

2 Соловьева Г.Г. Казахстанская семья как базовая ценность общества: состояние и тенденции развития, Философия, саясаттану және дінтану ин-ты, ҚР Білім және Ғылым министрлігі, Ғылым комитеті. – Алматы, 2013. – 195 б.

3 Джаманкулова Н.Т. К некоторым вопросам семейной жизни // Қазақстанның ғылыми әлемі = Научный мир Казахстана. – 2013. – №3-6. – С. 155-159.

4 Ивченкова Н.П. Ефимова А.В., Аккузина О.П. Установки подростков по отношению к началу половой жизни // Вопросы психологии. – 2001 г. – №3. – С. 49-57.

5 Мещерякова С.Ю. Психологическая готовность к материнству // Вопросы психологии. – 2000. – №5. – С. 18-27.

6 Овчарова Р.В. Психология родительства. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – С. 107-114.

*Материал поступил в редакцию: 30.05.2019*

**САРКИСЯН, Л.В., ЖУБИКЕНОВА, Р.К.**

#### **ЖАСТАРДЫҢ НЕКЕГЕ ТҰРУЫНА ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ДАЙЫНДЫҒЫН ЗЕРТТЕУ**

*Мақалада жастардың некеге тұруға психологиялық дайындығын эмпирикалық зерттеудің нәтижелері келтірілген. Заманауи ғылыми психологиялық әдебиеттерді талдау негізінде некеге тұруға психологиялық дайындықтың негізгі компоненттері анықталды және сипатталды. Эмпирикалық зерттеулер барысында анықталған некеге тұруға арналған психологиялық дайындық деңгейлерінің толық сипаттамасы келтірілген, некеге психологиялық дайындық компоненттерін қалыптастыру және құрылымдық ерекшеліктері негізделген.*

***Кілт сөздер:** психологиялық дайындығы, отбасы, құндылық бағдарлары, некеге ынталандыру, некедегі иерархия.*

**SARKISYAN, L.V., ZHUBIKENOVA, R.K.**

#### **RESEARCH OF PSYCHOLOGICAL READINESS OF YOUTH TO MARRIAGE**

*The article presents the results of an empirical study of the psychological readiness of young people to marry. Based on the analysis of modern scientific psychological literature, the main components of psychological readiness for marriage are identified and described. A complete substantive description of the levels of psychological readiness for marriage identified in the course of empirical research is given, the features of the formation and structural organization of the components of psychological readiness for marriage are justified.*

***Key words:** psychological readiness, family, value orientations, marriage motivation, matrimonial hierarchy.*

**УДК 379.832**

**Гурская, И.Ф.**

*магистр туризма,*

*старший преподаватель кафедры ТуПФКСиТ*

**Туекпаева, Л.Б.**

*студентка 4 курса специальности*

*«5В090200 – Туризм»,*

*КГПУ им. У. Султангазина,*

*Костанай, Казахстан*

### **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ФОРМ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ**

#### **Аннотация**

*В статье представлены тенденции развития гостиничного бизнеса на территории с низким уровнем туристской привлекательности. Рассмотрены главные проблемы развития, описано современное состояние*

*гостиничного бизнеса в Костанайской области. Одним из способов решения проблемы развития гостиниц экономкласса в городе Костанай представлено через обоснование проекта создания хостела. Хостел представляет малую форму бизнеса, услуги данного типа размещения предназначены для целевого рынка гостиничных услуг с небольшим бюджетом потребителя.*

***Ключевые слова:** тенденции, малые формы гостиничного бизнеса, низкая туристская привлекательность, гостиничный бизнес Костанайской области, хостел.*

## 1 Введение

Гостиничный бизнес, как указывают С. Медлик и Х. Инграм, является составной и основополагающей частью индустрии туризма и одним из важных элементов сферы услуг, выполняющим функции по обеспечению граждан страны и иностранных гостей жильем, питанием, а также дополнительными услугами во время путешествия [1].

В научных исследованиях Романюка В.В. [2] и Федорова Р.Г. [3] выявлены такие основные проблемы гостиничного сектора территорий с низким уровнем туристской привлекательности:

- несбалансированность предложения и недостаточное количество гостиниц экономкласса с качественными услугами;
- низкий уровень сервиса;
- неразвитость материально-технической базы инфраструктуры;
- слабый уровень подготовки кадров;
- неразвитость маркетинговых служб в гостиничных предприятиях;
- низкий спрос на гостиницы;
- низкий уровень профессионализма в гостиничном бизнесе, несоответствие качества и уровня обслуживания ценам на предоставляемые услуги;
- в связи с высокой ценой на гостиничные места низкая заполняемость гостиниц;
- наличие нелегальных мест размещения (квартиры посуточно);
- размещение у родственников и друзей;
- отсутствие финансовых ресурсов для оперативного решения проблем качества, имиджа и создания дополнительных услуг.

