

көрікті жерлерінің бірі-бір шегесіз салынған қасиетті Вознесен соборы. Сондай-ақ, «Ұлар» арт-галереясын, А. Қастеев атындағы Мемлекеттік өнер мұражайы, Тәуелсіздік монументі және т. б. мекемелер. Ойын сауықтыру нарығын дамыту бойынша Шымкент қаласы, Батыс Қазақстан, Маңғыстау аумағы, Астана және Түркістан қалалары сияқты өңірлерді де атап өткен жөн. Соңғы жылдардағы көрсеткіштер бойынша осы өңірлерге демалуға, саяхаттауға барады [2].

Қазақстандағы ойын-сауық кешендері дәстүрлі элементтер мен заманауи технологияларды біріктіре отырып, трансформациядан өтуде. Сауда орталықтары дүкендер мен мейрамханаларды ғана емес, сонымен қатар кинотеатрларды, боулингті, тіпті ойын-сауық саябақтарын ұсынады. Бұл келушілер үшін бірегей тәжірибе жасайды және ішкі туризмді дамытады.

Қазақстан түрлі іс-шаралар мен фестивальдар өткізу арқылы мәдени өнерді белсенді қолдайды. Музыка, өнер және кино фестивальдері жергілікті және халықаралық қатысушылар мен көрермендердің назарын аударады. Мұндай оқиғалар мәдени құндылықтармен алмасуға ықпал етеді және әлемдік аренада елдің имиджін көтереді. Соңғы жылдары Қазақстан шетелдік ойын-сауық компаниялары үшін ашық бола бастады. Атақты әлемдік әртістердің концерттері, театр қойылымдары, халықаралық фестивальдар-осының бәрі елдің ойын-сауық мәдениетінің алуан түрлілігіне өз үлесін қосады.

Қазіргі уақытта еліміздің ойын сауықтыру қызметтерін дамытудың ең жақсы кезеңі болып саналады. Туристердің көпшілігі еліміздің шалғай аймақтарына бару арқылы ел ішіндегі саяхат маршруттарын зерттеуге көбірек көңіл бөле бастады. Нәтижесінде көптеген адамдар туризмді жергілікті экономиканың даму деңгейін ынталандыратын, халықтың әл-ауқатын жақсартатын және ел тұрғындарының денсаулығы мен өмір салтына әсер ететін сала ретінде қарастырады.

Әдебиеттер

1 «Orda KZ» ресми сайты [Электр.ресурс] – URL: <https://orda.kz/kuda-i-zachem-hodjat-otdyhat-kazahstancy-posmotreli-statistiku-za-2023-god-382391/> (Қаралған күн: 14.02.2024)

2 Ш.Е.Альпеисова, Ж.С. Булхайрова, А. Кизимбаева, «Культурный туризм Казахстана на современном этапе развития» // Экономическая серия Вестника ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, 2023

Амантай Д.Е, 1 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші – ғ.м., аға оқытушы Торжанова Д.А.

ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ГЕЙМИФИКАЦИЯ

Қазіргі уақытта кадр мамандары және жұмысты тиімді ұйымдастыруды зерттеушілер қызметкерлерді ынталандыруда жалақы мен үстемақыдан басқа құралдар қажет екенін мойындайды. Қызметкерлердің мотивациясын арттыру, ұжымдық жұмысқа жұмылдыру, ағымдықты азайту жолында соңғы жылдары ойын қағидалары жиі қолданылуда және айта кету керек, өте жоғары нәтижелерге қол жеткізуге көмектеседі.

Сонымен қатар қонақжайлық индустриясына арнап жас мамандарды жоғары оқу орындарында, кәсіпорын негізінде дайындау кезінде теориялық білімдерді есте сақтау, мамандық ерекшелігін тану мақсатында да ойын қағидалары тиімді болып табылады. Ойын симуляцияларын пайдалану – студенттерді оқытудың белсенді формасы.

Ойын формаларын ойыннан тыс контексте пайдалану «геймификация» деп аталады. Бұл термин ағылшын тіліндегі game — «ойын» сөзінен шыққан. Яғни, геймификация - бұл ойын өткізуге арналмаған салаларда пайдалану, мысалы, жұмысшыларды ынталандыруда, бизнесте, білім беруде және т.б.

