



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
ЖАҢА
МАМАНДЫҚТАР
МЕН ҚУЗЫРЕТТЕР
АТЛАСЫ

ТУРИЗМ



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ЕҢБЕК
ЖӘНЕ ХАЛЫҚТЫ ӘЛЕУМЕТТІК ҚОРҒАУ
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



ЕҢБЕК ДАҒДЫЛАРЫН
ДАМУҒА ЖӘНЕ ЖҰМЫС
ОРЫНДАРЫН ҢЫТАЛАНДЫРУ



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
ЖАҢА
МАМАНДЫҚТАР
МЕН ҚУЗЫРЕТТЕР
АТЛАСЫ



МАЗМҰНЫ

ҚЫСҚАРТЫЛҒАН АТАУЛАР ТІЗІМІ	4
1. ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР АТЛАСЫ БОЙЫНША НАВИГАЦИЯ	8
2. ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ	18
3. ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫ САЛА САРАПШЫЛАРЫНЫҢ КӨЗҚАРАСЫМЕН	30
3.1. Сарапшылардың пікірі	32
3.2. Саланың дамуына болжам ..	44
4. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРАТЫН ТРЕНДТЕР МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАР	58
4.1. Автоматтандыру мен ақылды жүйелерді енгізу ауқымын арттыру	62
4.2. Туризм саласын цифрландыру	72
4.3. Сала ресурстарын басқару тиімділігін арттыру	83
4.4. Ұсынылатын қызметтердің экологиялылығына қойылатын талаптардың артуы	86

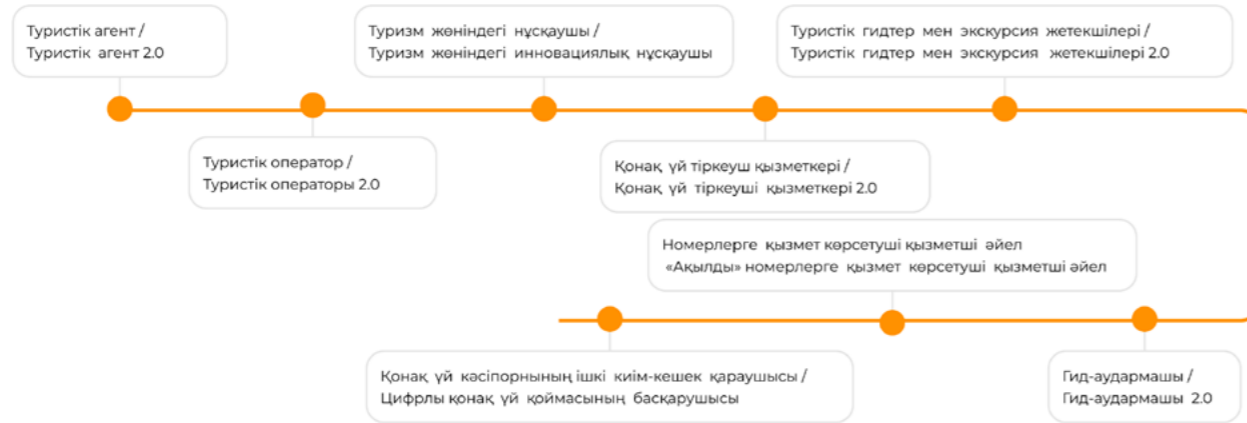
4.5. Y және Z маман буындарының сұраныстарының өзгеруі	90
4.6. Тұтынушы қалауының өзгеруі	92
5. БОЛАШАҚ АЛЫС ЕМЕС. ТУРИЗМ САЛАСЫ ҮШІН ҚАНДАЙ БОЛМАҚ?	100
6. МАНСАБЫҢЫЗ ТАБЫСТЫ БОЛУ ҮШІН ҚАНДАЙ DAҒДЫЛАР МЕН ҚҰЗЫРЕТ ҚАЖЕТ?	110
6.1. Кәсіптік құзыреттер	112
6.2. Болашақ мамандықтардың бағдар алдындағы негізгі дағдылары	116
6.3. Алдағы 10 — 15 жыл ішінде бағдарлық дағдылардың сұранысын бағалау	125
7. ҚАНДАЙ МАМАНДЫҚҚА ОҚУ ҚАЖЕТ?	134
7.1. Туризм саласының жаңа мамандықтары	138
7.2. Туризм саласының өзгермелі мамандықтары	162
7.3. Туризм саласының жоғалып бара жатқан мамандықтары	174
8. ҚАЙДА ОҚУ ҚАЖЕТ?	184
9. ҚОРЫТЫНДЫ	192
ЖОБА КОМАНДАСЫ	196



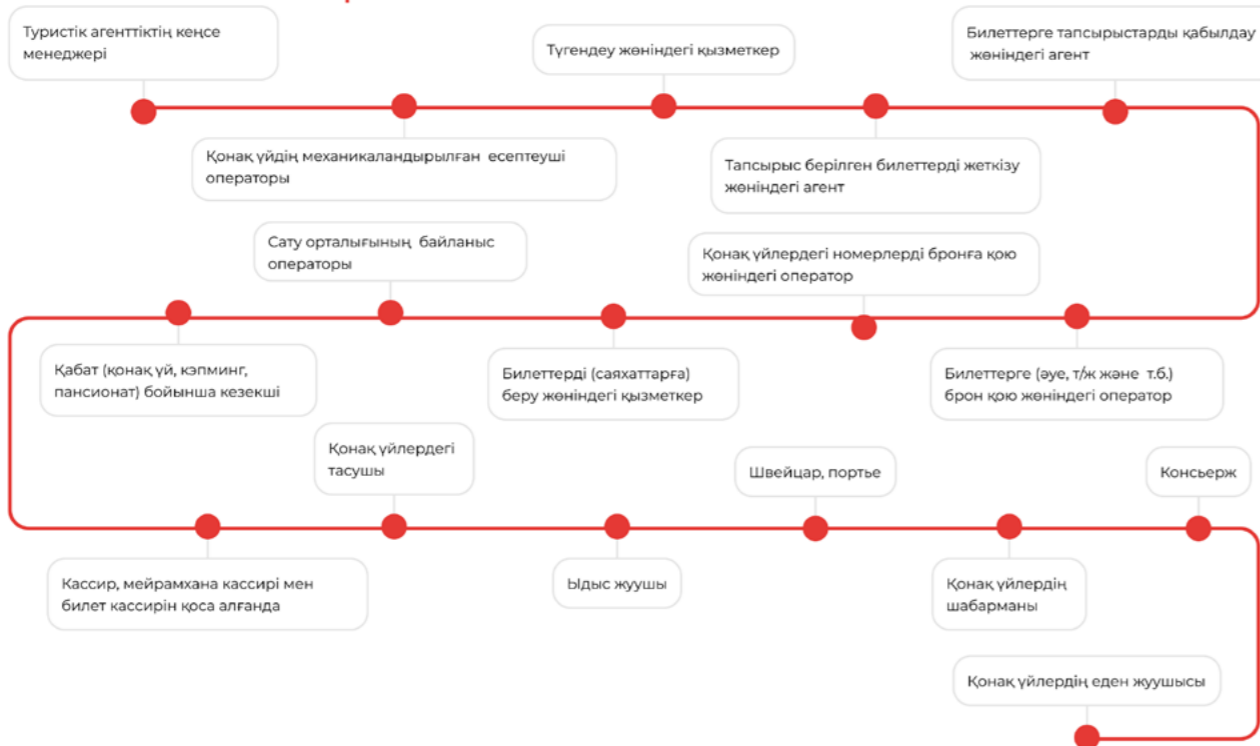
ҚЫСҚАРТЫЛҒАН АТАУЛАР ТІЗІМІ

- ▶ **3D** — ағылш. 3-dimensional (үшөлшемді).
- ▶ **AR** — ағылш. Augmented reality (толықтырылған ақиқат).
- ▶ **IoT** — ағылш. Internet of Things (заттар интернеті).
- ▶ **MICE** — ағылш. Meetings, Incentives, Conferences, Events (іскерлік туризм индустриясы).
- ▶ **UNWTO** — ағылш. United Nations World Tourism Organization (БҰҰ Бүкіләлемдік туристік ұйымы).
- ▶ **VR** — ағылш. Virtual reality (виртуалды ақиқат).
- ▶ **WTTC** — ағылш. World Travel & Tourism Council (Туризм мен саяхат жөніндегі бүкіләлемдік кеңес).
- ▶ **БЭФ** — Бүкіләлемдік экономикалық форум.
- ▶ **МТСДБ** — Мемлекеттің туристік саланы дамыту бағдарламасы.
- ▶ **ЖЗ** — Жасанды зияткерлік.
- ▶ **АТТ** — Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар.
- ▶ **АТ** — Ақпараттық технологиялар.
- ▶ **ҚТҚ** — Қазақстан туристік қауымдастығы.
- ▶ **ХТАСИ** — Халықаралық тәуелсіз аграрлық саясат институты.
- ▶ **ҚР ҰЭМ** — Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика министрлігі.
- ▶ **БҒМ** — Білім және ғылым министрлігі.
- ▶ **ХЕҰ** — Халықаралық еңбек ұйымы.
- ▶ **ҒЗТҚЖ** — Ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар.
- ▶ **ОТА** — Онлайн-травел агенттігі.
- ▶ **ҚР** — Қазақстан Республикасы.
- ▶ **РФ** — Ресей Федерациясы.
- ▶ **ТжКББ** — Техникалық және кәсіптік білім беру.
- ▶ **ТМҚ** — Тауар-материалдық құндылықтар.
- ▶ **ЖШС** — Жауапкершілігі шектеулі серіктестік.

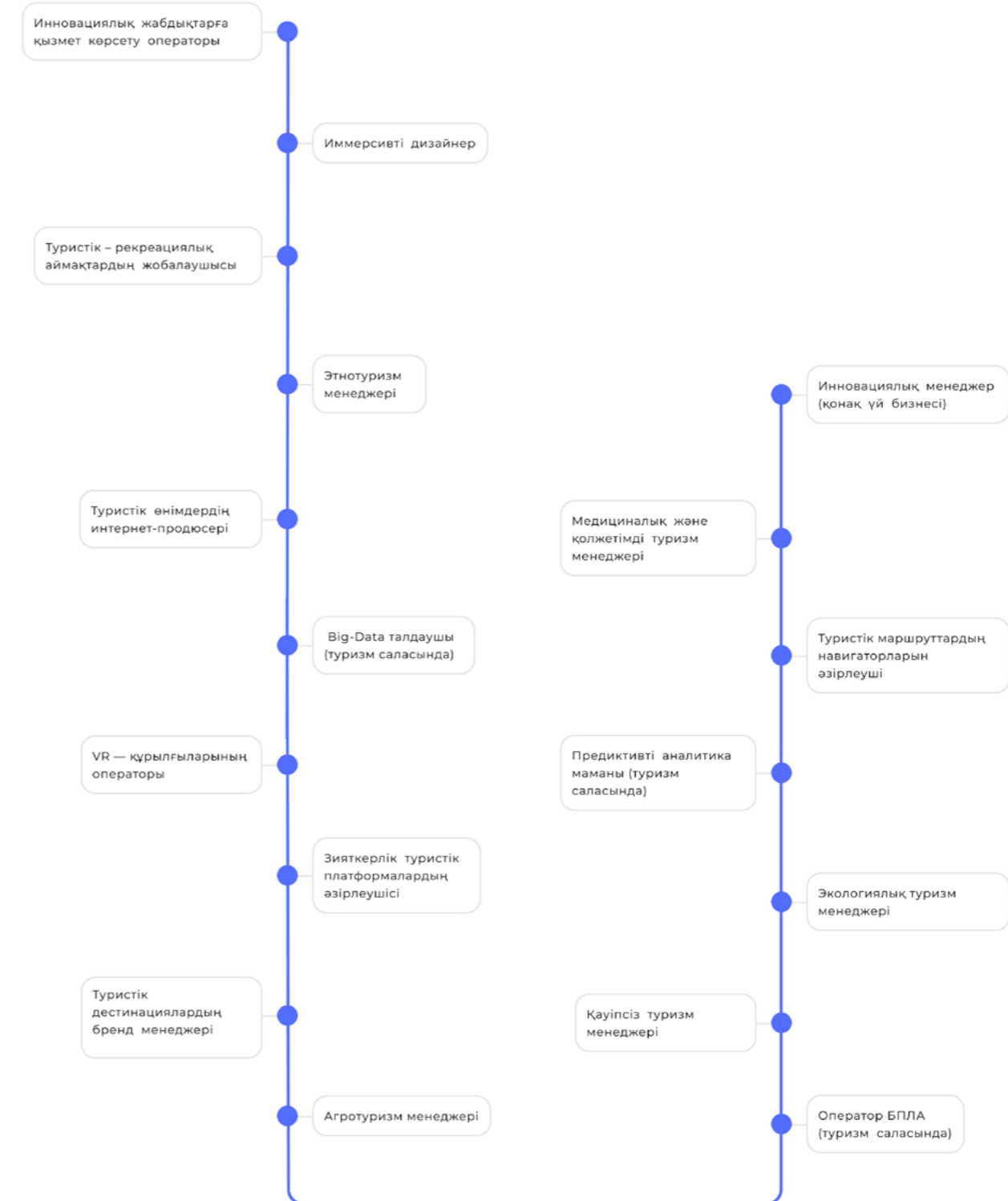
Туризм жасаудың өзгермелі мамандықтары



Туризм жасаудың жоғалып бара жатқан мамандықтары



Туризм жасаудың жаңа мамандықтары





ЖАҢА
МАМАНДЫҚТАР
АТЛАСЫ
БОЙЫНША
НАВИГАЦИЯ

1.





ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР АТЛАСЫ БОЙЫНША НАВИГАЦИЯ

Құрметті оқырмандар!

Сіздер соңғы уақытта бізді қоршаған әлемнің қаншалықты қарқынды түрде өзгеріп келе жатқанын байқаған шығарсыздар. Бұрын орындалмас арман көрінген, тіпті фантастика болған, қазіргі таңда нақты көрініс тапты. Соңғы он жылдың өзекті деген тренділері тек қалаларды ғана емес, біздің үйлерімізді, біздердің өзімізді және еңбек нарығын — біз таңдаған мамандықтарды да өзгертті.

Естеріңізге салыңыздаршы, бұрын біз өзіміз ұзақ күткен хатты почта тасушының келуімен асыға тосушы едік. Ал, қазір болса, құрлықтың басқа жеріне хат жіберу үшін бір батырманы басу жеткілікті және хат алушы оны осы мезетте алады. Кезінде сұранысқа ие болған, осы почта тасушы мамандықтар армиясы қазір қайда? Олар да сол мұржа тазалаушылар, кегельдерді қоюшылар, тасымалдаушылар жүрген жерде...

Қазіргі таңда перспективасы жоғары мамандықтардың өзі күтпеген жерде өзекті болудан қалды деген болжам бар.

Сол себепті, қажетсіз мамандықтардың армиясы толып қалмас үшін өзінің болашақ мамандығы үшін немесе жұмыс ауыстырған кезде жаңа кәсіп алу үшін ерекше көзқараспен қарау қажет.

МАМАНДЫҚТЫ ТАҢДАҒАНДА — БІЗ БОЛАШАҒЫМЫЗДЫ ТАҢДАЙМЫЗ.

Мамандық таңдау — әрқайсымыздың өміріміздегі ең күрделі сауалдардың бірі. Әрине, біздің болашақ мамандығымыз біз үшін

қаржылық әл-ауқат пен қанағат әкеліп қоймай, қоршаған ортаға да пайдасын тигізуі қажет. Және де қателеспесек дейміз — 10 жылдан соң да, 20 жылдан соң да өзекті болатын мамандық таңдауда қателеспесек дейміз.

Осы мақсатта біз, Жаңа мамандықтардың атласын әзірледік, материалдарды дайындау негіздемесіне технологиялық Фор-сайт базасында болашақты болжау әдіснамасы пайдаланылған.

ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР АТЛАСЫНЫҢ МІНДЕТІ – ӘРТҮРЛІ САЛАЛАРДАҒЫ ӨЗГЕРІСТЕР ҚАНДАЙ ТРЕНДІЛЕРДІҢ ЫҚПАЛЫМЕН БОЛАТЫНДЫҒЫН, СОНДАЙ-АҚ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНДА ҚАНДАЙ ӨЗГЕРІСТЕРГЕ БОЛЖАМ БОЛАТЫНДЫҒЫН СІЗДЕРГЕ ТҮСІНДІРУГЕ ЖӘРДЕМ БЕРУ.

Біздің Атлас қандай мамандықтар пайда болады, ал алдағы 10—15 жыл ішінде өзгерістер болатындығына немесе тіптен жойылып кететіндігін саралауға жәрдем береді. Сонымен бірге, Сіздерге болашақта мансабыңызды табысты ету үшін біршама сұранысқа ие болатын дағдылардың тізімін айқындап алуға көмектеседі.

ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР АТЛАСЫНАН СІЗ МАМАНДЫҚТАРДЫҢ ҮШ ТОБЫНЫҢ СИПАТТАМАСЫН ТАБАСЫЗ

**ЖАҢА
МАМАНДЫҚТАР**

– ресми түрде жоқ, бірақ жоғары ықтималдылық үлесімен болашақ уақытта пайда болатын мамандықтар.

**ӨЗГЕРМЕЛІ
МАМАНДЫҚТАР**

– бұл жоғары ықтималдылық үлесімен өте қатты өзгертін қолданыстағы мамандықтар мен кәсіптер.

**ЖОҒАЛЫП БАРА
ЖАТҚАН
МАМАНДЫҚТАР**

– бұл кемел болашақта жоғары ықтималдылық үлесімен сұранысқа ие болмайтын мамандықтар мен кәсіптер.

АТЛАСТЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ

ЖУРНАЛДЫҢ ТАРАУЛАРЫ БОЙЫНША БАҒДАР АЛУ ЖЕҢІЛ БОЛУ ҮШІН БІЗ БҰЛ ТАРАУЛАРДАН ҚАНДАЙ АҚПАРАТТЫ АЛАТЫНЫҢЫЗ ТУРАЛЫ СІЗДЕРГЕ ҚЫСҚАША ШОЛУ БЕРЕМІЗ.

ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ	Бұл тарауда берілетін <ul style="list-style-type: none"> ▶ туризм саласының елдің экономикасын дамытудағы роліне баға беру, ▶ саланың ағымдағы жай-күйіне және соңғы 10 жыл ішіндегі жетістіктеріне талдау.
ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫ САЛА САРАПШЫЛАРЫНЫҢ КӨЗҚАРАСЫМЕН	Сіз мұнда <ul style="list-style-type: none"> ▶ саланың жетекші сарапшыларымен жасалған сұхбаттан үзінділермен, ▶ алдағы 10—15 жылға саланы дамыту болжамдарымен. <p>танысасыз</p>
ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРАТЫН ТРЕНДТЕР МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАР	Журналдың маңызды тарауы, мұнда білуге болатын <ul style="list-style-type: none"> ▶ саланың дамуына біршама ықпал ететін жетекші тренділер, ▶ озық технологияларды енгізудің арқасында алынған нәтижелер.
БОЛАШАҚ АЛЫС ЕМЕС. ТУРИЗМ САЛАСЫ ҮШІН ҚАНДАЙ БОЛМАҚ?	<ul style="list-style-type: none"> ▶ туризм саласының болашағына көз жүгірткісі келетіндер үшін өте қызықты тарау, ▶ ең бастысы, бұл тарау осы болашақтың бір бөлігі болғысы келетін немесе болғысы келмейтіндер үшін шешім қабылдауға көмектеседі.
МАНСАБЫҢЫЗ ТАБЫСТЫ БОЛУ ҮШІН ҚАНДАЙ DAҒДЫЛАР МЕН ҚҰЗЫРЕТ ҚАЖЕТ?	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Сіз бұл жерде құзыреттің дағдыдан қалай ерекшелентіндігіне жауап аласыз; ▶ кәсібіңізде табысты болу үшін қандай дағдыларды дамыту қажет екендігін түсінесіз.
ҚАНДАЙ МАМАНДЫҚҚА ОҚУ ҚАЖЕТ?	<ul style="list-style-type: none"> ▶ жаңа, ▶ өзгермелі ▶ және жоғалып бара жатқан мамандықтар туралы толық ақпарат беретін журналдың басты тарауы.
ҚАЙДА ОҚУ ҚАЖЕТ?	Бұл тарау Сіздерге <ul style="list-style-type: none"> ▶ қандай жоғары оқу орындары туризм саласы үшін мамандар дайындайтындығын айқындауға; ▶ жаңа мамандықтар бойынша қай жерден білім алуға болатындығын білуге көмектеседі.

ӨЗГЕРМЕЛІ ЖӘНЕ ЖОҒАЛЫП БАРА ЖАТҚАН МАМАНДЫҚТАРҒА НЕ БОЛАДЫ?

МАМАНДЫҚТАР НЕЛІКТЕН ӨЗГЕРЕДІ НЕМЕСЕ ЖОҒАЛЫП КЕТЕДІ?

Бұл ғылыми-техникалық прогрестің ықпалымен болады. Жаңа технологиялар, автоматтандыру мен цифрландыру тек ауыр қол еңбегін ғана емес, сондай-ақ ой еңбегін алмастыруға қабілетті.

БҰЛ ҚАНШАЛЫҚТЫ ТЕЗ БОЛАДЫ?

Мамандықтардың өзгермелі болу процесі басталған, әрі оның ауқымы тек өсе береді. Ал, мамандықтар біртіндеп жоғала бастайды. Сол себепті, мұндай мамандық иелерінің өздерінің болашақ кәсібін айқындап алуға уақыты бар.

МҰНЫҢ НӘТИЖЕСІ ҚАНДАЙ БОЛМАҚ?

Жұмыс орындары қысқарады және қолданыстағы мамандықтарға деген талаптар артады. Таңдау жасау қажет болады: қосымша кәсіптік құзыретті меңгеру немесе жаңа мамандықтар бойынша қайтадан оқу.

ҚАЛАЙ СҰРАНЫСҚА ИЕ МАМАН БОЛЫП ҚАЛУҒА БОЛАДЫ?

Өзіңнің кәсіптік деңгейіңді үнемі арттырып отыру қажет, жаңа дағдылар мен құзыреттерді меңгеріп, сондай-ақ еңбек нарығындағы қарқынды қадағалап отыру қажет.

БҰЛ ПРОЦЕСТІҢ ҚАНДАЙ БАСЫМ АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ БАР?

Бірсарынды, сіресіп қалған жұмысқа байланысты кәсіптер жоғалып кетеді. Олардың орнына жаңа жұмыс орындары келеді, мұнда болашақтың дағдысына және құзыретіне ие мамандар сұранысқа ие болады.

БОЛАШАҚТЫҢ ҚҰЗЫРЕТІ

СІЗДЕРГЕ ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР АТЛАСЫН ҚАЛАЙ ҚОЛДАНУ ТҮСІНІКТІ БОЛУ ҮШІН БІЗ ОНЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫН ӘРБІР САЛА ҮШІН ӘМБЕБАП ҮЛГІМЕН ҚҰРДЫҚ.

ЖЕТЕКШІ ТРЕНДТЕР:

1. роботтар мен ақылды жүйелерді енгізуді кеңінен тарату;
2. цифрландыру мен ауқымды деректерді қолдану салаларын ұлғайту;
3. сала ресурстарын басқарудың тиімділігін арттыру;
4. ұсынылатын қызметтердің экологиялы болуына қойылатын талаптардың артуы;
5. жаңа буын қызметкерлеріне қойылатын талаптар мен сұраныстардың өзгеруі;
6. тұтынушылардың басым ұнатуының өзгеруі.

Барлық салалық мамандықтар Атласына болжам жасау негізінде саланың және тұтастай елдің экономикасының дамуына біршама ықпал ететін алты жетекші тренд жатыр.

МАМАНДЫҚТАРДЫ ТОПТАСТЫРУШЫ СҮЗГІЛЕР:

1. сала (тоғыз сала);
2. жаңа/өзгермелі/жоғалып бара жатқан мамандықтар;
3. тренділер;
4. дағдылар мен құзыреттер.

Атлас материалдарымен жұмыс істеу жеңіл болу үшін сүзгілерді қолдануға болады, олар мамандықты жылдам іздеп табуға және таңдауға көмектеседі.

НЕГІЗГІ БАҒДАРЛЫҚ ДАҒДЫЛАР:

1. үнемді өндіріс;
2. клиентке бағдарлану;
3. көп тілділік және көп мәдениеттілік;
4. салааралық байланыс дағдылары;
5. көркем шығармашылық дағдылары;
6. бағдарламалау /робот техникасы/ жасанды зияткерлік;
7. өзін-өзі дамыту және бейімделу;
8. жүйелі түрде ойлау;
9. процестер мен жобаларды басқару дағдысы;
10. экологиялық тұрғыдан ойлау.

Жаңа мамандықтарға сипаттама беру үшін он бағдарлық дағды қолданылады, олар ол мансапты табысты етіп құру үшін және кәсіптік құзыреттердің негізін қалыптастыру үшін қажет.



ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖАҢА МАМАНДЫҚТАР МЕН ҚҰЗЫРЕТТЕР АТЛАСЫ



Машина жасау

Әр түрлі машиналарды, технологиялық жабдықтарды және олардың бөлшектерін жобалау, өндіру, қызмет көрсету, қадеге жаратуды жүзеге асыратын экономика саласы



Ауыл шаруашылығы

Азық-түлік (тағам өнімдерін) және бірқатар өнеркәсіп салаларына арналған шикізаттарды өндіру, сақтау және қайта өңдеуге бағытталған экономика саласы



АТ

Техникалық құралдардың көмегімен пайдалы ақпаратты іздеу, жинау, сақтау, өңдеу, беру және ұсынуға бағытталған экономика саласы



ТМК

Шикізатты өндіруден бастап дайын өнім — қара және түсті металдар мен олардың қорытпаларын шығаруға дейінгі өндірістік процесс сатылары мен өзара байланысты салалардың жиынтығы



Энергетика

Барлық түрлі ресурстарды генерациялау, түрлендіру, тарату және пайдаланумен айналысатын экономика саласы



Мұнай-газ

Пайдалы табиғи қазбалар — мұнай және ілеспе мұнай өнімдерін өндіру, қайта өңдеу, жинау және сатумен айналысатын экономика саласы



Көлік және логистика

Жолаушыларды тасымалдауды жүзеге асыратын экономика саласы, сондай-ақ оңтайландыру мақсатында басқару жүйесі



Туризм

Басқа мемлекеттерге шығуды (саяхаттауды) немесе тұрғылықты мекенінен ерекшеленетін елді мекендерге өмір сүру салтымен, гастрономиясымен, табиғатымен және т. б. таныстыру үшін ұйымдастырылу жүзеге асырылатын экономика саласы



Құрылыс

Ғимараттарды, құрылыстарды, үймереттерді жобалауды, салуды (тұрғызу) жүзеге асыратын, сондай-ақ оларға күрделі және алымдағы жөндеу жүргізетін экономика саласы





ҚАЗАҚСТАН
ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ
ТУРИЗМ

2.





ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ

Туризм Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуының өзгеше шапшаңдатқышы болатын басым салаларының қатарына жатады. Туризм өзінің инфрақұрылымымен байланысты дамуына арналған қуатты мультипликативті әсеріне ие. Бүкіләлемдік туристік ұйымның (БТҰ) деректері бойынша қазіргі таңда туризм әлемдік экономиканың табысы жоғары және біршама тұрақты түрде дамыған салаларының бірі болып табылады.

ЖОО БІТІРУШІЛЕРІ МЫНА БАҒЫТТАР БОЙЫНШ

394

«Мейрамхана және
қонақ үй бизнесі»
мамандығы бойынша

227

Туризм»
мамандығы
бойынша

ТЖӘНЕКБ БІТІРУШІЛЕРІ МЫНА БАҒЫТТАР БОЙЫНША

911

«Қонақ үй шаруашылығын
ұйымдастыру және қызмет
көрсету» мамандығы бойынша

797

«Туризм»
мамандығы
бойынша

ЖҰМЫСКЕРЛЕРІНІҢ САНЫ ЖӘНЕ ЖАЛАҚЫСЫ

ТУРИСТІК АГЕНТТІК ЖӘНЕ
ОПЕРАТОРЛАР

7,4



мың адам

ОРТАША АЙЛЫҚ
ЖАЛАҚЫ
95 МЫҢ ТЕҢГЕ

УАҚЫТША ТҮРУ БОЙЫНША
ОРЫНДАР

29,2



мың адам

ОРТАША АЙЛЫҚ
ЖАЛАҚЫ
124 МЫҢ ТЕҢГЕ

ШИПАЖАЙЛЫҚ-КУРОРТТЫҚ
ҰЙЫМДАР

8,0



мың адам

ОРТАША АЙЛЫҚ
ЖАЛАҚЫ
90,7 МЫҢ ТЕҢГЕ

КЕЛУШІЛЕР САНЫ

10,7



млн адам

КӨШПЕЛІ ТУРИЗМ БОЙЫНША

8,8



млн адам

КӨШПЕЛІ ТУРИЗМ БОЙЫНША

5,9



млн адам

ІШКІ ТУРИЗМ БОЙЫНША

БІРЛІКТІ ОРНАЛАСТЫРУ ОРЫНДАРЫНЫҢ 3 592 САНЫ

5-жұлдызды

24 бірліктер

4-жұлдызды

71 бірліктер

3-жұлдызды

85 бірліктер

2-жұлдызды

15 бірліктер

1-жұлдызды

10 бірліктер

Санатсыз

1 890 бірліктер

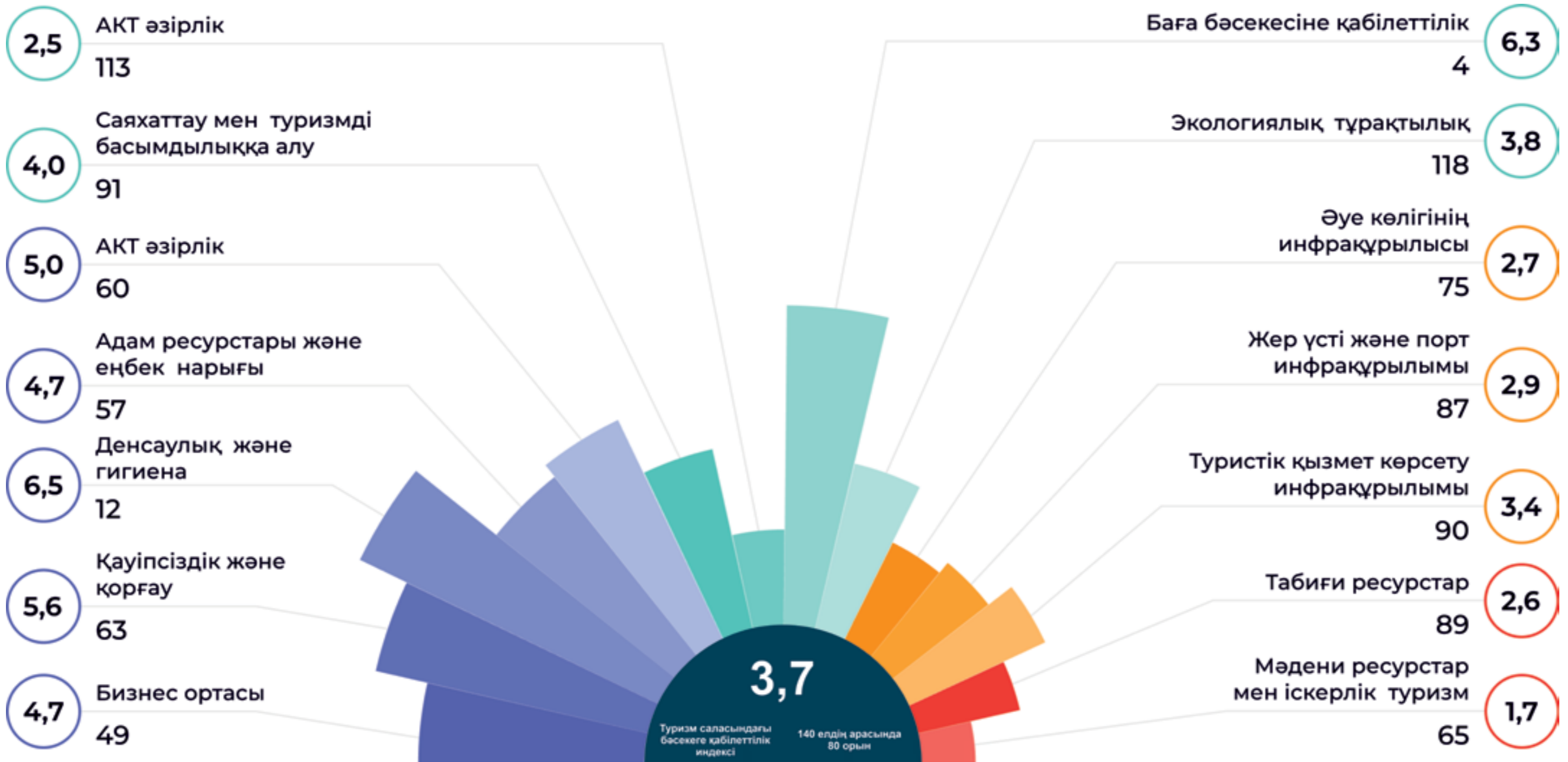
Өзге де орналастыру орындары

1 497 бірліктер

КЕЛУШІЛЕРГЕ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ

- орналастыру орындарымен – 6,3 млн.адам
- шипажай аумағымен – 1,2 млн.адам
- мұражайлармен – 6,8 млн.адам

**ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ
БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІ ӘЛЕМДІК ИНДЕКСТЕ.¹**



¹ Бүкіләлемдік экономикалық форум, Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі, 2019 жыл. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

БҮКІЛ ӘЛЕМДІК МҰРА ТІЗІМІНЕ ЕНГІЗІЛГЕН ҚАЗАҚСТАННЫҢ НЫСАНДАРЫ

МӘДЕНИ НЫСАНДАРЫ:

- ▶ Қожа Ахмет Яссауи кесенесі.
- ▶ Тамғалы шатқалындағы петроглифтері.
- ▶ Жібек жолы: Тянь-Шань дәлізінің маршруттық желісі.

ТАБИҒИ НЫСАНДАРЫ (ТРАНСШЕКАРАЛЫҚ МЕНШІК)

- ▶ Сарыарқа — Солтүстік Қазақстанның жазық даласы және көлдері.
- ▶ Батыс Тянь-Шань.

БАСЫМ ДЕСТИНАЦИЯЛАР, ОНЫҢ БЕЛСЕНДІ ДАМУЫ ҚР ТУРИСТІК САЛАСЫН 2019-2025 ЖЫЛДАРҒА АРНАЛҒАН МЕМЛЕКЕТТІК БАҒДАРЛАМАСЫ БЕКІТІЛГЕН:

- ▶ Алматы аймағының тау кластері — жылына 2,5 млн турист басымдылығымен.
- ▶ Алакөл көлі — жылына 2,5 млн турист басымдылығымен.
- ▶ Щучинск-Бурабай шипажай аймағы — жылына 2 млн турист басымдылығымен.
- ▶ Түркістанның тарихи-мәдени туризмін дамыту — жылына 1,5 млн турист басымдылығымен.
- ▶ Нұр-Сұлтан қаласында MICE туризмін дамыту — жылына 1 млн адам басымдылығымен.
- ▶ Маңғыстау жағажай туризмін дамыту — жылына 750 мың турист басымдылығымен.
- ▶ Баянауыл курорттық аймағы — жылына 450 мың турист басымдылығымен.
- ▶ Имантау-Шалқар курорттық аймағы — жылына 400 мың турист басымдылығымен.
- ▶ Балқаш көлі — жылына 400 мың турист басымдылығымен.
- ▶ «Байқоңыр» туристік аймағын ойынсауық туристік хаб ретінде дамыту — жылына 250-ден 500 мың туристке дейін әлеуеті бар.

Туризм — әлемдік экономиканың ең тұрақты түрде дамыған салаларының бірі. Қазақстанның туристік дестинациялары әлемдік туризм нарығында кеңінен танылмаған болса да, алайда қайталанбаған табиғи қорлары мен мәдени-тарихи мұра нысандарына ие бола отырып, біздің мемлекет әлемдік туризмде абыройлы орын алатын орасан басымдылыққа ие.

ЮНЕСКО Бүкіләлемдік мұраларының 1121 нысанынан бесеуі Қазақстанға жатады, оның ішінде үшеуі мәдени мұра, ал екеуі — табиғи мұра нысандары болып табылады.²

Бірақ туризм — бұл тек ғана тарихи ескерткіштер мен әдемі орындар ғана емес, бұл инфрақұрылымды дамыту, жоғары деңгейлі сервис, саяхат кезінде туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету және тағы да басқалар.

Қазақстанда туризм әзірше жоғары табысты салаға жатпайды және тартымды инфрақұрылымды бағыт болып табылмайды. ІЖӨ құрылымында туризм саласының қызметтері бар болғаны 1,8% ғана алады. Бұған қарамастан, қазіргі таңда туризм саласында жағымды өзгерістер бар. Тек соңғы жылдар ішінде туризм саласындағы әртүрлі компаниялар көрсететін қызмет көлемі 17%, көшпелі туризм бойынша келушілердің саны 14%, шетелдік азаматтардың Қазақстанға келу саяхаты бойынша шығындары 5,6% өсті. Елде туристерді орналастыру орындары мен мәдени-ойын сауықтыру

мақсатындағы нысандардың саны өсіп келе жатыр, жаңа тақырыптық көрмелер мен саябақтар пайда болып, туристік дестинациялар дамып келе жатыр.

Бүкіл әлемдік экономикалық форумның деректері бойынша 2019 жылы Қазақстан туризм саласындағы бәсекеге қабілеттілік әлемдік индексіндегі 140 мемлекеттің ішінде 80-інші орынды алып, 2017 жылмен салыстырғанда көрсеткішін 1 орынға ілгерілетті.³

Қазақстан билігі туризм саласын елдің басым салаларының қатарына қосып, оның дамуына ерекше назар аударды:

- ▶ туризмді дамытудың басты бағыттары ретінде топ-10 туристік аумақты анықтауда;
- ▶ «e-visa» электронды виза желісін ендіру жөніндегі жұмыстар жүргізілуде;
- ▶ ел аумағында туристердің қауіпсіздігін және оларға кәсіби кеңес беруді арттыру жөніндегі шаралар әзірленуде;
- ▶ қазақстандық шипажайларда демалыс уақытында демалған кезде 16 жасқа дейінгі балалардың әуеде тегін ұшуын қамтамасыз ету жөніндегі «Kids go free» бастамасы іске асырылып жатыр.

² 2019 жылы ЮНЕСКО Бүкіләлемдік мұра нысандарының тізімінде 167 елдің 1121 нысаны болған, оның ішінде 869 нысан мәдени мұра нысандарына, 213 — табиғи және 39 — аралас мұраға жатады. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://whc.unesco.org/en/list/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

³ Бүкіләлемдік экономикалық форум. Саяхат пен туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі, 2019 жыл. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

САЛАНЫҢ АҒЫМДАҒЫ ПРОБЛЕМАЛАРЫ

Туризм елдің маңызды салаларының бірі болып табылады, оның алдында ауқымды мақсаттар тұр. Бұл ретте туризм саласы түрлі көптеген компаниялармен өзара жақын байланыспен сипатталады.

Қызметтерін ұсыну процесінде бұл компаниялар өздерінің қызметінің тиімді болуына тікелей ықпалы бар бірқатар ішкі және сыртқы проблемаларға кездеседі, мұнда бұл проблемаларды уақытылы және сауатты шешпей, саланың бұдан әрі дамуы бір-

шама күрделі болмақ. Сала сарапшыларының пікірі бойынша туризм саласының дамуына біршама ықпал ететін екі проблема тобы бар: қызмет сервисі мен кадрлар.

ЕЛДЕ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫНА КӨЛІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ДАМУЫ, ҰСЫНЫЛАТЫН СЕРВИСТІҢ ТӨМЕН САПАСЫ ЖӘНЕ БІЛІКТІ КАДРЛАРДЫҢ ТАПШЫЛЫҒЫ КЕДЕРГІ БОЛАДЫ.



ТУРИСТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМНЫҢ ДАМУЫ

Туристік инфрақұрылымды дамыту туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігіне және туристік ағынның көлеміне біршама әсер етеді.

2019 жылдың соңына Қазақстанда 2095 қонақ үйі, 84 демалыс үйі, 80 шипажай, 52 туристік база, 42 кемпинг пен мотель болды.

Туристерге 250 мұражай, 154 демалыс саябағы, 101 кинотеатр, 65 театр, 36 концерттік ұйым, 18 жануарлар бағы мен 3 цирк мәдени-ойын сауық бағдарламасын ұсынады.

Бұл ретте көшпелі туризмнің 100 мың келушісіне шамамен 3 мұражай, 2 саябақ, 1 кинотеатр келсе, ал театрлар, жануарлар

бағы мен цирктер біреуден кем келеді.

Көлік инфрақұрылымына келетін болсақ, онда елдің 1000 км² аумағына 35,3 км автомобиль жолы келеді, оның ішінде тек 3,5 км қатты жол қабаты бар. Ал ауылдық немесе тау туризмнің нысандары көпшілігінде сапалы кіру жолдарымен қамтамасыз етілмеген.

2019 жылы Қазақстан туризм саласының бәсекеге қабілетті әлемдік индексіне 140 елден инфрақұрылымның жеке бағыттарын дамыту деңгейі бойынша 90 орынның 65-інші орнын алды.



Осының барлығын түсіне отырып, сала сарапшылары елдегі туристік инфрақұрылымның ағымдағы дамуына алаңдаулы, себебі бұл туристерді тарту бойынша күрделі қиындықтар мен проблемалар тудырады.



2019 жылы Қазақстан туризм саласындағы бәсекеге қабілетті әлемдік индекстің еңбек нарығындағы адам ресурстарын дамыту деңгейі бойынша 140 елдің ішінен 57-інші орынды алды.

сынан алшақ болуына алаңдаулы.

Сонымен бірге, 2019/2020 оқу жылының барлық мамандықтағы колледж бітірушілерінің ішінен тек 71% біліктілік разрядын алып, ал 61% оқудан кейін бірден жұмыспен қамтылып, 12% ЖОО мен колледждерде оқуын жалғастырып, 27% бітірушілер алған білімдерін жеке өздері іздеуде екенін атап өтеміз.

Құзыретті қызметкерлері болғанда компания бірқатар бәсекеге қабілетті артықшылықтар қатарына ие болады, олар бизнесті тиімді түрде жүргізуге және оның табыс табуына ықпал етеді. Сонымен бірге, сарапшылар кадрлардың біліктілік деңгейінің төмендеуіне де алаңдаулы.

Мұндай себептердің бірі деп - мамандардың жоғары деңгейде дайындық деңгейінде жеткіліксіз болмауына және орташа кәсіптік білім беру мекемелерінің саланың нақты қажеттіліктерінен оларды дайындау бағдарлама-

Демек, колледж бітірушілерінің төрттен бір бөлігінен артығы мамандықтары бойынша жұмыс таба алады, егер де олар алған мамандық еңбек нарығында сұранысқа ие болып, ал олардың кәсіптік дайындық деңгейі жұмыс берушілердің талаптарына сәйкес келетін болса.

1-диаграмма
Қазақстанда туризм саласының ағымдағы дамуының 10 топ проблемасы, оның дамуына біршама ықпал етеді



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

КЫЗМЕТТЕР СЕРВИСИ

Туристік қызметтер ұсынатын сервистің төмен сапасы сарапшылардың пікірі бойынша, саланың маңыздылығы жағынан екінші проблемасы болып табылады. Тіптен, халықаралық талаптардың барлығына сай келетін дамыған туристік инфрақұрылым болса да, бір кезеңдегі қызметтің төмен сапасы жалпы алғанда туризм саласының қызметін теріс бағалауға әкеледі. Сондықтан да,

туристік дестинацияның маркетингтік жылжытудан бастап туристердің талабы бойынша жеке қызмет көрсетуге дейін саладағы қызмет сапасын арттыру мәселелерін кешенді түрде шешу қажет. Сала сарапшылары ең алдымен, қызмет сервисінің сапасы сала персоналының кәсіптік даярлығына байланысты деген пікірде.

