

и пеших маршрутов, кемпинговых зон – все это способствует формированию уникальных туристских опытов и созданию незабываемых впечатлений.

Использование цифровых медиа и социальных сетей играет ключевую роль в привлечении внимания потенциальных туристов [3]. Создание креативного контента и активное взаимодействие с аудиторией через онлайн-платформы позволяет продемонстрировать преимущества и красоту Казахстана, что способствует формированию положительных впечатлений у потенциальных посетителей.

Персонализация услуг и создание атмосферы гостеприимства являются важными компонентами экономики впечатлений. Уделение внимания индивидуальным потребностям и предпочтениям каждого туриста, а также создание уникального гостеприимства, делают каждый визит в Казахстан неповторимым и запоминающимся.

Развитие туризма в Казахстане в контексте экономики впечатлений представляет собой перспективное направление, способное привлечь внимание и заинтересовать туристов со всего мира.

Продвижение уникальных культурных и природных достопримечательностей, организация тематических мероприятий, развитие инфраструктуры для активного отдыха, использование цифровых медиа и социальных сетей, персонализация услуг и создание атмосферы гостеприимства – все эти меры способствуют формированию положительного образа Казахстана как уникального и привлекательного туристского направления.

Важно понимать, что успешное развитие туризма в стране требует комплексного подхода и согласованной работы всех заинтересованных сторон, включая правительственные органы, бизнес-сообщество, местные жители и туристские операторы. Только совместными усилиями можно создать условия для роста туристской отрасли и удовлетворения запросов современных путешественников, искренне желающих получить незабываемые впечатления от посещения Казахстана.

Литература

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения 12.02.2024 г.)

2. Kaur G., Kaur C. [COVID-19 and the Rise of the New Experience Economy](#) // FIIB Business Review. – 2020. – № 4. – p. 239-248. – doi: 10.1177/2319714520958575.

3. Лебедева С.А. Экономика впечатлений и туризм: постковидная перезагрузка в контексте социально-экономической безопасности страны // Экономическая безопасность. – 2023. – Том 6. – № 2. – С. 729-748. – doi: [10.18334/ecsec.6.2.117661](https://doi.org/10.18334/ecsec.6.2.117661).

Шойбекова Ұ.И., Қалыбай А.Х., 2 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші - Маркетинг кафедрасының PhD қауымдастырылған профессоры Төлеуұлы А.

ҚАЗАҚСТАНДА ҰЛТТЫҚ НАҚЫШТА МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІН ДАМУ

Бүгінгі таңда мемлекетімізде қызмет көрсету саласы, оның ішінде қоғамдық тамақтандыру саласы өте жоғары қарқынмен дамып келеді. Ал бұл өз кезегінде қоғамдық тамақтану саласына сұраныстың барлығын дәлелдейді. Сұранысқа әсер ететін факторлар – ол халықтың табыс деңгейінің жоғарылауы, халықаралық интеграцияның дамуына байланысты елімізге шетел азаматтарының сапар шегіп келуі және де үй атмосферасы сыртында дем алуға деген қажеттіліктің болуы [1].

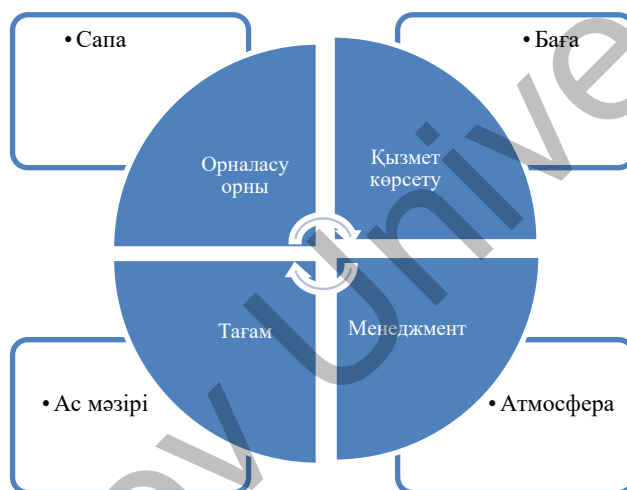
Мейрамханалық бизнес тартымды әрі перспективті: мейрамхананың орны мен әзірлейтін тағамдарын дұрыс таңдау, атмосфера және білікті ұйымдастырылған қызмет көрсету нарықты

тартуға мүмкіндік береді және жоғары пайда мен инвестицияларды қамтамасыз етеді. Мейрамханалар қоғамда маңызды роль атқарады. Мейрамханаларға «бару» маңызды элеуметтік функция болып табылады. Адамдар тек тойынуға ғана емес, сонымен қатар бір бірімен қарым-қатынас орнатуға мұқтаж.

Мейрамханалық бизнес – арнайы орны бөлінген және негізгі гигиеналық, заң шығарушылық талаптарға жауап беретін, клиентті тамақ пен сусынмен қамтамасыз ететін қызмет көрсету түрінің ұйымдастырылуы.

Мейрамхананың сәтті жұмыс істеуі көптеген факторларға байланысты. Кез келген басқа күрделі жүйе тәрізді мейрамхана да оны ұйымдастырушының ниетінен басталып, оның қызмет етуіне бақылау жасаумен аяқталады. Мейрамхананың тиімді функционалдауын қамтамасыз ету үшін келесідей факторларға назар аудару қажет: кредо, мақсаттар мен міндеттер; нарық; тұжырымдама мен профиль; орналасу орны; ас мәзірі; атмосфера; аренда соммасы; басқа шығындар.

