

Қонақжайлылық әлеуметтік мәселе ретінде

А. Төлеуұлы¹, А.Е. Алдабекова², Ж.О. Маханова²

¹экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы

²"Туризм" мамандығы бойынша 4 курс студенті

almas_kar@bk.ru, zhuldyzmahanova@gmail.com, a.aldabekova14@mail.ru

^{1,2} академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада қонақжайлылық мәселесін зерттеуге әлеуметтанулық көзқарастың негіздері келтірілген. Әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдардағы қонақжайлылық құбылысын қарастыру тәсілдеріне шолу жасау. Әлеуметтанудың пәндік өрісін талдауға негізделген қонақжайлылықтың әлеуметтанулық анықтамасы берілген. Талданатын құбылысқа байланысты негізгі проблемалар қарастырылады.

Кілт сөздер: қонақжайлылық, жеке қонақжайлылық, институционалды қонақжайлылық, мемлекеттік қонақжайлылық, қонақжайлылық әлеуметтануы.

Әлеуметтанудағы қонақжайлылық мәселесін зерттеудің өзектілігі түсіндірмелердің тұрақсыздығы және қазіргі қоғамдағы осы әлеуметтік құбылыстың екіұштылығына негізделеді. Ұзақ уақыт бойы қонақжайлылық жеке адамдар мен қауымдастықтар арасында байланыс орнату және қолдау тетіктерінің бірі болды. Бұл процесс әлеуметтануға қызығушылық тудыратын және осы мақалада қарастырылған бірқатар мәселелерде көрінеді.

Алдымен біз "қонақжайлылық" ұғымының этимологиясына жүгінеміз. Орыс тілінің түсіндірме сөздіктерінің авторлары келтірген "қонақжай" және "қонақжайлылық" терминдерінің мазмұнын талдау мынаны тұжырымдады қонақжайлылық - бұл "қонақтарға ақкөңіл болу, "мейірімділікпен қарсы алу, "қонақтарды қарсы алуға дайын болу, " ниет білдіру " [1]. Өз түсіндірулерінде авторлар қонақжайлылыққа адамның мінезі мен мінез-құлқының сапасы ретінде көңіл бөледі. Біздің ойымызша, мұндай түсіндіру тым тар, өйткені ол қонақжайлылықтың жан-жақты феноменін күнделікті ұғымға дейін төмендетеді.

Екінші жағынан, қызмет мәселелеріне арналған әдебиеттерде "қонақжайлылық" ұғымы "бизнес түрлерінің кең жиынтығы" ретінде қарастырылады, олардың әрқайсысы үйден тыс адамдарға қызмет көрсетумен байланысты» [2].

Гуманитарлық ғылымдағы қонақжайлылықты теориялық және практикалық зерттеуді отандық және батыс зерттеушілері келесі бағыттар бойынша жүргізеді:

1) мәдени және әдеби тәсілдер (о. Вайнштейн, с. Зенкин, с. Миллер, ж. Небуа-Момбе, М. Хайтина) көркем (әдеби) шығармалардағы қонақжайлылық көріністерін суреттеуге назар аударады;

2) саяси философияның тәсілі (М. Гай-Никодимов), оның аясында мемлекеттік қонақжайлылық қарастырылады басқа мемлекеттердің азаматтарына немесе апатридтерге, ең алдымен иммигранттарға қатысты;

3) өзгерістерді талдайтын қалалық тәсіл (А. Готтман) туризм мен қабылдау индустриясының дамуының әсерінен пайда болатын табиғи және мәдени ландшафт, сондай-ақ жергілікті халықтың осы өзгерістер мен туристерге қатынасы;

4) антропологиялық және этнографиялық тәсілдер (П.Лардиер, А. Монтандон, к. Монтандон, Е. Ярославский), олардың назарын осы құбылыспен байланысты халықтық рәсімдер мен қонақжайлылық дәстүрлерін, фольклорды зерттеуге аударады.

5) Жоғарыда аталған авторлардың жұмыстарын РМГУ (Ресей) атындағы университетпен бірлесіп өткізген "қонақжайлылықтың дәстүрлі және заманауи модельдері" Ресей-Француз конференциясы. Б. Паскаль (Франция) 2002 ж. материалдар жинағынан табуға болады [3].

