

FTAXP 06.52.17
ӘОЖ 339.138:338.48 (574)
JEL Q01·Q56·M21·O14 ·L15

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2025-1-1-264-278>

РАХИМБЕКОВА Ж.С.,*¹

Э.ғ.к, қауымдастырылған профессор.
*e-mail: zh.rahimbekova@almau.edu.kz
ORCID ID: 0000-0002-5726-1426

КЛИМОВА Т.Б.,²

Э.ғ.к., доцент.
e-mail: tklimova@bsu.edu.ru
ORCID ID: 0000-0001-6329-8404

¹Алматы Менеджмент университеті,
Алматы қ., Қазақстан
²Белгород мемлекеттік
ұлттық зерттеу университеті,
Белгород қ., Ресей

ҚОНАҚҮЙ КӘСІПОРЫНДАРЫН СЕРТИФИКАТТАУ ОЛАРДЫҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫНА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОР РЕТІНДЕ

Андатпа

Ел үшін маңызды бағыт туристік дестинацияны әлемдік аренада жылжыту болып табылады, мұндағы мақсат – тартымдылықты, қолжетімділікті, ашықтықты, қауіпсіздікті арттыру және шетелдік қонақтар мен ішкі туристер үшін қолайлы жағдайлар жасау. Келешектегі қадамдардың бірі кәсіпорындарға қонақүй қызметтерінің сапа саясаты саласында салауатты бәсекелестікті қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін қонақ үйлерді сертификаттауға назар аудару болып табылады. Зерттеудің мақсаты – қонақтардың қонақ үйлердегі қызметтердің алынған сапасына қанағаттануын, олардың күтілетін сапаға сәйкестігін диагностикалау және оның елдегі қонақ үйлердегі деңгейін арттыру үшін практикалық ұсыныстарды ұсыну, қонақүй кәсіпорындарын сертификаттау арқылы кәсіпорындардың тұрақтылығын (ESG) арттыру арқылы қонақжайлылықтың тартымдылығын арттыру. Қазақстанда қонақжайлылықтың ерекшелігі республикалық мемлекеттік кәсіпорын (РМК) үшін де, шағын орта бизнес (ШОБ) үшін де шығындар мен қажеттіліктің болмауына байланысты жеткілікті зерттелмеген, тартымсыз болып табылады, алайда, әсіресе қазіргі заманғы қонақтардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жаңа тиімді шешімдерді іздеу талап етіледі, ал шағын орта бизнес (ШОБ) айтарлықтай өзгеруде. Бұл зерттеу сертификаттаудың практикалық маңыздылығын, оның құндылықтарын атап көрсетуге мүмкіндік беретін идеяны іздеуге негізделді, оған зерттеу әдістері кірді: әдеби шолу, статистикалық әдіс, қонақтар арасында сауалнама, олардың нақты пікірлеріне негізделген, барлығы 111 респондент қатысты. Талдау нәтижелерін пайдалана отырып, тұрақтылық, ресурстарды сақтау және экология қағидаттарының сақталуын ескеруге мүмкіндік беретін, индустрияда ашықтықты дамыту үшін жаңа мүмкіндіктер ашатын практикалық ұсыныстар тұжырымдалды.

Тірек сөздер: қонақжайлылық кәсіпорны, қонақжайлылық, сертификаттау, тұрақтылық, тұтынушылардың қанағаттануы, қонақ үйлерді жіктеу, қонақ, қызметтер.

Кіріспе

Экономикалық дағдарыстың өсіп келе жатқан қарқыны, халықтың COVID-19 пандемиясын бастан өткеруі, әлемдегі геосаяси жағдай халықтың қажеттіліктерінің түбегейлі өзгеруіне, қызметтер мен тауарлар бағасының тұрақты өсуіне қарамастан халық мүмкіндігінше саяхаттауға, жаңа жерлерді, көрікті жерлерді, аумақтарды білуге және баруға деген ұмтылыс пайда болды. Бұл үрдістер Қазақстанның қонақжайлылық индустриясына оң әсерін тигізді, оған Ресейдегі ішінара жұмылдыруы да әсер етті. Қазақстанның қонақүй бизнесі қысқа уақыт ішінде іс жүзінде қалпына келді және сала кәсіпорындарының өсуі мұны айқын көрсетеді.

Тұрақты туристік ағымды сақтау, Республиканың туристік дестинациясын жылжыту үшін оны тұрақты, экономикалық тартымды, қауіпсіз және «қызықты» ету мүмкіндігін жіберіп алмау

маңызды. Осы мақсатта көрсетілетін қызметтер, сервис және қызмет көрсету сапасындағы алшақтықтарды қысқарту қажетті және жеткілікті шарт болып табылады. Маңызды қадамдардың бірі кәсіпорындардың ұсынылатын қонақүй қызметтерінің сапасын растаудың ресми рейтингтік жүйесіне кіруі үшін қолайлы жағдайлар жасау болып табылады, мұнда «плюс» белгісімен келесі себептер айқын көрінеді: бұл жылжыту және маркетинг, тұтынушыларды қорғау, туризмді жоспарлау, танымалдылық, кәсіпорындар брендінің имиджі мен беделі, қызметкерлер. Мұндай сапалы қадамдар республика деңгейінде құруға мүмкіндік береді: қонақүй бизнесін мемлекеттік реттеу, қауіпсіздік, қонақ үйлер рейтингінің шатасуын азайту, «баға дәлізін» құру, кәсіпорын түрлері бойынша статистикалық деректердің сенімділігін, олардың ашықтығын қамтамасыз етеді. Мұның бәрі сапаны басқару тұрғысынан қонақүй қызметтерін ұсынудың халықаралық стандарттары мен өлшемдеріне жақындатуға, сол арқылы бар олқылықтарды азайтуға, сондай-ақ 2025 жылға арналған CNN Travel нұсқасы бойынша ең үздік ерекше қала Алматы сияқты туристік бағытқа айналған ерекше тартымды туристік маршруттардың маркетингтік стратегияларын әзірлеуге мүмкіндік береді [1]. Іс-шаралар елдің туризм саласының қонақүй секторын дамыту үшін маңызды бола алады, ал орналастыру орындарын сертификаттау рәсімі Қазақстанның қонақүй кәсіпорындарының болашақта тұрақтылығының тетігі бола алады. Ол ерікті және міндетті емес болып табылады, сонымен қатар қонақжайлылық индустриясы стандарттарын әзірлеуді және өзектендіруді, ықтимал үйлестіруді ескере отырып, орналастыру орындарын жіктеудің республикалық жүйесін әзірлеуге серпін береді.

Қонақүй сервисінің, қызметтерінің сапасына сертификаттаудың әсері мен рөлі әсер етеді, нәтижесінде қонақтардың қанағаттануы мәселелерін зерделегеніне қарамастан, бұл аспект қонақүй секторын дамытудың қазақстандық тәжірибесі мен уақытын ескере отырып, әсіресе COVID-19 эпидемиологиялық шектеулерінен және елдің халықаралық аренадағы тартымдылығын ескере отырып, өзектендіруді және қосымша зерттеулерді талап етеді.

Зерттеудің мақсаты – қонақжайлылық кәсіпорындарында алынған қызмет сапасына қонақтардың қанағаттанушылығын диагностикалау және олардың күтулеріне қонақ үйдің мәлімделген деңгейіне сәйкестігін анықтау және осы зерттеулер негізінде, атап айтқанда, қызмет сапасының деңгейін арттыру үшін практикалық ұсыныстар әзірлеу, ал тұтастай алғанда қонақүй кәсіпорындарын сертификаттау құралдары негізінде ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) стандарттарын ескере отырып, қазақстандық қонақжайлылық индустриясының тартымдылығын, кәсіпорындардың тұрақтылығын арттыру.

Материалдар мен әдістер

Ұсынылған зерттеудің зерттеу стратегиясы классикалық алгоритмге негізделген: зерттеу сұрағын, мәселені анықтау, қолда бар деректерді жинау әдістерін таңдау, демонстрация – жаңа білімді құра алатын құбылыс туралы белгілі, алынған мәліметтер негізінде практикалық тәсілдерді тұжырымдау және оларды тексеру.

Зерттеу әдістері: мерзімді өзекті зерттеулерге сыни әдеби шолу, салыстыру, синтездеу және бағалау, сауалнама, сандық әдіс, экономикалық-статистикалық әдіс.

Әдебиеттерді сыни талдау зерттеулердің қазіргі жағдайына библиометриялық талдауды қолдана отырып, шолу арқылы жүзеге асырылады. Іздеу Scopus, ResearchGate және т.б. мәліметтер базасы бойынша жүргізілді.