Мейрамхана тұжырымдамасы мейрамхана орналасқан орынға және орналасу орны оның тұжырымдамасына сәйкес келуі қажет. Мейрамхананың орналасу орны оған келушілерге, яғни ұйғарымды нарыққа ұнауы керек. Әрине басқа факторлар да (тағам сапасы, ас мәзірі, қызмет көрсету, баға, атмосфера, менеджмент) өте маңызды.



Сурет 1. Тұжырымдама және нарық

Ескерту: [2] Әдебиеттер көзі негізінде автормен құрастырылған

Мейрамхана бизнесінде қызмет көрсетудің стандарттары барлығына ортақ болғанымен әр елдің экономикалық-элеуметтік жағдайына байланысты дамып отыр. Әсіресе, жылдар бойы қалыптасқан Еуропа мемлекеттеріндегі мейрамхана бизнесінің мәдениеті туристер үшін қызықты. Біздің елімізде туризм индустриясын дамыту бағытында, оның ішінде тамақтандыру саласы үшін көптеген жұмыстарды атқару керек. Салт-дәстүріміздің ерекшеліктерін айқындайтын бағыттағы мейрамханалардың саны мен сапасын арттыру еліміздің болашағы үшін маңызды.

Туризмнің дамуы үшін еліміздегі мейрамхана қызметін жетілдіруіміз керек. Қазақстан әлемге танылып, елімізге келуші туристердің саны артып келеді. Тарихи туризм ошақтары көп облыстың табиғаты әсем, шежірелі өлкелері де жетерлік. ЮНЕСКО-ның мәдени мұралар тізіміне енгізілген Қожа Ахмет Яссауи кесенесі, көне Отырар, Сауран қалашықтары, Отырар ауданындағы Арыстанбаб кесенесі, Бәйдібек ауданындағы Бәйдібек ата, Домалақ ана кесенелері мен Ақмешіт үңгірі, Түлкібас ауданының қайталанбас әсем табиғаты, Ақсу-Жабағылы, Қаратау қорықтары, Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық-табиғи паркі және тағы басқа көптеген саяхатшыларды тамсандырған мекендер. Мысалы Түркістанда 2023 жылы туризм экономикасын дамыту мақсатында туризм жобасына бөлінген инфрақұрылым көлемі 26,2 млрд. теңгені құрайды. 2023 жылғы статистикалық мәліметтерге сәйкес Түркістанға

келген туристер саны 130 503- ке жеткені анықталды, оның 129 645-і ішкі туристер болса, 858-і шет елдік қонақтар.[5]

Ұлттық мейрамханалардың ролін арттыру мақсатында, елімізде келген туристердің ұлттық салт-дәстүрімізбен, мәдениетімізбен, ұлттық ойындарымызбен және бұйымдарымызбен танысуларына жағдай жасайтын ұлттық нақыштағы мейрамханалық кешендер ашуды ұсынамын.

Мейрамхана бизнесінің дамуын ұлттық нақышта ұйымдастырудың мәні зор. Себебі, жоғарыда айтып кеткендей, қазіргі таңда біздің елімізде туристер үшін туризмнің барлық салаларында, соның ішінде туристік қызмет көрсету саласының бір тармағына жататын мейрамхана бизнесінде сапалы қызметтің қажеттілігі күннен-күнге артуда. Еліміздегі туризм индустриясын дамыту мақсатында мейрамхана қызметін, оның ішінде ұлттық мейрамханалардың деңгейін жетілдіру және ұлттық мейрамханаларды жетілдірудің мемлекеттік стандарттарын енгізу маңызды. Мейрамхана бизнесі экономиканың бір бөлігі ретінде халықты тамақтандырып қана қоймай, сонымен қатар, жаңа жұмыс орындарын құрып, халықты жұмыспен қамтиды. Бұл елімізде шағын және орта бизнестің дамуына өз үлесін қосады. Туризм индустриясын дамыту бағытында шағын және орта бизнесті жаңадандыруымыз қажет, оның ішінде, туризм саласы үшін қызмет жасайтын кәсіпорындардың (мейрамхана, ойын-сауық, экскурсия және т.б.) бизнес-жобаларын ынталандырып, қолдау көрсетілсе, еліміздің туризм индустриясы дамып, ұлттық салт-дәстүріміз әлемге танылады.

Әдебиеттер

1. Муталиева Л.М. Мейрамхана бизнесінің маркетингі: оқу құралы (орыс тілінен аударылған). – Алматы: «Экономика», 2013. – 214 б.
2. Джон Р.«Введение в гостеприимство» - Москва. «Юнити-Дана» 2012г.735 с.
3. <http://kaztv.kaztrk.kz/>
4. <http://kapital.kz/>
5. <https://aimak.com.kz/?p=47279>
6. <http://realkz.com/>

Shulyak D.R., the first year (Buketov University)

Scientific supervisor – Candidate of Economics, Associate Professor Arynova Zh.Z.

KAZAKHSTAN'S ROAD FREIGHT TRANSPORTATION INFRASTRUCTURE

The economic recovery of the Republic of Kazakhstan after the pandemic crisis and political instability have affected the dynamics of indicators in all sectors, including the service sector. The transport and logistics sector is showing growth, which is reflected in the indicators achieved in the industry in 2023. One of the factors was the unstable situation in the CIS, the military conflict (special operation), which reoriented Russian trade turnover to Asian markets, as well as the transit of cross-country trade through the territory of Kazakhstan.



Figure 1. Eurasian transport corridors