Әлеуметтанулық тұрғыдан алғанда, қонақжайлылық қоғамның келесі деңгейлерінде көрінуі мүмкін (ол негізге алынды әлеуметтану пәні [3])

Біріншіден, қонақжайлылық әлеуметтік қауымдастық аясында жүзеге асырылатын өзара іс – қимыл ретінде, ондағы жеке тұлға немесе жеке адамдар тобы қабылдаушы тараптың (үй иелері) немесе келіп-кетуші тараптың (қонақтар) рөлін атқарады, қатысушылар арасындағы тұлғааралық қатынастардың сипатына, сондай - ақ осы қауымдастық аясында қабылданған қонақжайлылық нормалары мен дәстүрлеріне байланысты. Мұндай қонақжайлылық (біз оны жеке деп атаймыз) қонақтарды отбасылық, достық, тату көршілік қабылдаудан, сондай-ақ саяхатшыларға баспана беруден көрінеді. Қонақжайлылықтың бұл түрі қонақжайлылық практикасы нормативтік дискурстан

және абстрактілі рефлексияға жатпайтын концептуалды тілден ең аз делдал болған дәстүрлі қоғамдарға тән. [4].

Қонақжайлылықтың негізгі құрылымдық ерекшеліктері өзгермегенімен (үйден тыс адамдардың адами қадір-қасиетіне құрметпен қарауға дайын болу), оның контурлары қонақжайлылық пайда болатын қауымдастыққа байланысты өзгертінін ескеріңіз. Бұл Л. Тавено мен Н.Кареваның "қонақжайлылықтың керемет наны" (қоғамның ашықтығы мен жақындығын түсіндіретін түсінбеушіліктер) мақаласында баяндалған Ресей мен АҚШ-тағы қонақжайлылықтың салыстырмалы талдауының мысалын жақсы көрсетеді. Жұмыс "қазіргі қоғамдастықтардың салыстырмалы "ашықтығы" мен "жабықтығын" диагностикалауға арналған және" орыстың АҚШ-та көрсеткен қонақжайлылығының жеке жағдайына " негізделген. Ресей мен АҚШ-тағы қонақжайлылықтың дәстүрлері мен нормалары, олардың қонақтарының қабылдауы, осы мәселе бойынша батыс және отандық әлеуметтанушылардың пікірлері бойынша құнды материалдар келтірілген.

Шетелдіктің қонақжай кездесуін авторлар қауымдастық архитектурасындағы айырмашылықтарды ашу ретінде қарастырады [4]. Сонымен қатар, қазіргі қоғам қонақжайлылық табиғатының риясыз бағытын жоғалтады, оны "келісім-шарт логикасына" ауыстырады: адамдар біреудің қонақжайлылығын пайдаланып, қарызға батудан қорқады [6].

Саяхат дамыған сайын (ең алдымен қажылық) сауда байланыстары мен қонақжайлылық әлеуметтік институт ретінде қалыптасты, алдымен шіркеу ретінде ("оғаш үйлер" – хоспистер құру), кейінірек сауда (қабылдау индустриясы) ретінде. Француз атап өткендей зерттеуші А. Монтандон, " маңызды тарихи эволюция орын алды, нәтижесінде қонақжайлылық мазмұны мен формасы бойынша өзгерді. Баспаналар мен қонақ үйлердің құрылуы, ақылы қонақжайлылықтың дамуы қызығушылық танытпайтын, жеке адамның қонақжайлылығы идеясын өзгертті " [5]. Қоғам дамуының қазіргі кезеңінде әлеуметтік қонақжайлылық институты (Біз қабылдау индустриясын – коммерциялық қонақжайлылықты айтамыз) тұрақты болып табылады қызмет көрсету (Қызмет көрсету) арқылы соңғысының материалдық және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында қонақжайлылық саласындағы кәсіпорындар (қонақ үйлер, мейрамханалар және т.б.) қызметкерлерінің кәсіби қоғамдастығының қонақтардың аморфты және гетерогенді қауымдастығымен өзара іс-қимылын ұйымдастыру нысаны. Өзара іс-қимыл процесінде қызметкерлер: 1) кәсіпорын басшылығы белгілеген қонақжайлық саясатын іске асырады; 2) қажетті өкілеттіктер мен материалдық құралдар беріледі; 3) осы ұйым шеңберінде белгілі бір әлеуметтік рөлдерді орындайды.