Құрылымдық сауалнама 111 респонденттер арасында тұтынушылардың алынған қонақүй қызметтерінің сапасына қанағаттану дәрежесін анықтаудың әзірленген авторлық әдістемесі (сауалнама) негізінде жүргізілді. Зерттеу процесі мыналарды қамтыды: мақсаттарды, міндеттерді анықтау, іріктеу, сауалнаманы әзірлеу, пилоттық, деректерді іске қосу және жинау, нәтижелерді талдау және негіздеу. Сауалнама нәтижелерінің сенімділігі мен дұрыстығы google forms деректері арқылы қамтамасыз етіледі. Сауалнамаға қатысушыларға ерікті түрде қатысуға келісті, оларға анонимділік пен құпиялылықтың ақпараттандырылған шарттары, зерттеудің мақсаты мен нәтижелерді тарату тәсілі, жауапты тұлғалар және олардың байланыс деректері түсіндірілді.

Нәтижелер және талқылау

Қонақүй кәсіпкерлігінің ерекшелігі – жоғары сапалы қызмет көрсетуге және орналастыру орындарының жіктелуіне байланысты қызмет көрсету стандарттарына сәйкес келуге, Интернет желісіндегі позицияны күшейтуге деген ұмтылыс. Болжамға сәйкес, қонақүй нарығындағы жалпы кірістің 80%-ы 2028 жылға қарай онлайн сатылымнан алынады [2].

Бүгінгі таңда қонақжайлылық индустриясы көптеген елдер үшін туризм экономикасының маңызды кіріс құрамдас бөлігі болып табылады. Оны ұжымдық және жеке орналастырудың әртүрлі құралдары құрайды: отельдер, қонақ үйлер және олардың түрлері, мотельдер, кемпингтер, глампингтер, апартаменттер, хостелдер, сондай-ақ жеке сектор – қонақтарды орналастыруға белсенді қатысатын пәтерлерді жалға беру. Сонымен қатар, қазақстандық пәтерлер танымал халықаралық брондау жүйелерінде ұсынылған, мысалы booking.com сайтында олардың тұрақты рейтингі анықталады. 2007 жылдан бастап ҚР ҰК ЭҚЖЖ 03-2019 (Қазақстан республикасының ұлттық классификаторының Экономикалық қызмет түрлерінің жалпы жіктеуіші) [3, 55 б.] «Уақытша тұру бойынша қызмет көрсету» пәтерді жалға өткізетін кәсіпкерлер ҚР СЖРА ҰСБ-на (Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросына) есеп береді және соңғы кездері жалға берілетін пәтерлердің саны күрт артуда.

Chaulagain өзінің зерттеуінде қонақжайлылықты «менеджер мен қонақтың қарым-қатынасын сипаттау үшін қолданылатын термин, оның ішінде тұтынушыларды орналастыру мен қабылдауға байланысты достық, жомарттық пен жылулық» деді [4]. Қызықты интерпретация Ногб ұсынды, ол өз жұмысында «қонақжайлылық қасиеті» және «қонақжайлылық саласы» сияқты қонақжайлылықтың екі шартты аспектісін әдіснамалық негіздеді [5]. Бірінші интерпретация белгілі бір себептермен және коммерциялық немесе басқа негізде қонақтарды қабылдайтын және оларға қызмет көрсететін кез-келген кәсіпорынның маңызды сипаттамасы болып табылады. Екінші термин бірінші анықтаманың туындысы болып табылады, оны институционализациялаудың өнімі ретінде қызмет етеді, бұл қызмет саласы, мұнда мақсат қонақтарға сапалы қызмет көрсету болып табылады. Қонақжайлылық индустриясының бәсекелестік сипаты қызмет нәтижелеріне тікелей әсер ететін адами ресурстарға Yikilmaz назар аударады [6].

Қызметтің маңызды құрамдас бөлігі оның сапасы болып табылады, ол қызметтердің сапасын басқарудың әртүрлі теорияларында, соның ішінде қонақ үйлерде қарастырылады, ең маңыздылары келесі жұмыстар болып табылады: S. Groonroos, A. Parasuraman, V. Zeithaml және L. Berry, B. Деминг және Дж. Джуран және т.б.

Қазіргі кезде қонақүй қызметтерінің сапасына бірыңғай талаптарды үйлестіру мәселелері бар, өйткені оны бақылау бағалауда күрделене түседі. Әрбір тәуелсіз ұйым стандарттарды әзірлейді, критерийлер мен олардың санын өзектендіреді, әдістемелерді әзірлейді және сынайды (бағалау сапасын арттыру үшін рәсімнің бірнеше кезеңдері), алайда қабылдаудың субъективтілігі, қызмет көрсетудің барлық қатысушылары арасында адами фактордың болуы, қонақтардың қажеттіліктерінің өзгеруі, «сәнде» өзіндік ерекшелігі, елдердің, орындардың, мәдениеттің, дәстүрлердің ұлттық ерекшеліктері маңызды болып табылады. Талаптарды арттыру және сапаны бақылау – бұл бағалаудағы қиындық деңгейін жеңуге тырысу, ал постковидтік кезең технологиялық процестің өзін жоғарылатып, қиындатты. Дегенмен, бүкіл әлемде индустрияны қалпына келтірудің жылдам динамикалық процесі, өзгерістерге деген ұмтылыс пен жылдамдық, қонақтардың жаңа қажеттіліктеріне бейімделу бар. Екінші жағынан, әлемдегі тұтынушылар арасында қызығушылықтың артуы және тұрақты саяхатқа деген ұмтылыс, туристер ағынының артуы байқалады.

Сонымен, Chaulagain қонақжайлылық атрибуттарын анықтайды, олар қонақүй қызметтерінің сапасын қалыптастырады және салыстырмалы түрде тамаша тұруды қамтамасыз ету мақсатында қонақтарға күтілетін қызмет сапасынан асып түсуге мүмкіндік алады [4]. Оның пікірінше, келесі критерийлер маңызды болды: егжей-тегжейге назар аудару, эмпатия, зейін, қызметкерлердің қарым-қатынасы және оның кәсібилігі, икемділігі, қызмет көрсету жылдамдығы және көрсетілетін қызметтердің сапасына нұқсан келтірместен және сұраныс бойынша нақты ақпарат беру. Шын мәнінде, бұл жиынтық қызмет көрсету сапасына, қызмет көрсетуге, жайлылық пен клиентке негізделген.

Бұл қонақ үй кәсіпорнын қабылдаудың толық емес жиынтығымен анықталады. Зама-науи қонақтар тұрақты даму туралы стратегиялық көзқарасы бар кәсіпорындарға артықшы-лық береді, өйткені COVID-19 контексте туризмнің тұрақты даму қағидаларын практикада интеграциялауға ықпал ететін құралдар мен стандарттарды енгізді. Бұл пікірді UNWTO (Дүниежүзілік туристік ұйым) растайды, яғни қалпына келтіру жалпы туризмнің тұрақты-лығына, атап айтқанда қонақжайлылық тұжырымдамасына негізделуі керек [7]. Lew өз зерт-теуінде кәсіпорындар тұрақтылық аспектілерін өз қызметіне біріктіруі керек екенін атап көрсетеді, өйткені коронавирустық инфекциядан кейін қалпына келтіру процесінде тұрақты болуы мүмкін өнімдерге, сондай-ақ органикалық өнімдерге баса назар аудару керек [8].

Тұрақты даму тұжырымдамасының өзі үш компоненттен тұрады: экономикалық, эколо-гиялық және әлеуметтік. Muñoz-Torres олардың барлық кезеңдеріндегі тепе-теңдікке сүйенеді: қысқа мерзімді, орта мерзімді және ұзақ мерзімді салдар [9]. Marrewijk, Marcel сонымен қатар тұрақтылықтың үш компонентінде ұйымды таңдау еріктілігін атап көрсетеді, бірақ оларды стейкхолдерлермен өзара әрекеттесу үшін біріктіру қажет [10].

Егер қонақүй бизнесі бұрын аймақты, ел экономикасын дамыту үшін мультипликативті әсер тұрғысынан, кіріс бөлігінің деңгейін арттыру, жұмыс орындарын құру, инвестициялар, өркендеу тұрғысынан қарастырылған болса, бүгінде ғалымдар оның әсеріне байланысты мәселелерді көтеруде. Бұл қоршаған ортаның ластануы, шудың жоғарылауы, климаттың өзгеруі, көптеген қоқыстардың пайда болуы, CO₂ шығарындылары, биоәртүрліліктің жоғалуы, ұтымсыз тұтыну және су мен электр ресурстарын тиімсіз пайдалану.