КАДРЛАР

Қазіргі сәтте сарапшылардың пікірі бойынша, туристік сала дәл осы білікті кадрлардың тапшылығын сезініп отыр.

Сарапшылар туристік дестинацияларды, көлік және мәдени инфрақұрылым нысандарын, қоршаған ортаны қорғау нысандарын дамыту мәселелерімен айналысуға, клиенттерге көрсетілетін қызметтердің түрлерін ұлғайту және туристерді тарту өте

маңызды деп атап өтеді. Бірақ, бұл ретте туризм индустриясы кімдерсіз - компаниялардың қызметкерлерісіз жұмыс істей алмайтынығын ескере кеткен жөн. Қызмет көрсетуші персонал туризм саласының визитка картасы болып табылады. Сол себепті, персоналды іріктеп алу, даярлау және оларды тиімді басқару сала компанияларының маңызды міндеттерінің қатарына жатады.



ТУРИЗМ
САЛАСЫНЫҢ
БОЛАШАҒЫ
САРАПШЫЛАРДЫҢ
КӨЗҚАРАСЫМЕН

3.



3.1. САРАПШЫЛАРДЫҢ ПІКІРІ



**ШАЙКЕНОВА
РАШИДА
РАШИДОВНА**

«Қазақстанның туристік қауымдастығы» ЗТБ директоры

Туризм — көп векторлы сала, біздерге көптеген салалардың тікелей және қосымша қатысы бар. Біздің қауымдастық Қазақстанның көптеген өңірлерінің қатысушыларын біріктіреді, біз қауымдастық мүшелерінің мүддесін алға қоямыз, Қазақстан аумағында экотуризмді дамытумен айналысамыз, біздің қолдауымызбен 150 қонақ үй құрылды.

Туризмде негізгі проблема — бұл кадр мәселесі. Біздің қауымдастық ЖОО және Т және КБ тығыз байланыста жұмыс істейді, ең алдымен педагогтарды дайындаймыз, біздің педагогтар нарықтағы болып жатқан өзгерістер жайлы білетіндей барлық жағдайларды жасап жатырмыз.

Бұдан басқа, біз шетелдік тілшілер үшін, шетелдік туристік операторлар үшін ақпараттық турлар өткіземіз, барлық жәрмеңкелерге қатысамыз, егер біз өзіміз жайлы айтпасақ, біз туралы ешкім айтпайды.

Өткен 10—15 жыл ішінде саладағы өзгерістер біршама маңызды болды. Қазақстандық туристік нарықтың қатысушылары тек табиғатпен ғана пайда табу көп нәтиже бермейтіндігін түсіне бастады. Осы 2—3 жыл бұрынғы уақытты мен турист нарығының қайта жүктелу кезеңі деп атар едім.

Біздің елдің айналасындағы табысқа жеткен көршілердің ішінен бәсекеге қабілетті орта біздің өкшемізді басып жақын тұр, олар біздің клиенттерімізді баурап әкетіп жатыр, себебі біршама қызықты туристік өнімдерді ұсыну мүмкіндіктеріне ие. Бұл кезеңді біз «өзінің қайнар көзіне қайту» деп атаған қайта жүктелу кезеңі деп атадық, себебі «табиғатты» мәдениетімізбен, тарихымызбен



бірге көрсете білуіміз керек. Туристер үшін біздің көшпенді мәдениетіміз, түркілік өркениетіміз өте қызықты. Сол себепті, біз нарық қатысушылары үшін мәдениет тарихын терең зерделеу жөніндегі вебинарлар мен семинарлар сериясын өткізіп, осы мазмұндағы өзіміздің мәдениетімізбен жүру бағыттарын толтырып, жүргізетін жұмыстарды жүргіздік.

Туристік бизнесті цифрландыруға көшіру қажеттілігі туралы ұғым да туындап отыр, ол маңызды тренділердің бірі болып табылады және біздің нарықтың қатысушыларына өз клиенттік базасын ұлғайтып, жақсы табыс табуға мүмкіндік береді. Біз, тек туризм — бірінші кезекте экономика екендігін, кәсіпкерлік дағдыларды қалыптастыру, студенттерді экономикалық қырынан үйрету, қаржы құралдарын меңгерту, нарықта күнкөріс және осы нарықта бәсекеге қабілетті болу қажеттілігін енді түсіне бастадық.

Қазіргі таңда туристік ұйымның менеджері — бұл окрестр адамы, ол бірнеше бағдарламаны игеріп, әлемнің қалаған нүктесіне кез-келген турды қалыптастырып, әдемі жылтыр орауымен өзінің клиентіне сата алады, Және де, біздің кадрлар мұндай жұмысқа дайын болмаса, жаңа технологияларды игермесе, онда біз персоналды жоғалтып аламыз.

Технологиялардың дамуымен, әрине персонал қысқартылды, себебі интернет ғаламында адамдар билеттерді өздері бронға қояды. Бірақ, гидтар мәңгілікке қалады, себебі тірідей қатынасты ештеңе алмастыра алмайды. Менеджердің жұмысы жаңа мазмұнда толығысады, ол бір оркестр адам болады және технологиялық менеджерге өзгереді.

Кез-келген туризм толыққанды туристік өнім болса, турдың барлық элементтері жоғары деңгейлі сапада: елге келу, тиісті отель базасы, рұқсат алу процедурасы жеңіл, тур нысанының өзінің қолжетімділігі мен дайындығы, көлік мүмкіндіктері, навигация ыңғайлылығы және өзге де элементтері болса тартымды деп саналады.

Туризмде ұсақ-түйектер болмайды. Көрнекі жерлердің өзі ғана дайын туристік өнім бола алмайды.

ТУРИЗМ — БҰЛ МЕМЛЕКЕТТІҢ ЖӘНЕ ТУРИСТІК ҚАУЫМДАСТЫҚТАРДЫҢ КҮШІМЕН ТУРИСТІК ӨНІМ ЖАСАЙТЫН БЕЛГІЛІ БІР ӘРЕКЕТТЕРДІҢ ЖИЫНТЫҒЫ.

Мұндай туристік өнім бізде әлі қалыптасқан жоқ, ол қалыптасу, зерделеу, көбінесе сипаттау сатысында ғана тұр. Бұл ретте біз біріншіден, кеш қалдық, себебі туризм көптеген елдерде 19 ғасырдың өзінде белсенді құбылыс ретінде қалыптастып, әлі де бірізділікпен дамып келе жатыр.

Қалыптасқан нарық жағдайында туризмді дамытуды бастағанда бізге туристердің бағдарын қайта бағдарлауымыз қажет. Бұл үшін бізге тұтастай тұжырымдама қажет, біз ағынды өзіміздің жағымызға бұра алатындай не істейміз.

БАСҚА ЖАҒЫНАН АЛАР БОЛСАҚ, БІЗДІҢ ҚОЛЫМЫЗДА СОҢҒЫ УАҚЫТТА ПАЙДА БОЛҒАН ҚҰРАЛДАР БАР, МЫСАЛҒА, АТ-ТЕХНОЛОГИЯЛАР, ЖАҢА МАРКЕТИНГ ТҮРЛЕРІ МЕН БІРІКТІРУ, ОЛАР ПРОЦЕСТІ ЖЫЛДАМЫРАҚ ҚОСЫП, БІЗДІҢ ТАБЫС ЖОЛЫНДАҒЫ ҮМІТІМІЗДІ БІРДЕН АРТТЫРАДЫ.

Сонымен қатар, бізде бұл процеске мемлекет қатысады, бұл күшіміздің бірнеше есе артатындығын білдіреді. Сонда да, уақыт көрсеткендей, бұл босқа және тиімді емес екендігін көрсетеді. Туризмді дамытуға қабылданған бірнеше мемлекеттік бағдарламалардың ішінен нақты біреуі де нәтиже бермеді.

Жеке меншік туристік өнімдерді қалыптастыруды жеделдету үшін мемлекет қолдауының нақты құрал-саймандары қажет: инфрақұрылымды жайландыратындар үшін салық жеңілдіктері, инвестицияларды тартудың қаржылық жүйесі, туристік операторлардың шығындарын қайтару жүйесі. Мұндай құрал-саймандар қажет, бірақ олар біршама кешігуде.

ЭКСПО — 2017 көрмесі біздің үкіметімізге рұқсат құжаттарын ырықтандыру үшін жағдай жасау қажеттілігін түсінуге мүмкіндік береді. Бірақ уақыт көрсеткендей бұл Қазақстанға келу үшін негізгі ынта болмады. ЭКСПО дайын туристік өнім болды, бірақ іс-шара өткеннен кейін туристердің саны қысқарды.

КӨШПЕЛІ ТУРИЗММЕН БҰРЫННАН ТАБЫСТЫ ТҮРДЕ АЙНАЛЫСАТЫН БІРҚАТАР ТУРИСТІК ОПЕРАТОРЛАР БАР, БІРАҚ ЖАЛПЫ АЛҒАНДА ПРОБЛЕМА ШЕШІМІН ТАППАДЫ.

БІЗДІҢ ТУРИСТІК ӨНІМДЕРІМІЗ НАШАР ОРАЛҒАН, БІЗДІҢ ҚЫЗМЕТТЕРІМІЗДІҢ ТҰТЫНУШЫЛАРЫ КІМДЕР ЖӘНЕ ӘРИНЕ, БІЗГЕ ҚАНДАЙ ҚЫЗМЕТТЕР ҰСЫНЫЛЫП ЖАТҚАНДЫҒЫ ЖАЙЛЫ БІЛЕ БЕРМЕЙМІЗ.

Егер туризмді дамытудағы негізгі проблемалар жайлы айтар болсақ, біздің заманауи бағытты

қабылдау туралы теріс пікіріміз туралы айту қажет: тиісті кадрлар жоқ. Бізде кадрларды дайындаудың барлығы гид-экскурсоводтарды даярлау және қайта даярлау курстарына шоғырланған. Олардың мағынасына ғана назар аудармай, басқа мәселе туралы сөз қозғау қажеттілігі жайлы айтамыз.

Туристік өнімдердің ұйымдастырушыларын, туризм саласындағы талдаушы мамандарды, арнайы маркетингтарды, қаржыгерлерді, туристік дестинациялардың басқарушыларын, АТ-мамандарын, бағдарламалаушыларды, зерттеуші ғалымдарды даярлауға дұрыс қарау қажет.

Басқа елдердің ұқсас қызметтерімен бәсекелесе білу керек, осы қызметтерді біршама сапалы, әрі кәсіптік деңгейде ұсыну қажет.

Қазіргі таңда басқа кәсіп түрлерімен айналысу қолынан келмеген, қалған принциппен жұмыс істейтін адамдар туризммен айналысуда. Бұл туризм саласында дұрыс саясатты жүргізуге мүмкіндік бермейді. Жаңа ғана пайда болып келе жатқан заманауи отельдер персоналдың біліктілігіне талаптар қояды.

Туризмді және туристік өнімдерді білетін мамандар сияқты, АТ мамандары да қажет. Және де, туризм бойынша менеджерлер екінші орынға кетеді, клиент өзі үйде, не болмаса жұмыста отырып турды өзі таңдап алады, бірақ ол туристік қызметтерді сату кеңсесімен виртуалды байланысты қолдау мүмкіндігі болу керек.



**РЕЙ
ИННА
ЮРЬЕВНА**

«Туристік Қамқор» корпоративтік қорының төрайымы, «Саят» туристік компаниясының негізін қалаушы және иесі



БЕКБОЕВА ЕЛЕНА ТИМУРОВНА

«Жетісу» туристік компаниясының директоры, онлайн-туризм мектебінің негізін қалаушы

Елена Тимуровна, Қазақстандағы туризм саласының ағымдағы дамуына қандай баға бересіз? Сіздің пікіріңізше, соңғы 5 жыл ішіндегі қандай маңызды оқиғалар саланың дамуына ең көп ықпал етті?

Туризм, Қазақстанда индустрия ретінде енді тәй-тәйлап жүре бастады (ал егер ауқымды істермен салыстыратын болсақ, онда біз сәбилік шақтамыз). Көшпелі туризм саласына әсер ететін оқиғалардың қатарына (ал өзімнің мамандануыма қатысты айтамын) соңғы 5 жыл ішінде мен:

- ▶ бірқатар туристік операторлардың банкротқа ұшырауын (Culnar Tour, Travelsystem, Natalie Tour);
- ▶ Ресей Федерациясынан және Түркиядан ірі туристік операторлардың нарыққа келуін (Pegas Turistik, AnexTour, Pac Group);
- ▶ коронавирустық инфекциядан шыққан пандемия, және халықаралық сияқты, елдің өңірлері арасындағы шекаралардың жабылуын жатқызар едім.

Қазіргі таңда әлемде туризм саласының дамуы қандай тренділердің ықпалымен өтіп жатыр деп санайсыз? Қандай тренділер жуырдағы 10—15 жыл ішінде Қазақстандағы туризм саласының дамуына біршама ықпал ететін болады?

Әрине, туризмді дамытудың басты векторы технологиялармен байланысты. Және біз осы фактіні өзіміздің пайдамызға қабылдап, пайдалануымыз қажет, не болмаса барлығына қанағат ету қажет. Егер нақты тренділер жайлы айтар болсақ, менің көзқарасым бойынша келесіні атап өту керек:

- ▶ Стандартты бағыттар (Түр-



кия, Египет, Тайланд) бойынша пакеттік турларды сатуды максималды түрде автоматтандыру. Яғни, турист агенттіктің/оператордың немесе басқа сервистің сайтында турды дербес іріктей алады, оған онлайн төлем жасайды және почтасына / мессенджеріне құжаттарды қабылдайды.

- ▶ Бірінші трендке қарама-қарсы, менің пікірімше, тревел-кеңесшілер тур сатушылары ретінде емес, мемлекеттер жайлы бағалы ақпарат иегерлері, орналасу орны, көрнекі жерлері мен маршруттары жайлы иегерлер ретінде болады, және ең бастысы, осы ақпаратпен туристің сұраныстары мен қажеттіліктеріне сай жұмыс істей алады.
- ▶ Сонымен бірге, саяхаттар мен туризм «жиынтығындағы» нұсқалықтың өсуі. Қазір біз заңнамамен және

технологиялардың жеткіліксіздігімен шектелгенбіз, сол себепті көптеген қызметтерді email бойынша бронға қойып, есеп айырысуды қолмен жасайды. Менің ойымша, жақын болашақта стандартты емес турларды онлайн жылдам және ыңғайлы түрде жинау мүмкіндігі пайда болады.

Елена Тимуровна, Сіздің пікіріңізше, қандай технологиялар жақын уақытта саланың дамуына қандай дәрежеде әсер етеді?

Мұны технология деп атауға сенімді емеспін, сонда да, мен атап өткендей осы тренділердің дамуына кедергі келтіретін — интернет-эквайрингін орнату күрделілігі мен қымбаттылығында. Және бұл қызмет арзан болғанда және орнату, пайдалану жағынан оңай болғанда сатуды автоматтандыру бірден айтарлықтай көбейеді.

Туризмде динамикалық пакеттендеру деген ұғым бар: бұл жүйе тіптен кез-келген жиі ұшудан және кез-келген орналасу орнынан турды таңдап алады. Қазір бұл технология өте әлсіз, оның толыққанды жұмыс істеуі үшін өте үлкен қуатты және біз дайын емес жүйелермен бірігуді қажет етеді. Бірақ, уақыт өте келе, ол толыққанды іске асып, агенттерге де, туристерге де біршама жеңілдік әкеледі, мен айтып өткен нұсқалық жағдайын береді.

Үшіншіден, менің жеке арманыма қатысты - турларды іздеу процедурасын максималды түрде жеңілді етеді. Мысалы, дауыспен басқару мен нәтижелерді егжей-тегжейлі сүзгіден өткізу мүмкіндігі (бұл да дауыстың көмегімен), қазіргі кезде менің және турларды және орналасу орындарын іздеумен айналысатын менің әріптестерімнің механикалық әрекеттерге көп уақыты кетеді.

10—15 жылдан кейінгі туризм саласын Сіз қалай көресіз?

Барлығы екі негізгі фактор: заңнамаларды өзгерту мен эпидемиологиялық жағдайға байланысты болады. Жағдай жақсарған кезде мен атап өткен тренділер мен технологиялардың дамуға деген үміті бар, және бұл шындықтан жоғары. Тек, бұл біздегі қазір бар, қиын шектеулер болмағанда мүмкін.

Сіздің компанияңыз бен жалпы саланы алғанда қандай мамандардың жоқтығы саланың дамуына біршама кедергі келтіреді деп ойлайсыз? Осындай мамандардың жоқтығы немен байланысты?

Негізінде, туризм индустриясы, иә, жалпы бизнес үшін ең алдымен, мүдделі және еліккен

мамандар жетіпейді. Бұл ретте олардың мамандануы мен лауазымы ешбір рольді алмайды: жеткілікті дәрежеде мүдделі болғанда және іштей ынталандырылғанда кез-келген ерекшелікті және аралас салаларды олардың даму шамасына қарай игеруге болады. Және мен үшін қандай да бір білім жеткіліксіз болса, онда мен осы қажеттіліктерді қанағаттандыра алатын маман боламын. Және де, басқа адамдарды мүмкіндігінше оқытамын.

Егер болашақ туралы айтар болсақ, онда қандай жаңа мамандықтар жақындағы 10—15 жыл ішінде туризм саласында пайда болады, ал қандай мамандықтар өздерінің өзектілігін жоғалтады немесе өзгертін болады? Қызметкерлердің қандай құзыреті біршама сұранысқа ие болады?

Мен туристік бизнес саласында екі негізгі бағыт іздеу және брондау жүйесін қолдау жөніндегі техникалық мамандар мен клиенттермен жұмыс істеу жөніндегі мамандар пайда болады деп ойлаймын (мен білетін заттар жайлы айтамын). Егер тренділер туралы мәселеге келер болсақ, онда біріншілері турларды іздеу мен брондау автоматты жүйесінің сапалы жұмысын, ал екіншілері клиенттердің қажеттіліктерімен терең айналысатын болса, арнайы мамандандырылған орындарды таңдаумен және ең дербес ұсыныстарды қалыптастырумен айналысатын болады.

Осы негізде тиісті құзырет те қажет болады: кей жерлерде техникалық процестерді түсіне білу және әкімшілік ету дағдылары, ал кей жерлерде психологиямен айналысу және бағыттар мен жергілікті елдің сипаттамасымен айналысу.



**ТИКЕНОВ
ЕРКИН
АМАНГЕЛЬДИНОВИЧ**

«Инсайд Тревел» ЖШС
директоры

Еркин Амангельдинович, Қазақстандағы туризм саласының ағымдағы дамуын қалай бағалар едіңіз? Сіздің пікіріңізше, соңғы 5 жыл ішінде қандай маңызды оқиғалар саланың дамуына біршама ықпал етті?

Ағымдағы белгісіздік кезеңі даму перспективасының жобасында бір мәнді емес. Біз тек алға қарай жылжымыз деген үміттеміз, дағдарыстың шегінен өттік деп ойлаймыз. Ағымдағы тыныштық — бұл нарықтың даму алдындағы серпеліске бұғып қалған кезеңі деп ойлаймыз.

Соңғы 5 жыл ішіндегі оқиғалардың белгісі Экспо—2017 көрмесін өткізу кезінде визалық режимді ырықтандыру мен Қазақстан туралы хабардар болуы артты, ашық аспанды ашу, «Нұрлы Жол» бағдарламасы және «Нұрлы Жол—2» жоспары бойынша жол инфрақұрылымына инвестициялар. Туризмнің бәсекеге қабілеттілігіне ықпал ететін жанама факторлар.

Қандай тренділердің ықпалымен әлемде қазіргі таңда туризм саласының дамуы болып жатыр деп ойлайсыз? Қандай тренділер жақын 10—15 жыл ішінде Қазақстанда саланың дамуына біршама ықпал етеді?

Тренділерді қарастыра отырып, оларды ауқымды ұзақ мерзімді және аймақтық орта мерзімді деп бөлу қажет.

Халықаралық тренділер ішінен соңғы жылдары және жақын он жылдық ішінде тұрақты дамуға, табиғат жүйелерің және қауымдастықтардың экологиялылығына, олардың түпнұсқалылығын сақтауға сұраныс өсіп келе жатыр.

Онлайн дистрибуция үлесі сатылым каналдарының құрылымында өсуде, клиенттердің қажеттілігі де туристік қызметтердің барлық сегменттерде қолма қол ақшасыз төлемде де өсуде. Онлайн дистрибуция стандарттары Қазақстанға келді, бірақ барлық жерде танымал емес. Автоматтандыруға арналған тренд әлемде бекітіліп, Орталық Азия нарығына белсенді түрде енуде.

Көліктегі ең ірі ойыншылар мен қонақжайлылықты бұрыннан бері Big Data жинау және талдау жүйесіне белсенді түрде инвестиция салуда. Ең ірі компанияларға әлі де деректер әлемін ашу қажет, бірақ олар қазір болжамдарды тезірек тестілеп, бәсекеге қабілетті артықшылықтарды алады.

Шартты түрде уақытша тренділерден — бұл шекаралардың жабылуы, ішкі туризмдегі фокус пен әлеуметтік қашықтыққа сұраулар, олар бизнес-модельдерді, туристік өнімдерді және жылжу каналдарын өте қатты бұзады.

Сіздің пікіріңізше, қандай технологиялар жақын уақытта саланың дамуына ықпал етеді?

Маркетинг тиімділігін, компанияның қызметтерін немесе өнім сапасын сатуды, атап айтқанда бот мессенджерлері түрінде автоматтандыру, контенттерді құру құрал-саймандары мен AR/VR көмегімен сатуды ынталандыру құрал-саймандарының ықтималдылығын алады.

Ұзақ мерзімді тренд — бұл туристік қызметтер платформасының басым болуы, атап айтқанда, онлайн-тревел-агенттіктері, әлеуметтік желілер, геосервистер мен іздеу жүйелері, туристік бизнесте

әлі де үлкен үлеске ие болуда. Біршама күшті технологиялық прогресс көп ірі ойыншылар мен стандартты қызметтер бар туризм тігінде ғана байқалады.

Ал туристік бизнесті ауқымды ету бизнестің сипатын біраз өзгертті — бұл әуе тасымалдауы және жеке дистрибуция, желілік орналастыру орындары, ірі операторлардағы динамикалық пакеттік турлар.

Еркін Амангельдинович, Сіз 10—15 жылдан кейінгі Қазақстанның туризм саласын қалай көресіз?

Қазақстанның туризм саласы 10—15 жылдан кейін болатындығын болжау қиын, ал 10 жыл бұрынғы жоспарлап қандай болғандығына қарамастан болжау қиын. Сол себепті кертартпалық болжамды ұстанған дұрыс.

Туризм үлесі экономикада маңызды болмайды, бірақ қызмет көлемі ішкі тұтыну есебінен бірнеше есеге артады, халықтың табыс көзі артып, елде және шетелде саяхаттау дағдысын бекіткен болса.

Қызметтердің әртүрлі болуы түбегейлі өзгермейді, жеткізушілердің саны артады, бәсекелестік артады және сапасы жоғарылайды. Дамыған нарықтан қалыс қалу технологиялық жағынан мүмкін, егер саланың бәсекеге қабілетті дамуын қолдау шаралары қабылданбайды.

Қазіргі кезде қандай мамандықтардың жоқтығы Сіздердің компанияларыңыз бен жалпы саланың дамуына біршама кедергі келтіреді деп ойлайсыз? Мұндай мамандардың жоқтығы немен байланысты?

Кадр мәселесі өте өткір. Жоғары білікті мамандардың жеткілікті санының болмауы жалпы компаниялар мен саланың дамуын тежейді. Қызметкерлердің аштығы маржаның төмендігі мен қонақтардың аздығына байланысты жалақының төмендігімен байланысты.

Жалпы, компанияларға саланың ерекшелігін түсінетін өнімдер, маркетологтар, контент мамандары, техникалық мамандар мен әзірлеушілер жетіспеуі мүмкін.

Сіздің ойыңызша, алдағы 10—15 жылда туризм саласында қандай жаңа мамандықтар пайда болуы мүмкін, қайсысы өзектілігін жоғалтады немесе өзгереді? Қызметкерлердің қандай құзыреттері барынша сұранысқа ие болады?

Жаңа тәжірибе сәулетшілері, Data аналитиктері, маркетологтар, тар әзірлеушілер туризм үшін жаңа мамандықтар бола алады.

Болашақта қандай мамандықтар өзектілігін жоғалтады немесе өзгереді деген сұраққа жауап бере отырып, адамдардың жұмысы роботтарға қарағанда арзан бағаланғанша, Роботтар келмейтінін атап өткен жөн.

Машиналар мен технологиялар арзан болғаннан кейін, роботтарды алмастыра алатын қызметкерлерді тарту экономикалық тұрғыдан мүмкін емес болады. Сонда құзыреттердің жаппай трансформациясы басталады.



ВЕЙМЕР АЛЬБИНА ФРИДРИХОВНА

«Алтын керуен» Тараз туристік орталығының директоры, Ішкі және көшпелі туризм қауымдастығының төрайымы, халықаралық санаттағы сертификатталған экскурсия жетекшісі

Дәл қазір туристік бизнеске біздің елімізде ішкі туризм дамитындай бар назарын аударып, бар күшін салу қажет. Сол себепті, саланың өзгеруі болып жатқан негізгі тренділерді, менің пікірімше, ішкі туризммен де байланысты.

Бірінші тренд — карантиндік шектеулерге байланысты шетелге демалуға шығу мүмкіндіктері болмағандықтан, Қазақстанның сұлу табиғатына назар аударды, біздің еліміздің табиғаты қандай сұлу.

Екінші тренд — бүкіл әлемдегі ішкі туризмнің белсенді дамуы. Сол себепті, Қазақстанда ішкі туризмді дамыту бойынша мемлекет тарапынан шағын және орта бизнесті қолдауға назар аудару қажет.

Үшінші тренд — ата-аналарының балаларымен бірге саяхаттауға деген қажеттілігі, сонымен бірге ішкі туризм шеңберіндегі қажеттілігі.

Болашақта саладағы өзгерістер осы тренділердің ықпалымен өтетін болады. Бұл қазіргі таңда уақыт талабы, бұған назар аудару қажет, бұған тартылу керек және осының барлығын жасауға әзір, тәжірибесі мен қажетті білімі және дағдысы бар туристік бизнесті ынталандыру қажет.

Соңғы 10 жыл ішінде көшпелі туризм дамиды деген сенімдемін. Қазақстан — өте керемет сұлу мемлекет. Елдегі дәстүрлі орындарға деген саяхаттаулар тартымды емес, адамдарға қазір біздің ел сияқты мемлекеттерге келу өте қызықты.

10—15 жылдан кейін барлығы осы айтқандай болса, Қазақстан туристік держава болады. Қазақстан үшін перспективаны агротуризмді дамытуда деп білемін. Адамдарды



ауылға қайтарып, олар табиғаттың байлығын көріп, өздері қымыз дайындап немесе алты түрлі бауырсақ пісіріп көруі керек деп ойлаймын.

Тағы да, біз туризм саласында тәжірибесі үлкен, осы бағытта өзгертулер енгізе алатын адамдардың пікірін тыңдай білуіміз керек. Сонда туризм де дамуға деген үмітке ие болады.

Ағымдағы уақытта маңызды тақырып - бұл мамандардың даярлығы мен білікті кадрлардың тапшылығы. Біз экскурсия жетекшілерінің санын міндетті түрде арттыруымыз керек. Бұл ретте, жоғары деңгейлі мамандарды алу үшін нағыз мамандарды, практикалық тәжірибесі бар мамандарды оқуға тарту қажет.

Туризм саласында жаңа мамандар пайда болады ма? Бізге қолданыстағы бар кәсіптерді меңгеріп, кәсіпқой мамандар менджментте

сияқты, экскурсия жетекшілері, гидтар арасында да кәсіпті игеру керек деп ойлаймын.

АТ-технологиялар білімін игерген мамандар пайда болады деп есептеймін немесе мысалы, виртуалды экскурсияларды жүргізе алатын мамандар пайда болады деп санаймын.

Бұл ретте сұранысқа ие ең көп қызметкерлер, тіпті жүрегінің қалауымен туризм саласына келгісі келеді. Және де егер олар сапалы білім алса, онда қызықты экскурсиялар өткізетін, кеңселерде туристерге кәсіби қызмет көрсететін және өзінің туған өлкесін ерекше көрсете алатын мамандар шығады.

3.2. САЛАНЫҢ ДАМУЫНА БОЛЖАМ

Сала сарапшылары, білім орындарының өкілдері 10—15 жылға болашаққа көз жүгіртіп, жақын болашақта туризм саласы қалай дамитындығына баға бермек болды. Нәтижесінде болашақ саланы дамытудың маңызды аспектілеріне жататын болжамдар қатары қалыптасты.

№1 БОЛЖАМ

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ТАБЫСТЫ ДАМУ БАСЫМДЫЛЫҒЫ ЖАҚЫНДАҒЫ 10-15 ЖЫЛҒА БАЙҚАЛАДЫ, БІРАҚ БАРЛЫҚ КОМПАНИЯЛАР БОЛАТЫН ӨЗГЕРІСТЕРГЕ ДАЙЫН ЕМЕС



Саладағы проблемаларға қарамастан, саланың 57% сарапшысы Қазақстандағы туризм саласы жақындағы 10—15 жылда табысты дамитын болады деп болжайды.

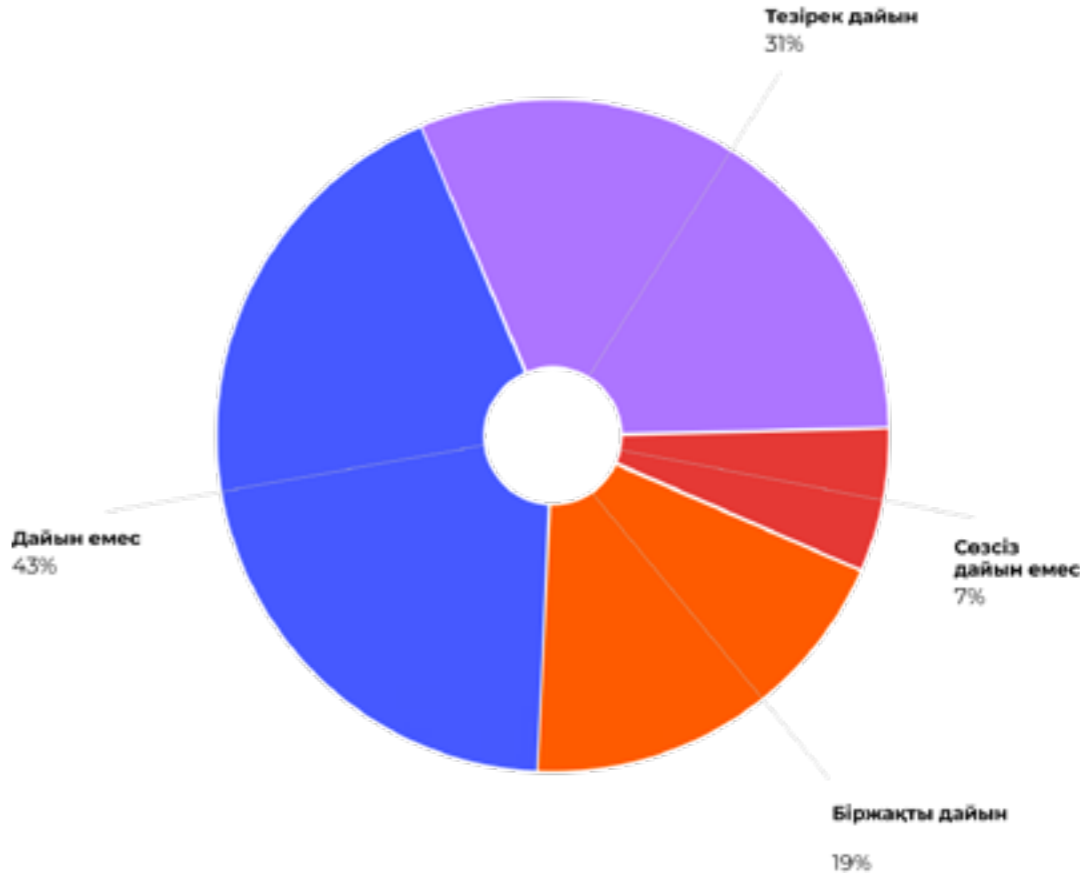
Бұл факт сарапшылардың сауалы сала үшін күрделі кезеңде өткендігін, туризм саласының қызметі коронавирус инфекциясының COVID—19 шығуына байланысты пандемияға байланысты болық тоқтаған кезде, барлық елдермен көлік қатынасы тоқтағанда, ал туристер алдын-ала сатып алынған турлардан бас тартқан кезде жүргізілді. Сала компаниялары өзінің қызметіндегі тоқтау кезінде қандай бағытта және қалай өз бизнесін дамытып, алдағы өзгері-

стерге дайын ба, өз жұмысына жаңа технологияларды енгізеді ме деген сауалдарға ойлану мүмкіндігін береді.

Осы сауалға жауап бергенде сарапшылардың пікірі тең бөлінді: сарапшылардың 50% саланың компаниялары алдағы өзгертулерге дайын деп санаса, 19% осыған сенімді.

Сарапшылардың екінші жартысы саланың өзгеріске дайындығына сенімді емес, ал олардың 7% туристік бизнес осыған дайын емес деген сенімде.

2-диаграмма
Саланың болашақтағы өзгерістерге дайындығына сарапшылардың бағасы



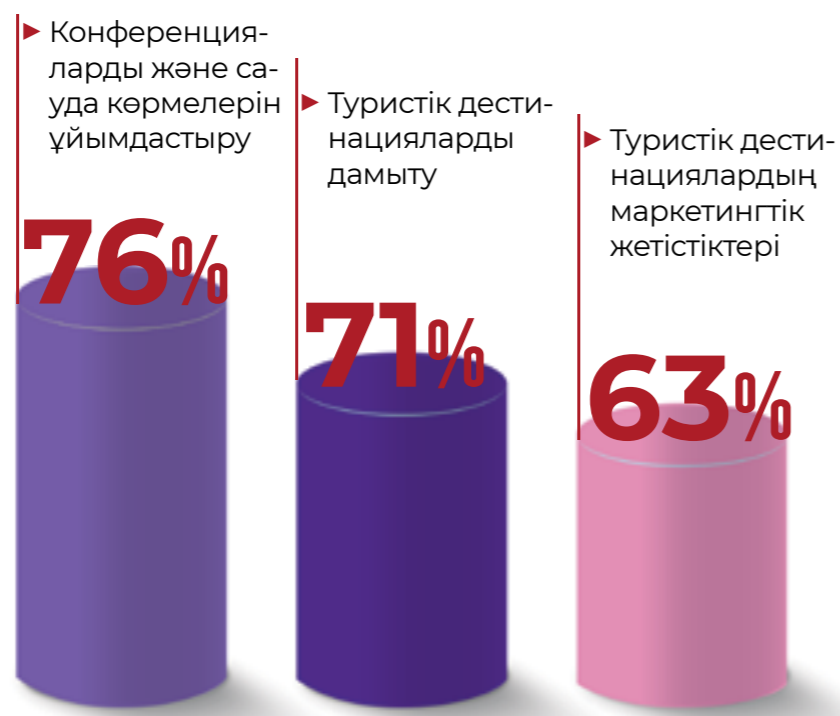
Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.



№2 БОЛЖАМ

ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ЖАРЫП ӨТУДІҢ КӨШБАСШЫСЫ КОНФЕРЕНЦИЯЛАРДЫ ЖӘНЕ САУДА КӨРМЕЛЕРІН ҰЙЫМДАСТЫРУ, ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ МАРКЕТИНГТІК ІЛГЕРІ БАСТАМАЛАРЫН ҰЙЫМДАСТЫРУ САЛАЛАРЫ БОЛАДЫ

Сала сарапшылары ең үздік технологиялық жетістіктерін келесі туристік қызмет бағыттарынан күтуге болады:



КОНФЕРЕНЦИЯЛАР МЕН САУДА КӨРМЕЛЕРІН ҰЙЫМДАСТЫРУ

Көрмелерді өткізу соңғы уақытта оларды өткізу технологиялары мен әдістерін жетілдіру түріндегі барлық біршама өзекті бағыт болып келе жатыр, сондай-ақ заманауи жабдықтар мен көрме конструкцияларын тұрғызу жөніндегі жаңа әдістерді пайдалану және оны ресімдеу өзекті. Технологиялар жылдам дамуда, сол себепті көрмелер жыл сайын келушілердің санын көптеп арттыру мақсатында біршама тартымды және ерекше шешімдермен жыл сайын толығып келе жатыр.

Көрме композицияларын ұйымдастырған кезде виртуалды технологиялар немесе ақиқатпен толыққан немесе голографиялық бөлшектер қолданылады. Конференцияларды өткізу форматында жақын болашақта маңызды өзгерістер болады. Қазір конференция қатысушыларына дауыстау үшін немесе синхронды аударма үшін ақыл-ой құрылғылары қолданылады.

ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ ДАМУ

Туристік дестинация — туристік бизнестің маңызды элементі. Туристік дестинацияны дамыту саласында сапалы технологиялық ілгерілеу байқалатын болғандықтан, сарапшылар бірінші кезекте дестинациялар «ақылды» дестинацияларға біртіндеп айналатын болғандықтан, мысалы, «ақылды» қаланың жеке жағдайы энергия үнемдеу мен тұрақты даму аспектілерін қозғай отырып, сондай-ақ, туристердің қауіпсіздігі мен қолайлылығын арттыру үшін «ақылды» дестинацияға біртіндеп айналады. Дестинацияның

құндылығы, кез-келген тауардың және қызметтің құндылығы инновациялық даму шамасына қарай артады. Туризмдегі инновация — бұл жаңа технологияларды енгізу есебінен біршама сапалы түрде қызмет көрсететін жаңа бағыт және олардың түрсіпаттарын біршама ұлғайтады мысалы, туристерге тарихи орындар бойынша виртуалды қыдыру ұсыну немесе көрнекі орындардың, ойын сайық орындарының және демалыс орындарының тур-навигаторы ретінде әзірленген ұялы қосымшаларды пайдалану.

ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ МАРКЕТИНГТІК ЖЫЛЖЫТУ

Әр жыл сайын демалыс қызметтерін, тұру және сауықтыру қызметтерін ұсынатын компаниялардың, сондай-ақ туристер мен туристік дестинациялардың арасындағы делдалдар болып табылатын компаниялардың саны өсіп келе жатыр. Яғни, әрбір турист үшін бәсекелестік өсіп келе жатыр.

Сол себепті бүгінгі таңда заманауи технологияларды қолданбай туристік нарықтағы қызметтерді маркетингтік жылжыту шешім-

дері мүмкін емес, компаниялардың ешбірі басым турист үшін ешбір бәсекеге тойтарыс бере алмайды.

Туристік өнімнің маркетингі көбінесе онлайн кеңістікке өтетін болғандықтан, оны бағалау мүмкін емес, яғни жақын жылдар ішінде бүкіләлемдік тордағы туристік өнімдердің маркетингтік жылжуына «ақылды» деген білім мен дағдыларға жеткілікті түрде ие мамандар сұранысқа ие болады.

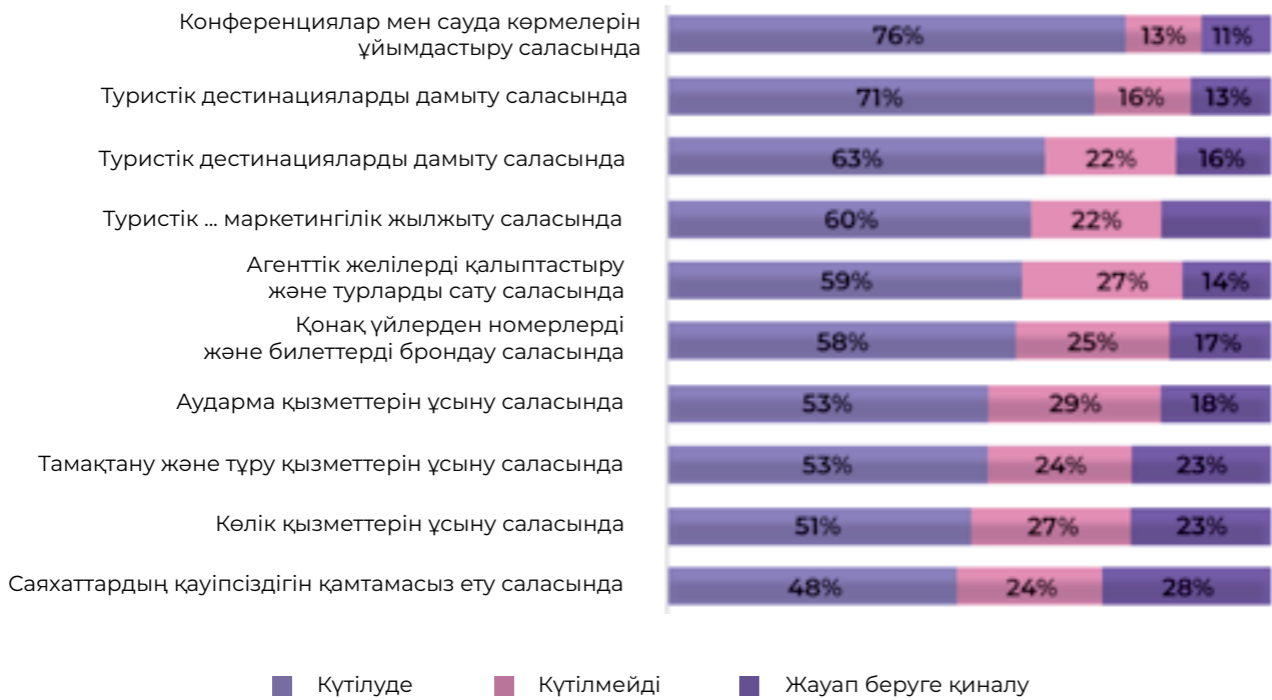
№3 БОЛЖАМ

БОЛАШАҚТА ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ НЕГІЗГІ ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ШАРАЛАРЫНЫҢ ҚЫСҚАРУЫ ЖӘНЕ ХАЛЫҚТЫҢ ТАБЫС ДЕҢГЕЙІНІҢ ТӨМЕНДЕУІ МЕН ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ЕНГІЗУ ҚҰНЫНЫҢ ЖОҒАРЫ БОЛУЫНАН ТУРИСТІК АҒЫННЫҢ ТОҚТАУЫ БОЛУЫ МҮМКІН

Туризм саласының сарапшылары проблемалар рейтингісін қалыптастарды, олардың пікірінше, алдағы 10—15 жыл ішінде біршама ықтималдылық үлесімен проблемаларға кездеседі. Негізгі проблемаларға мыналарды жатқызды:

3-диаграмма

Жақын 10-15 жыл ішінде туристік саласының түрлі ортасындағы сапалы технологиялық бастаманың ықтималдылығын бағалау



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы



ТУРИЗМДІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ШАРАЛАРЫНЫҢ ҚЫСҚАРУУЫ

Қазіргі таңда Ел билігі туризмді дамытуға белсенді қатысуда, экономиканың басым салаларының қатарына қойып, ішкі туризмнің дамуының негізгі бағыттары ретінде 10 топ туристік аумақты бөліп көрсетті.

БІРАҚ, САЛА САРАПШЫЛАРЫ БОЛАШАҚТА БҰЛ ҚОЛДАУ ШАРАЛАРЫ ҚЫСҚАРАТЫН БОЛАДЫ ЖӘНЕ КОМПАНИЯЛАР ОСЫ ПРОБЛЕМАЛАРЫМЕН ЖАЛҒЫЗ ҚАЛЫП, ОЛАРДЫ ЖЕКЕ ДАРА ШЕШЕ АЛМАЙТЫН ЖАҒДАЙДА ҚАЛАДЫ ДЕП АЛАҢДАУЛЫ.