Мемлекеттік қонақжайлылық - институционалды қонақжайлылықтың тағы бір түрі болып келеді. Бұл түрдің басты іс шараларына: жергілікті қоғамдастыққа жаңадан келген адамдарды қабылдау, бейімдеу және ықпалдастыру жөніндегі іс-әрекеттерді жатқызамыз. Мемлекеттік қонақжайлылықтың табиғаты жеке қонақжайлылықтың табиғатынан өзгеше, тіпті екеуінің де негізі адамның қадір-қасиетін қабылдауға және құрметтеуге дайын болса да жеке қонақжайлылықтағы қабылдаушы тарап-бұл жеке тұлға немесе қауымдастық, ал мемлекеттікте муниципалды және аймақтық билік, немесе тұтастай мемлекет болып келеді. Жеке қонақжайлылықтың субъектілеріне: жеке адам немесе отбасы, достар, көршілер жатады, ал мемлекеттікте адамдар қандай да бір себептермен ерікті түрде немесе мәжбүрлі түрде, тұрақты тұрғылықты жерін, өз мемлекетін тастап, анонимділікпен сипатталады, өйткені қонақтар ішінде: босқындар, туристер, дипломаттар болуы мүмкін. Жеке қонақжайлылықта қонаққа мейірімді, сыпайы қарым – қатынас болады, ал мемлекеттік - шетел азаматтарына көрсетілетін иесіздендірілген қызмет, бұл көбінесе мәжбүрлі шара болып келеді, яғни бұл мәжбүрлі қонақжайлылық деп айтуға болады.

Кесте 1

2017-2019 жылдар аралығындағы Қазақстандағы кіру туризм бойынша орналастыру орны (адам)

	2017 жыл*	2018 жыл*	2019 жыл*
Қазақстан Республикасы	891 911	830 922	979 781
Ақмола	17 235	13 747	18 501
Ақтөбе	9 900	12 251	14 437
Алмат	2 327	3 958	4 751
Атырау	55 530	67 146	74 678
Батыс Қазақстан	21 415	20 937	х
Жамбыл	2 742	3 940	4 721
Қарағанды	20 827	19 804	21 198
Қостанай	18 049	20 408	22 435

Кызылорда	3 173	3 396	x
Маңғыстау	28 726	28 720	x
Павлодар	22 341	10 570	x
Солтүстік Қазақстан	10 262	11 466	x
Түркістан	8 424	6 847	x
Шығыс Қазақстан	23 177	28 846	29 741
Нұр-Сұлтан қаласы	294 157	191 681	236 280
Алматы қаласы	353 626	365 137	435 699

* жеке кәсіпкерлерді есепке ала отырып

Ескерту: [6] әдебиет көзі негізінде автормен құрастырылды.

Туристерге қызмет көрсету бойынша және жалпы туризмнің даму деңгейі бойынша еш күмәнсіз Алматы мен Нұр-Сұлтан қалалары алдыңғы қатарлы қалалардың бірі болып саналады.

Аталып өткен қалаларда басқа аймақтармен салыстырғанда туризм инфрақұрылымы мен көрсетілетін қызмет сапасы жоғары болып келеді, сонымен қатар Астана мен Алматы қаласында туристік нысандардың бар болуы мен оның көптігі отандық туристер мен шетел туристерін қызықтырмай қоймайды. Бұл екі қала сонымен қатар Қазақстанның іскерлік орталығы ретінде танымал және онда орналасқан көптеген шетелдік компаниялар мен отандық іскерлік ұйымдардың бар болуы аталмыш қалаларда іскерлік туризмнің дамуына өз септігін тигізуде. Сондай-ақ, сол қалалардағы жоғары табысты халықтың көп бөлігі ішкі туризмнің дамуына өз үлесін қосуда.