Dos Santos [11] мұндай деструктивті шешімдерге тап болған қонақ үйлер қазірдің өзінде осындай әсерді тиімді басқаруға, «to be» бизнес-процестерінің жаңа модельдерін құруға, қаржылық, операциялық және әкімшілік ресурстарды қолдануға және стейкхолдерлердің та-лаптарына уақтылы жауап беруге байланысты сындарлы бастамаларды әзірлеуі керек деп санайды [11].

Резидент, резидент емес қонақтар үшін «жұлдыздар» санаты бар қонақ үйлер тартымды, ал неғұрлым жоғары болса, соғұрлым құрметті және қызмет сапасына кепілдік беріледі. Алайда, «жұлдыздар» санаттары бойынша орналастыру орындарының таралуы туралы деректерді талдай отырып, тенденциялар біршама әртүрлі (1-кесте) болып келеді.

Кесте 1 – Қазақстан Республикасының 2017–2021 жж. санаттары бойынша орналастыру орындарын бөлуді талдау, бірлік

Көрсеткіш	Жыл					2021 ж. (%) к	
	2017	2018	2019	2020	2021	2017 ж.	2020 ж.
Барлығы	2 987	3 322	3 592	3 514	3 686	+19,0	+4,7
Соның ішінде:							
5 - жұлдызды	22	23	24	26	26	+15,4	-
4 - жұлдызды	87	79	71	64	64	-35,9	-
3 - жұлдызды	132	120	85	49	48	-2,8 есе	-2,1
2 - жұлдызды	18	24	15	7	6	-3 есе	-16,7
1 - жұлдызды	14	14	10	4	3	-4,7 есе	-33,3
Санатсыз	1 578	1 753	1 890	1 936	1 997	+21	+3,1
Басқа орналастыру орындары	1 136	1 309	1 497	1 428	1 542	+26,3	+7,4
Ескертпе: [12] дереккөз негізінде авторлар жасаған.							

Қонақүй бизнесі қалпына келтірудің қысқа тиімді жолынан өтті (пандемиядан кейін), өсім 19% құрады, бірақ санаттар бойынша диагностика жүргізгеннен кейін келесі санаттарда бес жыл ішінде құлдырау анықталды: «үш жұлдызды» кәсіпорындардың қысқаруы 2,8 есе; «төрт жұлдызды» қонақ үйлер 36%-ға; «екі жұлдызды» қонақ үйлердің саны 3 есе; «бір жұлдызды» 4,7 есе азайды.

Іс жүзінде бес жыл ішінде коронавирустық инфекцияны ескере отырып, ел нарығында ең жоғары «бес жұлдызды» санаттардан басқа барлық «жұлдызды» санаттарда орналасқан қонақүй кәсіпорындары санының төмендеуі тіркелді, олардың өсуі 15,4% құрады.



Сурет 1 – 2017–2022 жж. республиканың жалпы орналасу орындарына қатысты «жұлдыздары» бар қонақ үйлердің үлесі

Ескертпе: [12] дереккөз негізінде авторлар жасаған.

Екі трендті салыстыра отырып, қонақүй бизнесі жеке бизнес өкілдерін көбірек тартатынын, бірақ олар растау сертификаттау процедурасынан өтуге ұмтылатындығын атап өту қажет.

COVID-19-дан кейін, «Қаңтар–2022» әсер еткен жағымсыз салдарға қарсы, шетелдік қонақтар ағыны қауіпсіздік факторын ескере отырып, елдің тартымдылығын айтарлықтай төмендетті. Жергілікті тұрғындар арасында келушілер ағынының артуы байқалды, 5* және 4* қонақ үйлерде тұратындар саны өсті және сәйкесінше 20,4% және 13% құрады. 3*; 2*; 1* санаттарында қызмет көрсетілген келушілер санының кері көрінісі байқалды. Резидент-қонақтардың көпшілігі санаты жоқ қонақ үйлерде тұруды жөн көрді, онда өсім 34,5% құрады, басқа орналастыру орындарында, керісінше, 6,4%-ға төмендеу байқалады.

Зерттеу деректері бойынша әлемдегі «жұлдызды» қонақ үйлердің саны шамамен 160 мың кәсіпорынды құрайды және нөмірлік қоры 14 млн-нан асады [13]. Статистикалық деректер қонақүй бизнесінің менеджерлері үшін сертификаттау рәсімі кәсіпкерлік қызметке, тиімді инвестицияларға деген қызығушылықтың жоғарылау жағдайлары қалыптасқан, бірақ сонымен бірге кәсіпкерліктің мүлдем басқа нысандары бар «ұзақ бизнес» болғанына қарамастан, бәсекелестікке қатысу мүмкіндігі мен құралы болып табылатындығын көрсетеді.

Қонақүй кәсіпорындарының қызметтерін сертификаттау рәсімінің мәні кәсіпорынның оны өту үшін бейтарап тарапқа (тәуелсіз және аккредиттелген органға) өтінім беруі болып табылады, мұнда кәсіби сарапшылар бекітілген стандартқа сәйкес мәлімделген санаттың (сыныптаманың) критерийлеріне сәйкестігіне бағалау жүргізеді. Нәтиже екі нәтиже болуы мүмкін: оң «иә» және жарамдылық мерзімі 1 жылдан 3 жылға дейін «айырым белгісін» берумен сәйкестік сертификатын беру немесе бағалау критерийлеріне сәйкес жақсарту бойынша ұсыныстармен және қайта тапсыру мүмкіндігімен теріс «жоқ».

«Сертификаттау» ұғымы сөзбе-сөз «дұрыс орындалды» дегенді білдіреді. Ғалымдар өз еңбектерінде бұл терминді екі жағынан қарастыра отырып, әртүрлі түсіндіреді: құбылыс және процесс ретінде.

Филипповский Е.Е. үшінші тарап қызметтің белгілі бір талаптарға сәйкес келетіндігі туралы растаудың сәйкестігіне жазбаша кепілдік беретін процедурадан тұратын процесс ретінде қарастырады [14]. Анықтаманы ұқсас қабылдау көрсететін мүдделі тараптарға тәуелді емес ұйымның растау рәсімі, қызметтің стандарттардың, техникалық регламенттердің талаптарына сәйкестігі болып табылады [15].

Смирнов Э.А. құбылыс ретінде тұжырымдайды және ережелер, тәртіптер, атрибуттар, басқару және бақылау құрылымдары, сертификаттар мен сәйкестік белгілері жиынтығы ретінде анықтайды [16]. Кобяк М.В. бәсекелестік стандартқа немесе басқа нормативтік құжатқа сәйкес келетін анықталған қызмет ретінде көреді [17].

Сипат түрлері бойынша рәсімнің өзі 1999 жылғы 16 шілдедегі № 434-І ҚР «Сертификаттау туралы» Заңына сәйкес Қазақстан Үкіметінің шешімімен (міндетті және ерікті) айқындалатын екі бағытты алып жүре алады, мұнда стандарт талаптарына сәйкестігін растайтын айырым белгілері бар өнімдер, процестер сапалы деп танылады [18].

Тауарларды және/немесе қызметтерді өндіретін кәсіпорын аккредиттелген органда сертификаттау рәсімінен өткеннен кейін белгілі бір мерзімге (әдетте бір жылдан үшке дейін) сәйкестік сертификатын алады, бұл ретте сапа параметрлерін үшінші тарап – мәлімделген сапаға сәйкестіктің белгілі бір кепілі болып табылатын бейтарап тәуелсіз ұлттық орган бақылайды. «Техникалық реттеу туралы» Қазақстан Республикасының 2020 жылғы 30 желтоқсандағы № 396-VI Заңына сәйкес (08.06.2024 ж. өзгерістер) 32-баптың 3-тармағына сәйкес оның күші республиканың бүкіл аумағына таралады [19]. Процедураның өзі зерттеу жүргізілетін схеманы қарастырады - тауарды, процесті немесе қызметті өндіру процесінің барлық жағынан, сондай-ақ пайдаланылған технологияларды бағалау, мұны Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрлігінің Техникалық реттеу және метрология комитеті 2023 жылғы 2 маусымдағы № ЖТ-2023-00890261 «Сәйкестік сертификатын көрсетуге қатысты ... ҰБТ сертификаттаудың бірнеше схемаларының сәйкестігі туралы» реттейді [20].