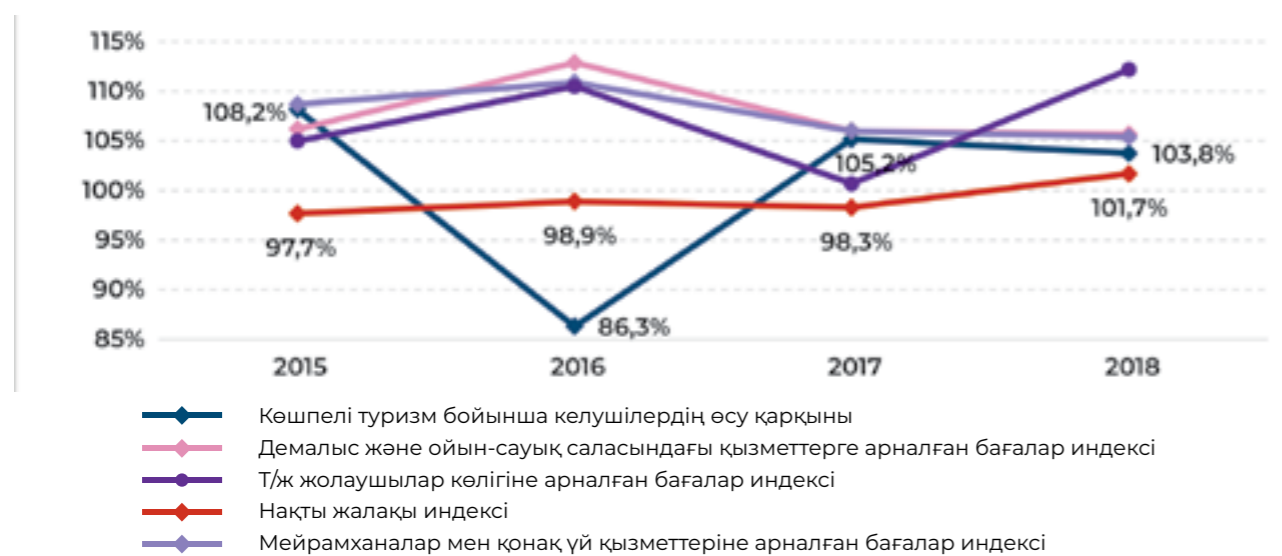
ХАЛЫҚТЫҢ ТАБЫС ДЕҢГЕЙІНІҢ АЗАЮЫНАН ТУРИСТІК АҒЫНДАРДЫҢ ҚЫСҚАРУУЫ

Халықтың негізгі табыс көзі жалақы болып табылатындықтан, оның өсу қарқыны статистика деректері бойынша нақты уақытта (тұтынушылар бағасы-

ның индексін есепке алғанда) осы бағаның өсу қарқыны төмен, яғни жалақының өзіне қарағанда бағалар өсіп жатыр. Осы қауіпке қарамастан, сала ойыншыларын

4-диаграмма

Бағалардың, нақты жалақының және көшпелі туризм бойынша келушілердің өсу индекстері



Дереккөз: Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті.

ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ЕНГІЗУДІҢ ҚҰНЫ ЖОҒАРЫ БОЛҒАНДЫҚТАН ОЛАРДЫҢ ҚОЛЖЕТІМСІЗДІЛІГІ

Туристік бизнес компаниялары жаңа технологиялардың белсенді қолдаушы тараптарының қатарына жатады. Электронды маркетинг, жасанды зияткерлік саласындағы заманауи әзірлемелер туризм саласы үшін жаңа мүмкіндіктерді ашуда. Сала сарапшылары инновациялық тех-

нологияларынсыз туристік өнімді ұсыну қызметінің нарығында бәсекелесу мүмкін емес деп анық түсінеді. Бұл ретте олар жаңа технологияларды енгізу құнының жоғары болуы өз компанияларына бұл технологияларды бірлесе енгізуге мүмкіндік бермейді деп атап өтеді.

5-диаграмма

Алдағы 10—15 жыл ішіндегі саланың басым тәуекелін бағалау

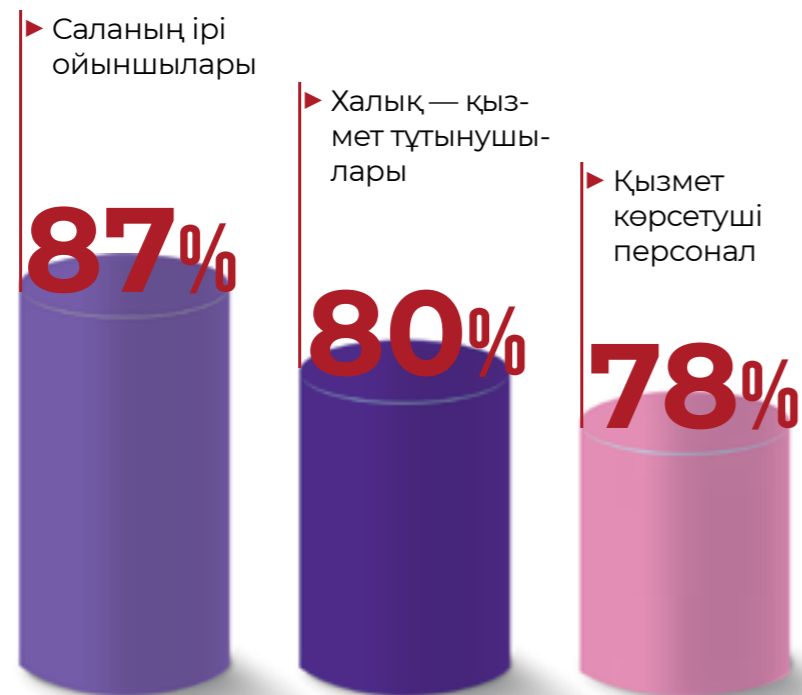


Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

№4 БОЛЖАМ

ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БҰДАН ӘРІ ДАМУЫ САЛАНЫҢ ІРІ ОЙЫНШЫЛАРЫНЫҢ, БАСЫМ ҚЫЗМЕТ ТҰТЫНУШЫСЫ РЕТІНДЕГІ ХАЛЫҚТЫҢ ЖӘНЕ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУШІ ПЕРСОНАЛДЫҢ ПОЗИЦИЯСЫНА БАЙЛАНЫСТЫ БОЛАДЫ

Отандық туризмнің дамуына көбінесе үш топтың қатысушылары біршама әсер етеді:



НАРЫҚТЫҢ ІРІ ОЙЫНШЫЛАРЫ (ІРІ ТУРОПЕРАТОРЛАР МЕН ТУРАГЕНТТЕР, ЭЛИТАЛЫҚ ҚОНАҚ ҮЙЛЕР)

Нарық қатысушыларының осы тобының отандық туризмнің дамуына әсері сала сарапшыларымен жоғары бағаланады. Ірі

компаниялар сектордың барлық кәсіпорындары үшін даму векторын белгілейді, туристік қызметтер нарығында бәсекелестікке тө-

теп беру үшін оларға тең болуға тырысады. Олар үлкен тәжірибеге ие, алғашқысы жаңа трендтердің пайда болуына жауап береді, алғашқысы инновациялық тех-

нологияларды енгізеді. Туристік бизнестің ірі компанияларында таяудағы онжылдықта саланың дамуы үшін үлкен жауапкершілік жатыр..

ХАЛЫҚ — ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ БАСЫМ ТҰТЫНУШЫСЫ РЕТІНДЕ

Соңғы уақытта ел халқы тек көшпелі туризм бойынша, сонымен бірге ішкі туризм бойынша туристік ағынның қалыптасуына ықпал етіп жатыр. Ел халқын шетелдік шипажайларға емес, жер-

гілікті көрнекі жерлерге келуін тарту үшін ұсынылатын қызметтердің түрін ұлғайтуы және ең алдымен, қызмет көрсетуші персоналға байланысты оның сапасын арттыру қажет.

ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУШІ ПЕРСОНАЛ

Туризм саласы — бұл көптеген мәселелер клиенттің қанағаттану дәрежесіне байланысты болатын қызмет көрсету саласы. Егер клиентке сервис пен қызмет көрсету дәрежесі ұнаса, онда ол осы компанияға тағы да жүгінеді және өзінің таныстарына да ұсынады.

Керісінше болған жағдайда, теріс беделі жылдам таралады.

Туристік қызмет көрсету нарығында жеткілікті түрде күрделі бәсекелестік бар, сол себепті клиенттерге бейілді болу және өзара түсіністікпен қарау — табыс кепілі. Және де, бұл табыс қызмет көрсетуші персоналға байланысты болады.

Мұнда тек қызметкерлердің кәсіптік даярлығы ғана емес,

сондай-ақ оның жеке қасиеттері, командада жұмыс істей білу дағдысы, клиентке бағдарлана білу және тіпті керікті сыртқы келбеті де маңызды роль атқарады.

ЖОО, колледждер жәннен өзге де білім беру орталықтары да саланың дамуына біршама ықпал ететін нарықтың топ-10 қатысушыларының қатарына енгендігін атап өткен жөн.

ОЛАР ОСЫ ТІЗІМНІҢ ТҰЙЫҚТАУШЫЛАРЫ БОЛҒАНДЫҒЫНА ҚАРАМАСТАН, ДӘЛ БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНЕН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ ЕҢБЕК ҰЖЫМЫНА КІРІГІП КЕТУІНЕ ҚАНШАЛЫҚТЫ ДАЙЫН ЕКЕНДІГІ, КОМПАНИЯЛАРДЫҢ ОЛАРДЫ ҚАЙТА ДАЯРЛАУҒА УАҚЫТЫН ЖҰМСАУ ҚАЖЕТ ПЕ ДЕГЕН МӘСЕЛЕЛЕР БАЙЛАНЫСТЫ БОЛАДЫ.

№5 БОЛЖАМ

БОЛАШАҚТА САЛАНЫ ДАМУДЫҢ ДРАЙВЕРЛЕРІ — ІШКІ ТУРИЗМ ҚЫЗМЕТТЕРІНЕ СҰРАНЫСТЫҢ АРТУЫ, ЕЛДЕ ӘЛЕМДІК МАСШТАБТАҒЫ СПОРТТЫҚ, САЯСИ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ІС-ШАРАЛАРДЫ ӨТКІЗУ

Сала сарапшылары басым мүмкіндіктер рейтингін қалыптастарды, олардың пікірінше, жоғары ықтимал үлесімен ол алдағы 10—15 жылда пайда болады.

Олардың пікірінше, туристік саланың дамуына ықпал ететіндер:

- ▶ ішкі туризм қызметіне деген сұраныстың артуы (осылайша сарапшылардың 60% санайды);
- ▶ елімізде әлемдік масштабтағы түрлі халықаралық спорттық (47%), саяси және экономикалық (45%) іс-шараларды өткізу;
- ▶ жаңа технологияларды енгізетін сала компанияларына мемлекет тарапынан тиімді қолдау жасау (40%).

Қазақстанда ЭКСПО—2017 өткізген кезде 2016 жылғы кезеңмен салыстырғанда төмендегідей өсу байқалғаны белгілі:

- ▶ туристік операторлардың

қызметіне сұраныс 78%;

- ▶ уақытша тұру қызметтері мен күніне тамақтану қызметтерін ұсынған ұйымдардан түскен салық 3 есеге;
- ▶ уақытша тұру орындарының толуы 3 есеге;
- ▶ мәдени-ойын сауық нысандары мен сауда орталықтарына келу 2 есеге.

Көрме өткізу үшін бірқатар жаңа инфрақұрылымдық нысандар тұрғызылды, мысалы «Нұрлы жол» сапаржайы немесе халықаралық рейстерге арналған жаңа әуежай терминалы. Мұның барлығы, әрине туризм саласының инфрақұрылымын даму басымдықтарына оң нәтижесін берді, сондай-ақ Қазақстанды әлемдік туризм нарығында танылу дәрежесін арттырды.

6-диаграмма
Саланың жақын арадағы әлеуетті мүмкіндіктерін бағалау 10—15 жас



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

№6 БОЛЖАМ

ТУРИЗМ НАРЫҒЫНДАҒЫ ТАБЫСТЫ БОЛУДЫҢ ДРАЙВЕРЛЕРІ — БАҒДАРЛЫҚ ДАҒДЫЛАР

Жұмыс берушілер мен жұмыспен қамту жөніндегі агенттіктер «құзырет» және «дағды» деген терминдерді жиі қолдана бастады.

Жаңа кәсіпті меңгеру үшін және мансабыңызды табысты ету үшін қандай дағдыларды меңгеру қажет екендігін түсіну қажет.

Қазақстан туризмі индустриясының жетекші сарапшылары саладағы мансапты өсіру үшін ең басты деген дағдыларға баға берді. Олардың пікірінше, болашақта

сұранысқа ие маман болып қалу үшін өзіңіздің кәсіптік деңгейіңізді арттыру ғана жеткіліксіз деп санайды. Себебі, қазір саланың ірі компаниялары көшбасшылық қасиеттері бар және тиімді басқару әдістерін білетін мамандарды жұмысқа қабылдап, қызметі жағынан көтереді. Сала сарапшыларының пікірінше, сұранысқа ие ойлау қабілетінің стилімен, шығармашылық/жаңашыл креативті түрде ойлап, сондай-ақ аналитикалық және логикалық қабілеті мықты мамандар сұранысқа ие болады. Әлеуметтік-жеке тұлғалық өзара байланыс ұстау дағдыларының ортасында: көп тіл білу, көп мәдениеттілік, клиентке бағдарлана білу, командада

жұмыс істей білу, сондай-ақ жеке дара жұмыс істей білу. Корпоративтік басқару саласындағы болашақтың жетекші дағдылары процестер мен жобаларды басқара білу дағдылары, саларалық байланыс пен икемді түрде жоспарлай білу (Agile әдістері) дағдылары болады. Жаңа технологиялармен жұмыс істеу саласындағы болашақтың ең сұранысқа ие дағдылары — бағдарламалау негіздерін, ұялы қосымшаларды әзірлеу және қолдану негіздерін білу, сондай-ақ виртуалды технологиялармен өзара байланыс және толықтырылған ақиқат дағдылары.

екендігін көрсетті. Бағалау бойынша туристік саланың сарапшыларының 90% болашақтың қалыптасқан бейнесін ең алдымен, жеке тұлғаның жан-жақты даму басымдылығы мен шексіз мүмкіндіктерге ие (сарапшылардың 33% пікірі бойынша) және ертеңгі күніне сенімділік (29%) береді. Дегенмен, болашақтың бейнесін

құрайтын технологиялық құраушы — 18% сауал алынған сарапшылар сенімді, олар болашақ бұл алға деген қозғалыс, тағы 11% озық жүйрік технологиялардың енгізілуі деп баға береді.

7-диаграмма
Саланың болашағы сарапшылардың көзімен



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

№ 7 БОЛЖАМ
БОЛАШАҚ — БҰЛ БАСЫМДЫЛЫҚ,
СЕНІМ ЖӘНЕ ДАМУ

Сала сарапшыларына жеткілікті түрде күрделі сұрақ берілді — біз олардан болашақ туралы, оны 10—15 жылдан кейін қалай көретіндерін сұрадық. Қандай мүмкіндіктер немесе кедергілер бұл жолда туындайтынын елестетуін сұрадық.

Сарапшылардың жауабына талдау жасай келе, олар сол аралықтағы⁴, этуризм саласындағы күрделі жағдайға қарамастан сарапшылар өздерінің

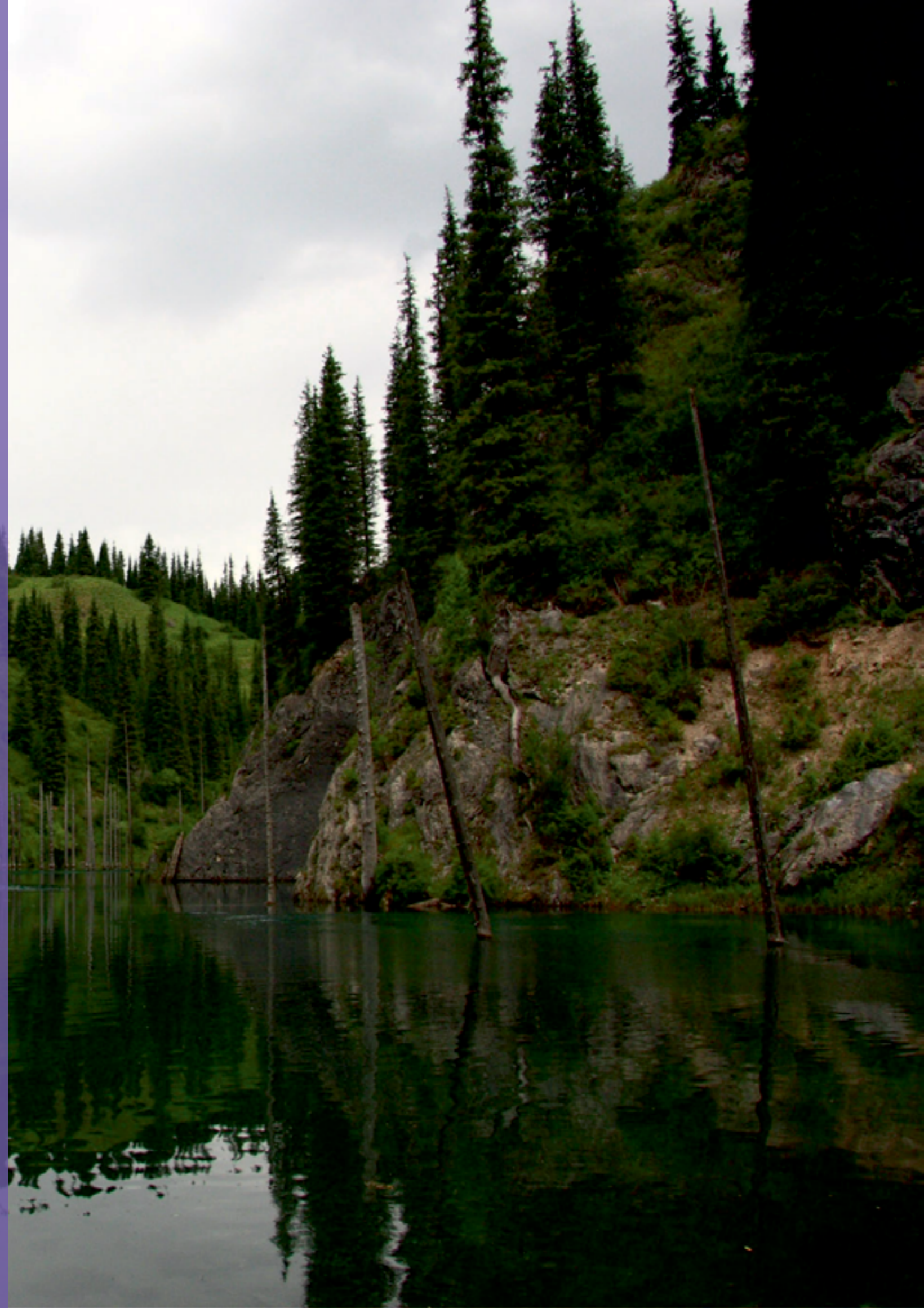
болашақ оптимистік жағынан бағалайды, яғни өзінің бизнесін оң бағалайды. Тек, сарапшылардың 10% өзінің болашағына қатысты белгісіздік сезімінде

⁴ Сауалнама COVID—17 коронавирустық инфекциясының шығуынан пандемияға байланысты шекаралар жабық болғанда 2020 жылдың сәуірінде жүргізілді.



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
ТУРИЗМ
САЛАСЫНЫҢ
БОЛАШАҒЫН
ҚАЛЫПТАСТЫРАТЫН
ТРЕНДТЕР
МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАР

4.





Қазіргі таңда инновациялар мен цифрландыру адам өмірінің өмір тіршілігінде және экономикада кез-келген саланы дамытудың бас драйверлері болып отыр. Бұл процестердің жылдам ағымда өтуі оларды заманауи және болашақ өмірге, жеке адамға қатысты да, жалпы тұтастай мемлекетке қатысты бейімдеу қажеттілігін талап етіп отыр.

Туристік сала өзгерістерге бейім салалардың бірі болып табылады, себебі адамдармен тікелей жұмыс істейді, ал адамдардың талаптары мен күтетін нәтижелері күннен-күнге өсіп, ұлғайып келе жатыр.

Осыған байланысты, осы саланың перспективалық кадр қажеттіліктерін болжау, саланың

технологиялық және әлеуметтік-экономикалық эволюциясының сарапшыларының терең талдауына негізделген болжамы туризмді тұрақты түрде дамытуға ұмтылатын мемлекеттің тұрақты түрдегі зерттеу функциясы болу керек.

Соңғы кездерде туристік бизнестің тиімділігіне туристік операторлар мен саланың өзге де қатысушыларының қызметтерінің цифрлық қолжетімділік деңгейі біршама үлкен әсерін тигізіп отыр.

Туризм саласының өзгеруі бірнеше түрлі тренділердің ықпалымен болып жатыр. Сала сарапшылары жетекші алты топқа топтастыруға болатын ауқымды және салалық тренділерді бөліп көрсетті:



ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ БОЛАШАҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРАТЫН ТРЕНДТЕР МЕН ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Қазіргі таңда инновациялар мен цифрландыру адам өмірінің өмір тіршілігінде және экономикада кез-келген саланы дамытудың бас драйверлері болып отыр. Бұл процестердің жылдам ағымда өтуі оларды заманауи және болашақ өмірге, жеке адамға қатысты да, жалпы тұтастай мемлекетке қатысты бейімдеу қажеттілігін талап етіп отыр.

4.7. АВТОМАТТАНДЫРУ МЕН АҚЫЛДЫ ЖҮЙЕЛЕРДІ ЕНГІЗУ АУҚЫМЫН АРТТЫРУ

Сала сарапшыларының пікірінше, алдағы 10—15 жыл ішінде автоматтандыру мен ақылды жүйелерді енгізу ауқымын арттыру отандық туризмнің дамуына орташа әсер етеді.



Туризм индустриясының қызметіне инновациялық технологияларды белсенді түрде енгізу олардың сәтті жұмыс істеуін бағалаудың маңызды критерийі болып табылады.

Автоматтандыру ұсынылатын қызметтердің тиімділік, шұғыл болу және сапа көрсеткіштеріне әсерін тигізеді. Туристік қызметтер на-

рығында ең көп сұранысқа ие қонақ үй номерлерін және билеттерді бронға қою, ұсынылған қызметтерді онлайн төлеуді кешенді автоматтандыру болып отыр.

Алдағы 10—15 жыл ішінде Қазақстанның туризм саласын автоматтандыру деңгейін арттыру келесі тренділерге ықпалын тигізеді:

- Онлайн брондау мен төлем қызметтеріне арналған сұраныстың артуы
- Қазақстанның туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу қажеттіліктерінің өсуі

ТРЕНД ОНЛАЙН БРОНДАУ ЖӘНЕ ТӨЛЕМ ҚЫЗМЕТТЕРІНЕ АРНАЛҒАН СҰРАНЫСТЫҢ АРТУЫ

Заманауи ақпараттық технологиялардың кең таралуы және интернет пайдаланушылары санының артуы электронды коммерцияның дамуына біршама ықпалын тигізді.

Қазақстан халқы онлайн сервистердің түр-түрін қолдана оты-

рып, белсенді түрде сатып ала бастады.

ЭЛЕКТРОНДЫ САТУ ҮЛЕСІ БӨЛШЕК САУДАНЫҢ ЖАЛПЫ КӨЛЕМІНДЕ ҮЛКЕН БОЛМАСА ДА — БАР БОЛҒАНЫ 1,4%, ОНЫҢ ӨСУІ СОҢҒЫ ЖЫЛДАР ІШІНДЕ 40% ҚҰРАДЫ.



ТРЕНД ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНА ЖАСАНДЫ ЗИЯТКЕРЛІКТІ ЕНГІЗУ БОЙЫНША ҚАЖЕТТІЛІКТІҢ ӨСУІ

Автоматтандыру мен роботтандыру әлемдік туризм бизнесін қарқынды түрде жаулап алып бара жатыр, осы арқылы компанияларға ресурстарын біршама үнемдеуге және басқару процестерін оңтайландыруға мүмкіндік беріп отыр. Туристік агенттердің, туристік операторлардың жұмысын автоматтандыру негізінде цифрландыруды енгізуге әкеледі, мысалы, чат-боттарды пайдалану, олар қарапайым сұрақтардың көмегімен клиенттерге турларды, көлікті және орналасу орындарын тауып беруге, брондауға жәрдем береді. ОТЕЛЬ бизнесі үшін автоматтандырылған шешімдерді қарастыра отырып, келесі жетекші бағыттарды атап өтуге болады, олар — келушілердің тұруына арналған ыңғайлы жағдайларды жасау мен қонақ үй персоналының жұмысын автоматтандыру, яғни олар жасанды зияткерлік құралдарының, заттар интернеті мен роботтандыру құралдарымен шешіледі.

Қонақ үйлердегі қызметтерді автоматтандыру көшбасшылық орынға шығуға бастама болады. Қонақ үйлерді дауыспен басқарылатын «ақылды» ауа баптағышсыз немесе сөндіргішсіз, кілтсіз ашылатын электронды құлыпсыз елестету мүмкін емес.

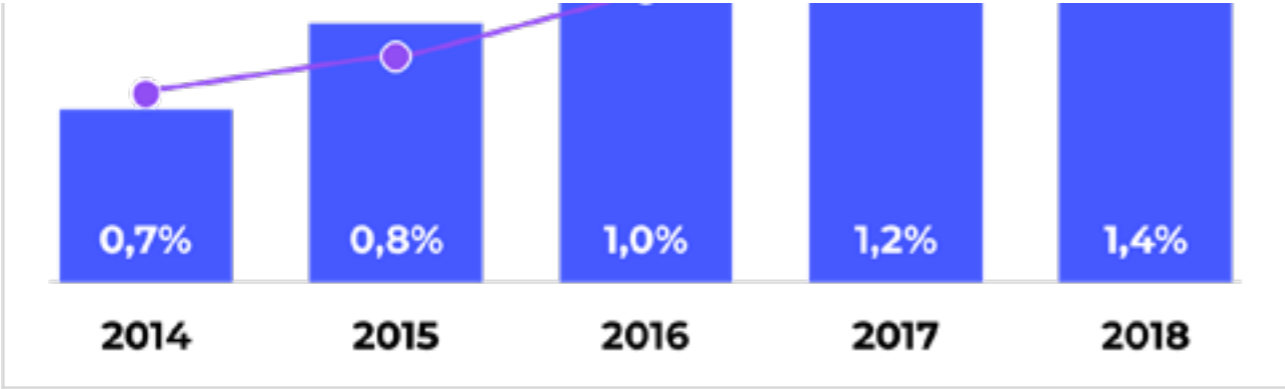
Отельді толығымен автоматтандыру персонал үшін жабдықтардың дұрыс жұмыс істеуін қашықтықтан бақылауға және келушілердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Сол себепті қазақстандық отельдерге әлемдік нарық көшбасшыларының тәжірибесімен белсенді түрде алмасып, өз қызметіне автоматтандыру шешімдерін максималды түрде ендіріп, сондай-ақ осы құрылғыларды басқара алатын персоналды даярлаумен айналысу қажет.

Трендті дамытудың негізгі технологиялары болып табылатындар:



8-диаграмма
ҚР бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электронды коммерция үлесі



■ Электронды бөлшек сауда көлемі, — Бөлшек сауда көлеміндегі электронды

Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

Электронды коммерция, әрине, туризм саласын да айналып өткен жоқ. Турларды, билеттерді және қонақ үйлердегі номерлерді жеке дара брондау әсіресе, жас буын арасында өте танымал бағыт болып келе жатыр. Және таяуда олардың саны артады, тек өсе береді. Билеттер мен қонақ үй-

лердің номерлерін онлайн-брондау әртүрлі туристік операторлардың қызметтерінің нағыз құнын салыстырып, ең ұтымды пакетті сатып алуға, біршама қаражатты үнемдеуге, ал бұл үшін көп уақыт үнемдеуге мүмкіндік береді.

ЗАТТАР ҒАЛАМТОРЫ

Туризм саласындағы жаңа баурап алатын тенденциялардың бірі Заттар ғаламторы (IoT) болып табылады. Жыл сайын IoT ықпалы ғана артып қоймай, сондай-ақ олар ұсынатын мүмкіндіктердің спектрі де артады.

Мысалы, қонақ үй номерлерінде IoT технологиясы номердегі жарық немесе температура, ауа бап-

тағыш параметрлерін реттеу үшін қолданылады. Қонақтар өздерінің номерінен шықпастан әртүрлі қызметтерге тапсырыс беру үшін IoT қолдана алады.

Зияткерлік датчиктер келушілердің отельдегі қауіпсіздігін, персоналға қадағалауды, жабдықтардың істен шығуын ескертуді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Бірінші роботталған отель 2015 жылы Жапонияда ашылғаны белгілі. Роботтар осы уақытқа дейін қонақ үйлердің классикалық персоналын толығымен алмастыра алмады, және де олар өздерінің тиімді еместігін көрнекі түрде көрсеткен болатын. Сол себепті, отель басшылығы роботтардың жартысынан көп бөлігін «қысқартып», олардың орнына қайтадан адамдарды жұмысқа қабылдады. Компания роботтармен жұмыс істейтін, оларға техникалық қызмет көрсететін және жөндеуді жүргізетін персоналдың оқу даярлығына қаншама қаражат жұмсады. Бірақ, ең бастысы роботтар демалушылардың бағалауы бойынша, олардың ашуына тие бастады. Дегенмен, қонақ үй бизнесіндегі

роботтарды есептен шығармау қажет. Олар мейрамханадағы персоналды ұтымды түрде алмастырды, яғни бармен немесе даяшыны, тамақ, сусын немесе хат-хабар жеткізушіні, сондай-ақ консьерж немесе лифтерді алмастырды.

Қазақстанның қонақ үйлеріне роботтарды енгізу масштабы туралы айту әлі ерте. Алайда, біздің қонақ үйдің 1% қазіргі таңда сервистік қызмет көрсететін роботтандырылған құрылғылармен жарақтандырылған.

Уақыт та, техникалық прогрессте бір орында тұрмайды. Мүмкін, 10—15 жылдан кейін немесе одан да ертерек біз алғашқы робот-рецепшионист туралы естиміз.

ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ҮЛГІСІ

- Starwood Hotels and Resorts Worldwide желісі 201+6 жылы өздерінің қонақ үй номерлерін ақылды айналармен жабдықтады.
- The Peninsula Chicago желісі планшеттің көмегімен номерлердегі әртүрлі құрылғыларды басқаратын жүйені енгізді.
- Wynn Las Vegas 2017 жылы өзінің 4 мыңнан астам номерлерін дауыс көмекшілерімен жабдықтаған бірінші отель болды, ол номерлердегі жарықты бақылауға және бөлме температурасын реттеуді жүзеге асыруға мүмкіндік береді.⁵

РОБОТТАР

Роботтарды қонақ үйлерге енгізу кең таралған жоқ. Алайда, Жапонияда, Қытайда, АҚШ-та және өзге де мемлекеттерде қонақтарды жарақталған робот-

тар күтіп алады және тіпті қонақ үйлер толығымен роботталған. Дегенмен, нақты іске көшкенде бастапқыда жоспарланғандай, барлығы тамаша емес.

ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ҮЛГІСІ

- 30 номерге арналған Smart-отель Қазаннан қашық емес Иннополис ғылыми қалашығында тұрғызылады. Жасанды зияткерлік 300 көрсеткішті есепке ала отырып, келушілердің басты ерекшеліктерін анықтайтын болады. Келушінің сыртқы келбетін бағалауға сүйене отырып, бөлмедегі температура мен жарықты реттеп отырады. Роботтар жуып-тазалау жұмыстарын атқарады, жүк тасиды, ас әзірлейді.⁶
- Нью-Йорктегі Yotel отелінде қонақтарды Yobot робот-тасушы қарсы алып, сәлем береді. Сенсорлы дисплеймен жабдықталған бұл робот отель қызметкерін шақыра алады, ал қозғалыс датчиктері оған кедергілерден өтуге көмектеседі.⁷
- АҚШ Вирджиния штатындағы Hilton McLean отелінде және Бельгиядағы Marriott Hotel Ghent отелінде робот келушілерге қонақ үйдің қызметтері, мәдени-тарихи нысандар жайлы ақпарат береді, сондай-ақ ол қандай мейрамханаларға баруға болатындығын хабарлайды.⁸

⁶ Қабылдау роботтары: Ресейде алғашқы роботты қонақ үйді қалай салады. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://robotrends.ru/robotopedia/gostinicy-i-roboty> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

⁷ Заттар интернетінің жаңалықтары. Қонақ үй бизнесіндегі роботтар: адамдарды алмастыра алды ма. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/-roboty-v-gostinichnom-biznese-udalos-li-zamenit-lyudey> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

⁸ Болашақ қонақжайлылық: қонақ үй индустриясының алты бағыты. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://b2b.ostrovok.ru/blog/gostepriimstvo-iz-budushhego-shest-trendov-gostinichnoj-industrii/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

⁵ Интернет заттар жаңалықтары. IoT қонақ үй бизнесін қалай өзгертеді. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/kak-iot-menyaet-gostinichnyy-biznes> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



Ақиқатпен толықтырылған технологиялар

Виртуалды ақиқат технологиялары (VR)

Бұл туризммен байланысты компаниялар үшін көп үміттендіретін технологиялық тенденциялардың бірі, себебі ол цифрлық форматта клиенттерге олардың болашақ демалатын орнын виртуалды орнын көрсетуге мүмкіндік береді. ОТЕЛЬДЕРДІҢ өз сайттарында номерлерін көрсетуге, қосымша қызметтер спектрін және тіпті, клиенттердің қызығушылығын арттыру үшін жергілікті жердің көрнекі орындарын көрсетуге мүмкіндігі бар.

Бірнеше жылдар бойынша туристік компаниялар әлеуетті туристерге саяхаттау үшін бағыттарды ұсынатын виртуалды ақиқат технологияларын жиі қолданып келе жатыр. Қазіргі таңда VR-технологиялардың ықпалымен дәстүрлі маркетинг құралдарының шегі-

нен шығып, жаңа даму бағытын алуға болады. Виртуалды ақиқат көне ескерткіштерді және өзге де құрылыстарды жаңғырту үшін, олардың бұрын қандай болғандығын көрсету үшін қолданылуы мүмкін. VR-технологиялар денсаулығына байланысты мүмкіндігі шектеулі жандарға виртуалды кеңістікте саяхаттауға, сондай-ақ бірнеше жылдар бұрын бұзылған тарихи ескерткіштердің жаңадан жасалу мүмкіндіктерін береді. Әрине, VR барлығына әдеттегі турды бере алмайды. Бірақ туристер VR-технологияларды қоршаған ортаны сақтау мақсатында қарапайым саяхаттың орнына саналы түрде қолданатын уақыт болғанда жетілдіруі мүмкін.

Технологияларды пайдалану үлгісі

- a.** Google мен CyArk қалпына келтіру мүмкін емес, бұзылған тарихи ескерткіштердің цифрлық егіз түрін қалпына келтіруге бағытталған Open Heritage жобасын құрды.
- b.** Туристік компания Thomas Cook тек өз табысын Нью-Йоркке виртуалды турларды сатудан ғана 2 есе ұлғайтты.⁹

Соңғы кездері ақиқатпен толығы (AR) туристік индустрияда біршама танымалдылығын арттырып келеді, мысалы:

- a.** Қазіргі таңда туризде ақиқатпен толықтыруды пайдалану біршама кеңінен таралу отельдерде зияткерлік элементтерін көптеп ендіру болып табылады.
- b.** Ақиқатпен толықтырылған қосымшаларды енгізу, олар туристердің смартфонның көрнекі орындарға қарау арқылы нақты уақыт режимінде болуына, сондай-ақ қайта салуды қою арқылы бастапқы көрінісін көруге мүмкіндік береді. Не болмаса телефонның көмегімен мейрамаңа пікірлерді немесе ас мәзірін алу. Бұл саяхаттан алған әсерді әдемі етуге және қажетті ақпаратты іздеу үшін туристердің уақытын қысқартуға мүмкіндік береді.

c. Ақиқатпен толықтырылу мүмкіндіктерін пайдаланудың тағы бір қызықты сәті Bluetooth арқылы жұмыс істейтін маяктардың технологиясымен байланысты. Бұл технология компаниялар мен маркетологтарға push-хабарламаларды жіберуге немесе адамдар белгілі бір жерге кіргенде нақты функцияларды қосуға мүмкіндік береді.

Бұл технология клиенттерге есіктен тікелей жақындықта отельдегі өз номерлерін блоктан шығаруға, немесе арнайы шолуларды, мәзірлерді, арнайы ұсыныстарды, өзекті болып табылатын орындардың пайдаланушыларына арналған жеңілдіктер купонын жіберуге мүмкіндік береді.

Технологияларды пайдалану үлгісі

- a.** Hub отелі британдық шипажай Premier Inn қонақ үй номерлерінде орналасатын қабырға карталарымен үйлесетін ақиқатпен толықтыру жасады. Смартфонда немесе планшеттегі картаға қарағанда жергілікті көрнекі жерлер туралы қосымша ақпарат алуға болады.
- b.** National Geographic Квебекте AR-планетариясын ашық аспан астынан ашты. Aruzon AR құрылғысының көмегімен кіріктірілген смартфонмен түнгі аспанға толықтырылған ақиқат көрінісі шығады.¹⁰

⁹ VR CORP. Виртуалды және ақиқатпен толықтырудың 100 үлгісі. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://vrcorp.ru/?p=1601> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

¹⁰ VR CORP. Виртуалды және ақиқатпен толықтырудың 100 үлгісі. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://vrcorp.ru/?p=1601> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

БИОМЕТРИЯЛЫҚ СӘЙКЕСТЕНДІРУ, ҚАШЫҚТЫҚТАН ЖӘНЕ ДАУЫСПЕН БАСҚАРУ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ

Ақпараттық технологиялардың дамуымен жеке тұлғаны сәйкестендіру үшін биометрияны қолданатын құрылғылар мен жүйелер үлкен танымалдылыққа ие.

Технология саусақ іздерімен, бет-жүзіне, көздің ішкі тор қабығымен және де басқа биометриялық сәйкестендірушілермен тануды қамтиды.

Осы технология төлқұжаттар бақылауынан өту кезінде кеңінен қолданылады.

Сонымен бірге, тану технологиясы отельдерде де қолданылады, ол саусақ іздерімен немесе жартылай түйісіп тексеру үшін номерлерге рұқсат беруге қолданылады. Бұл технология клиенттерге отель мейрамханаларында төлем төлеуге, жай ғана шығу мүмкіндіктерін береді.

Қонақ үй бизнесінде қашықтықтан және дауыспен басқару технологиялары жарықты, жылуды, перделерді ашып-жабу және т.б. қашықтықтан басқару үшін қолданылады.

ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ҮЛГІСІ

- a. Ибица аралында Ушуайя Бич испан отелінде саусақ іздерімен төлем жүйесі әлемде бірінші рет қолданылған болатын. Ақылы қызметтер көрсетілетін отельдерде келушінің жеке басын айқындайтын және қызмет көрсету шоттары берілетін сканерлермен жарақталған.¹¹
- b. Нигерияда қонақ үй қызметкерлеріне биометриялық сәйкестендіргіш қолданылады. Осы арқылы толық сипаттамалық мінездемедері бар қонақ үй бизнесінің қызметкерлерінің жалпыға ортақ деректер қоры қалыптастырылады. Осы деректердің негізінде компаниялар қызметкерлерінен құжаттарды сұрамай ақ жұмысқа қабылдай алады.¹²

¹¹ Биометриялық технологиялар туризм саласындағы кәсіпорындарды дамытудағы инновациялық бағыт ретінде // «Концепт» ғылыми-әдістемелік электронды журналы. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://e-koncept.ru/2015/65061.htm> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

¹² Ресей биометриялық порталы. Нигериядағы отель қызметкерлері биометриялық сәйкестендіруден өтеді. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: http://www.biometrics.ru/news/sluzhashhie_otelei_v_nigerii_proidut_biometricheskuju_identifikaciju/ (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



ҰШҚЫШСЫЗ ҰШАТЫН АППАРАТТАР

Қазір ұшқышсыз ұшатын аппараттар (ҰҰА) туризм индустриясында жаппай қолданысқа ене бастады. ҰҰА пайдаланудағы қолайлылығымен, құнының жоғары болмауымен және оларды қолдану саласының үнемі ұлғаюымен ерекшеленуде. Сарапшылардың пікірінше, болашақта ұшақсыз ұшатындар бұдан да кең танымалдылыққа ие болады.

Дрондар, мультикоптерлер мен квадрокоптерлер жағажайларда және тау шаңғысы шипажайла-

рында кеңінен қолданылады, себебі олар біраз қашықтыққа ұша алады. Соңғы уақытта қашық немесе жетуге жолы қиын жерлерге жүктерді жеткізуге және тіпті серфте сырғанауға да пайдаланып болды. Дрондар жеке заттарды немесе бардан сусындарды жеткізуді үйренді, сонымен бірге жағажайда, орманда немесе таулы елді мекендерде құтқарушылардың қадағалаушы жылжымалы камералары ретінде де қолданыста жүр.

ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ҮЛГІСІ

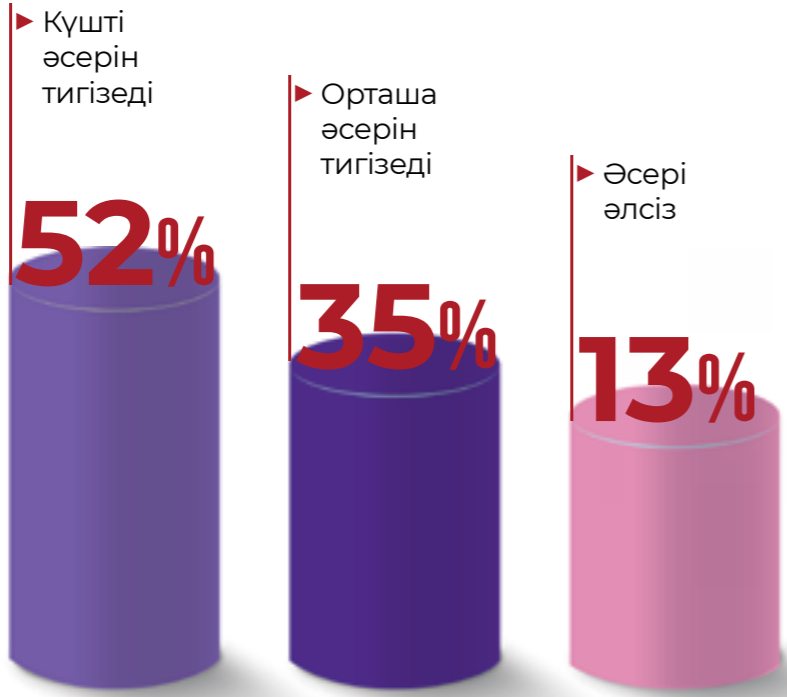
Сиднейдің Техникалық университетінде суретте жүзіп келе жатқан акуланы ажырата алатын қарапайым түрінен 4 есе дәл түсіретін бағдарламаны әзірлеп шығарды. Мұндай бағдарламамен жарақталған дрондар жағажай аумағын бақылап жүреді. Олардың акустикалық жүйесі демалушыларды қауіп туралы хабардар етуге және тіпті, қажет болған жағдайда құтқарушы кеудешелерді тастауға қабілеті бар.¹³

¹³ Apparat, Дрондарды қолданудың 10 үлгісі. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://apparat.cc/world/10-drone/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

4.2.