Неміс философы И. Кант мемлекеттік қонақжайлылықтың қонақжайлылығы барысындағы шетелдіктердің құқығы туралы алғашқылардың бірі болып ойлаған. "Мәңгілік әлем туралы" трактатында ол Дүниежүзілік Азаматтық құқығы Жалпы қонақжайлылық шарттарымен шектелуі керек деп мәлімдейді.[7]

Қазіргі әлемде мемлекеттік қонақжайлылықтың екі моделі бар.

Біріншісі, мультимәдениет моделі - ұзақ уақыт бойы Еуропалық Одақ елдерінде, Ұлыбритания мен Канадада жүзеге асырылуда. Мультимәдениеттілік аясында мемлекет иммигранттарға өз өмірін сақтауға барлық жағынан көмектеседі мәдени және ұлттық бірегейлік, сонымен бірге қабылдаушы қоғамның толыққанды мүшесі болу, оларға тіпті жергілікті халықпен салыстырғанда үлкен артықшылықтар берілген:

- тілді оқыту курстары,
- ЖОО-ға және жұмысқа қабылдау кезіндегі квоталар,
- әлеуметтік қолдау.

Қазіргі уақытта бұл модель дағдарысты бастан кешуде. Өзінің жеке басын сақтай отырып, "жаңа азаматтар" оларды қоршаған қоғамға кірікпеді, жабық қауымдастықтарда өмір сүруді жалғастыруда. Көбінесе ұлттық қауымдастықтар қабылдаушы мемлекеттің мәселелерін паразит етеді. Иммигранттар арасындағы жұмыссыздықтың жоғары деңгейі және әлеуметтік жәрдемақыға тәуелді өмір, жоғары криминогендік деңгей қабылдаған билік қалыптасқан жағдайды өзгерту жөніндегі шараларға наразылықтарын көрсетеді. Мұның салдары көтеріліске айналды: 2006 және 2010 жылдары Парижде және 2011 жылы Лондонда иммигранттардың қонақжайлылықты теріс пайдалану әрекеттеріне жергілікті тұрғындардың наразылығын тудырып, ксенофобия және терроризмге әкелді.

Екіншісі, бұл ассимиляция моделі. Оның жарқын мысалы АҚШ болып табылады. Осы модель шеңберінде қоғамға қабылдау мәдени-ұлттық ерекшеліктердің орнына жаңа бірегейлік қалыптастыру шартымен жүзеге асырылады. Бұл ұлттық мәдениеттердің жоғалуына немесе батыстануына, иесізденуіне әкеліп, қонақжайлылық индустриясын қабылдау индустриясына айналдырады.

Шетелдік органдар, аймақтық құрылымдар және жалпы мемлекет деңгейінде жұмыс істейтін қонақжайлылық тәжірибесін зерттеу келесі себептерге байланысты өзекті: қонақжайлылық - ксенофобияның антагонисті-ксенофилия феномені – басқа мемлекеттердің, сондай-ақ нәсілдер мен ұлттардың өкілдеріне сақтықпен қарау. Осы ерекшеліктерді білу қабылданған субъектілердің, билік органдарының және жергілікті қоғамдастықтың өзара іс - қимыл құрылымын оңтайлы құруға мүмкіндік береді.

Әлеуметтік деңгейде қонақжайлылық белгілі бір дәрежеде мәдениеттің әмбебап құбылысы ретінде көрінеді барлық мәдениеттерде көрініс табатын, қоғам қызметінің барлық деңгейлерінде болатын, бір қоғам өкілдерінің жалпыға бірдей танылған дәстүрлер мен нормалар негізінде басқа қоғам өкілдерімен өзара іс-қимыл жасауға ашықтығынан тұратын нысан. Бірақ әмбебап, жалпыға ортақ, институционалды қонақжайлылық қоғамдық еңбектің бөлінуінің арқасында пайда болған

нақты және сараланған тәжірибенің шындығына қарсы келеді. Осылайша біз қонақжайлылықтың ішкі сәйкессіздігін әлеуметтік құбылыс ретінде көреміз.