Кейбір Әдебиеттертерде геймификация «бұл компьютерлік ойындарға тән тәсілдерді қолдану, ойыннан тыс қолданбалы бағдарламалық жасақтамадағы ойын ойлау,

пайдаланушыларды тарту және олардың бағдарламаны пайдалануға қатысуын, қолданбалы есептерді шешуге қызығушылығын арттыру» деп түсіндіріледі [1]. Алайда оны тек компьютерлік ойындармен шектеу қателік, ұтымды үстел ойындарын да қолдануға болады.

Нарықта қонақжайлық индустриясының ерекшелігімен үйлесетін арнайы ойындар және саланың кейбір аспектілерін тануға көмектесетін бизнес-симуляциялар жеткілікті. Олардың бірқатары кесте көрсетілген.

Кесте 1

Қонақжайлық индустриясы бойынша ойындар мен симуляциялар және олардың сипаттамасы

	Ойын атауы	Сипаттамасы
1	Hotel Magnate	Бұл Crytivo шығарған Arcade Oven әзірлеушілерінің басқару симуляциялық ойыны. Magnate қонақүйінде сіз өзіңіздің қонақ үйіңізді саласыз, жобалайсыз және басқарасыз. Өркендеген қонақүйді құрудың түпкі мақсаты – клиенттерді тарту және компания рейтингтеріндегі жоғары позицияларды сақтау.
2	Hotel Renovator	Бұл House Flipper стиліндегі құрылыс модельдеу ойыны, онда сіз өз қиялыңызды іске қосып, қонақүй бөлмелерінің дизайнын өз қалауыңыз бойынша реттей аласыз.
3	Hotel Giant 2	Ойын қонақүй бизнесінде әрекеттерге көптеген нұсқаларды ұсынады: қонақтарға арналған спорт залдарын, мейрамханаларды, спаларды, кітапханаларды және ойын бөлмелерін қосу сияқты қарапайым болуы әрекеттерден бөлмелердің дизайнына дейін. Мысалы, мейрамхана салған кезде ойыншы тек сыртқы түрін жобалап қана қоймай, мәзірдегі өнімдерді таңдай алады.
4	Cruise Ship Tycoon	Cruise Ship Tycoon ойынында сіз круиздік кемелермен айналысатыныңызға қарамастан, онда сіз сондай-ақ борттағы қонақтарға арналған қонақүй бөлмелеріне қызмет көрсетуіңіз керек.
5	Қонақ үй мен мейрамхананы басқару симуляциясы Cesim Hospitality	Бұл қатысушылардың іскерлік құзыреттілігін және қонақжайлық индустриясында жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін арттыратын интерактивті және тартымды оқу ортасы.
6	Көп қолданушыға арналған 3D-онлайн-симуляция «Virtel»	Студенттерге қонақтарға қызмет көрсету тәжірибесін алуға және әртүрлі сценарийлерде, мысалы, қабылдау қызметі сияқты шет тілінде сөйлеу дағдыларын дамытуға мүмкіндік береді;
Ескерту: [2, 3, 4] дереккөзінің негізінде автормен құрастырылған		

Жоғарыда көрсетілген ойындарды қонақжайлық индустриясына арнап студенттерді оқытуда, қызметкерлердің кәсіби құзіреттелігін бекіту мен қорпоративті мәдениетті қалыптастыру мен нығайтуға қолдануға болады. Алайда көпшілік ойындар жүктеуді талап етеді және негізгі ойын интерфейсі тек ағылшын тілінде жүзеге асырылған болғандықтан тиімділігін жоғалтуы мүмкін.

Біздің ойымызша студенттерді оқыту да, қызметкерлер үшін де түсінікті, танымды және қызықты формаларының бірі үстел ойындары болып табылады. Олардың ішінде «Монополия» ойының негізінде қалыптастырылған авторлық ойынды қолдануды ұсынамыз. Классикалық ойын нұсқасы арнайы қонақ үй индустриясының функционалды блоктарын негізге ала отырып жүзеге асырылады. Ойын артықшылықтарының бірі – қазақ тілді нұсқасының болуы.