ТУРИЗМ САЛАСЫН ЦИФРЛАНДЫРУ

Цифрландыру мен үлкен деректерді алдағы 10—15 жылда қолдану саласын ұлғайту, сала сарапшыларының пікірінше, отандық туризмнің дамуына өте күшті ықпалын тигізеді.



Қазақстанда ақпараттық-коммуникациялық технологияларды (АКТ) дамытуға және цифрлық инновацияларды енгізуге үлкен назар аударылуда. Елде цифрландыруды таратудың реттеуші құралы «Цифрлы Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы болып табылады. Бұл

бағдарламаның мақсаты — цифрлық технологияларды жарқын болашақта енгізу арқылы әлеуметтік-экономикалық климаты жақсарту, сондай-ақ ұзақ мерзімді перспективаға цифрлы экономиканы болашаққа қалыптастыру.

Әлемдік рейтингте 2017 жылы ақпараттық-коммуникациялық технологияларды дамыту (ICT Development Index) жағынан Қазақстан 176 елдің 52-орнына жайғасты.¹⁴



Қазақстанның әлемдік рейтингінде ICT Development позициясының жақсаруына қарамастан қазіргі таңда еліміздің туристік нарығында шетелдік және ішкі туристерді барлық қажетті ақпаратпен қамтамасыз ете алатындай қандай да бір бірыңғайландырылған қосымша жоқ.

Ұсыныстардың спектрін ұлғайтып, біршама креативтік, инновациялық шешімдердің көмегімен ақпараттық қолжетімділікті арттыру керек, бұл қайта келу саяхаттары мен келушілер санын арт-

тыруға мүмкіндік береді. Ертең келетін саяхаттаушыларды күту ұсынылатын қызметтер жайлы толық ақпаратқа толыққанды бірлескен қолжетімділік пен максимум дербестендірілген қызмет пакетіне тапсырыс беру мүмкіндіктерін алумен байланысты.

Қазақстанның туризм саласын цифрландыру процесі отандық туристік бизнеске ғана емес, әлемдік тренділердің қатарына жататын тренділердің ықпалымен болып жатыр.

- Қазақстанның туризм саласын цифрландыруға деген өсетін қажеттілік
- Цифрландырылған деректердің көлемін арттыру
- Кибератака санының өсуі, олардың келтіретін залалының мөлшерінің артуы

¹⁴ Халықаралық электр байланысы одағы. ICT Development Index 2017. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

ТРЕНД ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ЦИФРЛАНДЫРУҒА ҚАЖЕТТІЛІГІНІҢ ӨСУІ

Туристік индустрия өзінің қызмет саласында электронды коммерция элементтерін белсенді түрде пайдалануды бастап кетті. Жердің кез-келген нүктесінен үйден шықпай-ақ, турларға тапсырыс беріп, оларды төлеу, әуежайдан тасымалдау, ұшаққа немесе мәдени іс-шараларға билеттерді брондау, қонақ үйден өзіңе қажетті номерді таңдау мүмкіндіктері пайда болды.

Электронды коммерцияны ендіру ұсынылатын қызметтердің сапасын арттырады, клиенттерге қызмет көрсету уақытын қысқартады, көрсетілетін қызмет түрлерін ұлғайтады.

Жаңарған технологиялар туристік өнімнің нарықта маркетингтік жылжуына жаңа тәсілдерді жа-

сауға мүмкіндік береді, мысалы әлеуетті туристердің электронды адресстеріне жарнамалық кейстердің дербестендірілген сілтемелерін ұйымдастыру. Туристік агенттіктердің ақпараттық жүйелері турлар, шипажайлар, отельдер, тасымалдаушы компаниялар, сонымен қатар әлеуетті туристердің жасайтын саудалары мен жиі кіретін сайттары туралы ақпараттарды жинауға, қалыптастыруға және сақтауға мүмкіндік береді.

Мултимедиялық технологиялар цифрлық буклеттер мен каталогтарды шығару үшін қолданылады, олар виртуалды түрде ұсынылатын маршруттармен жүріп өтуге мүмкіндік береді, бұл нақты қызметтер пакетін анықтап алуға мүмкіндік береді.

нысты. 2025 жылы олардың саны 6 миллиардқа дейін артады, ол әлем халқының 75% құрайды. Ал, желіге қосылған осы құрылғылардың пайдаланушыларымен өзара байланыс әрбір 18 секунд сайын болады.

2025 жылы бүкіләлемдік деректер көлемі 2018 жылмен салыстырғанда 5 есеге артады және 175 зеттабайтқа жетеді.¹⁵

Мұнда осы деректердің 30% нақты уақыт режимінде өңдеу қажет болады.

Туризм саласында Big Data қызмет көрсету жөніндегі қызметтердің тиімділігін арттыру үшін қажет, сондай-ақ әлеуетті саяхаттаушыларды тарту сатысында қажет. Big Data пайдалану

- ▶ қызметтерді сапалы көрсетуге;
- ▶ туристік өнімді жылжыту каналдарын ұлғайтуға және олардың функционалдық мәнін арттыруға;
- ▶ қызметтерді тұтынушыларға жақындау, туристік өнімді максималды түрде дербестендіру, осы арқылы клиенттердің бейілділігін арттыруға;
- ▶ әлеуетті туристер мен қызметтерді соңғы пайдаланушы арасындағы делдалдықтан алшақтау;
- ▶ өнімділікті арттыруға, уақыт, қаражат және адам ресурстарын ұтымды пайдалануға мүмкіндік береді.

Трендінi дамытудың негiзгi технологиялары болып табылатындар:



ТРЕНД ЦИФРЛАНДЫРЫЛҒАН ДЕРЕКТЕРДІҢ КӨЛЕМІНІҢ ҰЛҒАЮЫ

Ауқымды деген деректердің аналитикасы (Big Data Analytics) цифрландыруға өзгеру кезеңіндегі ең өзекті мәселелердің қатарына жатады.

International Data Corporation сарапшыларының бағалауы бойынша қазіргі таңда күнделікті 5 миллиардтан артық пайдаланушы деректермен өзара байла-

¹⁵ Әлемді цифрландыру. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



BIG DATA ЖӘНЕ БҰЛТТЫ ЕСЕПТЕУЛЕР (CLOUD COMPUTING)

Өткен саяхат тәжірибесі туралы деректерді талдай отырып, қонақүйлер мен туристік компаниялар клиенттерге жеке ұсыныстар беріп, шешім қабылдау процесінде айтарлықтай көмектесе алады. Осындай шешімдер қабылдауға бейімделген жүйелер туристік компанияларға өздері үшін де, клиенттер үшін де ең тиімді бағыттарды ұсынуға мүмкіндік береді.

- ▶ Интернетке шығу мүмкіндігі бар кез келген құрылғыдан деректерге тұрақты және бірлесіп қол жеткізу;
- ▶ бұлт провайдерінің білікті қызметкерлерінің деректерді қауіпсіз және сенімді қорғауы.

International Data Corporation консалтингтік компаниясының «the Digitization of the World» есебіне сәйкес, 2025 жылға қарай әлемдік деректер көлемінің 49%-ы көпшілік бұлтты ресурстарда орналастырылатын болады.

Бұл саяхатшыларды өзіндік құны немесе қалаған демалыс орны, қызығушылықтары және басқалары сияқты бірнеше критерийлер бойынша бөлуге мүмкіндік береді. Бұл әр сегмент бойынша дербестендірілген маркетингтік және жарнамалық науқандарды құруға ықпал етеді және бизнесті жүргізу мен дамыту үшін көбірек мүмкіндіктер ашады.

Бұлтты технологиялар туралы алғаш рет 1960 жылы айтылды, бірақ олар белсенді түрде 2006 жылы, Amazon клиенттерге қашықтағы есептеу ресурстарына қол жеткізе бастаған кезде ғана енгізіле бастады.¹⁷

Бұлтты технологияларды енгізген кәсіпорындар бірқатар бәсекелестік артықшылықтарға ие болады, олардың негізгілері:

- ▶ меншікті есептеу желілерін сатып алуға және қызмет көрсетуге қажетті қаражатты үнемдеу;

Ал 2019 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанда экономика салалары бойынша орташа есеппен кәсіпорындардың тек 9%-ы Интернет желісі арқылы бұлтты АТ қызметтерін (Cloud services) пайдаланды.¹⁸

Туризм саласында интернет желісі арқылы бұлтты АТ-қызметтерін сала компанияларының 7,3% пайдаланады, бұл 2018 жылғы деңгейден 1,4 пайыздық тармаққа жоғары.

¹⁷ IDC. The Digitization of the World From Edge to Core. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

¹⁸ «Кәсіпорындарда ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалану» таңдамалы зерттеуі. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің «Талдау» ақпараттық-талдау жүйесі. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://taldau.stat.gov.kz/ru/Search/SearchByKeyWord> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

ЖАСАНДЫ ЗИЯТКЕРЛІК

Жасанды зияткерлік (ЖЗ) туризм индустриясына белсенді түрде еніп келе жатыр. Егер ЖЗ қолданатын чат-боттар клиенттерге қызмет көрсету және сату жөніндегі әртүрлі міндеттерді автоматтандыру және оңтайландыру үшін қолданылады. Себебі клиенттерге сырт еткізу үшін жылдам және чат-боттар операторлар қолжетімді болмағанда үзілісті бірден жалғайды. Қазір, туристік бизнес әрбір әлеуетті турист үшін бәсекеге түсетін

уақытта клиенттің не қалайтындығын түсіну маңызды.

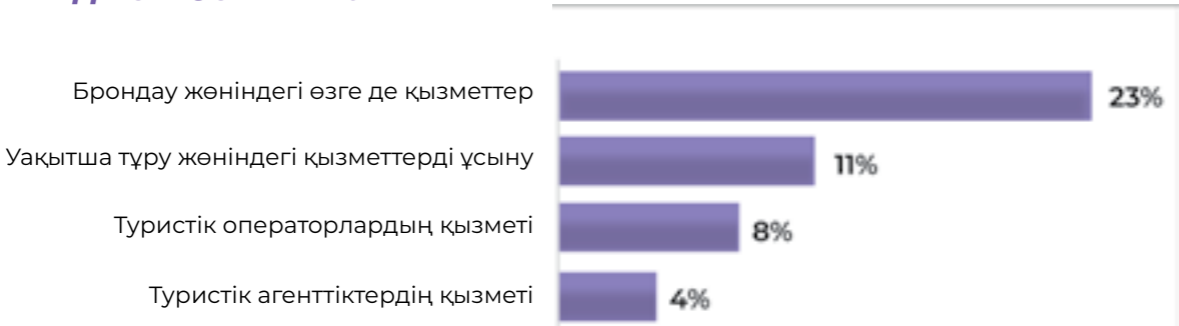
Чат-боттар өздерінің функционалды болуымен шектелгендігіне қарамастан, олар клиенттерге көптеген маңызды ақпараттарды ұсына алады. Қазіргі таңда ЖЗ клиенттер үшін біршама дербестендірілген және оларды қанағаттандыратын клиенттер үшін деректерді жинауға және талдау үшін кеңінен қолданылады.

ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ҮЛГІСІ

- a. Чат-бот пен 30 әртүрлі бизнес-платформалармен біріктірілген Mindsay платформасы әлемнің 110 тілінде туристердің 80% сұраныстарына дейін туризм саласындағы онлайн бизнесті автоматтандыруға мүмкіндік береді.
- b. United Airlines әуе компаниясы 150 параметрге дейін өзінің клиенттерінің деректеріне талдау жүргізеді, оның ішінде алдындағы билет сатып алу, жүру бағыттары мен басқа да деректер. Алынған ақпараттарды қолдана отырып, компания бірнеше секунд ішінде өзінің сервисін нақты клиентке баптай алады. Бұл ретте дизайн мен хабарласу мәтіні де өзгереді, ол айырбастылымды біршама ұлғайтады.¹⁶

¹⁶ Rusbase, VR ретінде және өзге де технологиялар туристік бизнесті өзгертеді. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

9-диаграмма
Интернет желісі арқылы АТ-бұлттық қызметтерін пайдаланатын ҚР туризм саласындағы компаниялардың үлесі, 2019 жылдың қорытындысы бойынша



% сала компанияларының санына есептелген

Дереккөз: Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті.

Бұлттық АТ-қызметтер билеттер мен қонақ үй номерлерін брондау жөніндегі қызметтерді, сондай-ақ ілеспе қызметтерді (есеп берген компаниялар санына 23%)

брондау жөніндегі қызметтерді ұсынатын компаниялар белсенді түрде пайдаланады. Қалған салалар осы технологияны пайдалану жағынан төмен деңгейде.

Ұялы ҚОСЫМШАЛАР

Туристік немесе көлік қызметін ұсынатын қандай да бір компания өзінің ұялы қосымшада болуын Интернетте ұйымдастыруы керек. Компания смартфондар арқылы өздерінің клиенттеріне максималды толық қызмет спектріне еркін қатынауды ұсынуы керек, мысалы, тарихи орындарға және әлеуметтік инфрақұрылым нысандарына тур-навигаторға қатынауды ұсыну керек.

Бұл технологияны туризм индустриясының компаниялары билеттерді, турларды брондау және қызметтердің төлемін төлеу үшін белсенді түрде қолданады. Қо-

нақ үйлерде келушілер қосалқы қызметтерге, мысалға персонал арқылы дәстүрлі қызмет көрсетуді қолданбай, SPA, такси, ойын-сауық шараларына, мейрамхана мәзіріне, номерлерде қызмет көрсетуге ұялы қосымша арқылы брондауға мүмкіндігі бар.

Көптеген ұялы қосымшалар сервистік қызмет көрсетудің бір немесе бірнеше функцияларын орындай алады.

Алайда, қазіргі таңда туристік қызмет тұтынушылары бір қосымшада сұранысы жоғары сервистердің барлық жинағын көргісі келеді.

Мысалы, OAG компаниясының зерттеулеріне сәйкес тұрақты түрде саяхаттаушылардың 78% артығы ұялы қосымшада рейстердің кідіруін немесе болмауын болжайтын сервисті, 75% нақты уақыт режимінде лайнердің қону уақы-

тын анықтайтын, 59% үшін әуежайда төлемдерді төлеу сервисінің болуы, сусындар мен тамақты күту залына жеткізу маңызды деп таниды.¹⁹

STARLINK ЖӘНЕ 5G/6G

2030 жылы 5G сымсыз өте жылдам байланыстың жаңа буыны жер-жерде болады және 6G стандарттары пайда болады. Бұл есептеу қуатын желі перифериясына жақындатып, күрделі есептеу алгоритмдерін қолданғанда деректерді өңдеу уақытын қысқартуға мүмкіндік береді

5G таралуы туризм саласында нақты уақыт режимінде зияткерлік деректерін шығаратын мо-

ниторинг құрылғыларын туризм саласында кеңінен тарату негіздемесін құрады. Ал бүкіл әлемді Starlink меңгеруі әлемнің кез-келген нүктесіне жоғары сапалы интернетпен қатынауды қатмама-сыз ете отырып, миллиардтаған пайдаланушыларды болашақтың кибернетикалық қауымдастығына біріктіреді. Ол, өз кезегінде бизнесті тиімді басқаруға және сапасын арттыруға ықпал етеді.

БЛОКЧЕЙН

Блокчейн технологияларының басты ерекшелігі адами факторлардың максималды ықпалын болдырмас үшін математикалық есеп алгоритмін қолдану болып табылады.

Блокчейн технологиясының мүмкіндіктерінің арқасында цифрландырылған келісімдер туралы ақпараттарды автоматты түрде бақылауға, жазып алуға және сақтауға болады, оның қолданысы кеңейтілген: жеке сипаттағы

ақпаратты орналастырудан бастап компанияның қызметінің барлық кезеңіндегі деректерін сақтауға дейін.

Бұл технология клиенттер арасындағы сенім проблемасын шешу үшін әзірленеді, сол себепті туристер мен ұсынылатын қызметтердің түрлері туралы құпия ақпаратты сақтау және беделін арттыру үшін туризмде қолданылады.

¹⁹ Rusbase. VR ретінде және өзге де технологиялар туристік бизнесті өзгертеді. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://rb.ru/longread/turizm-v-cifre/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

Блокчейн туристерге төлемдер бойынша операцияларды бақылауға мүмкіндік береді, себебі төлемдер тікелей қызмет көрсетуге шарт жасасқан компанияларға (отельдер, көлік компанияларына және басқаларына) бағытталады. Сол арқылы орталықтандырылған және ашық транзакция жүйесі түзіледі.

Туристерді саяхат кезінде сақтандыру бөлінген тізімдердің технологияларын енгізуге арналған перспективалық бағыты болып табылады. Кейінге қалдырылған немесе ұшу болмаған рейстер үшін компенсацияны алу про-

цесі көбінесе саяхатшылар үшін уақыт пен ақшаны жоғалту түрінде көптеген проблемалармен түйіндеседі.

Мұндай жағдайда смарт-келісім шарттар, сипаттізімдер келеді, олар зардап шеккен туристерге сақтандыру компенсациясын автоматты түрде төлеуге мүмкіндік береді. Алайда, туризм саласына блокчейнді ауқымды түрде енгізу осы саладағы білікті мамандардың жеткілікті мөлшерде төмен болуы, компания басшыларының блокчейндер ұсынған мүмкіндіктер туралы хабардар болуының төменгі деңгейі кедергі болады.

Егер 2018 жылы компаниялардың шығыны 1,5 трлн доллар құраса, онда 2022 жылы кибер қылмыстан түскен ауқымды залалдың көлемі 8 трлн доллар құрауы мүмкін.²⁰

Ақпараттық қауіпсіздік проблемаларына, заңсыз қауіптерден ақпараттық-коммуникациялық инфрақұрылымды қорғау дәрежесін арттыру проблемаларына Қазақстан Үкіметі үлкен назар аударып отыр — АҚТ саласында бекітілген бірыңғай талаптар, киберқауіпсіздік саласын дамытуға базалық тәсілдер әзірленген болатын және ақпараттық

қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін «Қазақстанның Киберщиті» тұжырымдамасы енгізілген.

Халықаралық электр байланысы одағының ресми есебіне сәйкес 2018 жылы Қазақстан кибер дайындықтың халықаралық рейтингінің топ-40 елінің қатарына кірді. Бір жыл ішінде Қазақстан 83-орыннан 40 орынға ауысты.²¹

KZ-Cert ақпараттары бойынша Қазақстанда 2019 жыл ішінде деректер қорына 20,8 мың заңсыз қатынау анықталған, ол 2018 жылдың деңгейін 1,8% артты.

Ең үлкен белсенділік келесі шабуыл тарапынан белгілі болды:

3 ТРЕНД КИБЕР ШАБУЫЛДАР САНЫНЫҢ ӨСУІ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ КЕЛТІРЕТІН ЗАЛАЛ МӨЛШЕРІНІҢ АРТУЫ

Заманауи технологияларды пайдалану мен ауқымды цифрландыру туристік компаниялардың деректер қорына ақша ұрлау мақсатында және бопсалау мақсатында құпия ақпаратқа заңсыз қатынау ықтималдылығын арттырады.

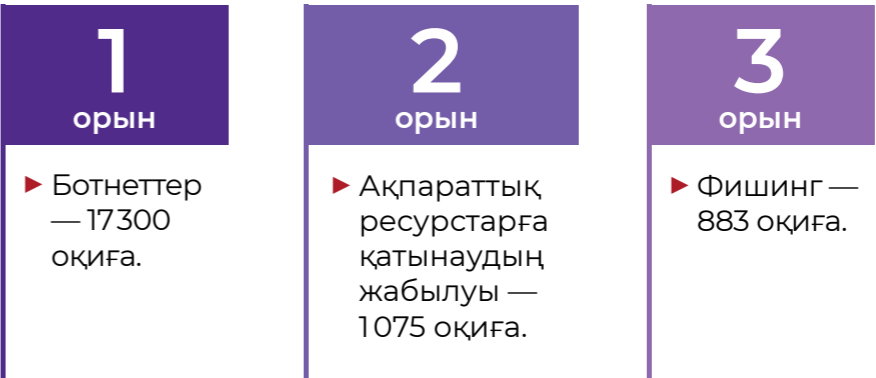
Киберқауіпсіздік жөніндегі сарапшылар соңғы жылдар ішінде барлық шабуылдың жартысы шағын бизнеске қарсы жасалған деп атап өтеді, мұнда компаниялардың 60% мұндай шабуылдан кейін жарты жыл ішінде өз қызметтерін жапқан.

Зиянкестер тарапынан болатын қауіп мүмкіндіктерін бағалау қиын. Болуы мүмкін басым ша-

буылдардың салдарына объективті баға беру тіпті қиын.

Cybersecurity Ventures Киберқауіпсіздік жөніндегі сарапшылардың ақпаратына сәйкес 2018 жылы бопсалаушылардың саны 3,5 есеге артты. Және егер 2016 жылы кибер шабуыл әлемде әрбір 40 секунд болса, ал 2019 жылы – әрбір 14 секунд сайын, ал 2021 жылы олардың жиілігі 11 секундқа дейін артады.

Кибершабуылдар санының өсуімен олар келтіретін зиян мөлшері де артады. Сарапшылардың бағалауы бойынша, 2021 жылы бопсалаудан келтірілген залал 2015 жылмен салыстырғанда 57 есе артады.



Осындай оқиғалар қаншалықты аз болатын болса, мысалы зиянды бағдарламалық қамсыздандыру, қызмет көрсетуден бас тарту (Ddos-шабуылдар).²²

Ақпараттық жүйелерге заңсыз қатынауды болдырмас үшін немесе ол пайда болғанда залалдың көлемін азайту үшін туризм индустриясының компаниялары тек ақпараттық базаларды қорғау құралдарын таңдауда ғана емес,

сонымен қатар тиісті санаттағы мамандардың біліктілігін тұрақты түрде арттырып отыру қажет.

Қазіргі сәтте Қазақстандағы компаниялар деректер қорының қауіпсіздігін қамтамасыз ететін мамандардың жетіспеушілігін көріп отыр, ал ақпараттық қорғау жөніндегі мамандарға деген сұраныс әр жыл сайын артып отыратын болады.

²⁰ Кибер қауіпсіздік жинағы, 2019 жыл: 100 Факт, Цифр, Болжам және Статистика. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: cybersecurityventures.com/cybersecurity-almanac-2019/ (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

²¹ Global Cybersecurity Index (GCI). [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2018-PDF-E.pdf (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

²² KZ-CERT – Компьютерлік оқиғаларға әрекет ету қызметі. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: https://cert.gov.kz/press_club/infographics (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

4.3. САЛА РЕСУРСТАРЫН БАСҚАРУ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ

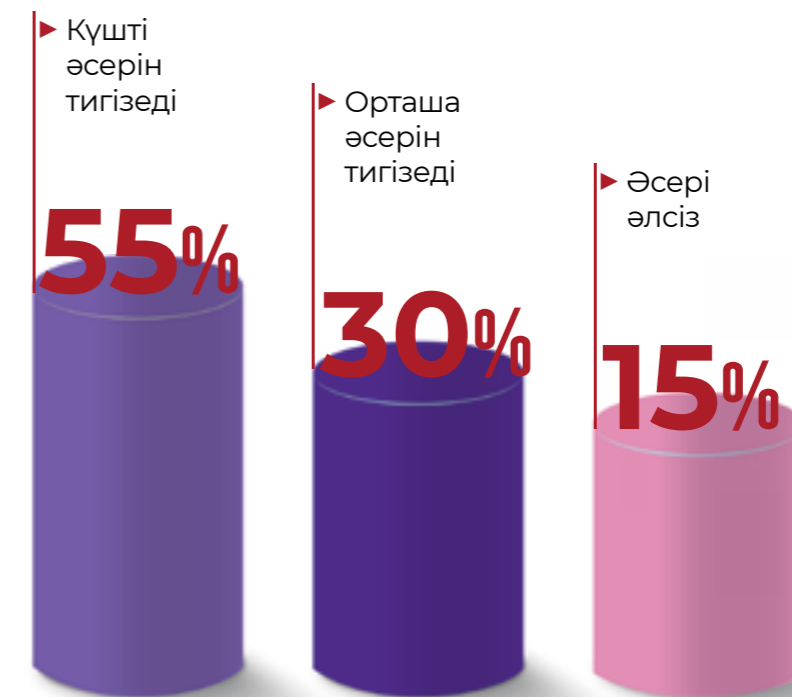
Алдағы 10—15 жыл ішінде саланың ресурстарын басқару тиімділігін арттыру сарапшылардың пікірі бойынша, отандық туризмнің дамуына үлкен ықпал ететін болады.



ТРЕНДІНІҢ ПАЙДА БОЛУ ҮЛГІСІ:

2019 жылдың желтоқсанында Нью-Йорктың жанында орналасқан Олбани халықаралық әуежайының жүйесіне хакерлік шабуыл жасалған болатын. Шабуыл нәтижесінде компанияның серверінде әуежайдың ең маңызды жүйелердің кейбіреуі істен шықты. Компанияның жұмысын қайта іске қосу үшін құн төлеу керек болды, мұнда сақтандыру төлемі келтірілген залал сомасын жаппады.²³

²³ URL: <https://travelvesti.ru/novosti/vsled-za-covid-19-turizm-atakuyut-khakery.html> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



Материалдық, өндірістік, технологиялық, адами және өзге де факторлар кез-келген саланың немесе компания қызметінің іргетасы болып табылады. Алайда, ресурстар шексіз бола бермейді және оларды дұрыс қолдана білу керек.

Ресурстарды басқару тиімділігін арттыру, сала сарапшыларының пікірі бойынша бүкіл әлем бойынша ұсынылатын отельдер, турлар мен әуе билеттерін біріктірген алаңдарды дамытуда қажеттіліктердің өсу ықпалымен болады. Туристік индустрия компаниялары қазіргі күні өздерінің қызмет-

тері мен өнімдерін маркетингтік жылжытудың заманауи әдістерін енгізуді белсенді түрде жүргізіп жатыр.

Алайда, ҚР Статистика комитетінің деректері бойынша саланың барлық компанияларының әлеуметтік желілерде бизнес-аккаунттары, тіпті жеке веб-сайттарының өзі бола бермейді.

Интернетті уақытша тұру қызмет-

терін ұсынатын компаниялар өз қызметтерін алға жылжыту үшін белсене қолданып жатыр. Тіпті, отель бизнесінің тек 25% қонақ үй ғана клиенттерге номерлерді онлайн брондау мүмкіндіктерін ұсына алады. Бұл ретте компаниялардың көптеген бөлігі өнімді алға жылжытудың интернет-маркетинг тәсілдерімен (вейб-сайт немесе әлеуметтік желілер) жарақталған, өз қызметтеріне тапсырыстар алады.

10-диаграмма

Интернет-ресурстарды өз қызметтерін алға жылжыту үшін қолданатын ҚР туризм саласы компанияларының үлестері



Дереккөз: Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті.

Жеке меншік интернет-сайттарды дамыту және алға жылжыту, әрине, компаниялар күшін біріктіріп, ішкі нарықта, және ең бастысы, сыртқы нарықта туристік қызметтерді алға жылжытудың біртұтас құралын құру үшін бірігуі қажет.

Ең қуатты маркетингтік шешім — билеттерді брондау, отелдерді, көлік компанияларын, өнер саласындағы және ойын-сауық саласының нысандарына брондау жөніндегі компанияларды, орталықтан-

дырылған онлайн-тревел-агенттіктерді (ОТА), нарықтың барлық қатысушылары — туристік агенттіктер мен туристік операторларды біріктіретін алаңдарды құру болады.

Бұл алаңдар туристерше әртүрлі әуеде ұшу нұсқаларын, қонақ үйлерде тұру, көлікті жалға алу, турлар мен экскурсияларды ұсына алады.

Ең бастысы, клиент бір алаңда отырып, компаниялардың баға-



сын салыстыра отырып, өзінің бюджеті немесе жеке ерекшеліктері шеңберінде өзіне келетін нұсқаны таңдап алуға, қонақ үйдегі номердің таңдауға және тури-

стік қызметтердің пакетін құрып, бронға қойып немесе бірден төлей алады. Осы жобаны іске асыру үшін АТ саласында білімі бар мамандар қажет болады.

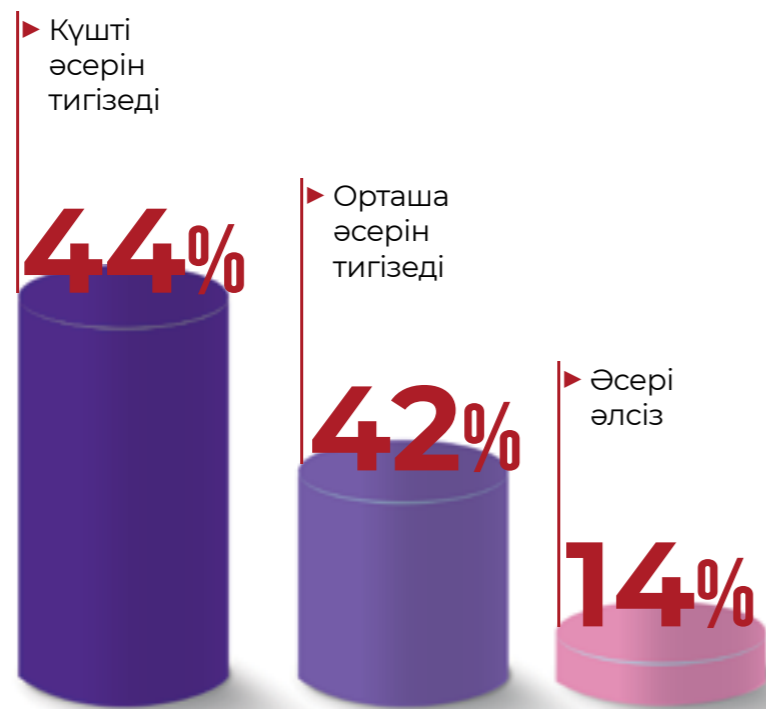
ТРЕНДІНІҢ ПАЙДА БОЛУ ҮЛГІСІ:

Туризм саласындағы отандық нарықта жетекші ойыншылардың бірі Tickets.kz онлайн-тревел агенттіні болып табылады, ол халықаралық ОТА Tickets Travel Network (TTN) құрамында кіреді. Тек 2 жыл ішінде компания онлайн-брондау нарығының 25% артығын алды.²⁴

²⁴ Онлайн-тревел-агенттіктердің дәстүрлі туристік операторлардың алдындағы артықшылығы неде. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://tengrinews.kz/travel/chem-preimuschestva-onlayn-trevel-agentstv-traditsionnyimi-336951/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

4.4. ҰСЫНЫЛАТЫН ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҒЫНА ҚОЙЫЛАТЫН ТАЛАПТАРДЫҢ АРТУЫ

Алдағы 10—15 жыл ішінде ұсынылатын қызметтердің экологиялылығына қойылатын талаптардың артуы, сала сарапшыларының пікірінше, Қазақстандағы туризм индустриясының дамуына күшті және орташа әсерін тең дәрежеде тигізеді.



Сарапшылардың бағалауы бойынша туризм ауқымды деген CO₂ шығарындылардың 5% қалыптастырады, олардың ішінен

40% әуе тасымалдауына, 20%-қонақ үйлер мен уақытша тұру орындарына, ал тағы 40%-өзге көлік түрлеріне және ойын-са-

уық қызметтеріне келеді.²⁵ Соңғы жылдары көптеген елдердің стратегиялық басты басымдылығы тұрақты дамуға өту тұжырымдамасына өту - экономиканы теңдестіре дамытумен экологиялық қауіпсіздікті шоғырландыру

болады. Бұл процесті жеделдету жаңа технологиялардың басымдылығын қолдануға ықпал етеді, олар қоршаған ортаға теріс әсерін ғана азайтпайды, табиғи ресурстарды пайдалану тиімділігін арттырады.

Туристік саланың тұрақты дамуына өту тұжырымдамасын іске асыру келесі тренділердің ықпалымен болады:

- Қазақстанда эко-, этно- және агротуризмнің танымалдылығының өсуі
- Салауатты және саналы тамақтану тұжырымдамасының өсіп отыратын танымалдылығы

ТРЕНД ҚАЗАҚСТАНДА ЭКО-, ЭТНО- ЖӘНЕ АГРОТУРИЗМНІҢ ТАНЫМАЛДЫЛЫҒЫНЫҢ ӨСУІ

Экотуризм, табиғатқа турлар - бүкіл әлемдегі сияқты, біздің елімізде де сұранысқа ие бағыттар. Жыл сайын экологиялық таза аймақтарда демалуды қалайтын туристердің саны бірнеше есе өседі. Халықаралық аграрлық

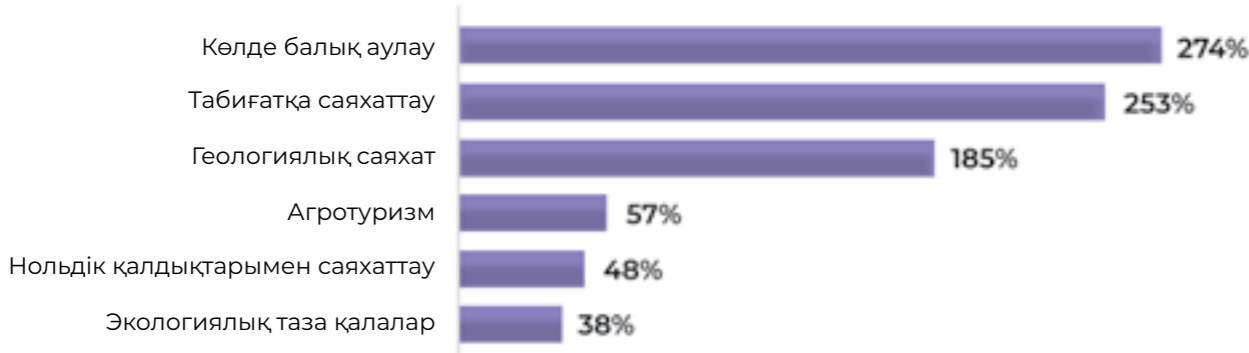
саясат тәуелсіз институты (ХАСТИ) ұсынған «Іздеу сұраныстарының ауқымды трендтері» есебіне сәйкес экологиялық туризммен және табиғаттағы демалыспен байланысты сұрату саны іздеу жүйелерінде өсу қарқынында болады

²⁵ «Туризм және болашақтың энергиясы» бүкіләлемдік конференциясы. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419517> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

«Көлде балық аулау» сұраныстарының саны 2,7 есеге, «табиғатта саяхаттау» 2,5 есеге, «геологиялық экскурсия» 1,9 есеге, «агротуризм» 57%, ал «нольдік қалдықпен саяхаттау» 48%,

ал «экологиялық таза қалалар» 38% өсті.²⁶

11-диаграмма
Экологияға байланысты ауқымды сұратулардың санының өсуі, 2020 жылы



Дереккөз: ХТАСИ. «Ғаламдық іздеу трендтері».

Қазіргі саяхаттаушылар бұрынғы уақытқа қарағанда экологияға ұқыпты қарайды. Олар автомобильмен жетуге қарағанда жаяу саяхаттауды қалайды, тек табиғи өнімдерді пайдаланады, қоршаған ортаны қорғауға мұқият қарайды.

Әуе компаниялары, туристік операторлар, автомобильдерді жалға беруші фирмалар, отельдер де экология тақырыбын қолдап, өз бизнесін осы бағытта дамыта бастады.

Мысалы, автомобильдерді жалға беруші компаниялар қазір электромобильдер мен велосипед көліктер ұсынады, ал кейбіреулері осы бағытқа мамандандырылған. Отдельдер мен шипажайлар бүкіл әлемде тұрақты технологияларға деген бейімділікте шығып жатыр.

ЭКОЛОГИЯНЫ ҰСТАНАТЫН ОТЕЛЬДЕРДІҢ ДӘСТҮРЛІ ОТЕЛЬДЕРДЕН БАСТЫ АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ — ОЛАР ҚОНАҚТАРДЫҢ ТАЗА АУАДА ДЕМАЛУЫ, ТАБИҒИ ӨНІМДЕРДІ ПАЙДАЛАНУЫ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТІЛЕТІН ЖЕРЛЕРДЕ ОРНАЛАСАДЫ, АЛ НОМЕРЛЕРДІ БЕЗЕНДІРУДЕ ТЕК ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТАЗА МАТЕРИАЛДАРДЫ ҒАНА ҚОЛДАНАДЫ.

Әлемдік туристік индустрияда ұялы байланысты қолдану мүмкіндіктері жоқ, ал кейде электр қуаты жоқ, су күн сәулесімен жылитын және қоршаған ортаға зиян келтірмейтін жеке гигиена құралдарын қолданатын отельдер бар екені белгілі.

ТРЕНДІНІҢ ПАЙДА БОЛУ ҮЛГІСІ

Қазақстанға экотуристердің келуіне арналған танымал орын Қызыларай болып табылады. Туристер қалауынша қазақ киіз үйлеріне жайғасып, жергілікті халықтың тұрмыс-тіршілігімен таныса алады.

Туристердің тарапынан Алматы қаласынан 200 км орналасқан Шарын шатқалдарына деген үлкен қызығушылық байқалып отыр. Бұл айрықша орынның жылжымалы ән салатын құмдары мен қорған түріндегі таңғажайып шатқалдарын Аризонадағы Гранд Каньондарымен жиі салыстырады.

Жабайы құстарға шығу қазіргі таңда туристік өнімдердің арасында көшбасшы орында тұр. Туристер біздің елімізге шетелден осы аңшылық түрін үйрену үшін келеді.

2 ТРЕНД САНАЛЫ ЖӘНЕ САЛАУАТТЫ ҚОРЕКТЕНУ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫНЫҢ ӨСІП КЕЛЕ ЖАТҚАН ТАНЫМАЛДЫЛЫҒЫ

Саналы түрде тағам түрлерін таңдау өзекті тренд болып келе жатыр. Адамдар қазір өздерінің денсаулығына дұрыс қарай бастады, өздерінің тамақтану түрін дұрыс таңдап, саяхат кезінде де осы салтты ұстану қажет деп санайды.

Туризм индустриясы қалыс қалмайды және осы тенденцияның ықпалын ескермейді. Сол себепті, осы санаттағы клиенттер үшін туристік компаниялар тек пайдалы, табиғи және жаңа піскеи өнімдерді ғана тамақ рационына қосуға бағдарланған ұсыныстарды әзірлейді, сонымен қатар арнайы диетада жүрген адамдарға жеке тамақтану режимін ұсынады.

Отельдер мен шипажайлар жаңғыртылған жаңа асханамен денсаулық пен демалысты біріктіре бастады, жаңа піскен жергілікті ингредиенттерге және өңірлік рецептерге бағдарланды. Кейбір шипажайлар нақты мақсаттарға, мысалы, салмақ тастауға назар аударады.

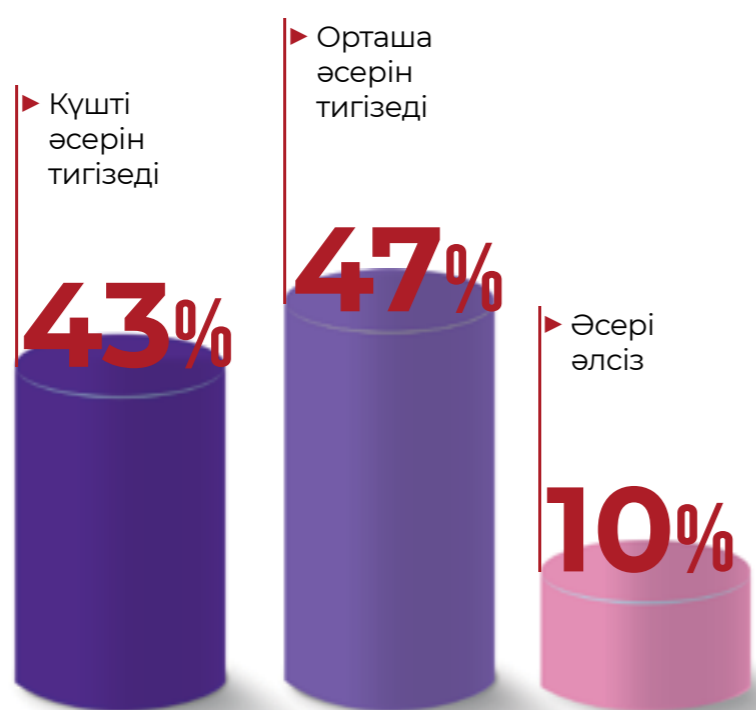
Отельдер мен шипажайлар жаңғыртылған жаңа асханамен денсаулық пен демалысты біріктіре бастады, жаңа піскен жергілікті ингредиенттерге және өңірлік рецептерге бағдарланды. Кейбір шипажайлар нақты мақсаттарға, мысалы, салмақ тастауға назар аударады.

²⁶ ХТАСИ. Ғаламдық іздеу трендтері. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

4.5.

Y ЖӘНЕ Z БУЫН МАМАНДАРЫНЫҢ СҰРАНЫСТАРЫНЫҢ ӨЗГЕРУІ

Алдағы 10—15 жыл ішінде Y және Z буын мамандарының сұраныстарының өзгеруі Қазақстанның туризм саласын дамытуға орташа және күшті әсерін бір дәрежеде тигізетін болады.



Компьютерлер, интернет және әлеуметтік желілер ғасырында туған жастардың құндылықтары басқа және алдыңғы буын ұрпақтарымен салыстырғанда

қазіргі таңда еңбек нарығында біршама белсенді орындарды алып жатыр. Бұл ретте жұмыс берушілер жас мамандарды жұмысқа алуға байланысты

қиындықтарға кездесуде. Жас буын еңбек төлеміне және оның шарттарына, мансабы бойынша жылжу мүмкіндіктеріне біршама талапшыл. Жаңа буын мамандарының сұраныстарының өзгеруі, сала сарапшыларының пікірінше аралас кәсіптердің құзыретін игерген персоналға деген қажеттіліктің өсу ықпалымен болып жатыр.

Туризм — бұл жастар көбірек жұмыс істейтін көптеген индустриялардың бірі. Бұл маңызды фактор болып табылады, себебі жаңа технологияларды ендіру алға басқан компьютерлік бағдарламалардан білімін қажет етеді. Ал, жастардың өзі осындай дағдыларды игеруге біршама қабілетті. Бұл ретте жастар өз қалауларын іздеу жолында бір орында көп қалғысы келмейді, ол бизнес пен қызмет сапасының тиімділігіне теріс әсерін тигізеді. Жұмыс берушілер жаңа мамандарды қайта оқытуы тиіс, ал кейде сай келетін кандидатура болмайды және жұмыстан шыққан қызметкерді

ешкіммен алмастыра алмайды.

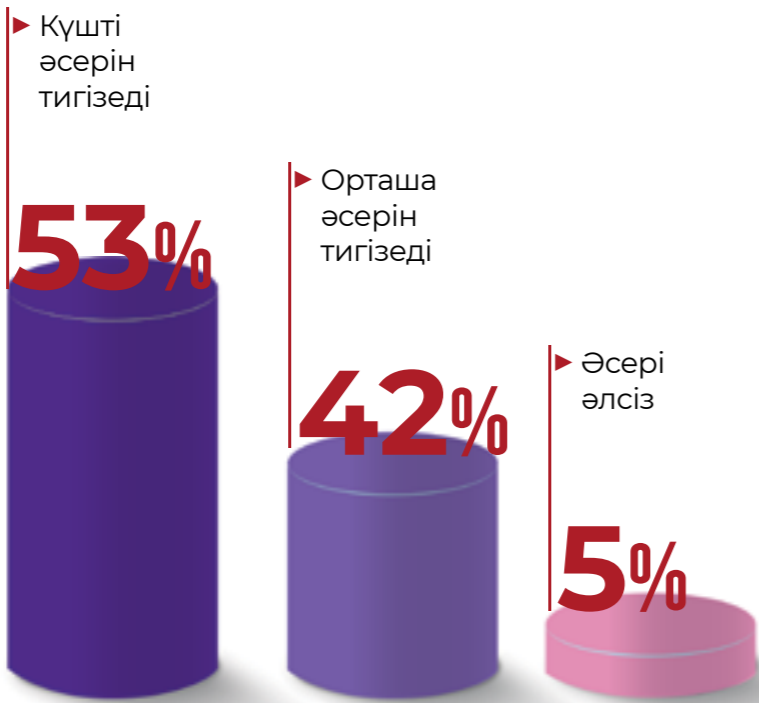
Мұндай жағдайда жұмыс берушілер кәсіптік құзыреттердің максималды көлемін меңгерген маманды өзі дара даярлауға мәжбүр, қажет болғанда өзінің негізгі лауазымдық міндеттерінен тыс міндеттерді орындау қажет болады.