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, әлеуметтану шеңберіндегі қонақжайлылық мәселесін зерттеу әртүрлі көзқарастармен жүргізілуі мүмкін деп қорытынды жасай аламыз. Әлеуметтік-мәдени, институционалдық және басқа да әлеуметтанулық тәсілдер қонақжайлылықтың әртүрлі қырларын көрсете алады, оның мазмұнын түсіндіреді және түсіндіреді.

Туризм саласында қонақжайлылықты зерттеу оның жаңа ішкі саласын – қонақжайлылық әлеуметтануын қалыптастыруға негіз болады және сол ғылымның пәндік өрісін кеңейтеді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Зборовский, Г.Е. Общая социология [Текст] : учебник / Г.Е. Зборовский. – М. : Гардарики, 2004. – 592 с.
2. Зенкин, С.Н. Гостеприимство: к антропологическому и литературному определению [Текст] / С.Н. Зенкин // Традиционные и современные модели гостеприимства / сост. А. Монтандон и С.Н. Зенкин. – М. : РГГУ, 2004. – С. 165 – 183.
3. Ляпина И.Ю. «Организация и технология гостиничного обслуживания» 2008.
4. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. 2012г.
5. Сорокина А.В. «Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах». М: 2006 – 304 с.
6. Қазақстан Республикасының Статистикалық агенттігі [Электрондық ресурс].- Кіру режимі: <http://stat.gov.kz/getlmg>
7. Шакина Ж.М., Глеубердинова А.Т., Шоқан Р., Усенова Д.М. Туристік бизнесті ұйымдастыру және жоспарлау. – Қарағанды: ҚарМУ, 2010. - 293 б.

Қазақстан Республикасында туризм саласын цифрландыру тенденциялары: пандемия жағдайы және болашақ мүмкіншіліктері

Д.М. Усенова¹, А.А. Агулова²

¹Маркетинг кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.

²«Туризм» мамандығы бойынша 2 курс студенті
magdina79@mail.ru, akku.agulova@bk.ru

^{1,2} Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада цифрлық экономика жағдайында туризм саласын дамытудың кейбір тенденциялары қарастырылады. Туризм индустриясы әлемдегі экономиканың ең тиімді салаларының бірі болып саналады және жыл сайын оның ел экономикасына әсері артып келеді. Экономикалық тұрғыдан туризм саласының даму болашағы, әсіресе маркетинг пен туризм саласын цифрландыру қарастырылды. Цифрлық-технологиялар пандемия кезінде туристік бизнестің дамуына үлкен әсер етті. Сол арқылы маркетингтік қызметтердің дамуына қолайлы жағдайлар жасалып, туристік индустрияны, туристік фирмаларды, агенттіктерді, сондай-ақ санаторийлерді, қонақ үйлерді дамытуға арналған әртүрлі сайттар жасалды.

Мақалада цифрлық технологияларды қолдана отырып маркетинг қызметтерін туризм саласында тиімді пайдалану туралы тақырып қозғалды.

Кілт сөздер: туризм, цифрлық экономика, маркетинг, цифрлық Қазақстан, тенденция

Цифрландыру — қоғамдық-әлеуметтік, өндірістік қатынастарды, түрлі қызмет көрсетулерді жоғары деңгейге көтеріп инновациялық дамыту, инфрақұрылымдық нысандарды жаңаша өркениет үрдісімен басқаруда, яғни халықтың әлеуметтік тұрмыс сапасын жақсартуда басты құралдардың бірі. «Цифрға» масштабты түрде көшу барысында экономиканың көптеген салалары инновациялық сипатпен өзгереді, барлық кәсіпорындар сондай-ақ орта, ірі бизнес үшін де онлайн-мүмкіндіктер мен цифрлық технологияларды қолдану мүмкіндігі туындады. Егер біз қазіргі кездегі жаңа технологияларды дұрыс қолдана білсек, көп ұзамай, шамамен 5-7 жыл ішінде технологиялық алдыңғы қатарлы мемлекеттер қатарына қосыла аламыз.

Осы орайда, 10 қаңтар 2018 жылы Қазақстан Республикасының тұңғыш Президенті Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы барысында «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы қабылданды. Осы жолдаудың басты мақсаттары: