



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

оған асығушылық пен қаталдығыңызды көрсетпеңіз. Егер клиент ештеңе сатып алмаса, фирманың қызметкерлері оған потенциалды тұтынушы ретінде қарап, келешекте қайта фирмаға келуге шақыру қажет.

Қорыта айтқанда, сервистік қызмет көрсетудің маңызын түсіне келе, әр мемлекетте және Қазақстанда да көп кәсіпорындар сервистік қызметті дамытуға ат салысуда. Ірі өндіруші компаниялар оған қоса өз фирмалық сервистік орталықтарын ашуды көбейтіп отыр. Яғни тұтынушылардың сенімін ақтау үшін, оларды әрдайым арнайы шаралармен қызықтыру үшін және жалпы фирманың басқаларға қарағанда ерекшелігін көрсету үшін қызмет көрсетудің оңтайлы және тиімді жақтарын ойластырады. Осыдан байқайтынымыз, Қазақстан үшін де, халқы үшін де сервистік қызмет көрсетудің мәні жылдан-жылға өсіп келеді.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. http://kazatu.kz/science/sf9_ekonom_136.pdf
2. www.bauka.kz/.../920-2010-05-13-11-2...
3. <http://malimetter.kz/servistik-kyzmet-korsetu-sapasy/>
4. Барлықов Е.К., Онаева Б.Т. Сервистік қызмет: оқу құралы // Алматы, Экономика. 2013 ж., 226 бет.
5. Жолдасбеков А.А., Арапова Г.М. Әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету менеджменті. Шымкент, 2011. -165 бет.
6. <http://stud24.ru/turism/servis-yzmetn-mdeniet-zhne-ony/131196-384914-page3.html>
<http://freepapers.ru/68/servistk-yzmet/267099.1755666.list11.html>

ӘОЖ № 332.1:330.34.014.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІН ДАМУ ЖОЛДАРЫ

Амангелдинов Еламан

amangeldinov@mail.ru

Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ туризм кафедрасының оқытушысы, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Б. Шарапаева

Қазақстан Республикасында туризмді дамытуға байланысты түрлі шаралар қолданылуда. Солардың бірі «Туристтік саланы дамытуға бағытталған 2020 концепциясы». Қонақ үй бизнесі туризммен тығыз байланыста болғандықтан, қонақ үй бизнесін дамытуда қолға алынған.

Маңыздылығы: Қазақстан Республикасының қонақ үй бизнесін сараптау және шет ел тәжірибесіне сүйене отырып, Қазақстан Республикасының қонақ үй бизнесінің даму жолдарын іздеу.

Өзектілігі: Қонақ үй бизнесі өте тиімді, әрі көп кіріс, пайда алып келетін бизнес болып есептеледі, сонымен қатар, келушілердің, яғни туристердің мемлекет, қала туралы әсері де дәл осы қонақ үй туралы әсерінен басталады. Нәтижесінде, жалпы мемлекет «қонақжайлылығына» баға беріледі.

Осы жұмыс шегінде біз келесідей міндеттерді орындаймыз:

- Қазақстан Республикасының қонақ үй шаруашылығын сараптау;
- Әлемдегі қонақ үйлердің тәжірибесін қарау;
- Қазақстан Республикасының қонақ үй бизнесінің даму бағыттарын қарастыру.

Қонақүй бизнесі экономиканың ерекше облысының бірі деп мойындасақ, мемлекет қонақүй қызметке көмектеседі, оның ерекше бағыттарын анықтайды және қолдайды, жалпы туризм индустриясының дамуы үшін жағымды жағдай жасайды.

Әлемдік экономикалық жүйеге Қазақстанның шаруашылығының интеграция стратегиясын анықтағанда, туризм үшін Қазақстанның қолайлы имиджі бар ел ретінде көрінісін қалыптастырады, халықаралық деңгейде туристік ұйымдар мен қазақстандық

туристерді қорғау мен қолдауды жүзеге асырады.[1]

Қорыта келгенде, мұндай жағдайды жасағаннан кейін қонақүйдің кәсіпкерлік қызметі дамиды, сонда да, мұндай нормативтік-құқықтық актілердің молдығы құқықтық нормаларда бағдарлау қиындықтарын тудырады.

Моральді ескірген заңдарды сақтау және жаңалармен олардың ұстанымдарын қайталау – құқықтық анықтамаларды «еркін» түсіндіруіне, бюрократиялық ірқушілікке жағдай жасайтын нормативті қоспа пайда болады, және жалпы қонақүй қызметі кәсіпкерлік ортаның қалыптасуы бойынша заңнамалық шараларды жүзеге асыру үдерісін тоқтатады.

Кесте-1. Орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген кіру келушілері (резидент еместер) [2]

	2010 жылға	2011 жылға	2012 жылға	2013 жылға
Қазақстан Республикасы	594 161	584 303	519 222	586 038
Ақмола	3 043	2 850	3 616	9 260
Ақтөбе	8 633	8 979	9 327	8 520
Алматы	858	1 013	1 342	1 065
Атырау	226 332	138 713	110 362	122 074
Батыс Қазақстан	15 743	11 491	7 698	13 241
Жамбыл	1 581	2 052	1 155	1 290
Қарағанды	13 866	15 319	13 691	15 918
Қостанай	4 454	5 358	5 947	6 820
Қызылорда	1 685	1 576	1 450	1 262
Маңғыстау	48 855	43 833	32 835	29 162
Оңтүстік Қазақстан	7 700	7 160	8 012	14 638
Павлодар	2 552	3 482	8 082	7 835
Солтүстік Қазақстан	3 031	3 686	3 982	3 145
Шығыс Қазақстан	15 892	19 588	18 317	18 846
Астана қаласы	95 922	119 734	103 305	109 952
Алматы қаласы	144 014	199 469	190 101	223 010

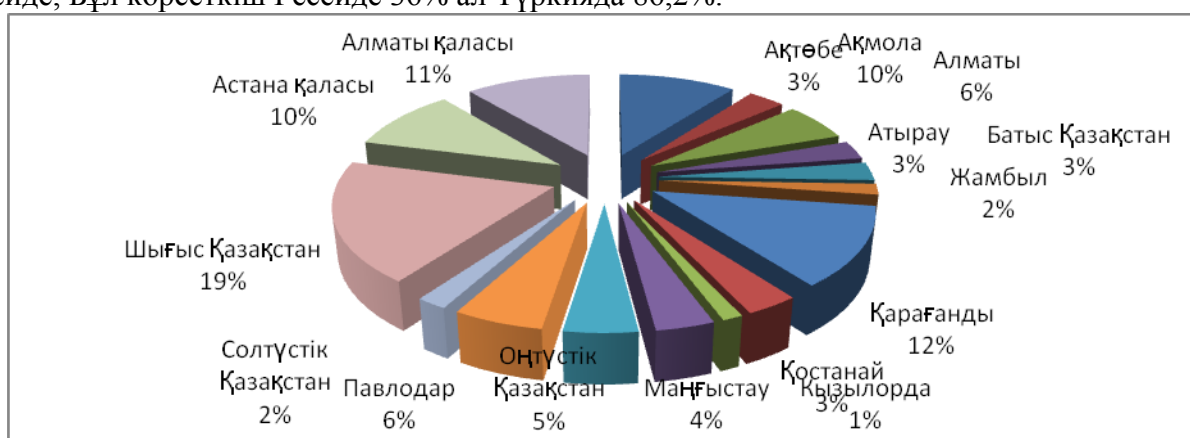
Кестеге назар салсақ, Қазақстан Республикасына келген басқа ел азаматтарының саны әр жылы әр түрлі бірақ салыстырмалы түрде бір деңгейде болғанын көре аламыз. Шетел меймандарының орналасуының негізгі аймақтары ретінде Астана, Алматы қалалары, Атырау, Маңғыстау облыстары екенін көре аламыз. Яғни бұл аймақтар «іскерлік қалалар» деп айтуға болады, себебі қазіргі кезде Қазақстанға келушілердің негізгі лебі діл осы іскерлік мақсатта келеді. 2011 жылы Астана және Алматы қалаларына орналасушылар саны күрт артқан бұл сол жылы өткен Қысқы Азия ойындары себеп. Қазіргі кезге дейін ең жоғарғы көрсеткіш 2010 жылы байқалған – 594161 келуші.