Сәйкестік сертификаттарының нысандары, бағалау қағидалары «Сәйкестікті бағалау қағидаларын бекіту туралы» 2021 жылғы 29 маусымдағы № 433-НҚ бұйрығына сәйкес жүргізіледі (16.04.2023 ж. өзгертулермен) [21].

Қонақүй кәсіпорындары ұсынатын қызметтердің сапасына қол жеткізу қажетті сапаны қамтамасыз ететін құралдар жиынтығын құру арқылы жүзеге асырылады. Қонақүй қызметтерінің қасиеттерін ескере отырып, жарияланған деңгей, сынып, орналастыру орны нормативтік талаптарды орындай ма, сертификаттау механизмі процесінде белгіленеді. Бұл сапа жүйелерін сертификаттаудың нормативтік базасының барлық түрлері болуы мүмкін – ISO стандарттары: 9001, 14001, 17024, 27001, 22000, 22301, 31000, 50001, 45001, бұл кәсіпорынның жұмыс процестерінің тиімділігін арттыруға көмектеседі және ықпал етеді.

Бағалау нәтижелері бойынша сәйкестік белгісі орналастырылатын сапа жүйесіне сертификат беріледі, бұл ретте кәсіпорын (иесі) оны таныған сәттен бастап нарықта өзінің жылжыту элементтерінде қолдана алады.

Өткізудің барлық ұсынылған кезеңдері сапа жүйелерін сертификаттаудың белгілі бір қағидаларына негізделуі керек және тұтастай алғанда олар тоғыз негізгіге дейін азаяды.

Рәсімнен өтудің шарықтау шегі сәйкестік сертификатын растау және беру болып табылады.

Көбінесе кәсіпорындарда бір растау сертификаты емес, мысалы, кәсіпорын халықаралық қонақ үй тізбектеріне (Accor, RIXOS, InterContinental және т.б.), сондай-ақ орналасқан ел аумағындағы сертификатқа байланысты бірнеше сертификат болады.

Қазіргі кезде Тұрақты даму мен ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) түсінігі мен маңыздылығын, сондай-ақ БҰҰ-ның 17 тұрақты даму мақсатын іске асыру мен оған қол жеткізуді ескере отырып, қонақ үйлер және басқа да орналастыру орындары экологияны сақтау, су мен электр энергиясын үнемдеу, денсаулықты сақтау, қоқыстарды қайта өңдеу және қайта пайдалану, СО₂ шығарындыларын азайту, ақылға қонымды тұтыну бағыттарын қоса алғанда, «жасыл» стандарттар бойынша оқытылуда.

Сонымен қатар, ұйым ISO 42001:2023 «жасанды интеллектті басқару жүйесі» ұйымы аясында ЖИ (AIMS) басқару жүйесін құру, енгізу, қолдау және үнемі жетілдіру бойынша талаптар мен ұсыныстар анықталған ұйым шеңберінде тағы бір жаңа бағыт бойынша бағалаудан өтіп, растай алады [22].

Стандарттарды жаңарту уақтылы шешім болып табылады. Өзектілігі әлемде инновациялардың, Интернет желісіндегі цифрландырудың, жаңа технологиялардың (мысалы, «ақылды үй»), ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) қағидаттарының дамуымен де байланысты.

Осылайша, Қазақстан Республикасында орналастыру орындарын сертификаттау рәсімі ерікті және міндетті емес болып табылады. Қонақүй кәсіпорындары аккредиттелген органға өтініш бере алады және 2021 жылғы 29 маусымдағы «Сәйкестікті бағалау ережелеріне» сәйкес сертификаттау рәсімін сараптамалық бағалаудың оң шешімімен «жұлдыздар» сәйкестік сертификатын алуға болады.

Негізгі аккредиттелген орган «Ұлттық сараптама және сертификаттау орталығы» АҚ (ҰЭО) болып табылады. Қызметтерді сертификаттаудан өтудің орташа құны санатқа, нөмірлік қорға, қонақүй кәсіпорнының орналасқан жеріне байланысты, 2024 жылға арналған болжамды баға дәлізі деп санауға болады: (1*-2*) 60-тан 80 мың теңгеге дейінгі санаттарда; (4*-5*) 260-тан 280 мың теңгеге дейін.

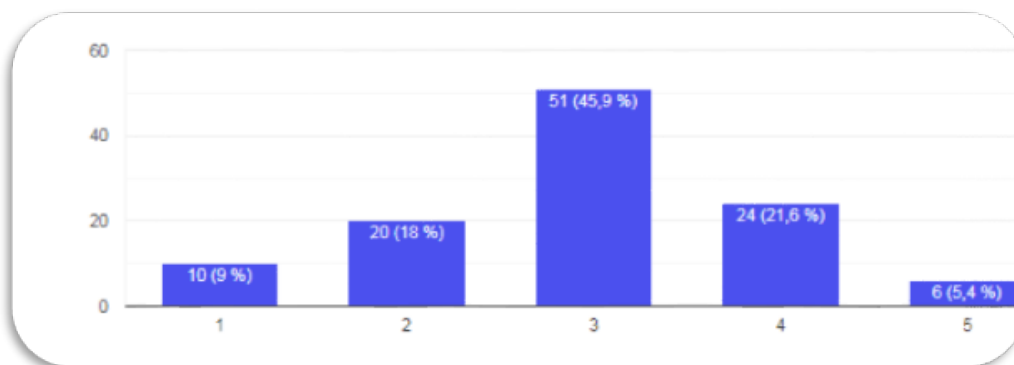
Сонымен қатар, республикада стандарттарды жаңарту және әзірлеу жүргізілуде. 2013 жылғы «ҚР қонақжайлылық индустриясының кәсіби стандарттары» салалық біліктілік шеңбері (СБШ) әзірленді және бекітілді. Алайда, динамикалық өзгерістерге қарамастан, орналастыру құралдарының жіктелуіне сәйкес «жұлдыздар» айырым белгілері бар орналастыру орындарының саны жыл сайын азайып келе жатқанын, яғни сертификаттау рәсімін тапсыруға және өтуге өтінімдер азайып бара жатқанын атап өткен жөн. 2017 жылдан бастап қазіргі уақытқа дейін қонақ үй қызметтерінің сапасын растаған кәсіпорындар саны үш есе азайды.

Зерттеу дизайны сандық әдіске негізделген, зерттеу бастапқы деректерге байланысты құрылған және сұрақтар, әзірленген сауалнама, Лайкерт шкаласы (мұндағы, 5-өте жақсы... 1-нашар) мақсатты таңдауға негізделген. Сандық зерттеу сипаттамалық әдіс негізінде құрылды, өткізу кезеңдері келесідей болды: ғылыми мәселені тұжырымдау, зерттеу мақсаты, зерттеу сұрақтарының тізімін жасау, дизайн құру, тестілеу, түзету, іске қосу, деректерді жинау, оларды талдау және түсіндіру. Іріктеу 111 респондентті құрады, толтырылмаған сауалнамалар 8 болды, негізінен іскер белсенді халық арасында сауалнама жүргізілді.

Жалпы іріктеудің 63,1%-ын әйелдер, 36,9%-ын ер адамдар құрайды. Сауалнамаға қатысқандардың ең көп саны 45–54 жас (39,6%); 35–44 жас аралығындағы респонденттер 21,6%; 18–25 жас аралығындағы респонденттер 16,2%; 55–62 жас санатындағы 9,9%; 26–34 жас аралығындағы респонденттер 8,1%; зейнеткерлік жастағы 63+ респонденттер 5,4% құрады. Сауалнамаға қатысқандардың 87,4%-ның жоғары білімі бар, 9,9%-ын аяқталмаған жоғары білімі бар респонденттер құрады, жоғары оқу орнынан кейінгі, колледж және орта білімі бар адамдар аз үлес қосты. Сауалнамаға қатысқандардың жалпы іріктемесінде IT технологияларынан консалтингке, сервиске, денсаулық сақтауға дейінгі әртүрлі қызмет салаларына ие респонденттер бар.

Респонденттерге орналастыру орнын таңдауда әсер ететін ең маңызды бес факторды таңдау ұсынылды.