Для достижения оптимальных цен на гостиничные услуги, и в тоже время для повышения конкурентоспособности во многих странах использовался опыт успешного гостиничного бизнеса с применением малых форм предпринимательства и развития гостиниц экономкласса.

Малый бизнес – это совокупность малых и средних предприятий, ограниченная определенными правовыми нормами. Малый бизнес – это сектор экономики, включающий в себя индивидуальное предпринимательство и небольшие частные предприятия.

В целях отнесения субъекта предпринимательства к субъекту малого предпринимательства среднегодовая численность работников субъектов предпринимательства определяется с учетом всех работников, в том числе работающих по индивидуальному трудовому договору, работников филиалов, представительств и других обособленных подразделений данного субъекта.

В Предпринимательском кодексе Республики Казахстан дается такое определение малого предпринимательства [4]:

Субъектами малого предпринимательства являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица и юридические лица, осуществляющие предпринимательство, со среднегодовой численностью работников не более ста человек и среднегодовым доходом не свыше трехсоттысячекратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете.

Субъекты малого предпринимательства, осуществляющие несколько видов деятельности, относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота.

## **2 Материалы и методы**

Для выявления тенденций развития гостиничного бизнеса были изучены литературные источники и научные статьи отечественных и зарубежных авторов: Ильясовой М.К., Ибраимовой С.И., Тлекбаевой А., Кальпебаевой А., Рахимбековой Ж.С., Романюка В.В., Федорова Р.Г., Metelka С. J., Medlik S., Ingram H.

Проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в Казахстане нашли свое отражение в Послании Первого Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана», Концепция развития туризма в Республике Казахстан.

Материалами для исследования также явились официальные сайты госучреждений и гостиничных предприятий Казахстана. Нами были рассмотрены 75 сайтов гостиничных предприятий, сайт акимата Костанайской области, сайт управления статистики.

В работе были использованы следующие методы исследования: анализ научной литературы по изучаемой проблеме; опрос, анкетирование, анализ статистических данных, моделирование/проектирование (стартап проект хостела).

## **3, 4 Результаты и обсуждение**

Мы рассмотрели современное состояние гостиничного бизнеса в Казахстане.

Количество мест размещения, занимающихся размещением посетителей, составило 3 345 единиц (по показателям на 2018 год за период январь–сентябрь), при этом единовременная вместимость составляет 167 106 койко-места (по показателям на 2018 год за период январь–сентябрь). Однако, что касается спроса, средний показатель заполняемости мест размещения составил лишь 22,8% (по показателям на 2018 год за период январь–сентябрь). За 2018 год предприятиями, оказывающими услуги по размещению туристов обслужено 4 262 963 человек и оказано услуг на сумму 78938789,7 млн. тенге.

Наибольшее количество действующих предприятий, оказывающих услуги по временному проживанию путешественников расположены в городах и находятся в частной собственности. 93,11 процента всех организаций туристского рынка представлены малыми предприятиями (численность работающих в них до 100 человек). Средние предприятия с численностью персонала до 250 человек составляют 4,23 процента, а крупные – 2,65 процента.

Среди «звездных» гостиничных предприятий преобладают те, которые относятся к категории «три звезды». Основная масса туристов предпочитает останавливаться в гостиницах «без категории» (1 665 553 человек в 2015 году, что составляет 43,73%), другие средства размещения, в основном квартиры, сдаваемые в аренду (555739 человек или 14,59%), и трехзвездочные гостиницы (552834 человека или 14,62%).

Наблюдается большая неравномерность по распределению сертифицированных средств размещения по регионам.

Основная часть категорийных гостиничных предприятий расположена в городах Алматы (42,96% от общего числа всех средств размещения) и Астана (32,5% от общего числа всех средств размещения), Атырауской области (35,38% от общего числа всех средств размещения). По заполняемости койко-мест лидируют Западно-Казахстанская, Атырауская области, город Алматы. По предоставленным койко-суткам – города Алматы, Астана, Восточно-Казахстанская область.