Кесте-2. Орналастыру орындарының толтырылымдылығы (төсек-тәулік), %

	2013 жыл
Қазақстан Республикасы	21,4
Ақмола	21,8
Ақтөбе	20,4
Алматы	13,6
Атырау	52,6
Батыс Қазақстан	23,3
Жамбыл	28,6

Қарағанды	12,2
Қостанай	23,8
Қызылорда	21,9
Маңғыстау	35,1
Оңтүстік Қазақстан	17,2
Павлодар	14,5
Солтүстік Қазақстан	14,6
Шығыс Қазақстан	14,6
Астана қаласы	33,9
Алматы қаласы	27,4

Кестеде 2013 жылғы жалпы толтырымдылық көрсетілген. Пайыздық өлшемде ең толтырымды облыс – Атырау болып табылады (52,6%). Сонымен қатар, Маңғыстау облысы және Астана қалаларында да салыстырмалы түрде жоғары деңгейді көрсеткен (тиісінше, 35,1% және 33,9%). Жалпы, Қазақстандағы толтырымдылық салыстырмалы түрде төмен деңгейде, Бұл көрсеткіш Ресейде 36% ал Түркияда 86,2%.



Сурет-1. Орналастыру орындарының бір уақыттағы тортырымдылығы.

Суретке назар аударсақ, Бір уақыттағы тортырымдық бойынша алдағы орында Шығыс Қазақстан болып табылады. Оның негізгі себебі Шығыс Қазақстандағы туристік потенциалдың жоғары деңгейдігімен байланысты, яғни Шығыста орналасқан Алакөл, Сібі, Бұқтырма, Катон-Қарағай курорттық аймақтары көп туристерді қабылдайды және орналастырады.

Қорыта келгенде, біздің айтатынымыз қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы қонақ үй бизнесінің даму деңгейі жоғары деңгейде емес, бірақ ол әлі өзінің шарықтау шегіне жеткен жоқ, яғни болашағы алда. Оның дамуы туризмнің дамуымен тығыз байланыста. Ал туризм біздің болжауымызша 2017 жылдан кейін, яғни EXPO-2017 соң қарқынды түрде дамиды.

Қарап отырғанымыздай, жоғары деңгейдегі қызмет көрсету және осыған сай жоғары бағалар. Бұл қонақ үй желілер Қазақстанда ғана емес сонымен қатар басқа елдерде де танымал бренд болып табылады. Бірақ Түркия және басқа туристік дамыған елдерде бағалар басқа деңгейде және 30-40 % арзан болып келеді Мысалға Rixos Downtown Hotel Antalya біркүндік түнеу 200 \$ болады.[4]



Сурет-4. Rixos Downtown Hotel Antalya

Қазақстан қонақ үй желілері үшін өте тартымды мемлекет болып келеді. Өйткені алпауыт Four Seasons Hotels and Resorts атты компания өзінің қонақ үйлерінің бірін дәл осы Астана қаласында салмақшы. Бұл компанияның 47,5% атақты Билл Гейтске тиесілі.[5]

Менің ойымша, танымал шетел желілерін Қазақстанға өз қонақ үйлерін салдырғаннан гөрі, отандық компанияларды дамытып қонақ үй желісіне айналдырған жөн. Мысалы Алматы қаласындағы «Достық Плаза» сияқты қонақ үйді, қонақ үй желісіне айналдыру, яғни дәл сондай отельдерді Қазақстанның басқа жерлерінде салу. Нәтижесінде отандық желілер шетел желілерімен бәсекеге түседі, кейін бағалар арасындағы түсім байқалатын болады. Нәтижесіне «бір оқпен екі қоянды» ата аламыз. Біріншіден, отандық брендтің нарыққа шығуы, екіншіден бағалардың қолжетімді болуы.