Сала сарапшылары барлығын білетін және атқара алатын — клиенттермен келіссөз жүргізе алатын, сайттағы жарнаманы баптай алатын, туристерді қарсы алып және шығарып салып, бірнеше тіл меңгерген, аудармашының да ролінде бола алатын туризм менеджерін «оркестр-адам» деп атайды.

Аралас кәсіптерді меңгеру компанияларға жұмыс жүктемесін бөлуге жәрдемдеседі, ол әрбір қызметкердің жұмысын максималды түрде жүктеп, бір қызметкерлерді басқа қызметкерлерге алмастыра білу мәселелерін шұғыл шешуге мүмкіндік береді.

4.6. ТҰТЫНУШЫНЫҢ ҰНАТЫМЫНЫҢ ӨЗГЕРУІ

Алдағы 10—15 жыл ішінде тұтынушылардың ұнатымының өзгеруі Қазақстандағы туризм саласының дамуына күшті ықпалын тигізетін болады



Соңғы уақытта халыққа қызмет көрсететін компаниялар тұтынушыларға, олардың сұраныстарына, әдеттеріне және ни-

еттеріне жиі бағдар ала бастады. Компаниялар үшін бұл — жаңа мүмкіндіктерді іздеу, қызметтердің ассортиментін ұлғайту мен өзінің

клиенттеріне жаңа қажеттіліктерді қанағаттандыруға сервис қызметін арттыру дегенді білдіреді. Осы трендіні игеріп кетпейтін

және өзгермейтін компаниялар нарықта сұранысқа ие болмай қалады.

Туризм саласындағы тұтынушылардың ұнатымын өзгерту, сала сарапшыларының пікірі бойынша, келесі тренділердің ықпалымен болады:

- Ең көп дербес турөнімдердің ұсыныстардың санының артуы
- Дербес саяхаттарға арналған ұсыныстардың артуы
- Жергілікті тәжірибелерге деген бейімділікпен турларға сауалдардың артуы
- Қашықтықтан жұмыс істеу түрлерінің және жұмысты саяхаттаумен қоса атқарудың танымалдылығының артуы
- Туристер арасында каршеринг қызметінің танымалдалығының артуы
- Клиенттік тәжірибеге бағдарлану, қанағаттану

ТРЕНД ЕҢ КӨП ДЕРБЕС ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІҢ ҰСЫНЫСТАРЫНЫҢ САНЫНЫҢ АРТУЫ

Саяхат саласында маркетинг соңғы жылдары нақты әлеуетті клиентке қатысты деректерге көбірек сүйенеді. Ең көп көрілетін сайттар, алдыңғы сатып алулар және т. б. туралы ақпарат жарнаманы бейімдеу үшін және осы клиентке қатысты алға жылжытуға қолданылады. Мысал ретінде

мақсатты хабарландырулар немесе жарнамаларды алуға болады, олар әлеуетті туристердің веб-браузерлерінде шығып отырады. Олар әуе билеттеріне, қонақ үй номерлеріне жеңілдіктер ұсынады, соңғы уақытта қызығушылықтарына қарай пайдалы кеңестерін береді.

2 ТРЕНД ДЕРБЕС САЯХАТТАРҒА АРНАЛҒАН ҰСЫНЫСТАРДЫҢ АРТУЫ

Бұрын демалысқа көбінесе отбасымен немесе шағын компаниямен баратын. Дегенмен, бұл көптеген адамдар үшін өзекті болып қалса да, адамдардың көбі жеке саяхаттауды ұнатады.

Жалғыз дербес саяхаттау керемет ештеңе болмаса да, туристік тенденциялар осыны білдіреді.

ХТАСИ ұсынған «Іздеу сұраныстарының ауқымды тренділері» есебіне сәйкес «Дербес саяхаттау» іздеу жүйелеріне деген

сұратулардың саны 2020 жылдың өткен кезеңі ішінде 49% артты.²⁷

Дербес саяхаттаушылардың қажеттіліктері әртүрлі. Кейбіреулері жолсерігін алаңдатпас үшін жай ғана саяхаттауды қаласа. Кейбіреулері бұл мүмкіндікті достарының шеңберін көбейту үшін қолданады, ал кейде қартайған адамдарға дәстүрлі күтім баламасы ретінде қолданады. Туризмдегі бұл тенденция, сарапшылардың пікірі бойынша өсіп, дами беретін болады.

3 ТРЕНД ЖЕРГІЛІКТІ ТӘЖІРИБЕЛЕРГЕ ДЕГЕН БЕЙІМДІЛІКПЕН ТУРЛАРҒА СҰРАНЫСТЫҢ АРТУЫ

Егер бұрын саяхаттаушылар шипажайлардың маңыда қалуды қаласа, өзі танитын асты ішсе, көбінесе отандастарымен ғана араласатын болса, онда заманауи саяхатшылар өздері келген елдің адамдарымен, мәдениетімен және жерімен танысуға ұмтылады.

Жергілікті тағамдар — бұл көптеген сапарлардың негізгі ерекшелігі, адамдар жаңаны байқап көруге ұмтылады. Мәдени тәжірибе көптеген саяхаттардың кульминациясы болып табылады, және заманауи саяхаттаушылар осы аумақта тұратын халықтың дәстүрінің куәгерлері болып қалуға, және осы дәстүрлерге қатысуға ұмтылады.

²⁷ ХТАСИ. Фаламдық іздеу трендтері. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

4 ТРЕНД ҚАШЫҚТЫҚТАН ЖҰМЫС ІСТЕУ ТҮРЛЕРІНІҢ ЖӘНЕ ЖҰМЫСТЫ САЯХАТТАУМЕН ҚОСА АТҚАРУДЫҢ ТАНЫМАЛДЫЛЫҒЫНЫҢ АРТУЫ

Қазір адамдардың көбі өткен жылдарға қарағанда қашықтықтан жұмыс істейді.

Бұл тренд тек өсе береді — скайп және оған ұқсас бейне конференция қосымшалары әріптестермен жиналысты дұрыс өткізу үшін немесе клиенттермен келіссөздер жүргізу үшін бір ғимаратта болудың қажет емес екендігін дәлелдеді. Бос уақытта саяхаттау нұсқасының ең көп

танымалдылығы — бұл «цифрлық көшпендінің» феномені.

Саны өсіп келе жатқан фрилансерлер немесе қашықтықтан жұмыс істейтін жалданған жұмыскерлер, белгілі бір орынға бекітілмеген адамдар әлемде ноутбупен еркін саяхаттай алады.

Әсіресе, бұл туризм түрі миллениалдар ұрпағы арасында ерекше таралған.

5 ТРЕНД ТУРИСТЕР АРАСЫНДА КАРШЕРИНГ ҚЫЗМЕТІНІҢ ТАНЫМАЛДЫЛЫҒЫНЫҢ АРТУЫ

Сервис пайдаланушыларының саны автомобильдерді жалға беру каршеринг қызметі қарқынды түрде өсіп келе жатыр. Қызмет кез-келген тәулік уақытында, кез-келген апта күнінде қолжетімді. Тұрақтар әдетте, қаланың адам көп жүретін орындарында орналасқан. Туристік бизнес үшін басты идея «каршерингпен» сапарға шығу таксимен жүруге қарағанда арзан тұрады. Әдетте каршеринг-тұраққа авто-

мобильді қайтарусыз сапар шегу дегенді білдіретін ұялы каршеринг үлгісі қолданылады. Алайда, келушілердің автомобильдерді бірлесе пайдалануына арналған компания базасындағы жеке меншік мамандандырылған сервистерді құруы мүмкін. Бірақ, бұл үшін каршеринг операторларының ұялы қосымшаларында шетелдіктерді тіркеу үшін мүмкіндік ұсыну қажет

6 ТРЕНД КЛИЕНТТІК ТӘЖІРИБЕГЕ БАҒДАРЛАНУ, ҚАНАҒАТТАНУ

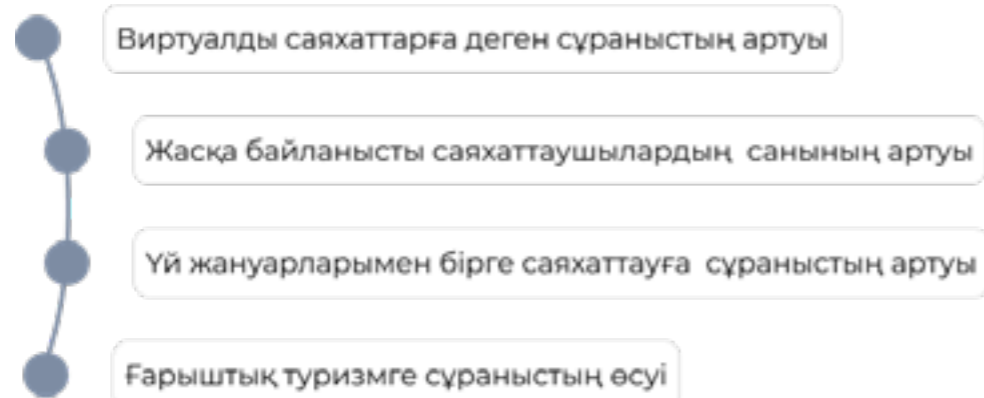
Клиенттердің тәжірибесімен байытылғандардың заманауи туризм индустриясы мен саяхатында маңызды мәнге ие. Клиенттердің мүмкіндіктері көп, сол себепті бейілділікті қамтамасыз ету мен қанағаттану біршама маңызды болып қала береді.

Туристтік нарықтың қатысушыларының билігіндегі стратегиялар мен технологиялар оң тұтынушылық тәжірибені құруда маңызды роль алады. Сапарды брондау кезінде қолданылатын чат-боттардан бастап ұсынылатын тағамдарға дейін қонақ үй номерлеріндегі зияткерлік құрылғылар мен AR қосымшалар белгіленген пункте жетуге бағдарлануға

көмектеседі — мұның барлығы клиенттің өз саяхатын қабылдауына немесе келуімен байланысты.

Жаңа даму стратегиясын қабылдаған кезде: «Бұл қалайша клиенттерге қызмет көрсету сапасын жақсартуға көмектеседі?» деп сұрау қажет. Осылайша, басты тренд клиенттерден бастап оң кері байланысты қалыптастыруға, олардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға негізгі тренд болады.

Отандық туризмге туризм индустриясының келесі әлемдік тренділер күшті әсерін тигізіп жатқан жоқ. Алайда, болашақта олар да біздің туристеріміз үшін өзекті болады.



7 ТРЕНД ВИРТУАЛДЫ САЯХАТТАРҒА ДЕГЕН СҰРАНЫСТЫҢ АРТУЫ

Соңғы жылдары виртуалды саяхаттарға деген сұраныстың артуы байқалуда, олардың көмегімен пәтеріңізде отырып, жердің кез-келген нүктесіне «баруға» болады. **Виртуалды және ақиқатпен толықтырылған**

технологиялар Висбаденнің әдемі көшелерімен жүруге, Ниагар сарқырамын немесе Лувр көрмесіне барып, бұрынғы Ежелгі Греция қандай болғандығын көруге мүмкіндіктер береді.



8 ТРЕНД ЖАС ЕРЕКШЕЛІГІНЕ БАЙЛАНЫСТЫ САЯХТТАУШЫЛАРДЫҢ САНЫНЫҢ АРТУЫ

Заманауи зейнеткерлер, әсіресе дамыған елдердің зейнеткерлері белсенді демалыс түрлері мен саяхаттау түрлеріне үлкен назар аудара бастады. Бұл саланың алдында жасына байланысты клиенттер үшін қызметтердің спектрін дамыту қажеттілігі, көбінесе ілесу қызметін, арнайы қызметтер, оның ішінде

медициналық қызмет көрсету тұр. Booking.com компаниясының жариялымдарына сәйкес онлайн-брондаудың әлемдік нарығындағы лидерлер, сауалға жауап бергендердің РФ 64% еңбегі сіңген демалысқа шыққаннан кейінгі саяхаттар бос уақытын әртүрлі өткізуге жақсы нұсқа болып келеді.²⁸

9 ТРЕНД ҮЙ ЖАНУАРЛАРЫМЕН БІРГЕ САЯХАТТАУҒА СҰРАНЫСТЫҢ АРТУЫ

Үй жануарлары отбасының тең мүшесі болғалы біраз болды. Сол себепті, орналасу орындарын таңдаған кезде саяхаттаушылар соңғы жылдар ішінде оларды үй жануарларымен бірге орналастыру мүмкіндігіне назар аударады.

Мұндай «орналасушыларға» әртүрлі қызметтерді ұсынады, иттерге арналған тегін ағаш тапшандар, SPA, номерлерге арнайы қызмет көрсету және тіпті үй жануарларына арналған мейрамханалар.

Егер бұл тренд тек Батыс Еуропа, АҚШ және өзге де мемлекеттер үшін өзекті болса, ал қазір бұл

ресейлік туристік нарықты игеріп жатыр. Booking.com компаниясының бастамасымен жасалған зерттеулер, сауал алынған үй жануарларының ресейлік-игерлерінің арасында 32% респонденттер олардың үй жануарларын орналастыру үшін қызметтердің болуын саяхат үшін шешім қабылдау маңызды фактор болады.

ХТАСИ ұсынған «Іздеу сұраныстарының өзекті тренділері» деректеріне сәйкес «Үй жануарларына арналған шипажайлар» іздеу жүйелеріндегі сұраныстардың саны 2020 жылдың өткен кезеңі ішінде 2,3 есеге артты.²⁹

²⁸ Booking.com. 2020 жылға арналған саяхат саласындағы негізгі трендтер. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <https://news.booking.com> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

²⁹ ХТАСИ. Фаламдық іздеу трендтері. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Globalnye-trendy-poiskovyh-zaprosov/> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



10 ТРЕНД ҒАРЫШТЫҚ ТУРИЗМГЕ СҰРАНЫСТЫҢ ӨСУІ

Бүкіл әлемде жабық ғарыш алаңдарына бару керемет қызығушылық тудырып жатыр.

Қазақстан үшін ғарыш туризмін дамыту жаңа, керемет бағыт болуы мүмкін, ал оның алғышарттары біздің елімізде орасан.

Сонымен қатар, Қазақстан Үкіметі ғарыш туризмін дамытуға үлкен назар салып отыр.

Сонымен бірге, алдағы 10—15 жыл ішінде отандық туристік қызметтер нарығының дамуына ықпал ететін маңызды трен-

ділердің қатарына келесілерді жатқызуға болады:

- ▶ халықтың жиналғыштығының артуы (орнына тез алынады, шешім қабылданады);
- ▶ қысқа мерзімді сапарлардың, мысалы, демалыс күндердегі сапарлардың артуы;
- ▶ туристік шығындар чекінің артуы;
- ▶ дәстүрлі емес орналасу құралдарына сұраныстың артуы (таудағы үй, аңшылардың үйі, бунгало және басқалары).



БОЛАШАҚ
АЛЫС ЕМЕС.
ТУРИЗМ САЛАСЫ
ҮШІН ҚАНДАЙ
БОЛМАҚ?

5.





Әлемде, көзді ашып-жұмғанша өзгеріп жатқан әлемде бұрын мүмкін емес болған заттар бірнеше жыл ішінде біздің күнделікті өмірімізге жеңіл енуі мүмкін. Мұндай өзгерістің негізі инновациялық технологиялар болып табылады. Ал, олар туризм саласын қалай өзгертпек?

Болашақтың туризмі — бұл заттардың ғаламторын қарыштап дамыту, ол әсіресе, жеке гаджеттер мен әуежайларда, отельдер мен демалыс орындарында озық технологиялардан көрінеді, олар туристің қатысуынсыз кез-келген саяхатты толық ұйымдастыруға қабілетті.

2035 жылы орташа статистикадағы турист үшін саяхаттау қандай болатындығын елестетіп көрейік.

Кез-келген саяхат турды іріктеп алудан, брондаудан және оған төлем жасаудан басталатындығы белгілі.

Дәстүрлі туристік пакеттер бұрынғыдай танымалдыққа ие емес. Олардың орнына дербес ұсыныстар келді, олар әрбір туристің — саяхаттау маршрутын таңдаудан бастап мейрамханадағы диетикалық тамаққа тапсырыс беруге дейінгі қажеттіліктеріне толық жауап береді.

Саяхатты брондап, оның төлемін жасау үшін турист үйден шықпастан бірнеше минут ішінде онлайн-тревел-платформасында жүзеге асыра алады, себебі туристік агенттіктер мен туристік операторлардың нақты кеңселері жоқ - олардың барлығының жұмысы онлайн кеңістікке көшірілген. Тек туризмнің элиталық бөлігі саяхаттау жөніндегі жеке кеңесшімен қызмет алады.

Туристік индустрияның, әуе тасымалдаушыларының, қонақ үйлердің, туристік операторлардың, ойын-сауық нысандарының барлық жетекші ойыншылары берілген онлайн-тревел-платформаның сервисі өздерінің иелігінде туристке сол сәтте сай келетін туристік бағытты беретін суреті бар.

Мұндай суретке арналған ақпарат туристер жиі отыратын сайттардың немесе әлеуметтік желілердегі тақырыптық топтардың, алдыңғы саяхаттардың және жасаған саудаларының, қызығушылықтары негізінде жиналады.

Сервис ол отбасымен фильм көргенді ұнатады ма немесе басқа қалаға барғысы келеді ме, немесе әлем бойынша футбол чемпионатына барғысы келеді ме, соның барлығын біледі. Мұндай платформа сервисі туристің өзінен көп білетіндей көрінеді.

Дербес гаджеттердің «ақылды» функционалы саяхатшылардың шотындағы қолжетімді сомаларға талдау жасауға көмектеседі; құжаттарының барлығы орнында ма; жеңілдікпен билеттерді қай жерден сатып алуға болады; қандай отельдерде осы маусымда баға ұсыныстарына жеңілдіктер; не көруге болады, қай жерге баруға болады; ауа райы қандай болады және тағы да миллиондаған сипаттамалар. Мұнда қалыптастырылған қызметтер пакетіне төлем жүргізуге болады.

Өзіңізге отельден таңдау арқылы турист кіріктірілген виртуалдық сервисің көмегімен саяхат кезінде қандай номерлердің бос екендігін, өзіне ыңғайлы жайды, қабырғаның түсінен бастап терезелердегі матаға дейін іріктеп алады.



БОЛАШАҚ АЛЫС ЕМЕС. ТУРИЗМ САЛАСЫ ҮШІН ҚАНДАЙ БОЛМАҚ?

Болашақ туризм индустриясы қандай болмақ? Екі-үш жылдан кейін емес, алдағы 10—15 жылдан кейін қандай болмақ? Туризм саласына қандай тренділер ең көп ықпал етеді? Туризм нарығына Төртінші өнеркәсіптік революцияның қандай инновациялары келеді және қай орында орнын жеңілдетеді, ал оны игеру қандай болмақ?

Міне, саяхат та таңдалды және төленді, шабадандар жиналды...

Турист әуежайға кетеді, мұнда кедендік бақылаудан өту процедурасы биометриялық сәйкестендіру технологияларының, ұялы қосымшалармен біріктірілген және электронды билеттің көмегімен соншалық ұтыс жеңілдетілген, турист тіпті өзінің құжаттарын көрсету қадеттілігі жоқ деуге болады. Ұшаққа тіркелу бірнеше минутты ғана алады, себебі оның жеке басы куәландырылған, оның жүру жолы туралы ақпарат деректер базасында бар, ал жүгі тасымалдауға тыйым салынған заттарды тексеретін зияткерлік датчиктермен бірден тексеріледі. Осы уақыт ішінде жүкке арнайы цифрлық белгілер қойылады, бұл жолаушы нақты уақыт режимінде оның қозғалыс орнын, жүгінің жоғалу қаупін азайтуға мүмкіндік беріледі.

Белгіленген жеріне жеткенде **туристке смартфонна автоматты түрде тур-навигатор жүктеледі**, ол жаңа орында бағдар алуға көмектесіп, брон жасалған отельге қалай жетуге болады, демалыс орындары мен ойын-сауық орындары қандай, мейрамхананы қайдан табуға болады, мысалы вегетариан асханасын қалай табуға мүмкіндік береді.

Ұшқышсыз каршеринг автомобильдерінің паркі туристті әуежайдан шығатын жерден немесе темір жол вокзалынан шығатын жерде аталған мекенжайға ыңғайлылықпен жеткізіп салу үшін күтіп тұрады. «Ақылды» автомобиль жүйесінің барлық басқару жүйесі дауыс командаларының көмегімен жүзеге асырылады. Клиенттің қалауы бойынша сапар бойы көрнекі жерлер туралы әңгімелеу арқылы өтеді,

бұл сәтте турист тамашалайды немесе жайландыратын жаймен жеткізіледі.

Мінеки, ұшақсыз автомобиль біздің туристімізді қонақ үйге дейін жеткізді, мұнда оны швейцар қарсы алады, егер элиталық отель таңдап алынған болса, біздің ұғымымызда келушілерге классикалық қызмет көрсететін персонал немесе робот-сарай қызметшісі, ол меймандарды өздерінің тілінде қарсы алып, тіркеу процедурасын өтуге көмек беретіндей бағдарламасы орнатылып қояды.

Турист отель дәлізіне кірген сәтте оның биометриялық көрсеткіштері есептеліп, ол жүк жайлы проблемаларды да ұмытып кетеді. Сервистік робот-тасушы бірден жүкті оның брон қойылған номеріне жеткізеді немесе егер қажет болса, оны сақтау камерасына орналастырады.

Қонақ үйдегі тіркеу орны бұрыннан таныс адамдардың кездесу орнын елестетеді, тіркеу құжаттарын ұзақ уақыт толтырып, кілттерді беретін орын. Ия, бұрынғыдай кілт те жоқ. Турист өзінің номеріне электронды кілттің көмегімен кіреді, ол оның ұялы телефонына орнатылған немесе биометриялық сәйкестендіруші құралдың көмегімен орнатылған, мысалы, саусақ іздерімен.

Отельдің бүкіл инфрақұрылымы көптеген әртүрлі мнито-ринг датчиктерінің санымен жарақталған, бұл туристердің келуін қолайлы және тіптен қауіпсіз деп санайды. Қонақ үй номерлерінде «ақылды» үй жүйесі орнатылған, олардың көмегімен дауыспен басқарылатын құрылғылар немесе ұялы қосымшалардың көмегімен реттеледі. Біздің турист номердегі иістер

мен әуен ырғағын жеңіл басқара алады. Номердегі жарықтану мен температура деңгейі сенсорлардың көмегімен орнатылады, олар автоматты түрде оның денесінің параметрлерін есептейді және қолайлы режимді таңдап алады. Орасан теледидар сүйікті фильмдер мен бағдарламаларды көруге қазірден бастап баулап тұр. Тіпті, номердегі қабырғалардың дизайнын өз талғамымен іріктеп алады, мысалы, Ниагар сарқырамасының немесе Эверест шыңдарының жобасын өзіне таңдап алады.

Сервистік қызмет бапталған көмекшінің көмегімен жүзеге асады, ол белгіленген уақытта ұйқыдан оятып, қажет уақытында көлікке тапсырыс беріп, голографиялық шоуға билетке брон жасап, мәзірге өзгертулер енгізу үшін бас аспазға нұсқау береді. Бұл қажетті және жеңіл басқарылатын инновациялық технологиялар туристтің қонақ үйде болуын үйдегідей қолайлы және жайлы етеді.

Отельдерде сияқты, сондай-ақ хауыздарда, фитнес-орталықтарында, спа салондарда **номерлердің өзінде де жаңа санитариялық нормалар мен қауіпсіздік міндеттеріне үлкен мән беріледі.**

Туризм саласындағы қызметтердің маңызды бөлігі — сапар ұйымдастырылған саяхаттың өзі. 2035 жылы туристің демалысы қандай болмақ?

Белсенді немесе бірқалыпты. Виртуалды немесе нақты? Туризмнің қандай жаңа түрлері пайда болады, ал қандай түрлері танымал болады?

2035 жылы виртуалды турлармен ешкімді таңқалдыру мүмкін болмайды. Олар қарапайым құбылыс

болып қалады. Венециядағы Дожей сарайын виртуалды экспозиция жасауы, ұлғайтқыш әйнекпен әрбір берілген суретті қарап, Везувия куәгері болуы мүмкін, Серенгети африка саваннасымен айналып шығу, тіптен үйден шықпай, бірақ бұл ретте осы орындарда нақты болғандай әсер аламыз. Ал голография әсерімен иммерсивті шоуға бару, оны бүкіл әлемнен мыңдаған туристерді тартады.

Әрине, виртуалды туризм дәстүрлі демалысты алмастыра алмайды. Сондықтан, 2035 жылы турист әдеттегі турларды таңдап алғандай, мысалы тарихи және мәдени мұра орындары бойынша экскурсиялар немесе теңіздегі демалыстар да, соңғы он жыл ішінде танымал болған турларды таңдайтын болады.

Осы уақытқа экологиялық туризм кеңінен танылатын болады, мұнда табиғилық пен табиғатқа деген ұқыпты қатынас, экологиялық таза материалдарды қонақ үйлердің құрылысына қолданудан бастап пластиктен бас тарту және тіпті ұялы байланыстан бас тартады.

Аграрлық туризм де туристік бағыттардың топ-5 рейтингінде тұр. Сондықтан біздің турист алма бағымен немесе жүзім бағымен серуенге шығып, астық жинауға қатысып, мал шаруашылығының фермасына барып, жаңа туған құлынға қандай күтім қажет екендігін біледі.

2035 жылы этнотуризм де туристер жиі тапсырыс беретін турлардың қатарына жататын болады. Осы не басқа елді ме-



кенге қоныстанған халықтың өмір-тіршілігімен танысу, олардың әдет-ғұрпымен, салт-дәстүрлерімен танысу саяхаттаушылардың арасында біршама сұранысқа ие болып қала береді. Мұндай саяхатқа шыққанда турист киіз үй құруды үйренуге, бүркітпен аңға шығу құпиясын танып-білуге, қызды ұзату салтына қатысуға ниет білдіреді. Оларға күнделікті өмір тіршілігінен ерекшеленетін барлық маңызды мәселелерді білгісі келеді.

Болашақтағы туризмде денсаулығына қарай мүмкіндіктері және жасына қарай саяхаттау мүмкіндіктері шектелген адамдарға ерекше орын берілген. Бұл халық санаты әлеуметтік жағынан белсенді болып келе жатыр, сол себепті туристік нысандардың инфрақұрылымдары барлық қажетті бұйымдармен жабдықтап, барлығы үшін қолжетімді туризмді дамытылған.

Турист 2035 жылы танымалдылығы аз қалаларға қысқа турларды таңдап алады, элиталық отельдерде емес, кішкентай тау үйіне орындарды брондайды. Үй жануарлары да саяхаттаушы дәрежесін алады, себебі турист саяхатқа шыққанда өзімен бірге үй жануарын да қоса алады.

Бұл трендтердің барлығы өз көрінісін табады, туристік инфрақұрылымның келбетін өзгертіп, бір орынды номерлердің саны мен балаларға арналған ойын бөлмелерінің санын көбейтуден бастап саяхаттаушы үй жануарларын орналастыру орындарын ұйымдастыруға дейін өзгереді.

Турист үйіне оралғанда өзінің саяхаты тураплы онлайн-тревел-платформаға пікірін қалдырады, басқа туристер пікірімен танысып, өздеріне саяхатты таңдау туралы дұрыс шешім қабылдау үшін керек.

Біреулер, мұны қиял деп білсе. Жоқ, мұнда болашақтың жеткілікті нақты суретінің сипаты берілген. Туристік индустрияның әлемдік көшбасшылары үшін жоғарыда айтылғандардың барлығы - бұл болашақ емес, қазіргі сәт немесе тіпті өткен шақ.

Жапония, Қытай және басқа да елдер сияқты мемлекеттер туристерді толық роботтандырылған отельдерге орналасуды ұсынады. Әлемдік практикада турларды брондау мен қатынассыз төлем жасау үшін онлайн-тревел-платформалар бұрыннан бар, әуежайларда кедендік бақылаудан өткенде биометриялық сәйкестендіру қолданылады. Туристік индустриясының бұл зор мүмкіндіктерінің артынан толық автономды және экологиялық таза отельдер дамып орала бастайды, капсулалық немесе суасты қонақ үйлері 3D-принтерлерімен номерлерінде және ұйқы түрін таңдау мүмкіндіктері бар кереуеттерімен, нейротехнологияларының көмегімен таңдауды ұсынады. Туристерге стратосфераға ұшу ұсынылады және тіпті, ғарышқа саяхат жасауға жіберілетін болады.

Біздің еліміздегі туризмнің даму деңгейін бағалай отырып, мынаны атап өтуге болады, ол туристік индустрияның әлемдік көшбасшыларымен салыстыратындай соншалықты дамыған емес. Біз әлі біраз заттарды дамытып, немесе нольден бастап енгізуіміз қажет. Алайда, саланың соңғы жылдар ішінде даму тенденциясы отандық туризмнің жаңа даму серпілісін жақын уақытта аладды деген сенім береді.

Қазір енгізген технологиялардың ішінен немесе әлемдік туризм

нарығына енді енгізіле бастағандар Қазақстанда орта мерзімді перспективадан кейбіреуі ғана келеді дейміз.

Онда, біз Қазақстанда болашақ туризмнің қандай болатындығын анықтап, қандай технологиялар 2035 жылдың соңына дейін нақты қолданыс табатындығын анықтап алайық.

Туризм саласы автоматтан-дыру және жасанды зияткерлікті ендіру саласының ұлғаю әсерімен дамиды болады.

- ▶ Туристік өнімді алға жылжыту нарықтың жетекші ойыншыларын біріктіретін онлайн-тревел-платформалары арқылы жүзеге асырылатын болады. Мұндай платформаларды дамыту Қазақстанды әлемдік туристік индустрия нарығында танымал етеді, ол ішкі және тіпті көшпелі туризм саяхаттаушыларын тартуға мүмкіндік береді.
- ▶ Қатынассыз және онлайн төлемінің технологиялары бірлесе қолданылатын болады, олар көрсетілген қызметтерге есеп айырысу жүйесін жеңілдетеді. Әсіресе, бұл шетелдік туристерге қатысты өте маңызды, олардың бейілділігін арттырады.
- ▶ Туристерді тарту және оларға қызмет көрсету үшін Big Data, қосымша және виртуалды ақиқат технологиялары қолданылатын болады. Бұл әлеуетті клиенттерге дербестендірілген ұсыныстарды максималды түрде ұсынуға мүмкіндік береді.
- ▶ Туристердің келу орнына бағдарлануы үшін тур-навигатор қосымшалары жасала-



тын болады сонымен қатар, жеке саяхаттау маршрутын құру үшін.

- ▶ Кедендік бақылаудан өту биометриялық сәйкестендіру технологияларын енгізу жеңілдетіледі, ал жүк трекингі жолаушыны тіркеу кезінде автоматты қойылатын цифрлық таңбалардың көмегімен жүзеге асырылады.
- ▶ Отель бизнесі біртіндеп, ірі компаниялардан бастап «ақылды» мейрамхана концепциясын ендіре бастайды, ол қызмет көрсету сервисін және келушілерге қауіпсіздікті арттыру мақсатында мониторинг датчиктері қолданылады, сонымен бірге зияткерлік сканерлері мен цифрлық таңбалар тауар-материалдық құндылықтарды есепке алу үшін.
- ▶ Брондар мен ҰҰА біртіндеп отандық туризм саласына панормалық түсіру құралы ретінде, қиын жететін жерлерге жүк тасу мақсатында, сонымен бірге саяхат кезінде туристердің қауіпсіздігі мақсатында біртіндеп енгізіліп жатыр. Ал, нәтижесінде әуеде экскурсия ұйымдастыру үшін де ҰҰА

қолданылуы мүмкін.

- ▶ Ірі қонақ үйлер анықтамалық интерактивті табло ретінде виртуалды және ақиқатпен толықтырылған технологияларды енгізе бастайды.
- ▶ Сервистік роботтар ауқымды ендіруді алғанша, ірі отельдер оларды белгілі жұмыс учаскелерінде қолдана бастайды, көбінесе келушілердің тарапынан өзіне қызығушылықты арттыру мақсатында қолданылады.

2. Қазақстанда туризмді дамытудың негізгі бағыттары эко-, этно- және агротуризм болады.

- ▶ Туристік-рекреациялық аймақтарды дамытуға және елдің ішкі нарығы мен шетелде туристік дестинацияларды ағал жылжытуға біршама көңіл бөлінетін болады.
- ▶ Туризм саласын дамытудың басты принципі жасыл экономикаға өту мен тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізу болады. Туристік бизнес компаниялары, жергілікті халық пен туристер, барлығы бірге, қоршаған ортаға мұқият қарайды және

ұлттық мәдениетті сақтауға ұқыптылықпен қарайды.

- ▶ Ішкі туризмнің танымалдылығының біршама өсуі қарқыны байқалады. Қазақстан әлемдік туристік индустрияда танымал болып, ол көшпелі туризмнің келушілерінің санының біртіндеп өсуіне ықпал етеді.
- ▶ Туризмнің өзі екі сегментте көрсетіледі. Бірінші сегмент — әрбір адам үшін жаппай және қолжетімді. Екінші — элиталық дербестендірілген туристік өнім, ол барлық қызмет көрсету кезеңдерінде жеке менеджердің қатысуы мен құны жағынан қымбат.
- ▶ Экотуризм, этнотуризм және агротуризм сияқты туризм түрлері кеңінен танымал болады. Сонымен бірге, ғарыш туризмін дамытуға үлкен назар аударылатын болады (Байқоңыр алаңына бару түрінде).

элиталық сегменттегі жұмыспен дербес саяхаттар).

- ▶ Туризм саласындағы туризм барлығын білетін маманға айналады — клиенттермен келіссөздер жүргізу, сайттағы жарнаманы баптау, туристерді қарсы алу және шығарып салу, бірнеше тілді меңгеріп, аудармашы ролінде.
- ▶ Туристік бизнес субъектілері туристік дестинациялар мен жергілікті қолөнершілерді дамытуға белсенді түрде тартуға, сонымен бірге сала үшін білікті мамандарды даярлауға білім беру мекемелерімен тиімді ынтымақтастықты дамытады.

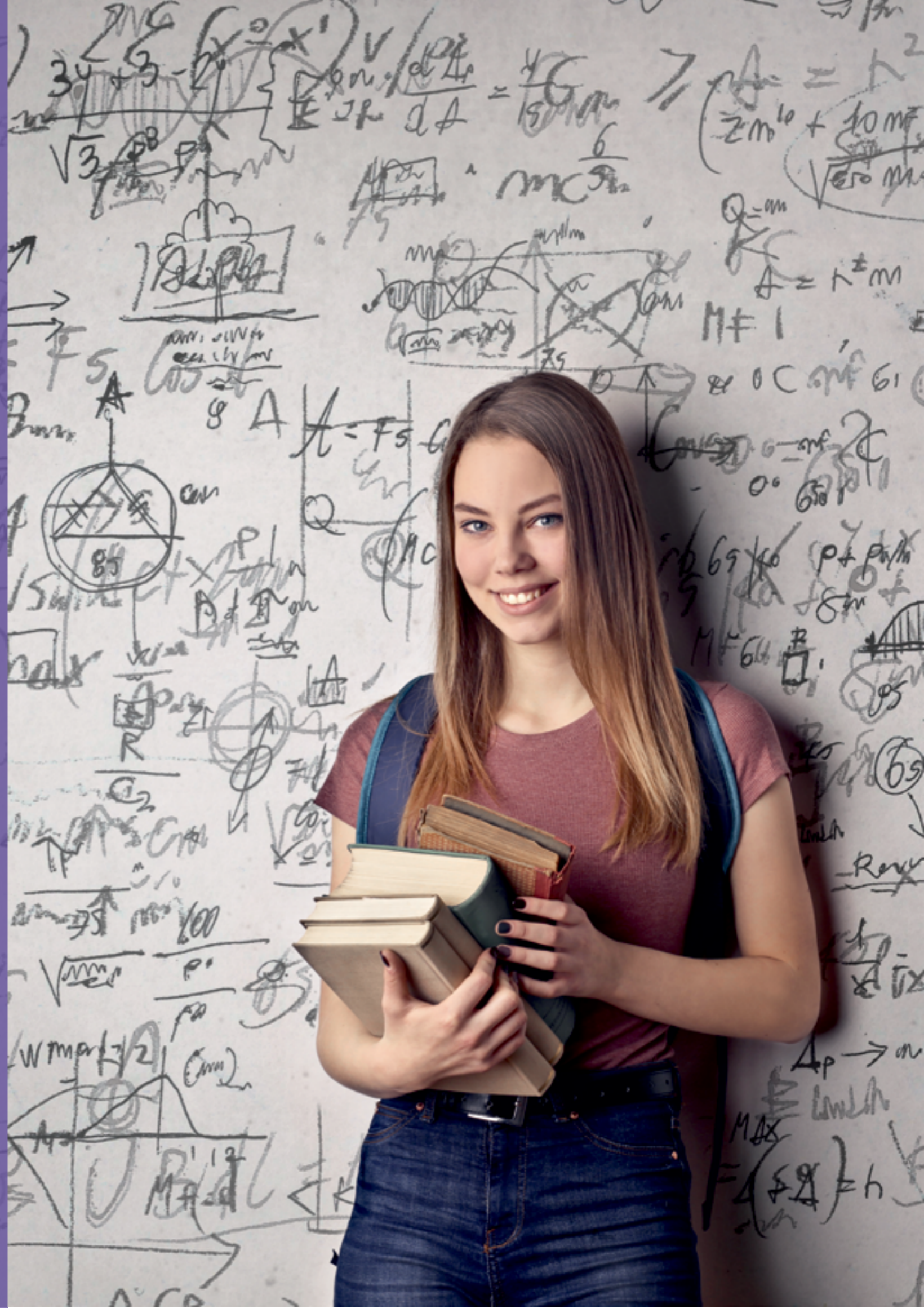
3. Туристік агенттіктер мен туристік операторлардың қызметі өзгереді де, онлайн-кеңістікте жүзеге асырылатын болады.

- ▶ Туристік агенттіктер мен туристік операторлардың қызметі толық онлайн-кеңістікте жүргізілетін болады.
- ▶ Сонымен бірге олардың өзгеруі болады, екі санат бөлініп шығады: біріншісі брондау жүйесінің техникалық әкімшісі ұсынады (туристік агенттік сайтында туристік пакетті брондау, сервис және сату техникалық онлайн мәселелеріне әкімшілік ету), екіншісі – саяхаттар бойынша жеке кеңес беруші (дербес кеңес беру мен турларды іріктеп алу,

Қорытындылай келе, отандық туризм саласының болашақ бейнесін қысқаша белгілеп қояуға болады, мысалы біртіндеп дербестендірілетін қызметтердің бғыты, ең біріншіден, эко-, этно-, агротуризм бағытында, жеке қажеттіліктер мен жеке клиенттің қызығушылығына, керемет қызмет көрсетуді алу үшін туристік компанияға тікелей және онлайн-тревел-платформаға оның дербес қалыптасуы арқылы жеке туристік өнімді құру арасынан таңдап алуға болатындай бағдар алу.



МАНСАБЫҢИЗ
ТАБИСТЫ БОЛУ ҮШИН
ҚАНДАЙ ДАҒДЫЛАР
МЕН ҚҰЗЫРЕТ
ҚАЖЕТ?





МАНСАБЫҢЫЗ ТАБЫСТЫ БОЛУ ҮШІН ҚАНДАЙ ДАҒДЫЛАР МЕН ҚҰЗЫРЕТ ҚАЖЕТ?

Жұмыс берушілер мен жұмыспен қамту жөніндегі агенттіктер «құзырет» және «дағды» терминдерін жиі қолдана бастады. Біз осы терминдерді жаңа және өзгертін кәсіптерді сипаттау үшін қолданатын боламыз. Бірақ, ең алдымен осы ұғымдарды нақтылап алу керек.

Латын тілінен аударғанда compete — дегеніме жетемін, сәйкес келемін, жақын келемін.

Егер Үлкен энциклопедиялық сөздікті ашатын болсақ, онда біз: «Құзырет —

1. заңмен берілген немесе нақты орган немесе лауазымды тұлғаның өзге актісімен берілген құзыреттердің шеңбері;
2. осы немесе басқа саладағы білім, тәжірибе».

Ушаковтың түсіндірме сөздігіне сәйкес «дағды — бұл әдетпен қалыптасып кеткен білік». Яғни, бұл бірнеше рет қайталау арқылы бірден жасалатын әрекет немесе автоматтандыруға дейін жеткізілген.

Осы анықтамаларға сүйене отырып, «құзырет» ұғымын біз жұмыскерлердің кәсіптік қызметіне жатқызамыз (кәсіптік құзырет), ал «дағды» - кәсіптік білім мен дағдыдан тыс (бағдарлық дағдылар).



6.7. КӘСІПТІК ҚҰЗЫРЕТТЕР

Жоғарыда айтылып өткендей, кәсіптік құзырет деп біз оқу процесінде алатын және жұмыс кезінде көрнекі түрде өзгертіп, немесе өлшеуді бағалауға болатын кәсіптік дағдыларды айтады (hard skills — «қатаң дағдылар»).

Бұл тәсіл жұмыстарды орындау стандарттарына сәйкес әрекет ету қабілетін түсінетін кәсіптік құзыреттермен еңбек психологиясының британдық мектеп өкілдерінің позициясымен то-

лық сай келеді. Мұндай тәсілде қызметкерлердің жеке басының мінездемесі емес, нақты операциялардан тұратын лауазымдық міндеттемелерін оның сапалы түрде орындауына бағытталады.

Мысалы, кәсіптік құзыреттерге жатқызуға болады: турларды клиенттердің қалауы мен қажеттіліктеріне сәйкес іріктеп алу, адамдардың күрделі туристік маршруттардан өтуге даярлығы, билеттерді брондау, отельдерде орналастыру мен т.с.с.

Әрбір кәсіп үшін қызметкердің біліктілік деңгейіне байланысты нақты қызметкерге қойылатын құзыреттердің өз тізімі бар. Сол себепті бұл тарауда біз туризм саласының қызметкерлерінің кәсіптік құзыреті үлгісінде тоқтамаймыз. Жаңа кәсіптердің әрқайсысы үшін басты кәсіптік құзыреттері «Жаңа кәсіптер тізілімінде» берілетін болады. Алайда, қазіргі таңда саладағы мамандардың біліктілік деңгейіне байланысты жағдайлар қандай екендігіне назар аудару

қажет. Сарапшылар персоналдың біліктілік деңгейімен байланысты жағдайларға шынымен де алаңдаулы.

Сарапшылардың 58% соңғы жылдары сала персоналының біліктілігін ескеріп отыр. Олардың 29% пікірі бойынша, біліктілік дәрежесі барлық мамандықтар бойынша нашарлап кетті, осынша сарапшылардың пікірінше, кейбір мамандықтар бойынша біліктілік дәрежесі жақсарды, бірақ басқалары бойынша біруақытта нашарлап кетті.