Келесі факторлар үлкен әсер етеді: 77,5% – респонденттер орналасқан жерді атап көрсетті; 73,9% – қызметтер үшін бағаны; 61,3% – бөлмелер мен жалпы қонақ үйдің тазалығын; 51,4% – қауіпсізді факторларын; 51,4% – сайттағы қонақ үй туралы пікірлерін; 44,1% – сервис, қызмет көрсету және жайлылықты; 40,5% – тамақтану қызметі және мейрамхананың болуын; 39,6% – сыпайы және мейірімді қызметкерлер екенін анықтады; 27% – booking.com пікірлерін; 24,3% – достар мен туыстардың ұсыныстарын 15,3% – қонақ үйде сәйкестік сертификатының болуын атап көрсетті.

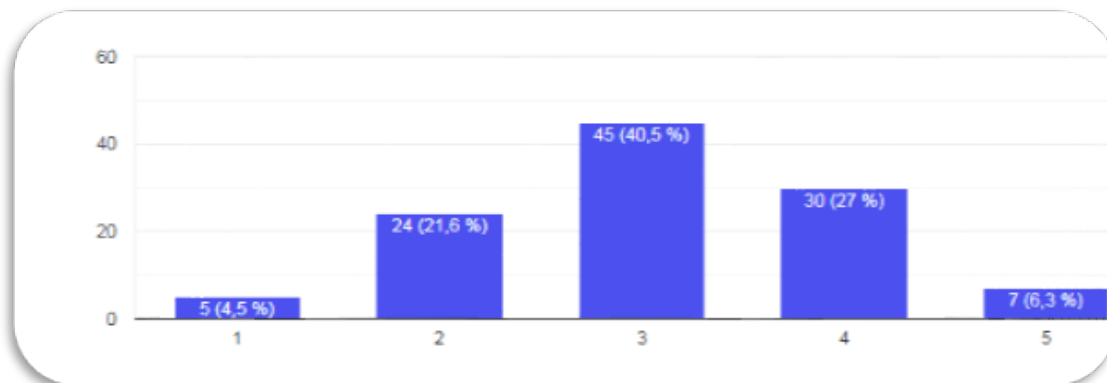


Сурет 2 – Сіздің ойыңызша, Қазақстандағы отельдер, қонақ үйлер және басқа да орналастыру орындары көрсетілетін қызметтердің бағасы мен сапасына сәйкес келе ме? (халықаралық желілерге кіретін қонақ үйлерді қоспағанда)

Ескертпе: Авторлар өздерінің зерттеулері негізінде құрастырған.

Сауалнама деректеріндегі (2-сурет) сауалнамаға қатысқандардың ең көп саны 45,9%-ы қазақстандық орналастыру орындарының «бағасы мен сапасының сәйкестігін» «қанағаттанарлық» деп бағалағанын көрсетеді; респонденттердің 21,6%-ы «жақсы» баға берді; 5,4%-ы мұндай арақатынас сәйкес келеді деп есептейді және «өте жақсы» баға қойды.

Қазақстанда, Достастық елдеріндегідей, «жұлдыздар» бойынша және санатсыз жіктеу қолданылады. Сұрақтардың келесі блоктары айырым белгілері бар және санаты жоқ кәсіпорындардағы қонақүй қызметтерінің сапасын бағалаумен байланысты болды.



Сурет 3 – Бағалар «жұлдыздары» бар қонақ үйлерде тұру сапасына сәйкес келе ме? (халықаралық желілерге кіретін қонақ үйлерді қоспағанда)

Ескертпе: Авторлар өздерінің зерттеулері негізінде құрастырған.

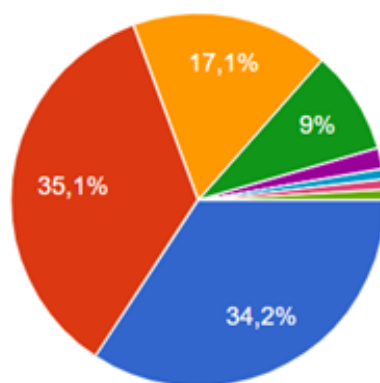
3-суреттің деректеріне сәйкес, «жұлдыздары» бар қонақүй кәсіпорындары мәртебесі бойынша жоғары сапалы қызмет көрсетіп, қонақтардың тілектерін болжауы керек деген екіұшты фактіні атап өтуге болады. Сауалнама нәтижелері кері көріністі көрсетеді, өйткені сауалнамаға қатысқандардың 40,5%-ы баға-сапа қатынасы бойынша «қанағаттанарлық» баға қойды, бұл өте төмен көрсеткіш, 27%-ы «жақсы», тек 6,3%-ы «өте жақсы» деп бағалады. «Қанағаттанарлықсыз» деген бағаны респонденттердің 21,6%-ы және «нашар» деген 4,5%-ы қойды.

«Жұлдызсыз» қонақ үйлерде тұру үшін «баға – сапа» сәйкестігін анықтауда бағалар келесідей бөлінді. Респонденттердің көпшілігі (30,6%) қалыс қалды, санатсыз орналастыру қызметтерінің «бағасы мен сапасы» бойынша бейтарап болды; сауалнамаға қатысқандардың 27%-ы бағаның сәл жоғары екенін бағалады; 20,7%-ы өте жоғары; 15,3%-ы «Жұлдызсыз» қонақ үйлерде тұру бағасы өте жоғары деп 6,3%-ы бағалады, нәтижесінде қызмет сапасы бағаға сәйкес келеді деп тұжырымдады.

Айырым белгілері қызмет көрсету сапасы тұрақты және үнемі жақсартуға бағытталған кәсіпорындарға беріледі. «Жұлдыздары» бар қонақ үйлер қызметтерінің сапасын анықтау үшін тұтынушылар тарапынан бағалау жүргізілді, сонымен қатар ең маңызды төрт критерий бойынша: баға, сапа, қауіпсіздік және тұрақтылық. Сауалнамаға қатысқандардың 72,9%-ы «жұлдыздары» бар қонақ үйлер үшін жаңа стандарттарды әзірлеу және қажеттілік белгісі ретінде жоғары баға берді, респонденттердің 18%-ы стандарттардың әсері баға, сапа, экология және қауіпсіздік критерийлеріне айтарлықтай әсер етпейді деп есептеп, «қанағаттанарлық» деп бағалады; 9,3% жаңарту қажет емес деп санайды.

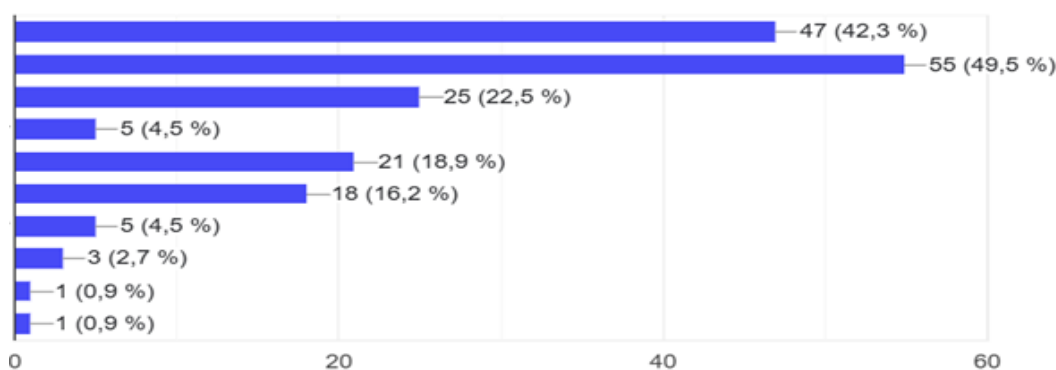
Келесі сұрақтар блогы қонақүй кәсіпорындарын сертификаттау рәсіміне қатысты болды.

Респонденттердің пікірі республикада сертификаттау рәсімі ерікті болып табылатын жағдайда маңызды және тұтынушылардың «баға – сапа – сертификаттау» тізбегін түсіну мәселесі өте маңызды. Сауалнамаға қатысқандардың бағалауы бойынша, 34,2%-ы міндетті сертификаттау қонақ үйлердің көрсетілетін қызметтерінің сапасын арттырады деп санайды; респонденттердің 35,1%-ы «иә» деп бағалады; 17,1%-ы «бейтарап» деп бағалады; 1,8%-ы теріс пікір білдірді.



Сурет 4 – Сіздің ойыңызша, Қазақстан қонақ үйлері үшін міндетті сертификаттау рәсімі (стандарттарға сәйкестігі) қауіпсіздік пен тұрақтылықты қоса алғанда, қонақүй қызметтерінің сапасын жақсартуға әсер ете ме?

Ескертпе: Авторлар өздерінің зерттеулері негізінде құрастырған.



Сурет 5 – Қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындарын міндетті түрде сертификаттау неге әкеледі деп ойлайсыз?