Қорытындылай келсек, ойындар мен ойын элементтерін пайдалану әріптестер арасындағы белсенді және тиімді қарым-қатынасқа ықпал етеді. Ойын тапсырмалары ынтымақтастық пен ақпарат алмасуды қажет етуі мүмкін, бұл байланыс пен өзара әрекеттесуді жақсартады. Геймификация әріптестер арасында белсенділік пен мотивацияны ынталандыруы мүмкін. Тапсырмаларды орындау үшін жетістіктер, марапаттар немесе деңгейлер алу мүмкіндігі жұмысқа қызығушылық пен қанағаттануды арттыруға көмектеседі. Бұл әріптестер арасындағы ұйымшылдыққа әсер етуі мүмкін, өйткені олар ортақ мақсаттарға жету үшін бірге жұмыс істеуге ынталы болады. Геймификация көшбасшылық дағдыларды дамытуға мүмкіндік береді. Кейбір ойын тапсырмалары қатысушылардан көшбасшылық рөлді алуды немесе топтағы әрекеттерді үйлестіруді талап етуі мүмкін. Бұл көшбасшылық дағдыларды дамытуға және топтық жұмысты жақсартуға көмектеседі.

Әдебиеттер

1. Геймификация как новый тренд в рекрутинге. Как разные компании ее применяют? [Электронды ресурс]. URL: <http://mmr.ua/specarticles/id/> (Қолдану уақыты: 10.02.2024);
2. Лучшие игры про отели и гостиницы. [Электронды ресурс]. URL: <https://gametarget.ru/podborki/luchshie-igry-pro-oteli-i-gostinitsy/> (Қолдану уақыты: 11.02.2024);
3. Перова Елена Александровна Бизнес-симуляция "virtual hotel" как средство лингвопрофессиональной подготовки студентов направления "Сервис и туризм" // Педагогическое образование в России. 2019. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-simulyatsiya-virtual-hotel-kak-sredstvo-lingvoprofessionalnoy-podgotovki-studentov-napravleniya-servis-i-turizm> (Қолдану уақыты: 11.02.2024).
4. Cesim Hospitality. URL: <https://www.cesim.com/simulations/cesim-hospitality-hotel-restaurant-management-simulation-game> (Қолдану уақыты: 11.02.2024).

Асетова А.А., Рахметтолинова А.Т., 3 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші – э.ғ.м., маркетинг кафедрасының оқытушысы Тульева А.Б.

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ҚОЛДАНЫСЫ

Алғаш рет экономикалық қызметте маркетинг қоғамның экономикалық жүйесінің негізгі аясында үлкен маңызға ие болды. Әлемдік экономиканы жаһандандыру мен дүниежүзілік нарықта нақты және виртуалды тауарларды артық өндіру, сол сияқты артық қызмет көрсету, экономикалық қызмет субъектілерінің оларды өндіруге қарағанда, тауарлар мен қызмет көрсетулерді тұтынушыға дейін жеткізуде, көбінесе аса үлкен шығындар жұмсауына әкелетін болды.

Компаниялар үшін сандық коммуникацияны өз пайдаларына тиімді пайдалану үшін жіберетін шығындары мен уақытын белгілеуі аса маңызды.

Онлайн арқылы тұрақты тұтынушылардың тобын қалыптастыру бағытында маркетингтік есепке алуы қажет ақпарат құралдарының 3 негізгі арналары бар:

1. Жарнамалық ақпараттар. Бұл арнада сайтты қолданушылар төлемақы арқылы ақпаратты сатып алады немесе коммуникация ақылы түрде жүргізіледі, ақылы түрдегі маркетинг пен желілік жарнамаға қол жеткізеді. Офлайн, дәстүрлі басылымдық БАҚ немесе теледидар жарнамалары мен электрондық пошта, көбінесе, маңызды ақылы ақпарат көздері.

2. Ақылы ақпараттар. Әдетте, төлемақы негізіндегі БАҚ көмегімен халыққа пиар- (PR) арқылы жарияланған ақпарат тұтынушыларға бренд туралы хабарын ұлғайтуға көмектеседі. Ақылы түрдегі БАҚ қазіргі кезде әлеуметтік желідегі ауызша айтылған ақпараттар арқылы, мысалы, әлеуметтік желідегі блоктар мен басқа топтық желілер арқылы маркетинг жүргізуде. Ақылы БАҚ үшін сан алуан серіктестер - басылымдар, блоггерлер мен басқа да тұтынушылар: заңгерлер сияқты желілік топтар арқылы табыс табу пайдалы екендігін ескеруіміз қажет.