға сай мәзірлер мен ұсыныстарды стандарттау туристердің шынайы жергілікті тағамдарды зерттеуін шектеуі мүмкін. Мейрамханалар кең аудиторияны қызықтыратын таныс тағамдарға назар аударатындықтан, келушілерге аймақтық мамандықтар мен аспаздық дәстүрлердің қыр-сырын білуге мүмкіндіктер аз болуы мүмкін. Осыған дәлел ретінде кей елдерде/қалаларда ұлттық нақышты насихаттауға бағытталған мейманханалардың санының жалпы түрлі асхана тағамдарын ұсынатын мейманханаларадан аздығын айтсақ болады.

Мәдени иемдену – жаһандану және гастрономиялық туризм жағдайында туындайтын тағы бір мәселе. Мәдени рәміздерді коммерцияландыру, дәстүрлі рецепттерді дұрыс түсінбеу және мәдени бірегейлікті пайда табу үшін пайдалану жергілікті тағам мәдениетін бұрмалауға және құрметтемеуге әкелуі мүмкін. Тіпті басқа халықтардың ұлттық тағамын патенттеуге дейін жетіп жататын жағдайлар орын алуда.

Сонымен қатар, жаһанданудың гастрономиялық туризмге қоршаған ортаға әсерін де назардан тыс қалдыруға болмайды. Азық-түлікті қалааралық тасымалдау көмірқышқыл газының шығарындыларына және қоршаған ортаның деградациясына ықпал етеді, ал жаппай өндірілетін азық-түлікті жылжыту тамақ қалдықтары, ресурстардың сарқылуы және биоәртүрліліктің жоғалуы мәселелеріне әкелуі мүмкін.

Қорытынды. Қорытындылай келе, жаһандану гастрономиялық туризмді түбегейлі өзгертті, аспаздық көкжиектерді кеңейтті, мәдени алмасуды ынталандырды, аспаздық бағыттарды алға тартты, инновацияларды ынталандырды және саяхатшыларға әртүрлі аспаздық мәдениеттермен өзара әрекеттесу мүмкіндіктерін жасады. Мүмкіндіктерді пайдалану және жаһандануға байланысты мәселелерді шешу гастрономиялық туризмнің жаһандық саяхат тәжірибесінің серпінді, инклюзивті және тұрақты аспектісі болып қалуын қамтамасыз етудің кілті болады. Жоғарыда аталып өткен жаһанданудың жергілікті гастрономиялық туризмнің дамуына теріс әсерлерін шешуде мүдделі тараптардың, соның ішінде үкіметтердің, қауымдастықтардың, кәсіпорындардың және тұтынушылардың бірлескен күш-жігері жаһанданудың жағымсыз салдарын азайту және гастрономиялық туризмнің саяхат тәжірибесінің серпінді және жауапты аспектісі болып қалуын қамтамасыз ету үшін өте маңызды болып табылады. Осы мәселелерді шешу мәдени әртүрлілікті дәріптейтін, жергілікті азық-түлік жүйелерін қолдайтын, түпнұсқалыққа басымдық беретін және азық-түлік, адамдар мен орындар арасындағы мағыналы байланыстарды дамытатын тұрақты гастрономиялық туризм тәжірибесін ілгерілетуге мүмкіндік сыйлайды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Драчева Елена Леоновна, & Христов Тодор Тодорович (2015). Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы. Российские регионы: взгляд в будущее, (3 (4)), 36-50.
2. Oosterveer, P. (2006). Globalization and sustainable consumption of shrimp: consumers and governance in the global space of flows. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 465-476.
3. Hall, M., & Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 71-90). London: Routledge.
4. Lang, T. (1999). The complexities of globalization: The UK as a case study of tensions

within the food system and the challenge to food policy. Agriculture and Human Values, 16, 169–185.

5. Athena H.N. Mak, Margaret Lumbers, Anita Eves, Globalisation and food consumption in tourism, Annals of Tourism Research, Volume 39, Issue 1, 2012, Pages 171-196. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>.

6. Ram, U. (2004). Glocommodification: How the Global Consumes the Local - McDonald's in Israel. Current Sociology, 52(1), 11-31.

УДК: 338.23

МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУЛЕР ҚОНАҚ ҮЙДІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Ізбасарқызы Айгерім

aygaizbasarkyzy@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Мейрамхана және қонақ үй бизнесі тобының магистрі,
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – PhD, доцент Агыбетова Р.Е.

Қонақжайлылық – адамзат өркениетінің негізгі ұғымдарының бірі және қазіргі уақытта ғылыми-техникалық процестің әсерінен миллиондаған кәсіпқойлар жұмыс істейтін, адамдардың игілігі үшін жайлылық пен жайлылық жасайтын әртүрлі қызмет салаларын біріктіретін қуатты индустрияға айналды.

Бүгінгі таңда кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі-бұл компанияның дамуы мен бәсекеге қабілетті фирмалардың дамуындағы адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесі мен өндірістік қызметтің тиімділігі бойынша айырмашылықтарды білдіретін салыстырмалы сипаттама.

Бәсекеге қабілеттілік тауар мен оны өндірушінің нарықтық табысының кілті болғандықтан, мәселені шешу бәсекеге қабілеттілік-бұл барлық бөлімшелердің келісілген, мақсатты жұмысын талап ететін кез-келген қонақ үй кәсіпорындарының қызметіндегі ең қиын міндет, қонақ үй кәсіпорындары қызметінің ерекше бағыты-бұл мәселені шешудің стратегиялық тәсілдерін әзірлеу.

«Sadu Hotel» Алматы қаласында орналасқан 4 жұлдызды қонақ үй. Ботаникалық бақ Алматыдағы осы қонақүйден небәрі 25 минуттық жерде орналасқан. Жақын маңдағы діни ғимараттардың қатарына қонақ үйден небәрі 4 шақырым жерде орналасқан әулие Николай соборы кіреді. Sadu Hotel ыңғайлы көлік тасымалымен қуантады -небәрі 10 минуттық жерде Әл-Фараби даңғылындағы автобус аялдамасы бар. Келесі кестеде қонақ үйдің қызметін SWOT-талдауы (кесте 1).

«Sadu Hotel» қонақ үйінің SWOT-талдауы

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Қажетті қаржы ресурстарының болуы Бәсекелестікті кәсіби түрде жүргізе білу Тиімді жарнама Тұрақты Қаржы-шаруашылық қызмет	Бизнес-клиенттердің болмауы Қажетті дағдылар мен кәсібиліктің болмауы Қалыптасқан маркетингтік жоспарлау жүйесі жоқ Маркетинг бөлімінің болмауы Қызметтің төмен деңгейі
Қауіптері	Мүмкіндіктері
Нарықта күшті бәсекелестің пайда болуы Нарықтың өсу қарқынының төмендеуі Клиенттердің талғамы мен қалауының өзгеруі	Тұтынушылардың қосымша топтарына қызмет көрсету Байланысты әртараптандыру Тік интеграция Сауда кедергілерінің құлдырауы Көптеген бәсекелестердің тыныштығы