Ескертпе: Авторлар өздерінің зерттеулері негізінде құрастырған.

Соңғы сұрақтар тұтынушыларға тікелей қатысты сұрақтар болды, сәйкестік сертификаты қонақтар үшін, өздері үшін қаншалықты маңызды болады. Респонденттердің 40,5%-ы міндетті түрде сертификаттың болуына назар аударатынын атап өтті; 39,6%-ы «иә, болсын» деп жауап берді; респонденттердің 10,8%-ы сертификаттың болуы маңызды емес екенін атап өтті; 5,4%-ы оның болуы немесе болмауы қонақ үй таңдауына әсер етпейді; респонденттердің 3,7%-ы жауап берді бұл артық процедура деп санайды. Жауаптың ашық таңдау түріне өте аралас жауап алынды.

Қорытынды

Зерттеу көрсеткендей, қонақжайлылық нарығы бизнестің толық немесе ішінара жабылуына себеп болған пандемияға қарамастан динамикалық және қарқынды дамып келеді. Қонақүй қызметтері нарығының тартымдылығы және одан кейінгі оң әсер ішкі туризм ағынының, сондай-ақ көрші елдердің геосаяси оқиғаларының, соның ішінде Ресей Федерациясындағы ішінара жұмылдырудың арқасында пайда болды, жалпы әлемдік тенденция қонақтардың қажеттіліктері саяхат саны мен сапасында айтарлықтай өсе бастағанын және нарық қонақжайлылық қызметтеріне сұранысқа сезімтал болғанын көрсетеді.

Қазақстанда қонақжайлылықты дамытудың өзектілігін 2024 жылға арналған республикалық бюджеттен шығыстардың осы баптары растайды, «Қазақ Туризм» ҰК» АҚ мемлекеттік операторына 1,4 млрд теңге бөлінді, ол келесі бағыттарға жұмсалды: ішкі туризмді дамыту цифрландыру, әлемдік аренада туристік дестинацияны жылжыту. Сонымен қатар, халықаралық қонақжайлылық университетіне (Түркістан қ.) студенттерді оқытуға бюджеттен 4 млрд теңге бөлінді [23].

Бұған негізгі трендтер ықпал етті, соңғы бес жылда covid-19 ескеріле отырып, жалпы кәсіпорындар саны 19%-ға өсті, республика бойынша жүктеудің орташа көрсеткіші 22%-ды құрады. Санатсыз қонақ үйлер жартысынан сәл астамын құрайды – 54%; санаты жоқ кәсіпорындар 42%; «жұлдыздары» бар қонақ үйлер жалпы санының тек 4%-ын құрайды. Осы кезеңде расталған «жұлдыздары» бар сертификатталғандардың үлесі үш есе азайғанын атап өту маңызды, бұл үрдіс 5* санаттағы қонақ үйлерді қоспағанда, 1-ден 4*-ға дейінгі барлық кәсіпорындарға қатысты. Кәсіпорындардың ең көп саны шағын бизнес өкілдеріне тиесілі.

Сандық зерттеудің іріктеуін толық жоғары білімі бар іскер жастағы респонденттер құрады, олар негізінен сервис, IT технологиялар, логистика және денсаулық сақтау өкілдері. Сауалнама нәтижелері резиденттердің тұру орындарын таңдауда келесі факторлардың (маңыздылық дәрежесі бойынша) ең үлкен әсер ететінін көрсетті: орналасқан жері, бағасы, қонақ үй мен бөлме қорының тазалығы, қауіпсіздік, қонақ үй сайтындағы пікірлер, бұл ең маңызды бес фактор. Маңызды факторлар болып табылады: сервис және қызмет көрсету, тамақтану қызметтері және олардың сапасы, сыпайы және мейірімді қызметкерлер, booking.com пікірлер, достар мен туыстардың ұсыныстары.

«Жұлдыздары» бар қонақ үйлерде тұру үшін «баға-сапа» қатынасын бағалау төмен көрсеткіштерді көрсетті. Ұсынылатын қонақүй қызметтерінің «баға мен сапа сәйкестігін» бағалау көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың 46%-ы бұл арақатынас толық сәйкес келмейді деп санайды және «қанағаттанарлық» баға берді, 27%-ы оны «қанағаттанарлықсыз» деп санайды, респонденттердің 27%-ы сауалнамаға қарсы оң баға берді. Сауалнама деректерінен респонденттердің 47,7%-ы санаты жоқ қонақ үйлерде тұру бағасы жоғары деп санайды және сапасы көрсетілген бағаға сәйкес келмейді. Олардың пікірінше, «Қазақстан қонақ үйлерін сертификаттаудың міндетті рәсімі (стандарттарға сәйкестігі) қонақүй қызметтерінің сапасын жақсартуға, оның ішінде қауіпсіздікті, экологиялықты жақсартуға әсер ете ме» (69,3%) деген сұраққа көпшілігі сертификаттау рәсімі үшін міндетті форматтағы тәртіп қажет және еріктілікті өзгерту қажет деп санайды.

Егер сертификаттау рәсімі міндетті болса, сауалнамаға қатысқандардың пікірлері оның салдары туралы екіге бөлінді. Респонденттердің көпшілігі бұл қонақүй қызметтерінің сапасы мен қанағаттану деңгейінің жоғарылауына, сонымен қатар орналастыру бағасының өсуіне әкеледі деп санайды. Сонымен қатар, бұл резидент еместер үшін қауіпсіздігі мен тартымдылығының жақсаруына әкелуі мүмкін, өйткені қонақ үйлер міндетті сертификаттаудан өтеді, бұл көрсетілетін қызметтердің қауіпсіздігі мен сапасының кепілі болады. Бағаның өсуінен басқа, респонденттер көрсетілетін қызметтердің сапасының төмендеу ықтималдығы немесе күш-жігер бекер болуы мүмкін теріс тәжірибе болуы мүмкін екенін атап өтті.

Сауалнама нәтижесінде респонденттер орналастыру орындарын сертификаттау процедурасы мен өтуді растайтын сертификат олардың қонақ үйді таңдауына қаншалықты әсер ететінін бағалады. Жалпы, респонденттердің 80,1%-ы оның болғаны жақсы деп санайды және оның бар екеніне назар аударады; сауалнамаға қатысқандардың шамамен 11%-ы оның маңызды емес екенін бағалады; қонақ үйді таңдаудағы 8,1%-ы оған мән бермейді және бұл олар үшін қосымша ақпарат деп санайды. Респонденттердің 72,9%-ы Интернет желісінде және халықаралық брондау жүйелерінде қолданыстағы сәйкестік сертификаттарын көргісі келетінін атап өтті, бұл ретте 10%-ға жуығы қосымша сенім, қолжетімділік және ашықтық факторы ретінде орналастыру қажеттілігін ерекше атап өтті.

Алайда, жедел деректер бойынша 2024 жылғы 10 маусымда «*» бар қонақ үйлердің саны 117 бірлікті құрайды [24].

Еліміздің қонақжайлылық индустриясында берілген сәйкестік сертификаттарының саны бойынша деректер басқа көрсеткіштер туралы куәландырады, деректерге сәйкес forbes.kz екі жыл ішінде (2021–2022 жж.) қонақүй бизнесі кәсіпорындарына тек 61 сәйкестік сертификаты берілді [25]. Шындығында, екі жақты көрініс байқалады, бір жағынан, «жұлдыздары» жеткілікті саны бар қазақстандық қонақ үйлердің ОТА-дағы (Over-The-Air) ақпараты бойынша, тек үш ірі қала бойынша 381-ге жуық кәсіпорын бар, ал қонақүй қызметтерінің сапасы мен олардың қауіпсіздігін растайтын органдар кәсіпорындарға тек 61 сертификат берді.