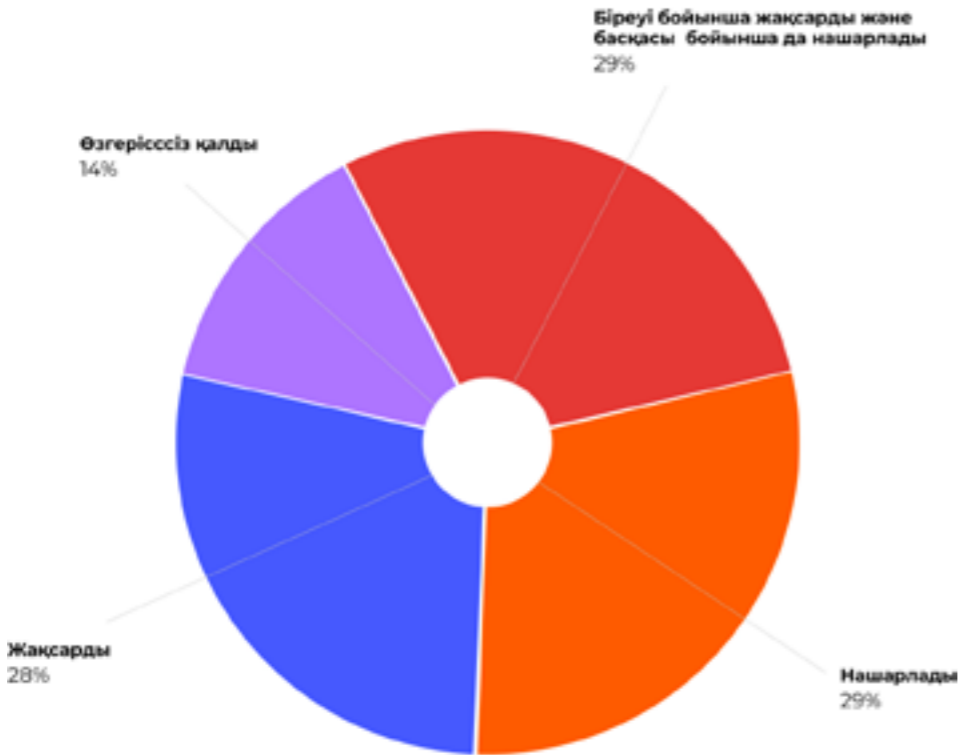
Бұл ретте сала сарапшыларының 28% сала мамандарының кәсіптік біліктілігін арттыру қарқынын атап өтеді.



Біліктіліктің нашарлауы үлкен дәрежеде туризм агенттеріне қатысты — деп сала сарапшыларының 57% санайды. Антирейтингтің екінші жартысын гидтер мен экскурсия жетекшілері алады, ал үшінші орында туризм бойынша нұсқаушылар (24%) қалды. Мұнда, олардың пікірінше ең бастысы және туризм саласында сұранысқа ие мамандықтар.

Жеке және мансаптық өсудің әлсіз перспективалары, еңбек төлемінің төмен деңгейі, жоғары білімнің төмен сапасы және саланың нақты қажеттіліктерінен білім алу алшақтығы, сала сарапшыларының пікірі бойынша, туризм саласындағы мамандардың біліктілік деңгейін азайтудың негізгі себептері болып табылады.

12-диаграмма
Соңғы жылдар ішіндегі сала мамандарының біліктілік деңгейінің өзгеру бағасы, сала сарапшыларының қатарына %



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

13-диаграмма
Сала мамандарының біліктілік деңгейін түсіру себептерінің рейтингі



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.



жас мамандардың мансаптық өсуі үшін міндетті шарт болады. Бұл ретте сұранысқа ие бағдар алдындағы дағдылардың тізілімі тұрақты түрде кеңейіп отырады.

Мұның барлығы білім беру моделін ауыстыруға әкеледі.

Егер ондаған жылдар бойы бізге таныс индустриалды білім беру моделі «мектеп — колледж — ЖОО — жоғары мектеп» алгоритмі бойынша құрылған болса, онда акцент бүкіл өмірі бойында үздіксіз білім алу жағына ауысатын болады.

6.2. БОЛАШАҚ МАМАНДЫҚТАРДЫҢ БАҒДАР АЛДЫНДАҒЫ НЕГІЗГІ ДАҒДЫЛАРЫ

Жаңа мамандықты меңгеріп, мансап жолын табысты құру үшін қандай дағдыларды меңгеру қажеттілігін түсіну қажет. Қазақстанның туризм саласының жетекші сарапшылары саладағы мансаптық өсу үшін сұранысқа ие дағдыларға баға берді.

Олардың пікірі бойынша, болашақта да сұранысқа ие болған маман болып қалу үшін өзінің кәсіптік деңгейін арттырумен ғана айналысу аз. Себебі қазір саланың жетекші компаниялары көшбасшылық қасиеттері

бар және тиімді басқару әдістерін білетін мамандарды жұмысқа алады және қызметі бойынша алға жылжытады. Және бұл тенденция қазір кең қолданыс тапқан жоқ, 5—7 жыл өткеннен кейін бағдар алдындағы дағдылардың болуы

Ескі модельдің айрықша белгілері:	Жаңа модельдің айрықша белгілері болатын:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Жас кезінде білім алу; 2. Бір алған білімі бүкіл өміріне; 3. Үш жылдан бес жылға дейін алынатын білім бойынша ұзақ уақытқа даярлық білім алу деңгейіне байланысты; 4. Түпкілікті теориялық даярлық; 5. Біліктілікті арттыру білімін алғаннан кейін қалауы бойынша болады, ол қажет болмай қалады, ерекшеліктер заңмен белгіленген; 6. Білім беру мекемесінде жергілікті даярлық жүйесі; 7. Жаңа білім беру моделі қалыптастырылған жоқ, және де авторлар оған әртүрлі сипаттама береді. 	<p>Араласқан жас бойынша топтардың үздіксіз білім алуы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Есейген шағында жаңа кәсіп иесі болу қалыпты жағдай болады*. Білім алушылардың жас ерекшеліктерін ескере отырып, оқытудың жаңа әдістері құрылатын болады: есте сақтау қабілетінің нашарлауы, біршама жоғары деңгейдегі жауапкершілік пен шамдылық. 2. Білім беру бағдарламаларының ұзақтығына, тым қысқа (10–15 сағат), тым ұзақ бағдарламалары бойынша әртүрлі түрлерінің пайда болуы. 3. Білім беру кеңістігін өзекті ету. Бір жағынан, аймақтың тұрғындарында сапалы білім алуға мүмкіндіктері пайда болады. Астанаға көшіп келу немесе жоғары дамыған елдер арнайы мамандандырылған білім алудың жалғыз мүмкіндігі болады, мысалы, биологияда, астрофизикада және т.с.с. Тең мүмкіндіктер көбірек пайда болады. 4. Білім беретін экологиялық және біртұтас тақырыптық платформаларының елде пайда болуы (біртұтас медицина, инженерлік және классикалық ЖОО біріктіретін басқа да платформалар).

«ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖАҢА МАМАНДЫҚТАРЫ МЕН ҚҰЗЫРЕТТЕРІ АТЛАСЫ» ЖОБАСЫНЫҢ ШЕҢБЕРІНДЕ БАҒДАР АЛДЫНДАҒЫ DAҒДЫЛАР ТӨРТ БЛОҚҚА ТОПТАСТЫРЫЛҒАН БОЛАТЫН:

- ▶ Ойлау стильдері.
- ▶ Әлеуметтік-жеке тұлғалық өзара байланысу дағдылары.
- ▶ Корпоративтік басқару саласындағы дағдылар.
- ▶ Жаңа технологиялармен жұмыс істеу саласындағы дағдылар.



Атласта ұсынылған бағдар алдындағы базалық дағдылар ретінде таңдап алынды

1. үнемді өндіріс;
2. клиентке бағдарлану;
3. көп тілділік және көп мәдениеттілік;
4. салааралық коммуникация дағдылары;
5. көркем шығарма дағдылары;
6. бағдарламалау / робот техникасы / жасанды зияткерлік;
7. өзін-өзі дамыту және бейімделу;
8. жүйелі түрде ойлау;
9. процестер мен жобаларды басқару білігі;
10. экологиялық ойлау.

ҮНЕМДІ ӨНДІРІС

Үнемді өндіріс — бұл тұрақты түрде іздеу, шығындарды қысқарту немесе болдырмауға негізделген кәсіпорынды басқару концепциясы. Ысырап деп ресурстарды (адам, уақыт, материалдық және т.б.) тұтынатын процестер, әрекеттер немесе операциялар айтылады, бірақ соңғы немесе аралық тұтынушы үшін құндылықтарды қоспайды. Үнемді өндіріс экстенсивтіден (көп және жылдам жұмыс істеу)

қарқынды (тиімді жұмыс істеу, яғни қажеттіні ғана жасау және егер қажет болмаса жасамау) басқару тәсілін тиімді түрде өзгерткен кәсіпорын.

Үнемді басқару әдістерінің өзектілігі артады, себебі дәстүрлі басқару әдістері өз шегіне жетпеген болса, бизнесті бұдан әрі дамыту қарқынды дамытуға және үнемді түрде жақсартуға негізделеді.



2 КЛИЕНТКЕ БАҒДАРЛАНУ

Клиентке бағдарлану деп тұтынушының сұраныстарымен жұмыс істей білу білігі, компания мен қызметкерлердің уақытылы клиенттердің қалауын анықтау қабілеті, максимум табыспен қызметінің немесе өзінің өнімдерінің қанағаттандырылуын клиенттердің қалауын анықтауға болады.

Тұтынушы үшін бәсекелестік әрдайым өседі және жұмыс берушілердің барлығы өздерінің клиентке бағдарланған қызмет-

керлерін көргісі келеді. Бұл талап компанияның табысты болуы үшін маңызды болады. XX ғасырдың екінші жартысында ішкі клиент ұғымы, бұдан әрі өнідірістік тізбекпен бір компанияның ішінде орналасуы пайда болды. Мұндай дағдыларды игергендер клиенттің сұранысын дәл ұғып, ең дұрыс келетін шешімдерді ұсынуға мүмкіндік береді, сонымен бірге өндіріс пен сервис процесін ұтымды құрып, клиент үшін маңызды емес сатыларды алып тастау.

3 КӨП МӘДЕНИЕТТІЛІК ЖӘНЕ КӨП ТІЛДІЛІК

Көп мәдениеттілік — бұл жеке алған қоғамда (мемлекетте немесе кәсіпорында) бір топқа біріктірілген адамдардың мәдени ерекшеліктерін сақтау және оны дамыту.

Көп мәдениеттілік пен көп тілділік кәсіпорында тек ұлттық немесе діни мәдениетті ғана ескермей, сондай-ақ жеке ерекшеліктерін және байланысу тілін, психологиялық типтерді, ойлау мәдениетін де ескереді.

Қазірдің өзінде жердің әр нүктесінде туған немесе өмір сүріп жатқан мамандардың бір компанияда жұмыс істеуі сирек кездесетін құбылыс емес.

Көп мәдениеттілік пен көп тілділік саясаты бір-біріне ұқсамайтын адамдардың өзара қа-

рым-қатынасы векторын береді: жанжалдаспау, керісінше бірін-бірі тану. Қазіргі таңда болып жатқан өзгерістер ұжымдар алдында бұрын болмаған міндеттерді қояды.

Ең тиімді шешімдер әртүрлі білім саласының, тәсілдердің, мәдениеттің түйіскен нүктесінде пайда болатындығы жалпыға мәлім.

Ең тиімді деген командалардың құрамында әртүрлі ойлау ерекшеліктері, психологиясы, командадағы рольдері бөлінген адамдар бар.

Көп мәдениетті командалар ең ұтымды деген шешімдерді тауып, қазіргі таңға дейін шешімін таппаған проблемаларды шеше алады.



4 САЛААРАЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯЛАР ДАҒДЫСЫ

Салааралық коммуникация әртүрлі аралас және араласпаған салалардың технологияларымен, процестерімен және нарықтағы жағдайларымен, кросс-функционалды және кросс-тәртіптік өзара байланысымен

сипатталады. Озық ойлы өнімдердің барлығы әртүрлі салалардың түйіскен жерінде құрылады, сол себепті мамандар бір уақытта бірнеше білім саласында жұмыс істей алуы тиіс.

5 КӨРКЕМ ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ДАҒДЫЛАРЫ

Көркем шығармашылық дағдылары — әртүрлі түрде өзінің сезімін және көңіл-күйін көрсете білу білігі, өзінің көркем бейнелерін құру білігі, эстетикалық талғамының дамуы. Болашақта роботтар мен машиналар көптеген салаларда адамдарды ауыстырады. Шығармашылық — бұл зияткерлік қабілетке қолжетімді болмай қалатын жалғыз сала.

Шығармашылық дағдылары бар мамандар бизнестің барлық салаларында басымдылыққа ие болады. Тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді дербестендіру мен жекелендірудің пайда болған тенденциясы әрі қарай да дами бермек. Және де, тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің максималды түрде дербестендірілетін күні де алыс емес.



8 ЖҮЙЕЛІ ОЙЛАУ

6 БАҒДАРЛАМАЛАУ, РОБОТ ТЕХНИКАСЫ, ЖАСАНДЫ ЗИЯТКЕРЛІК

Бұл салаға жасанды зияткерлік жүйелерін әзірлеу мен баптау, роботтарды ретке келтіру және баптау, өндірістік процестер мен жеке машиналарды жүргізуге арналған бағдарламаларды әзірлеумен байланысты әртүрлі дағдылар қосылған. 15—20 жылдан кейін машиналар шығармашылық дағдыларды талап етпейтін қайталанып жасалатын операцияларды алмастыратын

болады. Сол себепті, аталған дағдылары бар мамандарға деген қажеттілік барлық салаларда өсетін болады. Дәл осы мамандар экономиканың барлық салаларына машиналардың жаппай келуін қамтамасыз ететін болады. Мамандар алгоритмделген шешімдерді қабылдайтын жүйелер мен роботтарды, машиналарды баптау және оларға қызмет көрсету саласында сұранысқа ие болады.

7 ӨЗІН-ӨЗІ ДАМУ ЖӘНЕ БЕЙІМДЕЛУ

Өзін-өзі дамыту — бұл жеке тұлға немесе маман ретінде де өзінді мақсатқа сай саналы түрде өзгерту процесі. Өзін-өзі дамыту өзінің позиция деңгейін арттыру, жеке қасиеттерін дамыту, кәсіптік құзыреттерін арттыруда болады.

Өзін-өзі дамытуға деген ынталандыру мен қабілеттің болуы маманның кәсіптік қызметінде өзінің мүмкіндіктерін толық іске

асырып, максималды нәтижелерге қол жеткізуге дайын екендігін білдіреді.

Өкінішке орай, мамандардың өзімен жұмыс істеуі үшін жауапкершілік қасиеті жеткілікті бола бермейді. Сол себепті, өзін-өзі дамыту дағдылары бар мамандар басқа қызметкерлердің аясында кез-келген өндіріс сатысында сұранысқа ие болады.

Жүйелі ойлау маманның жеке фактілерді жалпы көрініске біріктіре (жалпылай білу), әртүрлі жағдайлар үшін иерархиялық деңгейлерді құра білу (экономикалық, саяси, іскерлік) және ұзақ мерзімді шешімдерді қабылдай білу дағдыларын қамтиды. Маңызды қасиеті — бір элементтің салдарында басқа элементтерге өзгеруін түсіне алатын қасиеті болып табылады.

Қазіргі таңда өзгеріп жатқан құбылыстардың ықпалымен жүйелі түрдегі тәсілдің негізі де ауысып кетті. Бұрын мүдде жүйенің өзінің ішіне бағытталған болса, оның құрамдас бөлшектеріне талдау жасау көп мөлшерде сұранысқа ие болатын.

Қазіргі таңда бірінші орынға жүйенің сыртындағылар қойылды, ол ауқымды қандай жүйенің бөлігі болып табылады, басқа жүйелермен қалайша өзара байланысады.

Жүйелі ойлау дағдыларына ие мамандар

- ▶ ақпараттың үлкен көлеміне кешенді талдау жүргізу;
- ▶ заңдылықтар мен себеп-салдарлық байланыстарды анықтау;
- ▶ не болып жатқанын тұтас бейнесін қалыптастыру;
- ▶ қандай да бір шешімдерді қабылдаумен байланысты тәуекелдер мен мүмкіндіктерді бағалау.

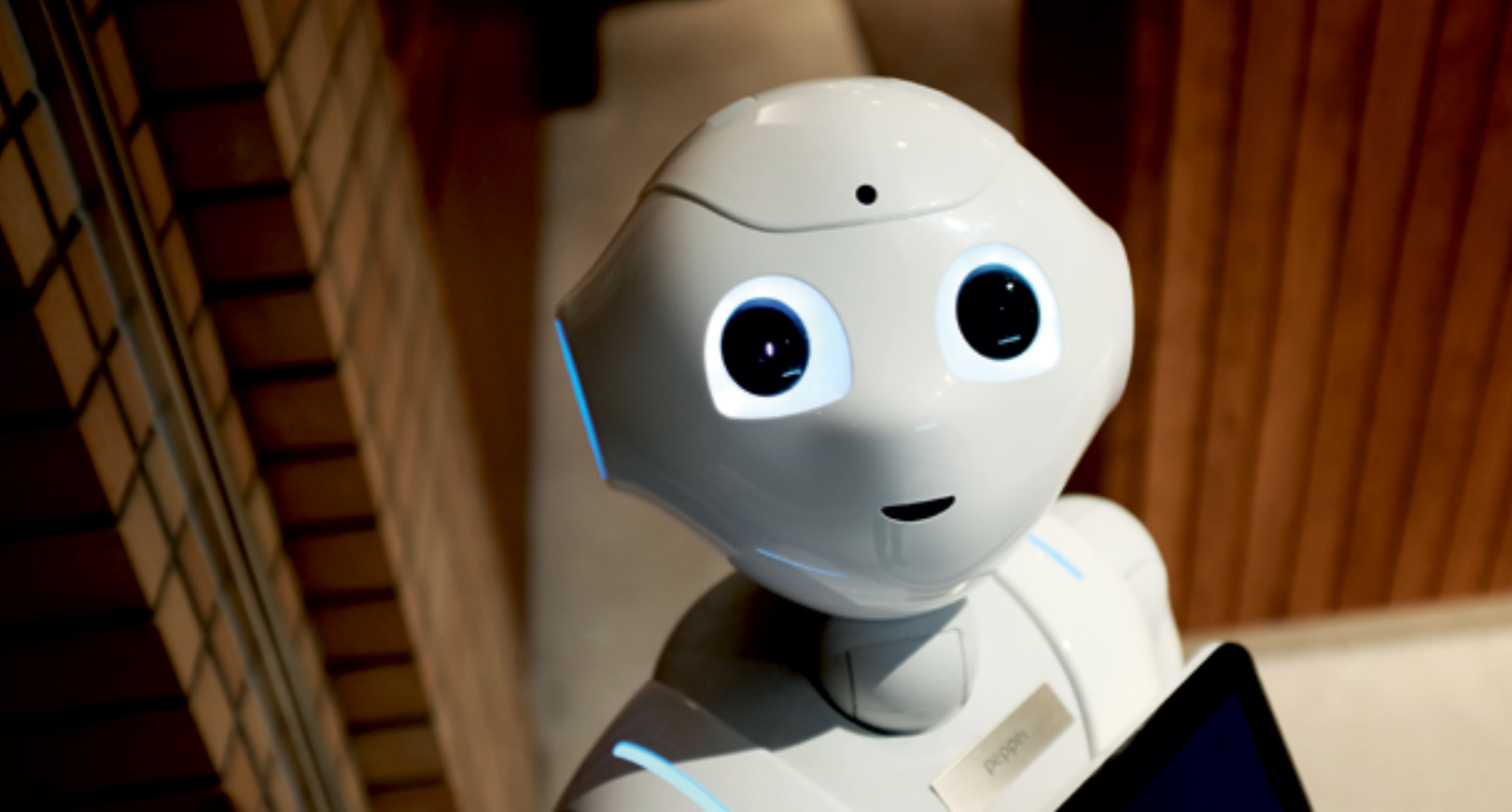
Цифрландыру мен жаңа технологияларды ендіру масштабтарын ұлғайту, бір процесс шеңберінде бір-бірімен өзара байланысатын субъектілердің шеңберін кеңейту жүйелі түрде ойлайтын мамандарға сұраныстың артуына әкеледі. Және бұл тенденция тек өз қарқынын сақтап ғана қоймай, оларды ұлғайтатын болады.

9 ПРОЦЕСТЕР МЕН ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРА БІЛУ ДАҒДЫСЫ

Процестер мен жобаларды басқара білу дағдысы жобаның мақсаттарына өз назарын аудару білу, алға қойылған мақсаттарды тиімді түрде орындау үшін команданың жұмысын сауатты түрде жоспарлап, ұйымдастыра білу, өзара байланыстағы

әр тарап үшін болатын тәуекелдер мен мүмкіндіктерді бағалай білу дағдыларын қамтиды.

Мұндай дағдыларды игерген маман берілген қаржыландыру шеңберінде жобаны қалай қою керектігін, жобада белгіленген



6.3. АЛДАҒЫ 10—15 ЖЫЛДЫҢ ІШІНДЕ БАҒДАРЛЫҚ ДАҒДЫЛАРДЫҢ СҰРАНЫСЫН БАҒАЛАУ

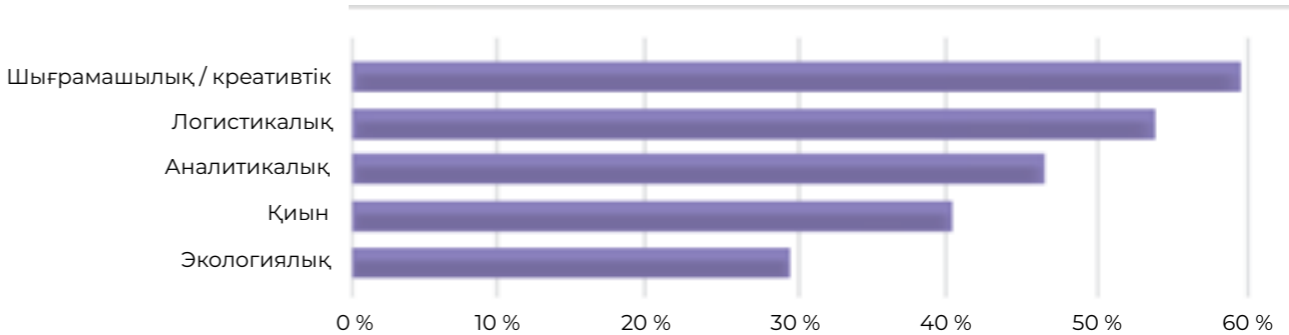
Алдағы 10—15 жылдың ішінде сұранысқа ие бағдарлық дағдылардың рейтингі сауалнама әдісімен жүргізілген сауал алу шеңберіндегі сала сарапшыларының бағалауының негізінде құрылды.

мерзiмдердi сақтау мақсатында жұмысты сауатты түрде бөлудi бiледi. Мұндай маман әрдайым жаңаны зерделеп, бiледi, қателесуден қорықпайды, проблемалар мен алға қойылған мiндеттердi шешу-

дiң тиiмдi жаңа тәсiлдерiн ойлап шығарады. Жобалау саласындағы бiлiм мен құралдарды игерген мамандарға деген сұраныс артатын болады, себебi жобалау қызметiн компаниялар олардың тиiмдi дамуында маңызды фактор ретiнде қарастырылады.

ОЙЛАУ СТИЛЬДЕРІ БОЛАШАҚТЫҢ СҰРАНЫСҚА КӨБІРЕК ИЕ БОЛАТЫН ОЙЛАУ СТИЛЬДЕРІ, САЛА САРАПШЫЛАРЫНЫҢ ПІКІРІНШЕ, ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ / КРЕАТИВТІ, АНАЛИТИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ЛОГИКАЛЫҚ ОЙЛАУ БОЛАДЫ

14-диаграмма
Алдағы 10—15 жылдың ішінде көбірек сұранысқа ие сала мамандарындағы ойлау стилінің топ-5



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

10 ЭКОЛОГИЯ ТҰРҒЫСЫНАН ОЙЛАУ

Экология тұрғысынан ойлау бизнес пен қоршаған ортаның үйлесіміне қол жеткізуге бағдарланған.

Экология тұрғысынан ойлау басты басымдылық деп денсаулық пен тұрақты дамуды қояды. Экология тұрғысынан ойлаудың мәні өнеркәсіптің дамуы шегіне жетті және қоғамның, экономиканың және бизнестің бұдан әрі тұрақты даму модельдері табиғат-

пен, экожүйемен өзара мүдделік байланыста құрылып, оны қолдау және дамыту мақсатында болу керек деген себеппен артып отыр. Экология тұрғысынан ойлайтын мамандар ресурстарды үнемді пайдалану, қоршаған ортаға зиянды заттардың нольдік эмиссиясына қол жеткізу, қалдықтарды қайта өңдеу және қайталанатын ресурстарды пайдалану сияқты міндеттерді шеше алатын дағдыларға ие.

АНАЛИТИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ЛОГИКАЛЫҚ ОЙЛАУ

Көптеген компаниялардың басшылары қызметкерлерінің аналитикалық және логикалық ойлау түрлерінің барлығына немесе жоқтығына негізсіз басты назар аударады. Себебі, мұндай қызметкер өзінің міндеттерін ұтымды атқарады, объективті фактілерге сүйене отырып, келіп түсетін ақпаратқа сыни көзқараспен қарайды, сонымен бірге қолда бар кейстерге негізделе отырып болашақта немесе ұзақ мерзімді перспективаға оқиғалардың қалай болатындығына болжам береді.

Туризм — қызмет көрсететін кез-келген сала сияқты осы қызметтердің көптеген тұтынушыларымен өзара байланысты болады. Нәтижесінде үлкен көлемдегі ақпарат қалыптаса-

ды, бұл ақпаратты жинап ғана қоймай, нақты уақыт режимінде кәсіби түрде өңдеп, талдау жасай білу керек. Сол себепті бизнесті тиімді жүргізу және нарықтағы компаниялардың бәсекелестікке қабілеттілігін арттыру мақсатында басшылар осы міндеттерді сапалы түрде атқара алатын мамандарды жұмысқа тартады.

Туризм саласындағы мамандарда аналитикалық және логикалық ойлау қабілеттерінің алдағы 10—15 жыл ішінде сұранысы жоғары болады деген факті сала сарапшыларының сауалнамасының қорытындысымен расталды, мұнда 40% артық сарапшылар бұл дағдыларды бірінші орынға қойған.

СЫНИ ТҰРҒЫДА ОЙЛАУ

Сыни тұрғыда ойлау қабілетінің болуы әсіресе, қызмет көрсету саласы үшін маңызды, мұнда қызметкерлер тек көптеген адамдармен ғана емес, сонымен қатар әртүрлі ақпарат көлемімен де жұмыс істейді, ал ақпараттар көлемі біртекті бола бермейді.

Туризм саласының мамандары байқампаздылық дағдысына ие, келіспеушіліктерді байқай болуы керек, қоршаған себептер мен логикасының сәйкессіздігін, болжамдардың сәйкессіздігінің

шындығын анықтап, өзінің пікірін дәлелдей білу керек.

Сыни тұрғыда ойлау проблемалар мен шиеленіскен жағдайларды біршама тиімді түрде шешуге, түсініп, басқаларды сендіре білуге мүмкіндік береді.

Бұл ойлау стильдерінің барлығы негізгі дағдылар ретінде таңдап алынды, бұл ретте аналитикалық, логикалық және сыни тұрғыда ойлау түрлері жүйелі түрде ойлау санатына біріктіліген.

ӘЛЕУМЕТТІК-ЖЕКЕ ТҰЛҒАЛЫҚ ӨЗАРА БАЙЛАНЫС ЖАСАУ ДАҒДЫЛАРЫ

ӘЛЕУМЕТТІК-ЖЕКЕ ТҰЛҒАЛЫҚ ӨЗАРА БАЙЛАНЫС ЖАСАУ ДАҒДЫЛАРЫНЫҢ АРАСЫНДА КӨП ТІЛДІЛІК ПЕН КӨП МӘДЕНИЕТТІЛІК, КЛИЕНТКЕ БАҒДАРЛАНУ ЖӘНЕ КОМАНДАДА ЖҰМЫС ІСТЕЙ БІЛУ ДАҒДЫЛАРЫ КӨБІРЕК СҰРАНЫСҚА ИЕ БОЛАДЫ

15-диаграмма
Алдағы 10—15 жыл ішінде көбірек сұранысқа ие сала мамандарында әлеуметтік-жеке тұлғалық өзара байланыс рейтингі



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

КОМАНДАДА ЖҰМЫС ІСТЕЙ БІЛУ ДАҒДЫСЫ

Team-sprit (командалық рух) және team-building (команда құру) концепциялары Америкада және Батыс Еуропа елдерінде өткен ғасырдың 50-інші жылдарында енгізіле бастағанына қарамастан, командамен жұмыс істеу дағдысы бүгінгі таңда да өзекті болып қалып отыр, себебі ол кез-келген кәсіпорынның бәсекеге қабілеттігін арттырудың жетекші құрамдас бөліктерінің бірі болып табылады.

Командамен жұмыс істеудің

тиімділігі команданың қызметкерлерінің әрқайсысы команданың барлық мүшелерімен сауатты түрде өзара байланыс жасап, шиеленісу жағдайларын болдырмайтын болса, оған берілген жұмыс учаскесіндегі жұмысты нақты атқарып, әріптестеріне әрдайым көмектесуге әзір, өз қателіктерін мойындай алатын және өзгенің пікірін тыңдап, компанияның мүддесін өзінің жеке басының мүддесінен жоғары қоя алады. Туризм қызметкерлер әртүрлі бағыттағы функцияларды атқара-

тын әлеуетті клиенттерді іздеуден бастап, жеке турларды немесе гид-аудармашының қызметтерін ұсынуға дейін жұмыстарды орындауда өзара байланыс жасайтын сала.

Қызметкерлердің бір-бірімен өзара байланысты құра білу құзыреті клиенттердің бейілділігін және олардың қайта келуін арттырады. Сол себепті командамен жұмыс істей білу дағдысы осы салада үлкен сұранысқа ие. Және бұл тенденция да арта бастайды.



БЕЛГІСІЗДІК ЖАҒДАЙЫНДА ЖҰМЫС ІСТЕЙ БІЛУ ДАҒДЫСЫ

Біз қазір көріп отырған өзгерістердің ықпалымен компания қызметкерлері көптеген белгісіздік жағдайында, бұрын болмаған немесе тіпті жаңа белгісіз ортада жұмыс істейтін болады.

Технологиялардың өзгеру жылдамдығы ақпараттың жылдам ескіру проблемаларына әкеп соғады. Кейде жаңа жұмыс жағдайына бейімделіп болмай, компания персоналы біршама жаңа озық технологияларды оқып, үйрену қажет болады. Белгісіздікті теріс фактор деп қарастырмайтын болсақ, онда

ол компанияның персоналын озық жетістіктерге, кәсіптік деңгейінің өсуіне және өзіне деген сенімділіктің артуына әкеледі, тез шешім қабылдауға үйретеді, проблемалар мен қиындықтарды жеңуге, өзінің уақытын ұтымды пайдаланып, алға қойған мақсатқа жетуді үйретеді.

Сала сарапшыларының пікірі бойынша, белгісіздік жағдайында жұмыс істеу дағдыларын игерген қызметкерлерге деген сұраныстың өсуі алдағы 10—15 жыл ішінде тұрақты түрде өсу тенденциясында болады.

ЖЫЛДАМ ҮЙРЕНУ

Бізді қоршаған әлемнің қаншалықты жылдамдықпен өзгеріп жатқандығын байқамау мүмкін емес. Бір технологиялардың орнына басқалары ауысып келіп жатыр, деректерді өңдеудің жаңа алгоритмдері шығып жатыр, әлеуетті клиенттермен өзара байланыс орнатудың басқа да жаңа әдістері жасалып жатыр. Және де, ұйымда жұмыскер өзінің білік-

тілігін, білім деңгейін арттырумен айналыспайтын болса, онда қандай бір мезет ішінде оның бұрын алған дағдылары, тәжірибесі мен білімі қосалқы екінші орынға түсіп қалады. Ауқымды өзгерістер болып жатқан уақытта ең бірінші орынға мынадай қасиеттер шығады: қатып қалған әдіспен жұмыс істеуге ниетінің болмауы, үнемі жетілдіріліп отыруға ұмтылу,

жаңа білім алып, оны жылдам меңгере білу.

Компания басшылары да болып жатқан өзгерістердің жылдамдығын атап өтеді. Сол себепті, жұмысқа жалдаған езде оқу деңгейі жоғары жұмыскерге басым назар аударады, себебі олар: байқампаздылығымен ерекшеленеді және әртүрлі көзқараспен қарап, ойлай алады, қолайлы ойлай біледі және жаңа идеяларды

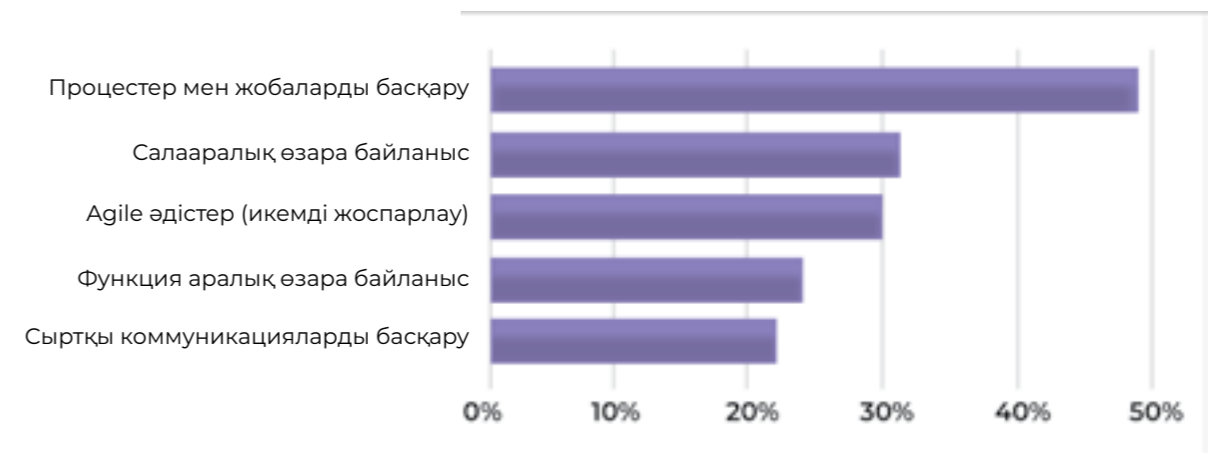
тез ойлап табады, қауіп-қатерге дайын. Олар үнемі оқып-білуге үйір, сондықтан да олар өздерінің үнемі оқуға деген қызығушылығы жоқ әріптестеріне қарағанда табысқа қол жеткізеді.

Әлеуметтік-жеке тұлғалалық өзара байланыс жасау дағдыларынан негізгі деп клиентке бағдарлану, көп тілділік пен көп мәдениеттілік таңдап алынды.

КОРПОРАТИВТІК БАСҚАРУ САЛАСЫНДАҒЫ ДАҒДЫЛАРЫ КОРПОРАТИВТІК БАСҚАРУ САЛАСЫНДАҒЫ БОЛАШАҚТЫҢ ЖЕТЕКШІ ДАҒДЫЛАРЫ ӨНДІРІСТІ БАСҚАРУ, ИКЕМДІ ТҮРДЕ ЖОСПАРЛАЙ БІЛУ МЕН САЛААРАЛЫҚ ӨЗАРА БАЙЛАНЫС ДАҒДЫЛАРЫ БОЛАДЫ

16-диаграмма

Алдағы 10—15 жыл ішіндегі көбірек сұранысқа ие мамандарда корпоративтік басқару саласының топ-5 дағдылары



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

ИКЕМДІ ЖОСПАРЛАУ ДАҒДЫЛАРЫ (AGILE)

Икемді жоспарлау кезінде ең бастысы — клиенттердің қажеттіліктеріне басты назар аудару. Мұндай әдіс қызмет тұтынушыларымен өзара байланыс процесін тиімді түрде жоспарлап, ұсынылатын қызметтердің пакетіне шұғыл түрде өзгерістер енгізуге мүмкіндік береді. Мұның барлығы барлық кезеңдердің ашық болуымен ілеседі.

Agile-әдістердің көмегімен орындалатын жобалар стандартты әдістермен орындалатын жобаларға қарағанда бірнеше есеге табысты. Ал, персоналдың икемді жоспарлай білу дағдысы оның

үнемі өзгеріп отыратын ішкі және сыртқы жағдайларды ескеріп, барлық өзара байланыс субъектілерінен кері байланысты тиімді қолдануға мүмкіндік береді.

Agile дағдыларын меңгерген мамандар қазірдің өзінде еңбек нарығында сұранысқа ие. Ал, туризм саласының ауқымды түрде өзгеруі мұндай қызметкерлерге деген сұранысты одан сайын арттырады.

ФУНКЦИЯАРАЛЫҚ ӨЗАРА БАЙЛАНЫС ДАҒДЫЛАРЫ

Өндірістік басқарудың классикалық моделі қатаң субординациямен, жеке мамандардың тар ауқымда мамандануымен сипатталған болатын, мұнда әрқайсысы өзінің міндеттеріне ғана жауапты, бұл модель жұмыс істеуін тоқтатады.

Әрбір жұмыс істеу кезеңінде персоналдың өзара байланысын арттыру және қасиеттерін арттырудың жаңа шешімдерін іздеу, функция аралық өзара байланыс дағдыларын дамытудың да сәті келді. Функция аралық өзара байланыс - командалық тәсіл прин-

циптерімен құрылған компания персоналы мен басшыларының кросс-функционалды өзара байланысы.

Функция аралық өзара байланысты игерген персонал бөлімшелер арасындағы байланыс каналдарын құра алады, шиеленіскен жағдайларды ұтымды шеше алады, өзінің лауазымдық міндеттерін үлкен жауапкершілікпен орындайды. Сол себепті, алдағы 10—15 жыл ішінде функция аралық өзара байланыс дағдылары қызметкерлерді жұмысқа алу кезінде және жұмыс бойынша

³⁰ Кросс-функционалды өзара әрекеттесу — бұл ортақ мақсаттарға жету үшін қызметкерлердің жылдам және жан-жақты өзара әрекеттесуін қамтамасыз ететін бірлескен жұмыс.



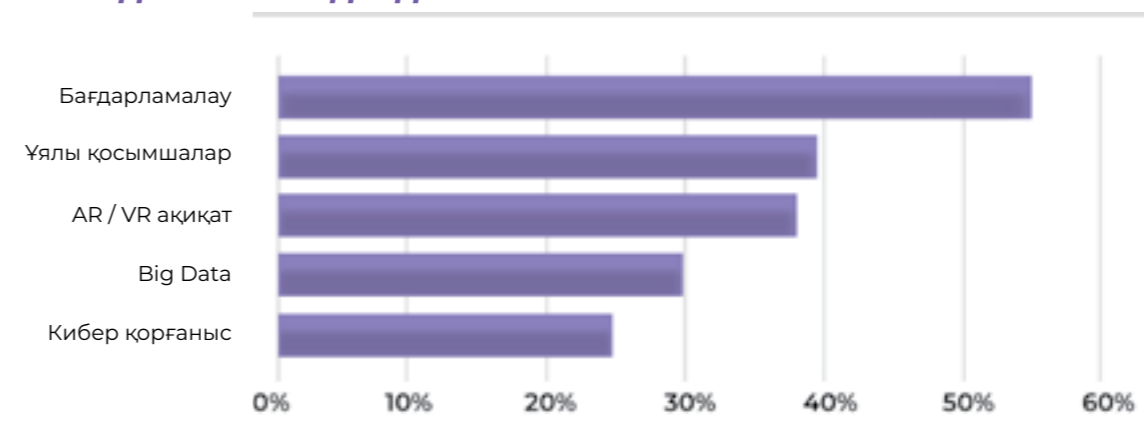
жылжитқанда басты критерий болады. Корпоративтік басқару саласындағы бағдар алатын дағдылар блогынан негізгі деп

жобаларды басқара білу және салааралық өзара байланыс орната білу дағдылары көрсетілді.

ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРМЕН ЖҰМЫС ІСТЕУ САЛАСЫНДАҒЫ ДАҒДЫЛАР ТЕХНОЛОГИЯЛАРМЕН ЖҰМЫС ІСТЕУ САЛАСЫНДАҒЫ БОЛАШАҚТЫҢ ДАҒДЫЛАРЫ — БАҒДАРЛАМАЛАУ НЕГІЗДЕРІН БІЛУ, ҰЯЛЫ ҚОСЫМШАЛАРМЕН ЖӘНЕ ҮЛКЕН ДЕРЕКТЕР КӨЛЕМІМЕН ЖҰМЫС ІСТЕУ БІЛІГІ

17-диаграмма

Алдағы 10—15 жыл ішінде көбірек сұранысқа ие сала мамандарында жаңа технологиялармен жұмыс істеу саласындағы топ-5 дағды



Дереккөз: салалық сарапшылардың сауалнамасы.

БАҒДАРЛАМАЛАУ ДАҒДЫЛАРЫ

Біреулерге бағдарламалау негізгі функционалдық міндеттері болып табылатындығы сөзсіз. Бірақ, бұл жағдайда бағдарламалау негізгі кәсіптік құзыреттеріне қосымша білім тұрғысынан қарастырылатын болады.

1981 жылдың өзінде Лозаннадағы 3-інші Дүниежүзілік конференцияда Андрей Ершов (кеңестік ғалым-информатика маманы) «Бағдарламалау — екінші сауаттылық» деген баяндамасымен шыққан болатын. Оның сөзінше, «егер кітап басылымын дамыту және тарату жалпы сауаттылыққа әкелген болса, онда ЭЕМ дамыту жалпы бағдарламалау

біліміне әкеледі». Жұмыс берушілер базалық бағдарламалау дағдыларын меңгерген қызметкерлердің қаншалықты бағалы екендігін саналы түрде түсіне бастады.³¹

Ал, қазір көптеген процестер автоматтандырылып, өңдеуді және талдауды талап ететін деректердің көлемі ұлғайып, мұндай мамандарға деген сұраныс артып отыр. Бұған сандар да дәлел — сала сарапшыларының 50% астамы бағдарламалауды меңгерген мамандарды алдағы 10—15 жылдың ішінде туризм саласы үшін ең көп сұранысқа ие дағдылардың қатарына жатқызды.



Ұялы қосымшалармен жұмыс істеу дағдылары

Туризм саласы бизнестің ең икемді бағыттарының біріне жатқызады. Оның персоналы 24/7 клиенттермен байланыста болуы тиіс, олардың сауалдарына шұғыл түрде жауап беріп, пайда болған жағдайларды қашықтықтан үйлестіріп отыру қажет. Мұнда ауыспайтын көмекші ұялы қосымшалар болып табылады.

Ұялы қосымшалар көрсетілетін қызметтердің сапасына, клиенттердің бейілділігіне, коммуника-

ция процестерін оңтайландыруға біршама дәрежеде ықпал етеді.

Сондықтан, компания персоналы арнайы құрылған икемді ақпарат кеңістігінің осы мақсаттары үшін жұмыс дағдыларын жетік меңгерген болуы тиіс.

Компаниялар туристік қызметтер нарығында үлгеру үшін және өз орнын болашақта ұстап қалу үшін ұялы технологияларды белсенді түрде енгізуді жалғастыра береді.

Виртуалды және ақиқатпен толықтырылған технологиялармен жұмыс істеу дағдылары

Соңғы жылдары виртуалды және ақиқат әлеммен толықтырылған элементтері бар технологиялар әртүрлі қызмет салаларына белсенді түрде ене бастады. Туристік қызметтер нарығында бәсекелесу үшін отель жетекшілері, тасымалдаушы компаниялар мен туристік агенттіктер осы технологияларды енгізу арқылы турларды сату процестерін түпкілікті өзгертіп жатыр.

Виртуалды ақиқат технологияларын көбінесе компаниялар әлеуетті туристерді тарту үшін маркетингтік мақсатта қолданады: көрнекі орындар бойынша экскурсиялар жүргізіледі, тұратын орындарындағы номерлер көрсетіледі, қоршаған орта және т.б.