Основываясь на результатах исследований, опубликованных в концепции туристской отрасли Республике Казахстан до 2023 года [5] и анализе статистических данных комитета по статистике [6], мы выяснили, что самыми популярными туристскими регионами являются области: Акмолинская, Алматинская, Восточно-Казахстанская, Карагандинская, Туркестанская и Мангыстауская.

Таким образом, Актюбинская, Жамбылская, Костанайская, Северо-Казахстанская, Кызылординская, Карагандинская, Павлодарская и Атырауская области не входят в программу развития туристской отрасли и являются территорией с низкой туристской привлекательностью.

По статистическим данным комитета по статистике мы выявили, что с 2003 года по 2006 год наблюдалась стабильность роста гостиничных предприятий, с 2007 по 2018 год идет активизация и наблюдается интенсивный рост гостиничных предприятий на территориях с низким уровнем туристской привлекательности. В Костанайской области в период с 2005 на 2006 года, количество гостиниц увеличилось в 3 раза (с 10 до 32 мест размещения), а к 2018 году количество средств размещения составило 134. Количественный рост гостиничных предприятий отражен на рисунке 1.

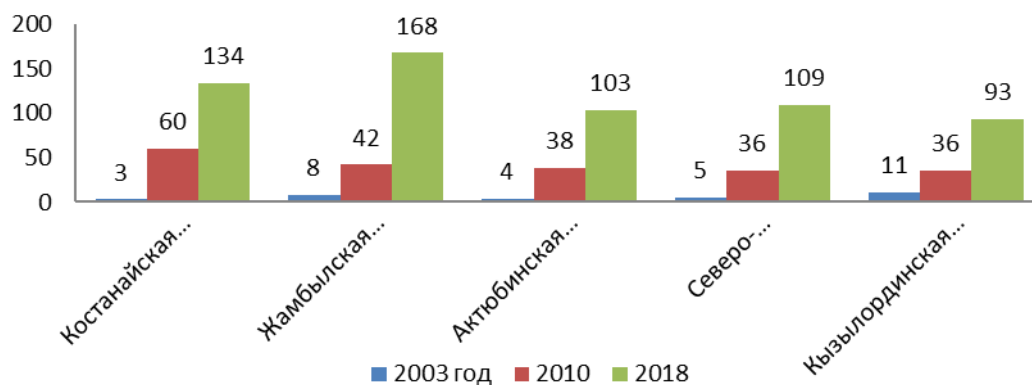


Рисунок 1 – Рост средств размещения на территориях с низким уровнем туристской привлекательности в Казахстане [6]

В результате анализа данных о средствах размещения в костанайской области мы выявили, что наблюдается тенденция роста такой формы бизнеса как ИП. В Костанайской области 55% мест размещения имеет форму организации ИП (Индивидуальный предприниматель) [7].

Ранее мы определили, что Костанайская область является территорией с низким уровнем туристской привлекательности по ряду критериев: Малый поток туристов; количество мест размещения; неразвитая туристская инфраструктура.

На данный момент в Костанайской области имеется 134 средств размещения и большинство из них имеет номерной фонд менее 50.

ТОО в основном имеет более крупный номерной фонд от 20–60 номеров. ИП – от 3–20 номеров. На официальном сайте акимата Костанайской области представлена информация о средствах размещения в городских и сельских населенных пунктах [7].

Анализ средств размещения в Костанайской области представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ средств размещения по Костанайской области за 2018 год

Территория	Количество мест размещения	Номерной фонд (Процент от общего количества)	Процент ИП (72) и ТОО (36) от общего количества
В городах (Костанай, Аркалык, Лисаковск, Рудный)	48 (44,8%)	От 3–20 номеров – 27 (56,25%) От 20–50 номеров – 15 (31,25%) От 50 и больше – 6 (12,5%)	ИП – 33 (68,7%) ТОО – 16 (33,3%)

Районы (Алтынсаринский район, Аулиекольский район, Денисовский район, Жангельдинский район, Денисовский район, Камыстинский район, Карабалыкский район, Карасуский район, Костанайский район, Мендыкаринский район, Наурзумский район, Сарыкольский район, Тарановский район, Узункольский район, Федоровский район)	59 (56,2%)	От 3–20 номеров – 49 (83%) От 20–50 номеров – 8 (13,6%) От 50 и больше – 2 (3,4%)	ИП – 50 (84,7%) ТОО – 9 (15,3%)
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------

В результате анализа данных таблицы 1, мы пришли к выводу:

- наблюдается развитие ИП и гостиниц с номерным фондом от 3–20 номеров;
- большинство ИП расположено в сельской местности, что в процентном соотношении от общего количества составляет в городах – 56,25%, в сельской местности – 83%;
- форма малого бизнеса ИП используется чаще, чем ТОО. ИП в городах – 33, что составляет 68,7%, ТОО – 16 (33,3%), в сельской местности – ИП – 50 (84,7%), ТОО – (15,3%).