Осылайша, туризмді дамытудың тартымдылығын арттырудың негізгі құралы республиканың қонақжайлылық объектілерін әлемдік аренада жыылжыту болып табылады және қонақ үйлерді сертификаттаудың маңыздылығы пісіп-жетілді, шетелдік және жергілікті қонақтардың қонақүй бизнесі объектілерін таңдауы үшін ұсынылатын қонақүй қызметтерінің қауіпсіздігі мен сапасына белгілі бір кепілдіктер қажет. Халықаралық брондау арналары туристік агенттер үшін пакеттерді қалыптастыру құралына айналып қана қоймайды, сонымен қатар қазіргі тұтынушылар өз қажеттіліктеріне сүйене отырып, өз таңдаулары мен саяхаттарын жасайды. Орналастыру объектілері туралы хабардарлықты арттыру үшін қазіргі заманғы трендтері бар Қазақстан қонақ үйлерін жіктеудің жаңа стандартына, ашықтыққа, ҚР Туризм және спорт комитетінің және ҚР сауда және интеграция министрлігінің Техникалық реттеу және метрология комитетінің қолдауымен қолжетімділікке негізделген орналастыру құралдарының бірыңғай қатаң жіктелуі қажет. Стандарттардың критерийлері мен жалпы тәсілдерін анықтау бойынша заманауи әдістемелерді пысықтау қажет, олар бірнеше кезеңдерді қамтуы мүмкін: кәсіпорындардың материалдық-техникалық базасына (МТБ), жабдықтар мен технологияларға, қонақтар мен персоналдың болу қауіпсіздігіне қойылатын талаптар, инклюзивті қолжетімділік және қызмет көрсету сапасын бағалау бойынша қажетті талаптар. Сонымен қатар, қаржылық, еңбек және технологияларды қоса алғанда, шағын орта бизнестің (ШОБ) мүмкіндіктерін ескеру үшін икемді тәсіл қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Cripps K. Where to go in 2025: The best places to visit // CNN Travel. 2025. URL: https://edition.cnn.com/travel/best-destinations-to-visit-025?cid=ios_app (accessed: 01.01.2025)
- 2 What is the Hotel Industry? / Blog Introduction to the Hotel Industry: The Essential Guide URL: <https://fhahoreca.com/blog/hotel-industry/#:~:text=The%20basic%20theme%20is%20to,tourism%2C%20transportation%2C%20and%20events> (accessed: 30.12.2024)
- 3 ҚР ҰК ЭКК экономика секторларының жіктеуіші 13-2019 // Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://stat.gov.kz/ru/classifiers/statistical/21/> (өтініш берілген күн: 21.12.2024)
- 4 Chaulagain, Falindra Prasad. Hospitality. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/378901251_Hospitality (accessed: 02.04.2024)
- 5 Horb, Kostiantyn & Korneyev, Maxim & Kucher, Marharyta. Hospitality in the hotel, restaurant and tourism business: general basis of research and features of the training of specialists. Scientific opinion: Economics and Management. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/379126146_ (accessed: 06.11.2024)
- 6 Yikilmaz, İbrahim & Palabıyık, Nida. Job Insecurity in Hospitality Sector: A Focused Review of The Research Literature // EGE 10th International conference on social sciences. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/377577132_Job_Insecurity_in_Hospitality_Sector_A_Focused_Review_of_The_Research_Literature (accessed: 02.04.2024)
- 7 UNWTO // COVID-19: UNWTO Calls on tourism to be Part of recovery Plans. 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans> (accessed: 02.04.2024)
- 8 Lew A. How to create a better post-COVID-19 // World. Medium 16. March, 2020. URL: <https://medium.com/new-earth-consciousness/creating-a-better-post-covid-19-world-36b2b3e8a7ae> (accessed: 04.04.2024)
- 9 Muñoz-Torres M.J., Fernández-Izquierdo A. An assessment tool to integrate sustainability principles into the global supply chain // Sustainability. 2018, no. 10(2), p. 535. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/535> (accessed: 12.04.2024)

10 Marrewijk M. Concepts and Definitions of CSR and Corporate // Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*. 2003, no. 44, pp. 95–105. URL: https://www.researchgate.net/publication/226846604_Concepts_and_Definitions_of_CSR_and_Corporate_Sustainability_Between_Agency_and_Communion (accessed: 12.04.2024)

11 Santos, Méxas, Meiriño // Sustainability and hotel business: criteria for holistic, integrated and participative development, *Journal of Cleaner Production*, 2017. Vol. 142. Part 1. P. 217–224. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616303742?via%3Dihub> (accessed: 01.04.2024)

12 Туризм Казахстана за 2017–2021 гг. БНС АСПР РК. – Астана, 2022. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (өтініш берілген күн: 12.03.2024)

13 Kyule. Influence of Hotel Ambience and Performance of Hotels in Uganda // *A Critical Literature Review*. 2022. Vol. 1. Issue 1. P. 40–53. URL: <https://www.carijournals.org/journals/index.php/JMH/article/view/1096/1320> (accessed: 12.04.2024)

14 Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

15 Габдукаева Л.З., Решетник О.А. Контроль качества и сертификация услуг предприятий общественного питания: учебное пособие. – Казань: Изд-во КНИТУ, 2018. – 184 с.

16 Смирнов Э.А. Управление качеством рекламы: учебное пособие – М.: РИП-холдинг, 2001. – 263 с.

17 Кобяк М.В., Скобкин С.С. Управление качеством в гостинице: учеб. пособие. – М.: Магистра, 2008. – 511 с.

18 Закон Республики Казахстан от 16 июля 1999 г. № 434-І «О сертификации» (с изменениями). URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=3113806 (дата обращения: 21.11.2024)

19 Закон РК от 30 декабря 2020 года № 396-VI «О техническом регулировании» (с изменениями по состоянию на 08.06.2024). URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2000000396/z20_396.htm (дата обращения: 21.11.2024)

20 Касательно указания в сертификате соответствия или декларации о соответствии нескольких схем сертификации или декларирования // Письмо Комитета технического регулирования и метрологии Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан от 2 июня 2023 года № ЖТ-2023-00890261. URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37800911 (дата обращения: 12.11.2024)

21 Об утверждении Правил оценки соответствия / Приказ и.о. Министра торговли и интеграции Республики Казахстан от 29 июня 2021 года № 433-НҚ, № 23364. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2100023364/history> (дата обращения: 11.06.2024)

22 Официальный сайт Международной организации по стандартизации (ISO). URL: <https://www.iso.org/ru/standard/81230.html> (accessed: 11.06.2024)

23 Титова А. Около четырех млрд тенге потратят на обучение гостеприимству в Казахстане. – 2024. URL: <https://press.kz/novosti/okolo-chetireh-mlrd-tenge-potratyat-naobuchenie-gostepriimstvu-vkazahstane> (дата обращения: 07.06.2024)

24 Смирнова А. 25 гостиниц Казахстана имеют «пять звезд». – 2024. URL: <http://surl.li/ulfsp> (дата обращения: 11.06.2024)

25 Казахстанским гостиницам не хватает звёзд. – 2023. URL: https://forbes.kz/articles/kazahstanskim_gostinitsam_ne_hvataet_zvezd (дата обращения: 11.06.2024)

REFERENCES

1 Cripps K. (2025) Where to go in 2025: The best places to visit // *CNN Travel*. . URL: https://edition.cnn.com/travel/best-destinations-to-visit-025?cid=ios_app (accessed: 01.01.2025). (In English).

2 What is the Hotel Industry? / *Blog Introduction to the Hotel Industry: The Essential Guide* URL: <https://fhahoreca.com/blog/hotel-industry/#:~:text=The%20basic%20theme%20is%20to,tourism%2C%20transportation%2C%20and%20events> (accessed: 30.12.2024). (In English).

3 QR ҰК ЕКК экономика секторларының жіктеуі 13-2019 // *Qazaqstan Respublikasy strategialyq josparlau және reformalar jönindegi agenttığının ұлттық статистика бюросы*. URL: <https://stat.gov.kz/ru/classifiers/statistical/21/> (өтініш берілген күн: 21.12.2024). (In Kazakh).

4 Chaulagain, Falindra Prasad. *Hospitality*. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/378901251_Hospitality (accessed: 02.04.2024). (In English).

5 Horb, Kostiantyn & Korneyev, Maxim & Kucher, Marharyta. (2024) *Hospitality in the hotel, restaurant and tourism business: general basis of research and features of the training of specialists*. Scientific opinion:

Economics and Management. URL: <https://www.researchgate.net/publication/379126146> (accessed: 06.11.2024). (In English).

6 Yikilmaz, İbrahim & Palabıyık, Nida. (2023) Job Insecurity in Hospitality Sector: A Focused Review of The Research Literature // EGE 10th International conference on social sciences. . URL: https://www.researchgate.net/publication/377577132_Job_Insecurity_in_Hospitality_Sector_A_Focused_Review_of_The_Research_Literature (accessed: 02.04.2024). (In English).

7 UNWTO // COVID-19: UNWTO Calls on tourism to be Part of recovery Plans. 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans> (accessed: 02.04.2024). (In English).

8 Lew A. (2020) How to create a better post-COVID-19 // World. Medium 16. March. URL: <https://medium.com/new-earth-consciousness/creating-a-better-post-covid-19-world-36b2b3e8a7ae> (accessed: 04.04.2024). (In English).