Виртуалды нысандарды көрнекі көрсету үшін компания персоналы мұндай жабдықтармен жұмыс істей білу керек және виртуалды ақиқат элементтерін өзі жасай білу керек.

Виртуалды және толықтырылған ақиқат технологияларын қолдану саласы тек ұлғая беретіндіктен, осы дағдыларды меңгерген мамандарға деген сұраныс жыл санап өсе береді.

Жаңа технологиялармен жұмыс істеу саласындағы бағдар алдындағы дағдылар блогынан негізгі деп бағдарламалауды, ақылды жабдықтармен және роботтармен өзара жұмыс істей білуді атап өттік.

³¹ Бағдарламалау — екінші сауаттылық. [Электрондық ресурс]. — Қол жеткізу режимі: http://ershov.iis.nsk.su/ru/second_literacy/article (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



ҚАНДАЙ
МАМАНДЫҚҚА
ОҚУ ҚАЖЕТ?

7.





ҚАНДАЙ МАМАНДЫҚҚА ОҚУ ҚАЖЕТ?

*Жаңа технологиялық революция
еңбек нарығын ауқымды өзгерістерден
өткізуге әкеледі.*

Көптеген сарапшылар инновациялық технологияларды енгізумен байланысты болатын проблемалар мен тәуекелдерге талдау жасай келе, болашақта жұмыс орындарын роботтандыру, басқару процестерін ауқымды автоматтандыру, аддитивті технологиялар мен жаңа материалдарды қолдану саласының ұлғаюына байланысты жұмыссыздық саны үлкен қауіп тудырады дейді.

Алайда, әлемдік сарапшылардың барлығы бұл пікірге жақтас емес, цифрландыру мен роботтандыру технологиялық жұмыссыздыққа емес, жұмыскерлердің біліктілігі жоғары болуын талап ететін және/немесе аралас кәсіптердің құзыреті болуын талап ететін жаңа жұмыс орындарының пайда болуына әкеледі.

Әрине, қол еңбегімен және біліктілігі жоқ еңбекпен байланысты көптеген кәсіптер ғана емес, сонымен қатар зияткерлік еңбегінің жеке кәсіптері де біртіндеп роботтармен және жасанды зияткерлікпен алмастырылатын бо-

лады. Бұл кәсіптің жұмыскерлері аралас мамандықтағы қосымша дағдыларды алу немесе жаңа кәсіпті алу үшін білім алу жалғыз жол болып табылады.

Бұл ретте Халықаралық еңбек ұйымының деректері бойынша болашақта шамамен 70% мамандық өз атауын сақтап қалады, қажетті кәсіптік құзыреттерінің жинағын өзгертетін болады.

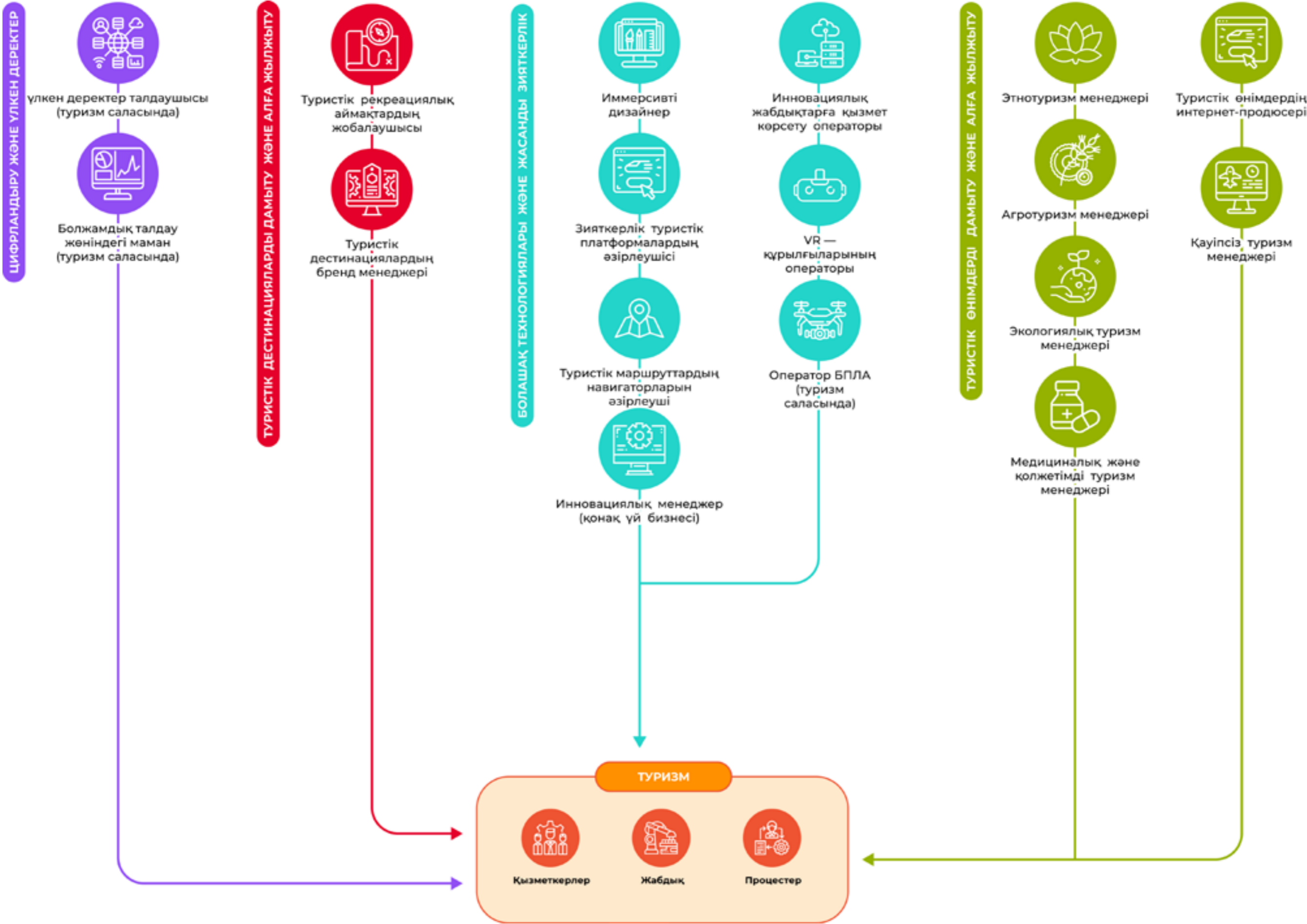
Қазақстанның туризм саласында алдағы 10—15 жыл ішінде қандай кәсіптер пайда болады, қандай мамандықтар өзгереді, ал қандай мамандықтар жоғалып кетеді деген сауалдарға сала сарапшылары «Жаңа мамандықтар мен құзыреттері атласын» даярлау шеңберінде 2020 жылдың 19—20 тамыз аралығында өткізілген форсайт-сессияда, сонымен қатар сауалнамалық сарапшылар сауалында өз пікірлерін білдірді. Бұл іс-шаралардың нәтижелеріне жасалған жаппай талдау келесі тарауларда берілген.



ТУРИЗМ
САЛАСЫНЫҢ
ЖАҢА МАМАНДЫҚТАРЫ

7.1.





ЦИФРЛАНДЫРУ ЖӘНЕ ҮЛКЕН ДЕРЕКТЕР



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2025

Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Өртүрлі дереккөздерден алынған күрделі және біртекті емес деректердің үлкен көлемін өңдеу.

НЕГІЗГІ
құзыреті

- ▶ Бағдарламалау негіздері мен деректерді өңдеу әдістерін білу.
- ▶ Ақпаратты жинау, өңдеу және талдау әдістерін білу.
- ▶ Үлкен деректермен жұмыс істей білу.

АНАЛИТИК BigData (ТУРИЗМ САЛАСЫНДА)

- ▶ Әлеуетті туристердің әдеттері мен қалауы туралы әртүрлі дереккөздерінен келіп түсетін күрделі және біртекті емес құрылымдағы деректердің үлкен көлемін жинаумен және оларға талдау жасаумен айналысады.

Оның міндеттеріне кіреді

- ▶ әртүрлі дереккөздерден келіп түскен деректерді одан әрі өңдеу үшін жинау, ақпараттың толықтығы мен дұрыстығын қамтамасыз ету, олардың өзара байланысу тізбегін құру тұжырымдамасын әзірлеу;
- ▶ алынған ақпаратқа талдау жасау, құрылымдау, бұдан әрі бизнес-шешімдерін шығару үшін қажетті жиынтық талдау есептерін құру.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Онлайн брондау мен турларды және билеттердің онлайн төлеміне сұраныстың артуы.
- ▶ Цифрландырылған деректер көлемінің ұлғаюы.

КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқара білу.



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2030

Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Түрлі көздерден, соның ішінде қосылған зияткерлік құрылғылар мен мониторингтік датчиктерден алынған деректердің үлкен көлемін терең талдау.
- ▶ Компанияның және жалпы нарықтың даму мүмкіндіктері мен тәуекелдердің предиктивті талдамасы негізінде болжамдау.

НЕГІЗГІ
құзыреті

- ▶ Бағдарламалау, машина оқуы және математикалық статистика саласындағы білімі.
- ▶ Деректерге көп өлшемді және предиктивті талдау саласындағы білім.
- ▶ Деректерді көзбен көру құралдарымен жұмыс істеу дағдылары.

ПРЕДИКТИВТІ АНАЛИТИКА ЖӨНІНДЕГІ МАМАН (ТУРИЗМ САЛАСЫНДА)

- ▶ Предиктивті аналитика жөніндегі маман (Data Science) предиктивті талдауды, математикалық статистика әдістерін қолдана отырып, туризм нарығының ағымдағы жағдайына баға беруді қалыптастырып, бұдан әрі дамуына болжам береді, әлеуетті басым тәуекел мен мүмкіндіктерді айтады. Компанияның бизнес шешімдерін әзірлеумен айналысады.

Оның міндеттеріне кіреді

- ▶ гипотезаларды құру, олардың туризм саласына әсер ететін тенденциялармен байланысын тексеру, болжамдарды қалыптастыру;
- ▶ компания қызметінің тиімділігін талдау, тәуекелдер мен мүмкіндіктерді, компанияның дағдарыстық жағдайдан шығу жолдарын талдау;
- ▶ қызметті оңтайландыру бойынша шешімдер әзірлеу, тұтынушылық мінез-құлықты талдау және болжау негізінде бизнес-шешімдер әзірлеу.

ТРЕНДИЛЕР

- ▶ Онлайн брондау мен турларды және билеттердің онлайн төлеміне сұраныстың артуы.
- ▶ Цифрландырылған деректер көлемінің ұлғаюы.
- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу жөніндегі қажеттіліктердің артуы.

**КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер**

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқара білу.

2. БОЛАШАҚТЫҢ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ ЖӘНЕ ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ



▶ 2.1



ИММЕРСИВТІ ДИЗАЙНЕР

Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ 2030

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Шоулар, көрме композицияларын және виртуалды турларды жасау үшін жаңа технологияларды (виртуалды, ақиқатпен толықтырылған, голография) пайдалану.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Веб-дизайн және бағдарламалау саласында білімі.
- ▶ Виртуалды және толықтырылған ақиқатпен, голографияны қолданумен цифрлық объектілерді құру дағдыларының болуы.

- ▶ Қатысушыны жоқ модельдеуші ақиқатқа ол толығымен болып жатқан оқиғаға кірісіп кететіндей шоу немесе саяхат жасайтын маман.
- ▶ Көрнекті орындар, аумақтар мен кеңістіктер объектілерінің виртуалды прототипін жасаумен айналысады. Виртуалды туризм, мұражай экспонаттарын, көрмелерді және т.б. ұсыну үшін қосымшалар әзірлейді.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу жөніндегі қажеттіліктердің артуы.
- ▶ Тұтынушылардың артықшылықтарының өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Көркем шығарма дағдылары.
- ▶ Бағдарламалау / робот техникасы / жасанды зияткерлік.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқара білу.

▶ 2.2



Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ қазір қажет

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Бір цифрлық алаңға туристік бизнестің барлық субъектілерін біріктіреді.
- ▶ Әлеуетті клиенттердің мінездік ыңғайына қарай сай келетін туристік өнімдерді автоматты түрде ұсыну.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Бағдарламалау және веб-дизайн саласындағы білімі.

ЗИЯТКЕРЛІК ТУРИСТІК ПЛАТФОРМАЛАРДЫҢ ӘЗІРЛЕУШІСІ

- ▶ Турды автоматты түрде таңдау, билеттер мен қонақ үй номерлерін брондау, онлайн төлем қабылдауға арналған бағдарламаларды, жүйелер мен платформаларды құратын маман.
- ▶ Әзірленген жүйе туристік қызмет көрсетушілердің барлығын (туристік агенттіктерді, туристік операторларды, уақытша тұру орындарын, көлік секторы және т.б.) бір алаңға біріктіреді, әлеуетті клиенттерге пайдалы ұсыныстарды іздеуді жеңілдетеді.
- ▶ Сай келетін турды іріктеп алуға арналған сервистерді әзірлеген кезде онлайн кеңістіктегі мінез-құлық факторларының негізіндегі әлеуетті туристердің жеке қажеттіліктері, әдеттері, басты ерекшеліктері максималды түрде есепке алынады.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Онлайн брондау мен турларды және билеттерді онлайн төлеуге сұраныстың артуы.
- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізуге қажеттіліктің артуы.
- ▶ Тұтынушының қалауы өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көптілділік және мультимәдениет.
- ▶ Жүйелік ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару мүмкіндігі.

▶ 2.3



Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ қазір қажет

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Туристердің мүдделері мен қажеттіліктерін есепке ала отырып, қозғалыс маршрутын турист өзі құра алатындай тарихи және мәдени көрнекі орындар, әлеуметтік инфрақұрылым нысандары, туристік сүрлеу жолдар көрсетілетін қосымшаларды жобалау.
- ▶ Картада барлық нысандар туралы (мысалы, тарихи ақпарат, жұмыс режимі) толық ақпарат көрсетілетін болады.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Бағдарламалау және веб-дизайн саласындағы білімі.
- ▶ Тарихи және мәдени көрнекі орындарды білу.

ТУРИСТІК МАРШРУТТАРДЫҢ НАВИГАТОРЛАРЫН ӘЗІРЛЕУШІ

- ▶ Туристердің елді мекенде жылдам бағдар алуы үшін туристердің сұратуы мен жеке дербес қызығушылықтарын есепке ала отырып, саяхат жасау маршруттарын құруға арналған бағдарламалар мен қосымшаларды жасайды (мысалы, туристік маршруттардың интерактивті картасы, саяхат оқиғаларының туризм картасы, тәуіп ету турларына арналған киелі карталар және т. б.).

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу жөніндегі қажеттіліктердің артуы.
- ▶ Туризм саласын цифрландыруға деген қажеттіліктің өсуі.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Көркем шығарма дағдылары.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік және көп мәдениеттілік.
- ▶ Жүйелі ойлау.

▶ 2.4



Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ 2030

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Зияткерлерлік жүйелерді енгізуді есепке ала отырып, отельдің қызмет көрсетуші инфрақұрылымын жобалау.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Туризм саласына (қонақ үй бизнесіне) жасанды зияткерлікті енгізуге қажеттіліктің артуы.
- ▶ Тұтынушының қалауы өзгеруі.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Инновациялық әзірлемелер, электротехника, қауіпсіздік техникасы, жобалау құжаттамасын құру саласында білімі.

ИННОВАЦИЯ МЕНЕДЖЕРІ (ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІ)

- ▶ «Ақылды» отельді жобалаушы маман, ол инновацияларды іздеумен айналысады, жарықты басқаратын ақылды жүйені; қонақтардың қолайлы және қауіпсіз аясын; жылу, желдету және ауаны баптау жүйелерінің энергия үнемдеуші жүйелерін; отельдің бүкіл инфрақұрылымына қызмет етуді автоматтандырылған және қашықтықтан басқаруды қамтитын қонақ үй бизнесінің цифрлық өзгеру тұжырымдамасын әзірлеуге және енгізуге жауапты.

Оның міндеттеріне кіреді:

- ▶ компанияның жаңа технологияларға қажеттілігін анықтау және компанияның инновациялық даму стратегиясын жоспарлау;
- ▶ нормативтік актілер мен техникалық құжаттамаға сәйкес инновациялық технологияларды енгізу және бейімдеу жөніндегі жұмыстарды үйлестіру мен бақылау;
- ▶ перспективалық әзірлемелер мен әлеуетті серіктестерді іздеу, сондай-ақ қажетті жабдықтардың жеткізушілерін іздеу; инновацияларды ендіру нәтижесінде пайда болатын ықтимал тәуекелге талдау жасау және оларды бейтараптандыруға ұсыныстарды даярлау.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Бағдарламалау/робот техникасы/ жасанды зияткерлік.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқара білу.
- ▶ Экология тұрғысынан ойлау.

▶ 2.5

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖАБДЫҚТАРҒА ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУШІ ОПЕРАТОР



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2030

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Отель бизнесіне инновациялық құрылғыларды, ал соңынан сервистік роботтарды ендіру, оларға қызмет ету дағдыларын қажет етеді және олардың жұмысқа қабілеттілігіне орталықтандырылған бақылау жасайды.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Мониторингті датчиктерді, ақылды жүйелерді және сервистік роботтарды баптау және оларға қызмет көрсету саласында білімі.
- ▶ Құрылғылардың дұрыс жұмыс істеу диагностикасын өткізу білігі.

- ▶ Қонақ үй роботтары мен сервистік қызмет көрсетуші зияткерлік құрылғыларына техникалық қызмет көрсетумен айналысады, олардың жұмысына және баптауына орталықтандырылған бақылаумен айналысады. Персоналға инновациялық жабдықтармен жұмыс істеу бойынша нұсқама өткізеді, қауіпсіздік техникасы мен қағидаларын сақтауды қадағалайды.

ТРЕНДІЛЕР

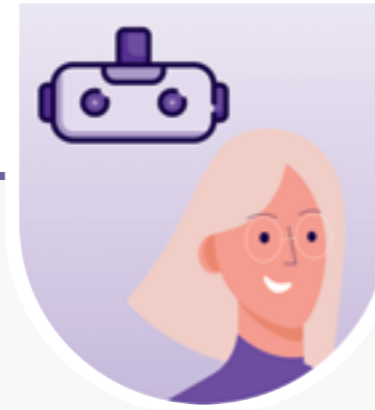
- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу жөніндегі қажеттіліктердің артуы.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Ұқыпты өндіріс.
- ▶ Дағдылары салааралық коммуникация.
- ▶ Бағдарламалау / робототехника / жасанды интеллект.
- ▶ Экологиялық ойлау.

▶ 2.6

VR-ҚҰРЫЛҒЫЛАРДЫҢ ОПЕРАТОРЫ



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2035

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Шоу, көрме композициялары мен виртуалды турларды құру үшін жаңа технологияларды (виртуалды, толықтырылған ақиқат, голографиялар) пайдалану.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Виртуалды және толықтырылған ақиқат құрылғыларды баптау мен қызмет көрсету саласындағы білімі.
- ▶ Құрылғылардың дұрыс жұмыс істеу диагностикасын жүргізу білігі.

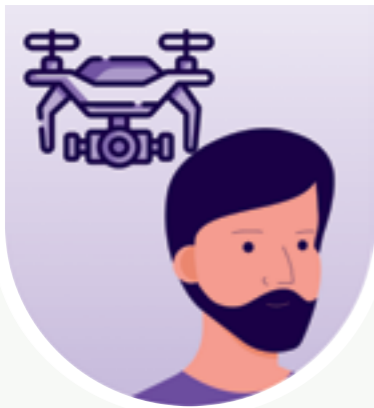
- ▶ Мұражай экспонаттарын, көрмелерді, қонақ үйлердегі ақпараттық таблоларды виртуалдық немесе голографиялық көрсететін көрнекі бағдарламалар мен жабдықтарды баптаумен айналасады.
- ▶ Міндеттеріне сонымен қатар, көрнекі бағдарламаларды тақырыптық мазмұнымен толтыру (дайындалған сценарийлер базасында), VR-жабдықтардың жұмысқа қабілеттілігін, аппаратураның пайдаланылуы мен ағымдағы жөндеуін бақылау.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Туризм саласына жасанды зияткерлікті енгізу жөніндегі қажеттіліктердің артуы.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Бағдарламалау / робот техникасы / жасанды зияткерлік.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2030

**Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ**

- ▶ Шоу, көрме композициялары мен виртуалды турларды құру үшін жаңа технологияларды (виртуалды, толықтырылған ақиқат, голографиялар) пайдалану.

**НЕГІЗГІ
құзыреті**

- ▶ ҰҰА қызмет көрсету және баптау саласындағы білім.
- ▶ Құрылғылардың жұмысқа жарамдылығын диагностикалауды жүргізу білігі.
- ▶ Ұшу қауіпсіздігін қамтамасыз ету.

ҰҰА ОПЕРАТОРЛАРЫ
(ТУРИЗМДЕ)

- ▶ Беспилотные летательные аппараты (БПЛА) в туризме будут применяться для организации экскурсий в труднодоступные места, доставки грузов, продуктов и медикаментов, а также в качестве «спасателей», обеспечивая постоянный контроль за передвижением туристов (например, в горах, на пляже, в экстремальных видах туризма).
- ▶ Оператор БПЛА – это специалист, который дистанционно управляет беспилотными летательными аппаратами, выполняет дистанционный контроль прохождения туристского маршрута, участвует в поисково-спасательных операциях потерявшихся туристов. В его обязанности входит подготовка БПЛА к полетам (наладка, настройка), текущий ремонт и обеспечение безопасности полетов.

ТРЕНДИЛЕР

- ▶ Туризм саласына жасанды зердені енгізу қажеттілігінің өсуі.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялылығына қойылатын талаптарды арттыру.
- ▶ Тұтынушылардың қалауын өзгерту.

**КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер**

- ▶ Ұқыпты өндіріс.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Дағдылары салааралық коммуникация.
- ▶ Жүйелік ойлау.
- ▶ Экологиялық ойлау.

**3. «ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ
ДАМУ ЖӘНЕ АЛҒА ЖЫЛЖЫТУ»**



▶ 3.1



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2025

**Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ**

- ▶ Туристік рекреацияны екі бағытта — инновациялық шешімдерді максималды түрде енгізу немесе ұлттық колоритті сақтап қалу инфрақұрылымына қызмет етуді жобалау.

**НЕГІЗГІ
құзыреті**

- ▶ Экология саласындағы білімі, нысандардың өмір тіршілігін қамтамасыз ететін инфрақұрылымдарды, жобалау құжаттамасын құру.

**ТУРИСТІК-РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ
АЙМАҚТАРДЫ
ЖОБАЛАУШЫ**

- ▶ Этноауылдарды, туристік базаларды және өзге де нысандарды жобалаумен, оларды қажетті инфрақұрылыммен (телекоммуникация, көлік, мәдени-демалу, медициналық және басқа да нысандарды) жабдықтаумен айналысатын маман.
- ▶ Инновациялық шешімдерді іздеумен айналысады, туристік-рекреациялық аймақтарды цифрландырып өзгертуді әзірлеуге, ендіруге және бейімдеуге жауап береді, сонымен бірге табиғи ресурстарды және бірнеше ғасырлық мұраларды сақтап қалуды қамтамасыз ететін шешімдерге жауап береді.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялы болуына деген талаптардың артуы.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

**КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер**

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көркем шығармашылық дағдылары.
- ▶ Бағдарламалау / робот техникасы/жасанды зияткерлік.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару білігі.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.

▶ 3.2



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ қазір
қажет

**Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ**

- ▶ Ішкі және әлемдік нарықтағы отандық туристік дестинация брендин жасау.

**НЕГІЗГІ
құзыреті**

- ▶ Маркетинг, туристік дестинацияларды жылжытудың аз ғана ерекшеліктерінен білімі.
- ▶ Туризм, география, тарих және мәдени мұралар саласынан білімі.
- ▶ Туристік қызмет тұтынушыларының психологиясынан хабардар.

**ТУРИСТІК
ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫҢ
БРЕНД-МЕНЕДЖЕРІ**

- ▶ Туристік дестинациялардың брендин жасайтын маман, жарнамалық агенттіктер үшін туристік қызметтер мен дестинациялардың алға жылжу тұжырымдамасы (техникалық тапсырмасы) мен орнының стратегиясын, портретін қалыптастырады, сондай-ақ, олардың беделін қамтамасыз етеді.
- ▶ Туристік қызметтерді ұсыну үшін мақсатты аудиторияны анықтайды, олардың тұтынушы ретіндегі талаптарын және ұсынылатын қызметтерге деген көзқарасын анықтайды. Туристік дестинация брендин алға жылжыту мен маркетингтік саясатты әзірлеумен айналысады.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялы болуына деген талаптардың артуы.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

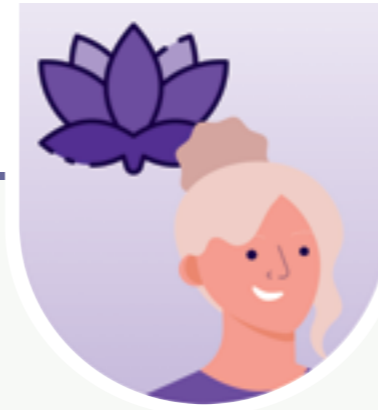
**КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер**

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Көркем шығармашылық дағдылары.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару білігі.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.

4. ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІ ДАМУ ЖӘНЕ АЛҒА ЖЫЛЖЫТУ



▶ 4.1



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2025

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Этнотуризмді осы туристік қызмет түріне сұраныстың артуына байланысты жеке бағыт ретінде бөліп шығару.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Елдің мәдени және тарихи мұра объектілерін, осы аумақта тұратын халықтың салт-дәстүрлерін білу.
- ▶ Туристік өнімдерді әзірлеу негіздерін білу.

ЭТНОТУРИЗМ МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Этнотуризм менеджерінің міндеттеріне берілген туризм бағытын құру және алға жылжыту жөніндегі барлық жұмыс түрлерін ұйымдастыру кіреді: жергілікті атқарушы билікпен өзара байланыс, инвесторларды тарту, мүдделі тараптардың барлық шарт міндеттемелерін орындауына бақылау жүргізу. Этнотурлар тұжырымдамасын әзірлеумен айналысады.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Эко-, этно-, агротуризмнің танымалдылығының артуы.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялы болуына деген талаптардың артуы.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік пен көп мәдениеттілік.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару білігі.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.

▶ 4.2



Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ 2025

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Агротуризмді осы туристік қызмет түріне сұраныстың артуына байланысты жеке бағыт ретінде бөліп шығару.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Мал шаруашылығы, егін шаруашылығы мен бау-бақша, ұлттық дәстүрлер мен әдет-ғұрып негіздерін білу.
- ▶ Туристік өнімдерді әзірлеу негіздерін білу.

АГРОТУРИЗМ МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Агротуризм менееджерінің міндеттеріне осы бағыттағы туризмді құру мен алға жылжыту жөніндегі барлық жұмыстардың түрлерін ұйымдастыру кіреді: жергілікті атқарушы билікпен өзара байланыс, инвесторларды тарту, мүдделі тараптардың шарттың барлық міндеттемелерін орындауына бақылау жүргізу. Агротуризм тұжырымдамасын әзірлеумен айналысады.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Эко-, этно-, агротуризмнің танымалдылығының артуы.
- ▶ Жергілікті тәжірибеге баса назар аударып, турларға сұраныстың артуы.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялы болуына деген талаптардың артуы.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Үнемді өндіріс.
- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік пен көп мәдениеттілік.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару білігі.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.

▶ 4.3



Пайда болу **КӨКЖИЕГІ** ▶ 2025

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Экологиялық туризмді осы туристік қызмет түріне сұраныстың артуына байланысты жеке бағыт ретінде бөліп шығару.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Экология, қоршаған ортаны қорғау, күзетілетін табиғи аймақтарда жүріп-тұру ережелері саласындағы білімі.
- ▶ Туристік өнімдерді әзірлеу негіздерін білу.

ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Экологиялық туризм жөніндегі менеджердің міндеттеріне туризмнің осы бағытын құру мен алға жылжыту жөніндегі жұмыстардың барлық түрлерін ұйымдастыру кіреді: жергілікті атқарушы билікпен өзара байланыс, инвесторларды тарту, мүдделі тараптардың шарттың барлық міндеттемелерін орындауына бақылау жүргізу. Экотурлардың тұжырымдамасын әзірлеумен айналысады, тұрақты даму тұжырымдамасының шеңберінде туристік дестинацияларды стратегиялық дамытумен, тұрақты дамудың басты индикаторларын әзірлеу мен мониторингін жасау, барлық ресурстарды үнемді пайдалануға жауап береді. Оның міндеттеріне кіреді: тұрақты даму тұжырымдамасының шеңберінде туристік дестинациялар қызметіне мониторинг жүйесін ендіру мен жетілдіру, тұрақты даму саласындағы халықаралық стандарттарды және ең үздік тәжірибелерді зерделеу және енгізу; олардың орындалуына бақылау жүргізу және мониторинг жасау.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Эко-, этно-, агротуризмнің танымалдылығының артуы.
- ▶ Туристік қызметтердің экологиялы болуына деген талаптардың артуы.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік пен көп мәдениеттілік.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару білігі.
- ▶ Экологиялық тұрғыдан ойлау.

▶ 4.4



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2030

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Осы туристік қызмет түріне сұраныстың артуына байланысты жеке бағыт ретіндегі қолжетімді және медициналық туризмді бөліп шығару.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Медициналық және шипажайлық-санаториялық мекемелердің нысандарының қызмет көрсету бағыттарын білу.
- ▶ Негізгі аурулар жіктелімін білу.
- ▶ Ауру пациенттермен өзара байланысудың психологиялық негіздері мен медициналық ұйымдармен келіссөздер жүргізу білігі.

МЕДИЦИНАЛЫҚ ЖӘНЕ ҚОЛЖЕТІМДІ ТУРИЗМ МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Пациенттің медициналық көрсеткіштеріне сәйкес емдеу мекемесін емдеумен айналысады. Пациент пен бағдарлы медициналық қызметкердің жеке өзара байланысын қамтамасыз етеді немесе олардың арасында делдал ролінде болады. Пациентті емдеу мекемесіне және ол емдеу мекемесінен тасымалдауға арналған жағдайларды қамтамасыз етеді, сонымен қатар денсаулығына қарай мүмкіндіктері шектеулі саяхаттарға туристерге сүйемелдеуді қамтамасыз етеді.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Жасына қарай саяхаттаушылардың санының артуы.
- ▶ Денсаулығына қарай мүмкіндігі шектеулі адамдардың саяхаттауына және медициналық туризмге сұраныстың артуы.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік пен көп мәдениеттілік.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Жүйелі ойлау.

▶ 4.5



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2025

Мамандықтың ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Туристік өнімді Интернет желісінде оны толық зерделеу, брондау мен тұрды төлеу мүмкіндіктерімен алға жылжыту.

НЕГІЗГІ құзыреті

- ▶ Интернет кеңістікте веб-дизайн, маркетинг пен жарнама саласындағы білімі.
- ▶ Туризм саласындағы және өнімді алға жылжыту, география, тарих пен мәдени мұралар саласында білімі.
- ▶ Нарықтық экономика мен нарық конъюктурасы негіздерінен білімі.

ИНТЕРНЕТ- МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

- ▶ Әлеуетті клиенттерді кеңінен қамту мақсатында нарыққа туристік өнімдердің алға жылжытудың заманауи интернет құралдардың көмегімен алға жылжытатын маман.
- ▶ Вейб-сайттардың контентін әзірлеумен және толықтырумен, танымалдылықты арттыру тәсілдерін іздеумен, веб-сайттарға кір мен пайдаланушылардың белсенділігін арттырумен айналысады.
- ▶ Туристік қызметтерді сату мониторингі мен оларға талдау жасауды жүзеге асырады, туристік қызметтерді алға жылжыту бойынша іс-шаралар өткізеді.

ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Онлайн брондау мен турларды және билеттерді онлайн төлеуге сұраныстың артуы.
- ▶ Туризм саласын цифрландыруға деген сұраныстың артуы.
- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Тұтынушы қалауының өзгеруі.

КӘСІПТІК дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көптілділік және мультимәдениет.
- ▶ Дағдылары салааралық коммуникация.
- ▶ Көркем шығармашылық дағдылары.
- ▶ Жүйелік ойлау.
- ▶ Жобалар мен процестерді басқару мүмкіндігі.

▶ 4.6



Пайда болу
КӨКЖИЕГІ ▶ 2030

Мамандықтың
ЖАҢАШЫЛДЫҒЫ

- ▶ Табиғат сүргінінің, лаңкестік шаралардың және жұқпалы аурулардың таралуына байланысты қауіпсіздікті қамтамасыз етуге назарының артуы.

НЕГІЗГІ
құзыреті

- ▶ Халықаралық құқық пен құқықтану саласындағы білімі.
- ▶ Алғашқы медициналық жәрдем көрсету үшін жалпы медицина негіздерінен білімі.
- ▶ Психология мен дағдарысты шешу дағдыларының болуы.

ҚАУІПСІЗ ТУРИЗМ
МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Саяхаттау кезінде туристердің қауіпсіздігі үшін жауап беретін маман. Оның міндетіне орналасу орындарында сияқты, экскурсия мен жорыққа шығу кезінде қауіпсіздік ережелерін сақтауға бақылау жүргізу кіреді. Туристер демалыс орнына келгенде туристер мен қызмет көрсетуші персонал үшін нұсқама жүргізеді. Туристерді қауіп ошағынан уақытылы шығаруды қамтамасыз етеді, алғашқы медициналық көмек көрсетеді, туристерді қажет болғанда медициналық мекемелерге орналастырады.
- ▶ Туристерді құқықтық және заңды қолдаулармен қамтамасыз етеді.

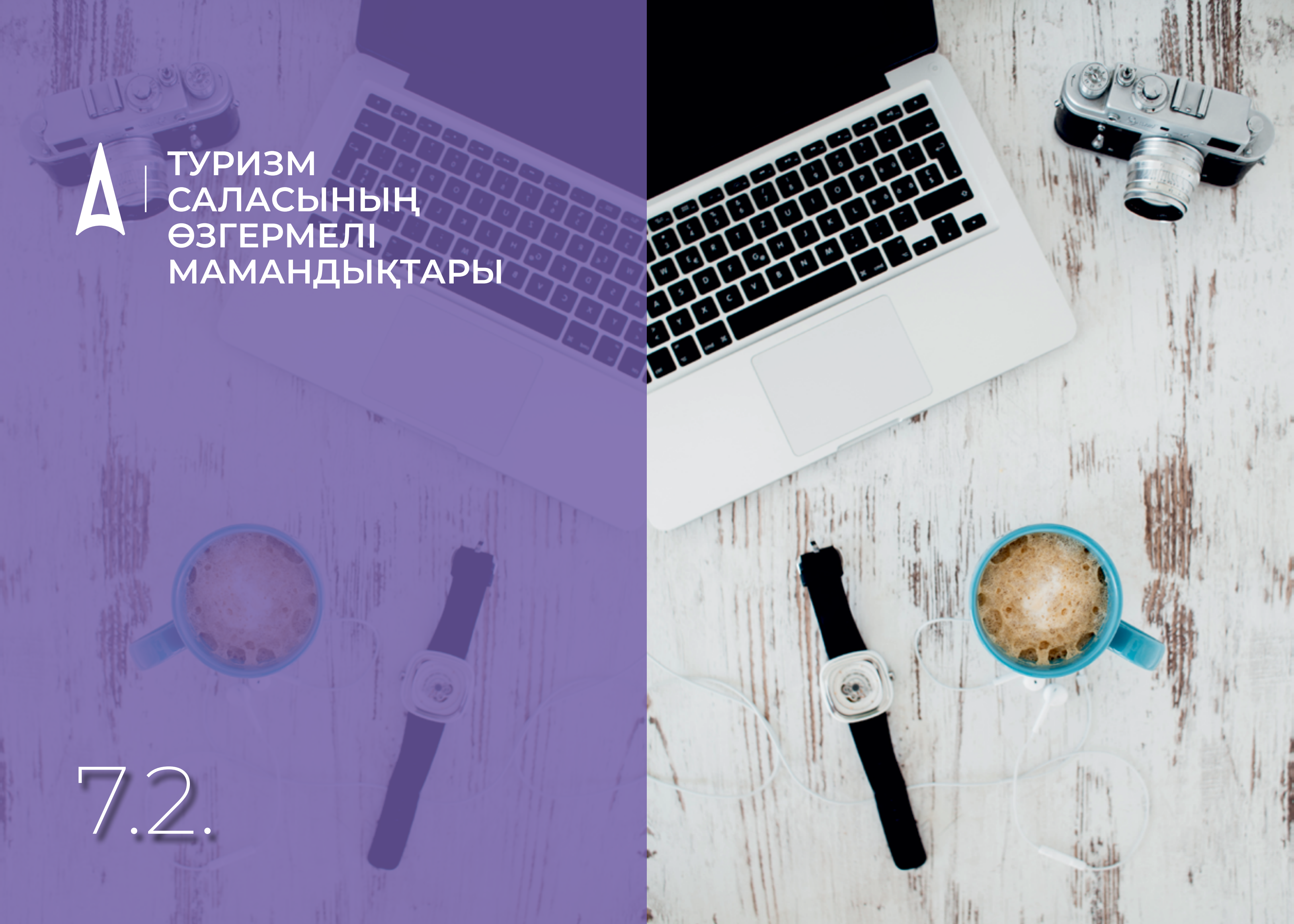
ТРЕНДІЛЕР

- ▶ Ішкі және көшпелі туризмді дамытуға қажеттіліктің артуы.
- ▶ Туристік өнімнің дербестендірілген ұсыныстардың санының максималды түрде артуы.
- ▶ Дербес саяхаттарға арналған сұраныстың артуы.
- ▶ Саяхаттардың қауіпсіздігін арттыруға қажеттіліктің артуы.

КӘСІПТІК
дағдылар мен біліктер

- ▶ Клиентке бағдарлану.
- ▶ Көп тілділік пен көп мәдениеттілік.
- ▶ Салааралық коммуникация дағдылары.
- ▶ Жүйелі ойлау.
- ▶ Жобаларды және процестерді басқару дағдысы.





А | ТУРИЗМ
САЛАСЫНЫҢ
ӨЗГЕРМЕЛІ
МАМАНДЫҚТАРЫ

7.2.

7.2.

ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ӨЗГЕРМЕЛІ МАМАНДЫҚТАРЫ

Еңбек нарығы соңғы жылдары қандай күшті өзгерістерге ұшырап жатқандығын байқамау мүмкін емес. Өзінің білімін ұсынатын цифрлық кеңістікте жаңа платформалар ғана емес және қызметкерлерді іздеу платформалары да пайда болды. Жұмыс берушілердің талаптары да біршама өзгерді және бос лауазымды іздеуге қойылатын кәсіптік құзыреттік тізілімдері де кеңейді.

Болып жатқан өзгерістердің алғашқы себебі экономика саласын, жасанды зияткерлік пен заттар ғаламторының салаларын қоса алғанда барлығын ауқымды цифрландыру мен автоматтандыру болып табылады. Бұл болашақта еңбек нарығында мамандануға қойылатын қатаң талаптардан бастап әртүрлі кәсіптік құзыреттерін үйлестіруге қатаң талаптардан кетуді және әртүрлі мамандықтардың түйісуінде сұранысқа ие жұмыс істеу дағды-

ларына дейін әкеледі. Аралас мамандықтардың дағдыларын меңгеру, сондай-ақ АТ саласындағы білім алдағы 10—15 жыл ішінде кәсіпқой мамандардың бәсекеге қабілетті жетекші драйверлері болады.

Отандық туризм саласында өзгеріс мамандықтардың барлығын дерлік қамтиды, бұл тарауда аталған кәсіптерге қатысты болатын біршама маңызды өзгерістер байқалатын болады



2025



ТРИГГЕР

- ▶ Туристердің турларды жеке өздері онлайн брондау санының өсуі.
- ▶ Жеке турлардың танымал болуы.

ТУРИСТИК АГЕНТ

ТУРИСТИК АГЕНТ 02

Біліктілік деңгейіне байланысты маман:

- ▶ шығу, келу және ішкі туризм бойынша турларды әзірлеумен және ұйымдастырумен айналысады;
- ▶ туристік өнімдер, туроператорлар, орналастыру орындары, көлік және бос уақыт компаниялары бойынша ақпаратты таңдайды;
- ▶ туристердің жеке қажеттіліктеріне сәйкес қызметтер пакетін бейімдейді;
- ▶ туристік өнімді сатуды жүзеге асырады;
- ▶ сапарының әр кезеңінде (турды таңдаудан бастап үйге қайтуға дейін) клиентпен сапалы және тиімді қарым-қатынасты қамтамасыз етеді).

АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

Мамандар екі санатта өзгертін болады:

- ▶ брондау жүйесінің техникалық әкімшісі (онлайн брондаудың, туристік агенттіктердің сайтында туристік пакеттерді сату және сервисінің техникалық мәселелеріне әкімшілік ету);
- ▶ саяхаттау бойынша жеке кеңесші (дербес кеңес беру және турларды іріктеп алу, элиталық сегментте жұмыс істеу және жеке саяхаттар).



🕒 2025

ТУРИСТІК ОПЕРАТОР



02



ТУРИСТІК ОПЕРАТОРЫ 2.0

Біліктілік деңгейіне байланысты маманның міндеттері:

- ▶ келу және ішкі туризм бойынша турларды әзірлеу және ұйымдастыру;
- ▶ елушілерді тасымалдау, орналастыру және тамақтандыруды ұйымдастыру;
- ▶ экскурсиялық бағдарламаларды әзірлеу, бару нысандарын іріктеп алу;
- ▶ турдың құны мен оның шығындарына калькуляция құру және қажетті құжаттарды ресімдеу;
- ▶ саяхаттау кезінде туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету.

ТРИГГЕР

- ▶ Автоматтандыру мен цифрландыруды енгізу.
- ▶ Онлайн кеңістікте әлеуетті туристермен өзара байланыс.

АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

Мамандар:

- ▶ онлайн кеңістікте әлеуетті туристермен жұмыс істей білу дағдыларын меңгереді;
- ▶ клиенттердің қандай демалыс түрлерін таңдауындығы, туристердің әдеттері, олар жасайтын саудалар мен өзге де жеке ақпараттары жайлы әртүрлі дереккөздерден алынған ақпаратты қолдана отырып, клиенттердің жеке қажеттіліктеріне туристік өнімді таңдай біледі;
- ▶ 2 санатты қызметкерлер бөлініп шығады (техникалық әкімшілер мен жеке кеңесшілер).

🕒 2030

ТУРИЗМ ЖӨНІНДЕГІ НҰСҚАУШЫ



03



ТУРИЗМ ЖӨНІНДЕГІ ИННОВАЦИЯЛЫҚ НҰСҚАУШЫ

Біліктілік деңгейіне байланысты маманның міндеттері:

- ▶ шығу және ішкі туризм бойынша турларды (оның мақсаты мен түріне қарай маршрут схемасы мен кестелерін) әзірлейді;
- ▶ саяхаттау кезіндегі қауіпсіздік ережелері туралы туристерге нұсқама өткізеді және маршрутпен жүру дағдысына үйретеді;
- ▶ туристердің қауіпсіздігіне жауап береді және алғашқы дәрігерге дейінгі көмек көрсетеді.

ТРИГГЕР

- ▶ Экстремалды және жеке турлардың танымалдылығының өсуі.
- ▶ Интерактивті маршрут карталарын жасау қажеттілігі.
- ▶ Туристердің қауіпсіздігі үшін инновацияларды енгізу.

АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

Мамандар:

- ▶ шытырман оқиғалы, тау және басқа туризм түрлеріне арналған интерактивті маршрут картасын жасау дағдыларын меңгереді;
- ▶ ҰҰА және инновациялық құрылғылардың көмегімен туристердің қозғалысына бақылау жүргізеді.