Также по Костанайской области на данный момент существуют 17 ресторано-гостиничных комплексов, примерно такая же ситуация наблюдается и на других территориях с низким уровнем туристской привлекательности. Большинство таких комплексов расположено в областном центре и потребителем услуг данных предприятий являются жители региона.

Особенностью данных предприятий является то, что в них предоставляются равнозначные услуги: питание, организация досуга и размещение. Так, например, следуя традициям и менталитету нашей области, в гостинично-ресторанных комплексах проводятся мероприятия по торжественным поводам (свадьбы, юбилеи и т.д.), которое предполагает большое количество гостей, приезжающих из других населенных пунктов.

Обычно в таких комплексах ресторан имеет от 100 до 300 посадочных мест, гостиница имеет от 5 до 20 номеров (от 20 до 60 койко-мест).

В интервью с администрацией гостиничных комплексов (Гостиница «Рабат» ИП «Несембаева М.Б.», Гостиница «Лагуна» ИП «Ельчищев С.М.», Гостиница «SattiSatты» ИП «Ибраев А.А.», база отдыха «Белая юрта», гостиница «Золотой фазан» ИП «Шнайдер Г.Б.») мы выяснили, что они ориентированы на гостей, приезжающих на семейные торжества.

В результате исследования и анализа опроса, статистических данных, информации официальных сайтов мы выделили основных потребителей малых гостиниц:

- местные жители (с ограниченными финансовыми возможностями);
- командированные и бизнесмены;
- молодежь, студенты, школьники, участники соревнований, фестивалей, олимпиад;
- жители других городов и районов, приезжающие с целью посещения родственников, различных семейных мероприятий.

На территории Костанайской области большинство гостиниц имеет номерной фонд от 8 до 50 номеров, т.е. являются малыми гостиницами, и как правило, относятся к малым формам бизнеса.

В результате проведенного телефонного опроса менеджеров гостиниц и интервью с директором регионального центра физической культуры Костанайской области Бимурзиным К.В. показал, что есть проблемы в размещении молодежи, участников региональных и областных соревнований, конкурсов, олимпиад. В ходе интервью мы выявили, что размеща-

ются в основном в частных квартирах, в гостиницах с номерами экономкласса. Однако есть ряд проблем для размещения участников:

- обеспечение безопасности в частных квартирах;
- нехватка доступных мест размещения в гостиницах для всех участников;
- высокая цена гостиничных услуг для школьников и молодежи.

Одним из решений этих проблем мы видим в открытии хостела для участников с приемлемой для них ценой. Хостел является экономичным средством размещения.

Актуальностью создания хостела является потребность наших потенциальных клиентов, т.е. молодежи, студентов, школьников участников районных и городских соревнований и олимпиад в размещении. В городе Костанай проводятся большое количество конкурсов, олимпиад и соревнований среди учащейся молодежи, что отражено в календарных планах мероприятий государственных учреждений образования, спорта, туризма и культуры.

Хостел имеет такие преимущества:

- безопасность (в отличие от квартир, сдаваемых в аренду посуточно, имеется пожарная безопасность и охрана);
- приемлемая цена, хостел является экономичным вариантом размещения;
- наличие кухонной зоны;
- чистота.

## **5 Выводы**

В ходе нашего исследования были выявлены тенденции гостиничного бизнеса в Костанайской области которая является территорией с низким уровнем туристской привлекательности:

- стабильное развитие малого гостиничного бизнеса в форме ИП (Индивидуального предпринимательства);
- наступательное развитие ресторано-гостиничных комплексов, услуга размещения которых направлена на целевой сегмент внутреннего рынка гостиничных услуг: жители Костанайской области, гости-участники семейных торжественных мероприятий;
- рост востребованности в услугах гостиниц экономкласса.