9 Muñoz-Torres M.J., Fernández-Izquierdo A. (2018) An assessment tool to integrate sustainability principles into the global supply chain // Sustainability, no. 10(2), p. 535. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/535> (accessed: 12.04.2024). (In English).

10 Marrewijk M. (2003) Concepts and Definitions of CSR and Corporate // Sustainability: Between Agency and Communion. Journal of Business Ethics, no. 44, pp. 95–105. URL: https://www.researchgate.net/publication/226846604_Concepts_and_Definitions_of_CSR_and_Corporate_Sustainability_Between_Agency_and_Communion (accessed: 12.04.2024). (In English).

11 Santos, Méxas, Meiriño (2017) Sustainability and hotel business: criteria for holistic, integrated and participative development, Journal of Cleaner Production. Vol. 142. Part 1. P. 217–224. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616303742?via%3Dihub> (accessed: 01.04.2024). (In English).

12 Turizm Kazahstana za 2017–2021 gg. BNS ASPR RK. Astana, 2022. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (ötinish berilgen kyn: 12.03.2024). (In Russian).

13 Kyule. (2022) Influence of Hotel Ambience and Performance of Hotels in Uganda // A Critical Literature Review. Vol. 1. Issue 1. P. 40–53. URL: <https://www.carijournals.org/journals/index.php/JMH/article/view/1096/1320> (accessed: 12.04.2024). (In English).

14 Filippovskij E.E., Shmarova L.V. (2003) Jekonomika i organizacija gostinichnogo hozjajstva. M.: Finansy i statistika, 176 p. (In Russian).

15 Gabdukaeva L.Z., Reshetnik O.A. (2018) Kontrol' kachestva i sertifikacija uslug predpriyatij obshhestvennogo pitanija: uchebnoe posobie. Kazan': Izd-vo KNITU, 184 p. (In Russian).

16 Smirnov Je.A. (2001) Upravlenie kachestvom reklamy: uchebnoe posobie. M.: RIP-holding, 263 p.

17 Kobjak M.V., Skobkin S.S. (2008) Upravlenie kachestvom v gostinice: ucheb. posobie. M.: Magistra, 511 p. (In Russian).

18 Zakon Respubliki Kazahstan ot 16 ijulja 1999 g. No. 434-1 «O sertifikacii» (s izmenenijami). URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=3113806 (data obrashhenija: 21.11.2024). (In Russian).

19 Zakon RK ot 30 dekabnja 2020 goda No. 396-VI «O tehničeskom regulirovanii» (s izmenenijami po sostojaniju na 08.06.2024). URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2000000396/z20_396.htm (data obrashhenija: 21.11.2024). (In Russian).

20 Kasatel'no ukazanija v sertifikate sootvetstvija ili deklaracii o sootvetstvii neskol'kih shem sertifikacii ili deklarirovanija // Pis'mo Komiteta tehničeskogo regulirovanija i metrologii Ministerstva trgovli i integracii Respubliki Kazahstan ot 2 ijunja 2023 goda No. ZhT-2023-00890261. URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37800911 (data obrashhenija: 12.11.2024). (In Russian).

21 Ob utverzhdenii Pravil ocenki sootvetstvija / Prikaz i.o. Ministra trgovli i integracii Respubliki Kazahstan ot 29 ijunja 2021 goda No. 433-NK, No. 23364. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2100023364/history> (data obrashhenija: 11.06.2024). (In Russian).

22 Oficial'nyj sajt Mezhdunarodnoj organizacii po standartizacii (ISO). URL: <https://www.iso.org/ru/standard/81230.html> (accessed: 11.06.2024). (In Russian).

23 Titova A. (2024) Okolo chetyreh mlrd tenge potratjat na obuchenie gostepriimstvu v Kazahstane. URL: <https://pres.s.kz/novosti/okolo-chetireh-mlrd-tenge-potratyat-na-obuchenie-gostepriimstvu-vkazahstane> (data obrashhenija: 07.06.2024). (In Russian).

24 Smirnova A. (2024) 25 gostinic Kazahstana imejut «pjat' zvezd». – . URL: <http://surl.li/ulfsp> (data obrashhenija: 11.06.2024). (In Russian).

25 Kazahstanskim gostinicom ne hvataet zvjozd. 2023. URL: https://forbes.kz/articles/kazahstanskim_gostinitsam_ne_hvataet_zvezd (data obrashhenija: 11.06.2024). (In Russian).

РАХИМБЕКОВА Ж.С.,*¹

к.э.н., ассоциированный профессор.
*e-mail: zh.rahimbekova@almu.edu.kz
ORCID ID: 0000-0002-5726-1426

КЛИМОВА Т.Б.,²

к.э.н., доцент.
e-mail: tklimova@bsu.edu.ru
ORCID ID: 0000-0001-6329-8404

¹Алматы менеджмент университет,
г. Алматы, Казахстан

²Белгородский государственный
национальный исследовательский университет,
г. Белгород, Россия

СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ИХ УСТОЙЧИВОСТЬ

Аннотация

Важным направлением для страны является продвижение туристской дестинации на мировой арене, где цель – повышение привлекательности, доступности, прозрачности, безопасности и создание благоприятных условий для иностранных гостей и внутренних туристов. Одним из перспективных шагов является внимание к сертификации отелей, которая позволит предприятиям обеспечивать здоровую конкуренцию в области политики качества гостиничных услуг. Цель исследования – провести диагностику удовлетворенности гостей полученным качеством услуг в отелях, их соответствия ожидаемому качеству и предложить практические рекомендации для повышения его уровня в отелях страны, усилить привлекательность гостеприимства на уровне повышения устойчивости предприятий (ESG) посредством сертификации гостиничных предприятий. В Казахстане специфика гостеприимства является недостаточно изученной, малопривлекательной как для РГП, так и для МСБ вследствие затратности и отсутствия необходимости, однако требуется поиск новых эффективных решений, особенно для удовлетворения высоких потребностей клиентов. Данное исследование построено на поиске идеи, позволяющей подчеркнуть практическую значимость сертификации, ее ценность, включает методы исследования: литературный обзор, статистический метод, анкетирование гостей, основанное на их мнениях (приняли участие 111 респондентов). На основе результатов анализа сформулированы практические рекомендации, которые позволят учитывать соблюдение принципов устойчивости, сохранения ресурсов, откроют новые возможности для развития прозрачности в индустрии.

Ключевые слова: гостиничные предприятия, гостеприимство, сертификация, устойчивость, удовлетворенность потребителей, классификация отелей, гость, услуги.

RAHIMBEKOVA ZH.S.,*¹

PhD, associate professor.
*e-mail: zh.rahimbekova@almu.edu.kz
ORCID ID: 0000-0002-5726-1426

KLIMOVA T.B.,²

PhD, associate professor.
e-mail: tklimova@bsu.edu.ru
ORCID ID: 0000-0001-6329-8404

¹Almaty Management University,
Almaty, Kazakhstan

²Belgorod State National Research University,
Belgorod, Russia

CERTIFICATION OF HOTEL ENTERPRISES AS A FACTOR INFLUENCING THEIR SUSTAINABILITY

Abstract

An important area for the country is the promotion of a tourist destination on the world stage, where the goal is to increase attractiveness, accessibility, transparency, safety and create favorable conditions for foreign guests

and domestic tourists. One of the perspective steps is attention to the certification of hotels, which will allow enterprises to ensure healthy competition in the field of hotel services quality policy. The purpose of the study is to conduct a diagnosis of guest satisfaction with the received quality of services in hotels, their compliance with the expected quality and offer practical recommendations to improve its level in hotels in the country, to strengthen the attractiveness of hospitality by increasing the sustainability of enterprises (ESG) through certification of hotel enterprises. In Kazakhstan, the specifics of hospitality are under-researched, unattractive for both RGPs and SMEs due to cost and lack of necessity, but new effective solutions are needed, especially to meet the needs of modern guests, and the latter are changing a lot. This study was based on the search for an idea that allows emphasizing the practical significance of certification, its value, included research methods: literature review, statistical method, questionnaire among guests based on their real opinions, a total of 111 respondents took part. Using the results of the analysis, practical recommendations are formulated that will allow to take into account compliance with the principles of sustainability, conservation of resources and ecology, and open new opportunities for the development of transparency in the industry.

Key words: hotel enterprises, hospitality, certification, sustainability, customer satisfaction, hotel classification, guest, services.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 05.01.2025