🕒 2035



04

ҚОНАҚ ҮЙ ТІРКЕУШІ ҚЫЗМЕТКЕРІ

ҚОНАҚ ҮЙ ТІРКЕУШІ ҚЫЗМЕТКЕРІ 2.0

Маман:

- ▶ номер қорының толтырылуы мен бос номерлер жөніндегі есептілікті жүргізеді;
- ▶ номерлерді меймандарды қабылдауға даярлықты бақылайды;
- ▶ қонақ үйде тұруға арналған құжаттарды ресімдеумен және төлем мәселелерімен айналысады;
- ▶ меймандарды қонақ үйдің қызметтері туралы хабардар етеді;
- ▶ меймандардан қызмет көрсетуге тапсырыстарды қабылдайды және осы қызметтердің уақытылы көрсетілуін және сапасын бақылайды;
- ▶ болашақ келетін меймандарға номерлерді брондайды.

АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

- ▶ Тіркеуші қызметкердің функциялары біртіндеп жасандық зияткерлік құрылғыларына беріледі, мысалы, қонақ үйге орналасу кезінде биометриялық сәйкестендіру технологиялары, немесе номерлер қорын автоматты есепке алу және қонақтарды ресімдеуді автоматты есепке алу жүйелері қолданылатын болады.
- ▶ Номерлерді келуші меймандар онлайн режимде брондай алады, сондықтан маман бос номерлер мен олардың бағасы жайлы онлайн платформада ақпараттың өзектілігін қамтамасыз ететін болады.

ТРИГГЕР

- ▶ Цифрландыру мен автоматтандыруды енгізу.
- ▶ Зияткерлік құрылғыларды қолдану.

🕒 2030



05

ТУРИСТІК ГИДТЕР МЕН ЭКСКУРСИЯ ЖЕТЕКШІЛЕРІ

ТУРИСТІК ГИДТЕР МЕН ЭКСКУРСИЯ ЖЕТЕКШІЛЕРІ 2.0

Біліктілік деңгейіне байланысты маманның міндеттері:

- ▶ мәдени және тарихи көрнекі орындар, хайуанаттар бағы мен күзетілетін табиғи аймақтар бойынша топтық және жеке экскурсияларды ұйымдастырып, өткізеді;
- ▶ экскурсия кезінде туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етеді, туристерге дәрігерге дейінгі көмек көрсетеді;
- ▶ экологиямен, мәдени-тарихи жәдігерлермен байланысты сұхбаттарды, дәрістерді, ағартушылық семинарларын дайындауға және өткізуге қатысады.

ТРИГГЕР

- ▶ Цифрландыру мен инновациялық технологияларды енгізу.
- ▶ Виртуалды турлардың танымалдылығының артуы.

АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ

Маман:

- ▶ қашықтықтан экскурсияларды ұйымдастыру және өткізу дағдыларын меңгереді немесе виртуалды кеңістікте жүргізеді;
- ▶ инновациялық құрылғылардың жұмысын түсінуді игереді, мысалы, виртуалды немесе толықтырылған ақиқат көзілдірігі, онлайн-аудармашылар және басқалар.



2030



НОМЕРЛЕРГЕ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУШІ ҚЫЗМЕТШІ ӘЙЕЛ

«АҚЫЛДЫ» НОМЕРЛЕРГЕ ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУШІ ҚЫЗМЕТШІ ӘЙЕЛ

07

- Қызметші әйел:**
- ▶ номерлерді төсек-орын жабдықтарымен, жеке гигиеналық құралдармен және өзге де пайдалану материалдарымен қамтамасыз етеді;
 - ▶ номерлерде ағымдағы тазалау жұмыстары мен басты тазалау жұмыстарын жасайды, жаңадан келетін меймандардың орналасуы үшін номерлерді дайындайды.

- ТРИГГЕР**
- ▶ Тұрмыстық роботтарды енгізу.
 - ▶ Инновациялық технологияларды енгізу.

- АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ**
- ▶ «Ақылды отель» инновациялық құрылғыларымен, сондай-ақ номерлерді житнау үшін роботтандырылған техникамен жұмыс істеуді меңгеруге деген қажеттілік пайда болады.

2030



ГИД-АУДАРМАШЫ

ГИД-АУДАРМАШЫ 2.0

06

- ▶ Мәдени немесе тарихи жәдігерлер орнында экскурсия жүргізу кезінде тарихи және мәдени нысандар жайлы ақпаратқа ілеспе аударма жасайтын маман.

- ТРИГГЕР**
- ▶ Автоматтандырылған аударма жүйелерін енгізу.
 - ▶ Виртуалды турлардың танымалдылығының артуы.

- АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ**
- Маман:**
- ▶ виртуалды және толықтырылған ақиқат құрылғыларымен жұмыс істеуді біледі;
 - ▶ виртуалды турлар мен көрме экспозицияларын, сонымен бірше тарихи және мәдени көрнекі орындар туралы арнайы онлайн қосымшаларды әртүрлі тілдерде мазмұндап толықтырады;
 - ▶ ауқымды аударма жүйесінің таралуына байланысты мамандарға деген қажеттілік біртіндеп азайып, бірақ олар жеке турларда және элиталық сегментте қалып отыр.

2035



ҚОНАҚ ҮЙ КӘСІПОРНЫНЫҢ ІШКІ КИІМ-КЕШЕК ҚАРАУШЫСЫ

ЦИФРЛЫ ҚОНАҚ ҮЙ ҚОЙМАСЫНЫҢ БАСҚАРУШЫСЫ

08

- Қызметкер бұл сатыда:**
- ▶ қонақ үйдің ішкі киім-кешектерін және өзге де тауар-материалдық құндылықтарын (ТМҚ) қабылдау мен сұрыптауды жүзеге асырады;
 - ▶ ТМҚ сақталуын және оларды сақтау режимдерінің орындалуын қамтамасыз етеді;
 - ▶ ескі киім-кешекті, арнайы жұмыс киімдерін және басқа ТМҚ есептен шығаруға құжаттарды дайындайды және жаңа партияға тапсырысты ресімдейді;
 - ▶ түгендеу жұмыстарын жүргізеді.

- ТРИГГЕР**
- ▶ Цифрландыру мен автоматтандыруды енгізу.
 - ▶ Зияткерлік датчиктері мен FRID таңбаларын пайдалану.

- АЙЫРМАШЫЛЫҒЫ**
- ▶ Қонақ үйдің құрал-саймандарын, ішкі киім-кешектерін, пайдалану материалдарын есепке алу, қажеттілігін анықтау мен айналымын автоматтандырылған жүйесі енгізілетін болады.
 - ▶ Автоматтандыру, FRID таңбалауды, сканерлер мен датчиктерді енгізу мамандардың жаңа кәсіптік құзыреттерді меңгеруін талап етеді.



ТУРИЗМ
САЛАСЫНЫҢ
ЖОҒАЛЫП
БАРА ЖАТҚАН
МАМАНДЫҚТАРЫ

7.3.



7.3.

ТУРИЗМ САЛАСЫНЫҢ ЖОҒАЛЫП БАРА ЖАТҚАН МАМАНДЫҚТАРЫ

2018 жылы бүкіл әлемдік экономикалық форумда Давоста Оливер Канн³² өзінің баяндамасында алдағы жылы еңбек нарығы біршама өзгереді деп айтты. Еңбек нарығының өзгеру процесіне экономиканың барлық салаларына роботтардың, цифрландырудың және автоматтандырудың ауқымды түрде таралуы ықпал ететін болады.

Оливер Каннның бағасы бойынша 2022 жылы бұл тренд 29—42% мамандықты қамтыса, ал әлемде 75 млн адам өзінің жұмыс орнын жоғалтады. Бұл ретте, 133 млн жаңа жұмыс орны пайда болады, бірақ жұмыс іздеушілерден біршама жоғары деңгейлі кәсіптік біліктілікті талап ететін болады деп айтты.³³

Еңбек нарығында сұранысқа ие болып қалу үшін өзіңнің болашақ мамандығыңды таңдауға сана-

лы түрде қарап, туризм саласы дамитын тенденцияларды зерттеу қажет, себебі алдағы 10—15 жыл ішінде бұл саладағы мамандықтардың кейбіреуі тіптен жоғалып кетеді. Әрине, туризм саласындағы мамандықтардың бір бөлігі толығымен жоғалып кетпейді, олар элиталық сегментте қалады, мұнда әрбір клиентке жеке бағыт бөлінеді.

Алайда, бұл мамандықтар жаппай сұранысқа ие болмайды.



2025	2030	2035
Туристік агенттіктің кеңсе менеджері	✗	
Қонақ үйдің механикаландырылған есептеуші операторы	✗	
Талсырыс берілген билеттерді жеткізу жөніндегі агент	✗	
Билеттерге талсырыстарды қабылдау жөніндегі агент	✗	
Билеттерге (ауа, т.б.) брон қою жөніндегі оператор	✗	
Билеттерді (саяхаттарға) беру жөніндегі қызметкер	✗	
Сату орталығының байланыс операторы	✗	
Қабат (қонақ үй, кәмпинг, пансионат) бойынша кезекші	✗	
Кассир, мейрамхана кассирі мен билет кассирін қоса алғанда	✗	
Ыдыс жуушы	✗	
	Консьерж	✗
	Қонақ үйлердегі номерлерді бронға қою жөніндегі оператор	✗
	Қонақ үйлердің шабарманы	✗
	Қонақ үйлердің еден жуушысы	✗
		Түгендеу жөніндегі қызметкер
		Қонақ үйлердегі тасушы
		Швейцар, портье

³² Оливер Канн — сарапшы, 2018 жылғы Дүниежүзілік экономикалық форумның атқарушы комитетінің мүшесі.

³³ URL: <https://utalents.ru/news/2019/09/17/professii-budushchego-kak-podgotovitsya-k-izmeneniyam-narynke-truda> (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).

🕒 ▶ 2025

▶ 7



ТУРИСТІК АГЕНТТІКТЕГІ КЕҢСЕ МЕНЕДЖЕРІ

- ▶ Қашықтықтан оқуға және электронды құжатайналымына өтуге байланысты нақты кеңсе ашу қажеттілігі болмай қалады. Бүкіл жұмыс онлайн кеңістікте жүзеге асырылатын болады.

🕒 ▶ 2025

▶ 2



ҚОНАҚ ҮЙДЕГІ МЕХАНИКАЛАНДЫРЫЛҒАН ЕСЕП АЙЫРЫСУ ОПЕРАТОРЫ

- ▶ Қонақ үйлерде және уақытша тұратын басқа орындарда онлайн есеп айырысуға өтуге байланысты, сондай-ақ нәтижелік қор мен бухгалтерлік есептің қозғалысын есепке алуды автоматтандыруды енгізуге байланысты мұндай мамандарға деген сұраныс болмайды.

🕒 ▶ 2035

▶ 3



ТҮГЕНДЕУ ЖӨНІНДЕГІ ҚЫЗМЕТКЕР

- ▶ Зияткерлік датчиктерді, сканерлерді, ТМҚ есепке алу үшін FRID таңбаларды қолдану және оларды есепке алуды автоматтандыру ауқымды енгізу қонақ үйлердің, уақытша тұру орындарының барлық ТМҚ цифрландырылған. ТМҚ қозғалысына, ауыстыру және істен шығару мерзімдеріне зияткерлік құрылғылар қадағалайды, ал осы құрылғыларға бақылау функциялары ішкі киім-кешекті қабылдаушы адамға немесе цифрлық қойма менеджеріне берілетін болады.

🕒 ▶ 2020

▶ 4



ТАПСЫРЫС БЕРІЛГЕН БИЛЕТТЕРДІ ЖЕТКІЗУ ЖӨНІНДЕГІ АГЕНТ

- ▶ Қазірдің өзінде билеттерге онлайн тапсырыс беруге өтумен, мұндай қызметкерлерге деген қажеттілік көрінбейді. Бұл санаттағы мамандар басқа салалардағы жеткізу жөніндегі агенттің жұмысын іздеу қажет болады, мысалы, мейрамханалардан тамақ жеткізушілер немесе өзге мамандықтың дағдыларын игеру қажет.



🕒 ▶ 2025

▶ 5



БИЛЕТТЕРГЕ ТАПСЫРЫСТАРДЫ ҚАБЫЛДАУ ЖӨНІНДЕГІ АГЕНТ

- ▶ Әуе, т/ж және басқа билеттерге тапсырыс беру немесе брондау онлайн кеңістікке өтеді.
- ▶ Онлайн-тревел-агенттіктер мен тасымалдаушы компаниялардың сайттары бағаларды оңай салғастыруға, қолайлы жету тәсілін таңдауға мүмкіндік береді. Сол себепті, қозғалыс маршрутын іріктеп алатын агенттер туристер мен тасымалдаушы компаниялар арасындағы делдалдық қызметтерді жүзеге асыру сұранысқа ие болмай қалды.
- ▶ Қазіргі таңда жеке компаниялардың штаттық кестесінде осы мамандар әлі де бар (халықтың жеке санаты онлайн тапсырыстарға әлі де сенім білдірмейді немесе Интернетте жұмыс істеу дағдылары жоқ), бірақ 2025 жылы оларға деген сұраныс толық жойылады.

🕒 ▶ 2025

▶ 6



БИЛЕТТЕРДІ (ӘУЕ, Т/Ж ЖӘНЕ БАСҚАЛАРЫН) БРОНДАУ ЖӨНІНДЕГІ ОПЕРАТОР

- ▶ Ұшақ билетін брондау үшін қазірдің өзінде делдалдар қажет емес. Онлайн кеңістікте, мысалы біріктірілген онлайн тревел алаңдарында немесе тасымалдаушы компаниялардың сайттарында кез-келген адам өзіне ыңғайлы (мерзімі және бағасына қарай) маршрутты таңдап алады және оны брондайды.
- ▶ Бұрын осы функцияларды атқарған мамандарға сұраныс жоқ.

🕒 ▶ 2030

▶ 7



ҚОНАҚ ҮЙЛЕРДЕН НОМЕРЛЕРДІ БРОНДАУ ЖӨНІНДЕГІ ОПЕРАТОР

- ▶ Қонақ үйлерден және басқа уақытша тұру орындарынан номерлерді брондау функциясы жасанды зияткерлік құрылғыларына беріледі. Номерлерді брондаудан басқа, әрбір келетін мейман виртуалды көмекшінің арқасында, сол сәттегі брондалмаған номерлердің ішінен өзі таңдап алады.



🕒 ▶ 2020

▶ 8



БИЛЕТТЕРДІ (САЯХАТТАРДА) БЕРУ ЖӨНІНДЕГІ ҚЫЗМЕТКЕР

▶ Билеттерге онлайн тапсырыс беру және оларды онлайн төлеу туристік жолдамадар мен билеттерді беру жөніндегі қызметкерлерге сұраныс болмайды. Ерекше жағдайларда бұл функцияны туристік агент орындай алады.

🕒 ▶ 2025

▶ 9



САТУ ОРТАЛЫҒЫНЫҢ БАЙЛАНЫС ОПЕРАТОРЫ

▶ Сату орталықтарындағы байланыс операторларын қазірдің өзінде чат-боттар белсенді түрде алмастырып жатыр. Бұл сервистің даму деңгейі сату орталығына жүгінген сатып алушының өзі оған тірі адам, не бот жауап беріп жатқандығын ажырата алмайтындай дамып кеткен.

🕒 ▶ 2025

▶ 10



ҚАБАТТАҒЫ КЕЗЕКШІ (ҚОНАҚ ҮЙДІҢ, КЕМПИНГ, ПАСИОНАТ)

▶ Қабаттағы кезекшінің функциясы АТ құрылғылармен берілетін болады: тәртіпті бейне регистраторлар, авариялық датчиктер қадағалап отырады, олар бүкіл ақпаратты орталық күзет бекетіне береді. Персоналмен және отель әкімшісімен байланыс номерлерден дауыстық басқару және қашықтықтан басқару арқылы тікелей жүзеге асады.

🕒 ▶ 2025

▶ 11



КАССИР, МЕЙРАМХАНА КАССИРИ МЕН БИЛЕТШІ КАССИРДІ ҚОСА АЛҒАНДА

▶ Онлайн есеп айырысудың қарым-қатынассыз түрлері дамып, қолма-қол ақшаны пайдалану қысқарып келеді. Бұл кассалық аппараттарға қызмет көрсетуші және мейрамхана, бар, дәмхана немесе билет сатып алғанда кассадағы төлемдер үшін қолма-қол ақша қабылдаушы жұмыскерлерді жұмыстан босатуға әкеледі.

🕒 ▶ 2025

▶ 12



ЫДЫС ЖУУШЫ

▶ Қазірдің өзінде мейрамханаларда, дәмханалар мен барларда, асхааларда, тіпті өте жұқа ыдыстар үшін ыдыс жуатын машиналар бірлесе қолданылып жатыр. Бұл жұмыс учаскесін автоматтандыру ыдысты қолмен жуатын жұмыскерлерді көптеп босататын болады. Жеке сегменттерде мұндай жұмыскерлер жақын уақыттарда қалады, бірақ 2025 жылға қарай ыдыс жуатын машина оларды еңбек нарығынан ығыстырып шығарады.

🕒 ▶ 2035

▶ 13



ОТЕЛЬДЕГІ ЖҮК ТАСУШЫ

▶ Сервистік роботтарды ендіру еңбек нарығынан отельдегі жүк тасушыларды ығыстырды. Номерге жүкті жеткізуді сервистік роботтар атқарады. Элиталық сегментте, қызметтер классикалық персоналмен жүзеге асатын бұл секторда мұндай персонал қалады, олардың үлесі аз болады. Бірақ, жалпы сегментте біртіндеп жоғалып кетеді.

🕒 ▶ 2030

▶ 14



ОТЕЛЬДЕГІ ШАБАРМАН

▶ Қазіргі таңда сала сарапшыларының сөзіне қарай көптеген қонақ үйлерде бұл санаттағы персонал қалады. Сәлемдемелер, тағамдар мен сусындар, шағын жүктерсіз болатын ірі отельдерде болашақта мұны дрондар немесе сервистік шағын роботтар жеткізетін болады. Бірақ, жаппай сегментте олар біртіндеп жоғалады.

🕒 ▶ 2035

▶ 15



ЕСІК КҮЗЕТШІСІ, ПОРТЬЕ

▶ Қонақ үйлердегі есіктер автоматты ашылып-жабылады, меймандарды зияткерлік құрылғылар қарсы алады. Бұл жұмыскерлердің санаты тек элиталық сегментте.



🕒 ▶ 2030

▶ 16



КОНСЬЕРЖ

▶ Отель қызметтерінің жұмысы және көрнекі орындары жайлы қонақтарға кеңес беру функциялары, сондай-ақ қонақтар үшін қосымша қызметтерге тапсырыстарды ресімдеу ЖЗ құрылғыларына берілетін болады.

🕒 ▶ 2030

▶ 17



ҚОНАҚ ҮЙЛЕРДЕГІ СЫПЫРУШЫЛАР

▶ Қызмет клинингтік компанияларға аутсорсингпен беріледі, қонақ үйлерге персоналдар штатына өзінің жеке сыпырушыларды ұстау тиімді болмайды.



ҚАЙДА
ОҚУ ҚАЖЕТ?

8.



НАЗАРБАЕВ

УНИВЕРСИТЕТІ

UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY



1-кесте

ҚР туристік саласының жаңа мамандықтарын жергілікті ету үшін ЖОО рейтингі

	ЖОО	Рейтинг	Жаңа мамандықтар саны
1	Халықаралық бизнес университеті	3.61	8
2	Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті	3.49	14
3	Алматы технологиялық университеті	3.41	9
4	Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университеті	3.31	7
5	Шет тілдер және іскерлік карьера университеті	3.29	2
6	Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті	3.25	12
7	Қазақстан инновациялық академиясы	3.234	7
8	Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті	3.232	2
9	Халық шаруашылығы университеті	3.226	10
10	С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті	3.22	13
11	Алматы университеті	3.215	6
12	Қазақ-Американдық еркін университеті	3.206	5
13	Ш. Есенов атындағы Каспий мемлекеттік технологиялар және инжиниринг университеті	3.09	10
14	М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университеті	3.06	13
15	Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университеті	3.01	6
16	І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті	2.99	9
17	М. Х. Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті	2.85	11
18	Қазақ-Орыс халықаралық университеті	2.77	8
19	Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті	2.743	10
20	«Тұран» университеті	2.736	9

Дереккөз: «Туризм» мамандығы бойынша жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларының рейтингі.³⁴

³⁴ URL: [https://atameken.kz/uploads/content/files/Туризм\(3\).pdf](https://atameken.kz/uploads/content/files/Туризм(3).pdf) (аталған сайтқа уақыт: 2020.09.15).



ҚАЙДА ОҚУ ҚАЖЕТ?

Қазақстанның жаңа мамандықтары мен құзыреті атласын әзірлеуде және сатуда келесі кезең Қазақстанның туризм саласының жаңа мамандықтарын (болашақтың мамандықтарын) осы саланың жетекші сарапшылары әзірлеп, ұсынған жаңа кәсіптерді жергілікті ету болып табылады. Жергілікті ету шеңберінде 20 жетекші ЖОО басымдылығын қарастыру ұсынылып отыр, олардың тізілімі «Атамекен» ҰКП ұсынған 2019 жылдың қорытындысымен «Туризм» мамандығы бойынша ЖОО «Білім беру бағдарламалары» рейтингі негізінде құрылған.

Келесі кестеде (4-кестені қараңыз) туристік саланың жаңа мамандықтары көрсетілген, оларды даярлау ЖОО өтеді, сонымен қатар білім беру мамандандыруы да көрсетілген, оның негізінде жаңа мамандарды жергілікті етуге болады.

Жаңа мамандықтарды жергілікті ету — бұл саланың жаңа міндеттері үшін біліммен, дағдымен және құзыретпен оқыту үшін оқу-әдістемелік материалдар мен оқу тәжірибелерін әзірлеуге бағытталған іс-шара.



2-кесте

ҚР туристік саласының жаңа мамандықтарын жергілікті ету үшін қажетті факультеттердің тізілімі

Мамандық		Саланың жаңа мамандықтарын жергілікті ету үшін қажетті факультеттер мен кафедралардың мамандану тізілімі
1	ЦИФРЛАНДЫРУ МЕН ҮЛКЕН ДЕРЕКТЕР	
1.1	Аналитик Big Data (туризм саласында)	5B090200 — Туризм 5B070400 — Есептеу техникасы мен бағдарламалық қамтамасыз ету
1.2	Предиктивті аналитика маманы (туризм саласында)	5B090200 — Туризм 5B070400 — Есептеу техникасы мен бағдарламалық қамтамасыз ету
2	БОЛАШАҚТЫҢ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ ЖӘНЕ ЖАСАНДЫ ЗИЯТКЕРЛІК	
2.1	Иммерсивті дизайнер	5B090200 — Туризм 5B070300 — Ақпараттық жүйелер
2.2	Зияткерлік туристік платформаларды әзірлеуші	5B090200 — Туризм 5B070300 — Ақпараттық жүйелер
2.3	Туристік маршруттар навигаторларын әзірлеуші	5B090200 — Туризм 5B070300 — Ақпараттық жүйелер
2.4	Инновациялық менеджер (қонақ үй бизнесі)	5B091200 — Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесі 6M0051700 — Инновациялық менеджмент
2.5	Инновациялық жабдықтарға қызмет көрсетуші оператор	5B090200 — Туризм 5B070400 — Есептеу техникасы мен бағдарламалық қамтамасыз ету
2.6	VR-құрылғылардың операторы	5B090200 — Туризм 5B070300 — Ақпараттық жүйелер

Мамандық		Саланың жаңа мамандықтарын жергілікті ету үшін қажетті факультеттер мен кафедралардың мамандану тізілімі
3	ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ ДАМУ ЖӘНЕ АЛФА ЖЫЛЖЫТУ	
3.1	Туристік рекреациялық аймақтардың жобалаушысы	5B090200 — Туризм 5B075200 — Инженерлік желілер мен жүйелер
3.2	Туристік дестинациялардың бренд-менеджері	5B090200 — Туризм 6M0051700 — Инновациялық менеджмент және/немесе 5B050700 — Менеджмент
4	ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІ ДАМУ ЖӘНЕ АЛФА ЖЫЛЖЫТУ	
4.1	Этнотуризм менеджері	5B090200 — Туризм 5B020800 — Археология және этнология
4.2	Агротуризм менеджері	5B090200 — Туризм 5B080100 — Агрономия
4.3	Экологиялық туризм менеджері	5B090200 — Туризм 5B060800 — Экология
4.4	Мециналық қолжетімді туризм менеджері	5B090200 — Туризм 5B130100 — Жалпы медицина
4.5	Туристік өнімдерді алға жылжыту жөніндегі интернет-менеджер	5B090200 — Туризм 5B051100 — Маркетинг
4.6	Қауіпсіз туризм менеджері	5B090200 — Туризм 5B073100 — Өмір тіршілігінің қауіпсіздігі және қоршаған ортаны қорғау

3-КЕСТЕ ҚР ЖОО ЖАҢА МАМАНДЫҚТАРДЫ ЖЕРГІЛІКТІ ЕТУ КАРТАСЫ

№	Кәсіптердің атауы	Халықаралық бизнес университеті	Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті	Алматы технологиялық университеті	Қазақ экономика, қоржы және халықаралық сауда университеті	Шет тілдер және іскерлік карьера	Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті	Қазақстан инновациялық академиясы	Абылай хат атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті	Халық шаруашылығы университеті	С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті	Алматы университеті	Қазақ-американдық еркін университеті	Ш.Есенов атындағы Каспий мемлекеттік технологиялар және инжиниринг университеті	М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университеті	Қазақ мемлекеттік қазар педагогикалық университеті	І.Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті	М.Х.Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті	Қазақ-орыс халықаралық университеті	Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті	«Тұран» университеті
		«Цифрландыру және үлкен деректер» бағыты																			
01	Аналитик Big-Data (в сфере туризма)	●	●	●	●		●	●		●	●			●			●	●	●	●	●
02	Специалист по предиктивной аналитике (в сфере туризма)	●	●	●	●		●	●		●	●			●			●	●	●	●	●
«Болашақ технологиялары және жасанды зияткерлік» бағыты																					
01	Иммерсивті дизайнер	●	●	●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
02	Зияткерлік туристік платформалардың әзірлеушісі	●	●	●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
03	Туристік маршруттардың навигаторларын әзірлеуші		●	●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
04	Инновациялық менеджер (қонақ үй бизнесі)		●				●														
05	Инновациялық жабдықтарға қызмет көрсету операторы	●	●	●	●		●	●	●	●	●			●	●			●	●	●	●
06	VR — құрылғыларының операторы	●	●	●			●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
«Туристік дестинацияларды дамыту және алға жылжыту» бағыты																					
01	Туристік – рекреациялық аймақтардың жобалаушысы						●														
02	Туристік дестинациялардың бренд менеджері	●	●	●		●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
«Туристік өнімдерді дамыту және алға жылжыту» бағыты																					
01	Этнотуризм менеджері		●				●				●				●						
02	Агротуризм менеджері										●				●			●	●		
03	Экологиялық туризм менеджері		●	●			●			●	●			●	●	●	●	●		●	
04	Медициналық және қолжетімді туризм менеджері		●																		
05	Туристік өнімдердің интернет-продюсері	●	●		●	●		●	●	●	●	●		●	●			●	●	●	●
06	Қауіпсіз туризм менеджері		●								●			●			●	●	●		
	Жиыны:	8	14	9	7	2	12	7	2	10	13	6	5	10	13	6	9	11	8	10	9

A | ҚОРЫТЫНДЫ

9.





ҚОРЫТЫНДЫ

Туризм әлемдік экономиканың табысы ең жоғары және динамикалық түрде дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылады. Қазақстанда туризм саласы елдің әлеуметтік-экономикалық дамуының өзіндік катализаторы ретінде экономиканың басым салаларының қатарына кіреді, себебі онымен байланысты көлік, сауда, ойын-сауық және басқа инфрақұрылымдармен байланысты қуатты мультипликативті қуаты бар.

Сол себепті қазіргі таңда туризм индустриясы қандай сатыда, болашаққа қандай жоспар құру керектігін нақты бағалау маңызды. Дәл осы тұста біз туристік сала сарапшыларының көмегімен бұл мәселелерді талқыламақ болдық. Бірлескен жұмысымыздың қорытындысы Сіздің қолыңыздағы Журнал болды.

Жетекші сала сарапшыларынан алынған сұқбаттар мен сауалнама әдісімен сарапшылардан сауал алу арқылы бекітілген форсайт-сессияны жүргізу барысында алынған үлкен көлемдегі ақпаратты жүйелендіру нәтижесінде туризм саласының ағымдағы жағдайының көрінісін, сондай-ақ алдағы 10 — 15 жылға арналған оның даму перспективаларын елестете алдық.

Сала сарапшыларының пікірінше, Қазақстанда туризм саласы жақсы күндерді өткізіп жатқан

жоқ — туристік инфрақұрылымды дамыту деңгейінің жеткіліксіздігі байқалады, бұл туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігі мен туристік ағын көлеміне біршама ықпалын тигізеді, отандық туризм туризм саласындағы әлемдік көшбасшылардан ұсынатын сервистік деңгейінен кейін қалуда. Және де Қазақстанның туристік дестинациялары әлемдік туризм нарығында кең қойылмаса да, алайда, тамаша табиғи ресурстарымен және мәдени-тарихи мұра нысандарымен біздің елдің әлемдік туризмде лайықты орын алатындай басым мүмкіндіктері де зор. Қазіргі таңда туризм саласын дамытуға алдағы онжылдықта цифрландыру мен автломаттандыруға, саяхаттаушылардың тұтынушылық қалауының өзгеруіне байланысты тренділер ең көп ықпал ететін болады.

Туристік қызметтер нарығында қонақ үйлердің номерлері мен билеттерді кешенді автоматты брондау қызметтері, ұсынылған қызметтерге онлайн төлем қызметтері сұранысқа көбірек ие болып қалады. Олардың арқасында туристік агенттіктер мен туристік операторлар клиенттеріне өздеріне сай тур мен қозғалыс түрін өздері жеке таңдап алатындай мүмкіндіктер береді.

Төртінші өнеркәсіптік революция тек өнеркәсіптік кәсіпорындар үшін ғана емес, сонымен қатар туризм саласы үшін де инновациялық технологиялардың талай мүмкіндіктерін ашып берді.

Қазақстан туризмінде сала сарапшыларының пікірінше, алдағы 10—15 жыл ішінде Big Data өңдеу технологиялары, виртуалды және толықтырылған ақиқат технологиялары, биометриялық сәйкестендіру, қонақ үй инфрақұрылымының зияткерлік құрылғыларын қашықтықтан және дауыспен басқару маңызды роль атқаратын болады.

Саланың ең қуатты және маңызды өзгерісі орталықтандырылған онлайн-тревел-агенттіктерді құру болады, оның алаңы нарықтың барлық қатысушылары - туристік агенттіктер мен туристік операторларды, билеттерді брондау жөніндегі компанияларды, отель жетекшілерін, көлік компанияларын, өнер және сауықтыру саласындағы нысандардың барлығын біріктіретін болады.

Бұл инновациялық технологиялароды енгізу біздің елімізге саяхаттаушылардың келу қауіпсіздігі мен сервистік қызметтерінің сапасын арттыруға ықпал етеді, туристерді тартады және әлемдік туристік индустриясының картасында еліміздің танымал болуын арттырады.

Сала сарапшылары персоналдың біліктілік деңгейіне, оларды даярлау және қайта даярлау мәселелеріне назар аударуы өте маңызды.

Туризм саласын технология өзгерту мен автоматтандыру зияткерлік құрылғыларға жұмыстары табыстала берілетін жұмыс персоналының көптеген санын қысқартуға әсер етеді. Технологиялардың күрделілігі — бұл компания қызметкерлерінен жаңа дағдылар мен құзыреттерді мең-

геруді талап ететін болады. Бұл ретте жеке инновациялық технологиялар осы жоба шеңберінде сала сарапшыларының пікірінше, осы жаңа мамандықтардың пайда болуын ғана емес, сонымен қатар оларды даярлайтын сапалы жүйенің пайда болуын талап етеді.

Туризм саласына болашақтың мамандары келеді, олар кеше жұмыс істеген және тіптен, бүгін жұмыс істеп жүрген мамандардан ерекшеленетін болады. Олардың жұмыс орнына, еңбек жағдайларына және оның төлеміне, мансабы бойынша алға жылжу мүмкіндіктеріне қойылатын жоғары талаптары болады.

Мұнымен қатар, жаңа буын мамандарына Қазақстанда болашақ туризмді дамытуға үлкен жауапкершілік жүктеледі. Олардың кәсіптік деңгейіне, белсенді өмірлік көзқарасына байланысты сала өзінің орнын әлемдік нарықта нығайта алады, сала қандай технологиялық даму деңгейіне жетті, ол қандай қызмет түрлерін ұсынуға бағытталатын болады?

Сол себепті бүгін өз мамандығын таңдай отырып, жас буын туризм индустриясы болашақта қалай өзгертіндігін және бұл мақсатта ол өзі жеке не жасай алатындығын саналы түрде түсіне білуі тиіс.



ЗЕРТТЕУ ЖОБА КОМАНДАСЫ

«ҚР Туристік саласының жаңа мамандықтары мен құзыреттерінің атласы» жобасының шеңберінде жұмыс атқарған зерттеу командасының құрамы

A | ЖОБА КОМАНДАСЫ

10.

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Айсаутов Тимур | Жоба командасының басшысы |
| 2. Ерекешев Азамат | Жоба командасы басшысының орынбасары |
| 3. Джон А. Суини | Халықаралық сарапшы |
| 4. Йэль Уилларт | Халықаралық сарапшы |
| 5. Калкенова Ботагоз | Ұлттық сарапшы |
| 6. Тилеубергенов Илияс | Ұлттық сарапшы |
| 7. Семибратова Галина | Ұлттық сарапшы |
| 8. Курганбаев Ердос | Ұлттық сарапшы |
| 9. Кабылбеков Жантас | Ұлттық сарапшы |
| 10. Кассабеков Мәди | Ұлттық сарапшы |
| 11. Мукатов Арман | Ұлттық сарапшы |
| 12. Нурмаханов Берик | Ұлттық сарапшы |
| 13. Вокарчук Евгений | Ұлттық сарапшы |
| 14. Тайгулова Жанар | Ұлттық сарапшы |
| 15. Аргынбаева Гульжан | Ұлттық сарапшы |
| 16. Маденов Батыр | Ұлттық сарапшы |
| 17. Ермагамбет Дастан | Кіші сарапшы |
| 18. Досжан Нурканат | Кіші сарапшы |

ТУРИСТІК САЛАНЫҢ АНПИК САЛА САРАПШЫЛАРЫНЫҢ КОМАНДАСЫ

«ҚР Туристік саласының жаңа мамандықтары мен құзыреттерінің атласын» әзірлеуде белсенді үлес қосқан сала сарапшыларының тізімі

- | | | | |
|-----|---------------------|-----|-----------------------|
| 1. | Абденов Айдын | 26. | Бекбоева Елена |
| 2. | Абдуллаев Бекжан | 27. | Бекбосынова Гульбану |
| 3. | Абдуллина Акжунус | 28. | Бекхожаева Айгуль |
| 4. | Абишева Гульмира | 29. | Бимурзин Куаныш |
| 5. | Абишов Нуржан | 30. | Болат Кенжебек |
| 6. | Адиева Пакизат | 31. | Борашева Сауле |
| 7. | Айгужина Сания | 32. | Бунакова Ирина |
| 8. | Айдарова Акмарал | 33. | Веймер Альбина |
| 9. | Айнабеков Нуржан | 34. | Верницкая Татьяна |
| 10. | Айтекова Куралай | 35. | Витченко Владимир |
| 11. | Айтказина Мадина | 36. | Вышневикий Алексей |
| 12. | Акежанова Айгерим | 37. | Гинаят Ернияз |
| 13. | Актымбаева Алия | 38. | Губаренко Анастасия |
| 14. | Амангельди Арайлым | 39. | Давлетова Гузель |
| 15. | Амангельди Данат | 40. | Даулетбакова Алина |
| 16. | Арапова Гульмира | 41. | Дауренбекова Карлыгаш |
| 17. | Аргинбаева Гульжан | 42. | Джардемов Диас |
| 18. | Аскарова Азиза | 43. | Джексенова Аинур |
| 19. | Ахбердиева Гульмира | 44. | Дуйсембекова Гульжан |
| 20. | Ахелова Акмарал | 45. | Еркинова Саулет |
| 21. | Ахметова Сания | 46. | Ерубаета Гульжан |
| 22. | Байжанов Нурбол | 47. | Есеналиев Даулет |
| 23. | Балгабаева Венера | 48. | Есеналиева Айгерим |
| 24. | Батырбеков Нуржан | 49. | Есеналиева Айгерим |
| 25. | Беймбетова Айгуль | 50. | Есенова Айман |

- | | | | |
|-----|----------------------|------|-----------------------|
| 51. | Есим Аяна | 94. | Полуянова Наталья |
| 52. | Есимова Динара | 95. | Рақымжанова Салтанат |
| 53. | Ешенкулова Гаухар | 96. | Рамашова Айсулу |
| 54. | Жангожаева Эльвира | 97. | Раушан Амантаевна |
| 55. | Жансагимова Аягоз | 98. | Рей Инна |
| 56. | Жумагулова Гульмира | 99. | Руслан Кыдырали |
| 57. | Жунусова Алия | 100. | Сабырбаева Салтанат |
| 58. | Жусупова Алия | 101. | Садыков Жасулан |
| 59. | Имангулова Татьяна | 102. | Сакенов Айдос |
| 60. | Исагалиева Элина | 103. | Саниева Зульфира |
| 61. | Исламбекова Алия | 104. | Сарсенбаев Абылхан |
| 62. | Кабидулова Сауле | 105. | Сейдахметов Марат |
| 63. | Кадырбекова Динара | 106. | Семинар Еркегул |
| 64. | Каирова Шнар | 107. | Сераев Хамет |
| 65. | Капенова Гульмира | 108. | Сергеева Айгул |
| 66. | Карбозова Агжан | 109. | Соколкина Светлана |
| 67. | Кастальская Татьяна | 110. | Соколова Лариса |
| 68. | Касымова Айгерим | 111. | Сулейменова Гульжанат |
| 69. | Кен Сайтжан | 112. | Султанова Виктория |
| 70. | Ковтун Вера | 113. | Терещенко Елена |
| 71. | Козбагарова Асем | 114. | Тикенов Еркін |
| 72. | Лукбанова Дина | 115. | Тукенов Дархан |
| 73. | Мажикеева Сауле | 116. | Тулеев Аскар |
| 74. | Мальшакова Валерия | 117. | Тулепбергенова Бота |
| 75. | Мамутова Клара | 118. | Тусаева Алия |
| 76. | Мамырбекова Динара | 119. | Успаева Арай |
| 77. | Масалитин Вячеслав | 120. | Утешбаева Салтанат |
| 78. | Матаева Ботагоз | 121. | Уткина Надежда |
| 79. | Махамбетова Сауле | 122. | Филиппова Нина |
| 80. | Мусаев Мухамедали | 123. | Хасанова Яна |
| 81. | Муталиева Ляйла | 124. | Хасенов Еркебулан |
| 82. | Мухамеджанова Раушан | 125. | Ходоровская Татьяна |
| 83. | Назарбеков Еркінбек | 126. | Хусаинова Гульнар |
| 84. | Низаматдинова Жулдуз | 127. | Шайкенова Рашида |
| 85. | Никитинский Евгений | 128. | Шамиль Раушан |
| 86. | Нурғалиева Алмагуль | 129. | Шаталина Ольга |
| 87. | Нусупова Лариса | 130. | Шкловский Лев |
| 88. | Огиенко Надежда | 131. | Шонаева Ляззат |
| 89. | Омаров Кайрат | 132. | Шукенова Роза |
| 90. | Омарова Айғаным | 133. | Шумакова Гулнур |
| 91. | Омирзакова Мирослава | 134. | Якупчак Юлиана |
| 92. | Орынбасарулы Нуржан | 135. | Якутова Елена |
| 93. | Плохих Роман | | |



САЛАЛЫҚ САРАПШЫЛАР КЕЛЕСІ КОМПАНИЯЛАРДЫ ҰСЫН- ДЫ

- ▶ ҚР Мәдениет және спорт министрлігінің Туризм индустриясы комитеті
- ▶ Түркістан облысының Туризм басқармасы
- ▶ «Қазақстанның туристік қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Қазақстанның курорттық қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Қазақстанның Қонақ үйлер және Мейрамханалар қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Астаналық туризм қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Еуразиялық туризм қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Бурабай» туризм және демалыс индустриясы қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ «Industry Tourism Association of Central Asia (INACA)» ЖК және ЗТБ
- ▶ «Ішкі және көшпелі туризм қауымдастығы» ЗТБ
- ▶ Солтүстік Қазақстан облысының туристік қауымдастығы
- ▶ «Туристік Қамқор» қоры
- ▶ «Атамекен» ҰКП Адам капиталын дамыту департаменті
- ▶ Қостанай облысы әкімдігінің Білім беру басқармасы Дене шынықтыру және балалар-жасөспірімдер туризмі аймақтық орталығы
- ▶ Қостанай облысы қолөнершілерінің «Qoloneg» қоғамдық қоры
- ▶ Алматы таукластері ОПО
- ▶ «ОТРАП ТРЕВЕЛ» туристік агенттігі
- ▶ «Kazakh Tourism» ҰК» АҚ
- ▶ «Complete Service» халықаралық туристік компаниясы
- ▶ «Глобал Эйр» ЖШС
- ▶ «Инсайд Тревел» ЖШС
- ▶ «Карат» ЖШС
- ▶ «ПСН Нур-Сұлтан 15» ЖШС
- ▶ «Тумар-Транс» ЖШС
- ▶ «Туркестан Элит Тур» ЖШС
- ▶ «MOUZENIDIS TRAVEL ASTANA» ЖШС
- ▶ «SkyWay LTD» ЖШС
- ▶ «Transavia Tour» ЖШС
- ▶ «V.SULTAN» ЖШС
- ▶ «Жетісу» туристік агенттігі» ЖШС

- ▶ «Алтын керуен» туристік агенттігі» ЖШС
- ▶ «Open Travel Advisory» ЖШС
- ▶ «Саят» туристік компаниясы
- ▶ «Cvidon Tour» ЖШС
- ▶ «Quanysh» ішкі туризм туристік операторы
- ▶ «Travel Club Kazakhstan» ЖШС
- ▶ «Рахат Палас» отелі
- ▶ «The Ritz-Cariton» отелі
- ▶ «Достық» отелі
- ▶ «Rixos Almaty» отелі
- ▶ «Қаз Жол» отельдер желісі
- ▶ «Тахар» қонақ үйі
- ▶ «Grand Sapphire» қонақ үйі
- ▶ Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті
- ▶ Алматы технологиялық университеті
- ▶ Х. Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік университеті
- ▶ Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
- ▶ Еуразиялық технологиялық университет
- ▶ І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті
- ▶ Қазақ спорт және туризм академиясы
- ▶ Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
- ▶ Қазақ технология және бизнес университеті
- ▶ Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университеті
- ▶ Қазақ-американдық еркін университеті
- ▶ Қазтұтыну одағы Қарағанды экономикалық университеті
- ▶ Ш. Есенов атындағы Каспий мемлекеттік технологиялар және инжиниринг университеті
- ▶ Абай Мырзахметов атындағы Көкшетау университеті
- ▶ А. Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті
- ▶ Қызылорда Қорқыт Ата университеті
- ▶ Қ. А. Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
- ▶ С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті
- ▶ Тараз инновациялық гуманитарлық университеті
- ▶ «Алтын адам» Заманауи өнер мектебі» ЖШС
- ▶ «Тұран-Астана» университеті
- ▶ М. С. Нәрікбаев атындағы ҚАЗМЗУ университеті
- ▶ Халықаралық бизнес университеті
- ▶ «Best.kz» білім және туризм орталығы
- ▶ М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университеті