Тағы бір дамыту жолы ретінде, қонақ үй бизнесіндегі бағалар сәйкестігін қамтамасыз ету. Нәтижесінде, бағалардың белгілі бір межеден аспауы. Бұл менің ойымша, бәсекелестіктің қарқындауына және қонақ үй нөмірлерінің қолжетімділігін қамтамасыз етуі тиіс.

Қорытындылай келе, қонақ үй шаруашылығы өте маңызды шаруашылық түрі болып саналады, және ол жоғарыда айтып өткендей туристік саламен тығыз байланысты. Ал туризм бұл ешқандай шикізатты қажет етпейтін, экологияға зиян көп келтірмейтін экономика саласы. Нәтижесінде, бұл жалпақ тілмен айтқанда «ауадан ақша жасау». Қонақүй бизнесі экономиканың ерекше облысының бірі деп мойындасақ, мемлекет қонақүй қызметке көмектеседі, оның ерекше бағыттарын анықтайды және қолдайды, жалпы туризм индустриясының дамуы үшін жағымды жағдай жасайды. Қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы қонақ үй бизнесінің даму деңгейі жоғары деңгейде емес, бірақ ол әлі өзінің шарықтау шегіне жеткен жоқ, яғни болашағы алда. Оның дамуы туризмнің дамуымен тығыз байланыста. Ал туризм біздің болжауымызша 2017 жылдан кейін, яғни ЕХРО-2017 соң қарқынды түрде дамиды. Бірақ 2017 жылға дейін Қазақстан үшін платцдарм орнату қажет, яғни жоғарғы деңгейдегі қонақ үйлер салынуы тиіс, себебі 3 миллион адамды күтіп алатындай қазіргі кезде Астана қаласының күші жоқ. Нәтижесінде жаңа қонақ үйлер салынуы тиіс. Жоғарыда көрсетілген дамыту жолдарын қолдана отырып Қазақстанның тек қонақ үй бизнесін ғана емес сонымен қатар жалпы туризмді дамытуға септігін тигізеді деген үміттемін.

1. Мазбаев О.Б., Омаров К. М. Қонақ үй шаруашылығы және туристік бизнес, Астана-2003ж.; 35-36 б

2. <http://www.stat.gov.kz/>
3. <http://www.astanahotels.kz/>
4. <http://www.tez-tour.com/>
5. <http://forbes.kz/>

УДК 388.479.1

ҚАЗАҚСТАН НАРЫҒЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Айдарова Индира Мұратқызы
indira.inna.indira@mail.ru

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ – түрік университеті,
Әлеуметтік ғылымдар факультеті, 5B090200- «Туризм» мамандығының I курс
студенті, Түркістан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Исаева А.М

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

Мейрамханалық бизнес тартымды әрі перспективті: мейрамхананың орны мен әзірлейтін тағамдарын дұрыс таңдау, атмосфера және білікті ұйымдастырылған қызмет көрсетунарықты тартуға мүмкіндік береді және жоғары пайда мен инвестицияларды қамтамасыз етеді. Мейрамханалар қоғамда маңызды роль атқарады. Мейрамханаларға «бару» маңызды әлеуметтік функция болып табылады. Адамдар тек тойынуға ғана емес, сонымен қатар бір бірімен қарым-қатынас орнатуға мұқтаж.

Мейрамханалық бизнес – арнайы орны бөлінген және негізгі гигиеналық, заң шығарушылық талаптарға жауап беретін, клиентті тамақ пен сусынмен қамтамасыз ететін қызмет көрсету түрінің ұйымдастырылуы. Мейрамхана клиентураға олардың гастрономиялық қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында тағамды өндіреді және ұсынады. Бұл қызмет түрінің экономикалық мақсаты – пайда алу.

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

Мейрамхана тұжырымдамасы мейрамхана орналасқан орынға және орналасу орны оның тұжырымдамасына сәйкес келуі қажет. Мейрамхананың орналасу орны оған келушілерге, яғни ұйғарымды нарыққа ұнауы керек. Әрине басқа факторлар да (тағам сапасы, ас мәзірі, қызмет көрсету, баға, атмосфера, менеджмент) өте маңызды (1-сурет) [1].