## **Список литературы**

- 1 С. Медлик, Х. Инграм. Гостиничный бизнес: учебник для вузов. Пер. с англ. А. В. Павлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 224 с.
- 2 Романюк В.В. экономические науки // Состояние и проблемы развития гостиничного бизнеса города Астана. – 2016.
- 3 Федоров Р.Г. Современные тенденции развития малых форм гостиничного бизнеса экономкласса на территориях с низким уровнем туристской привлекательности // Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм). – 2013.
- 4 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года №375-V ЗРК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>.
- 5 Концепция развития туризма в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000406>.
- 6 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stat.gov.kz/>.
- 7 Официальный интернет-ресурс Акимата Костанайской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kostanay.gov.kz/kostanayskaya-oblast/informatsiya-dlya-gostey/gostinitsy/hotels.pdf>.

*Материал поступил в редакцию 06.05.2019*

**ГУРСКАЯ, И.Ф. ТУЕКПАЕВА, Л.Б.**

**ҚОСТАНАЙ ОБЛЫСЫНДА ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНІҢ ШАҒЫН НЫСАНДАРЫНЫҢ ДАМУ ҮРДІСТЕРІ**

*Мақалада туристік тартымдылық деңгейі төмен аумақта қонақ үй бизнесінің даму тенденциялары берілген. Дамудың басты мәселелері қарастырылды, Қостанай облысындағы қонақ үй*

бизнесінің қазіргі жағдайы сипатталды. Қостанай қаласында эконом кластағы қонақ үйлерді дамыту проблемасын шешу тәсілдерінің бірі хостел құру жобасын негіздеу арқылы ұсынылған. Хостел бизнестің шағын нысанын ұсынады, орналастырудың осы түріндегі қызметтер тұтынушының шағын бюджеті бар қонақ үй қызметтерінің мақсатты нарығына арналған.

**Кілт сөздер:** үрдістер, қонақ үй бизнесінің шағын нысандары, туристік тартымдылықтың төмендігі, Қостанай облысының қонақ үй бизнесі, хостел.

GURSKAYA, I.F. TUEKPAEVA, L.B.

#### THE TRENDS OF DEVELOPMENT OF SMALL FORMS OF HOTEL BUSINESS IN THE KOSTANAY REGION

*The article presents the development trends of the hotel business in the territory with a low level of tourist attractiveness. The main problems of development are considered, the current state of the hotel business in the Kostanay region is described. One of the ways to solve the problem of development of economy-class hotels in the city of Kostanay is the rationale of the project to create a hostel. The hostel will represent a small form of business, the services of this type of accommodation are designed for the target market of hotel services with a small consumer budget.*

**Key words:** trends, small forms of hotel business, low tourist attractiveness, hotel business of Kostanay region, hostel.

УДК 796.91

**Тихонова, О.А.**

студентка 4 курса специальности  
«5В010800 – Физическая культура и спорт»,

**Ковш, Н.А.**

старший преподаватель кафедры ТуПФКСиТ

**Бекмухамбетова, Л.С.**

магистр экономических наук,

преподаватель кафедры ТуПФКСиТ,

КГПУ им.У. Султангазина,

Костанай, Казахстан

#### ОСОБЕННОСТИ ДОЗИРОВАНИЯ НАГРУЗКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПЕРИОДА ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА В ШОРТ ТРЕКЕ У СПОРТСМЕНОВ ВЫСОКОЙ КВАЛИФИКАЦИИ

##### Аннотация

*В статье представлена разработка экспериментального варианта дозирования нагрузки в макроцикле у шорт трекистов высокой квалификации, обеспечивающий развитие специальных физических качеств с акцентом на скоростно-силовые способности, улучшение функциональных показателей и результативность выступлений шорт трекистов на мировых стартах.*

**Ключевые слова:** шорт трек, спортивная подготовка, спортивная тренировка, макроцикл, спортсмен высокой квалификации.

##### 1 Введение

Шорт трек – это индивидуальный или командный забег, разновидность конькобежного спорта. Соревнования в этом виде спорта отличаются высокой эмоциональностью и зрелищностью, быстрой сменой ситуации, острой борьбой и захватывающим финишированием. Этим объясняется всевозрастающая популярность шорт трека в мире. Тренировки и соревнования по шорт треку проводятся на дорожке, размеченной внутри хоккейного корта, а наличие хоккейных площадок во многих странах мира предопределило его широкую