



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

ие бола алады. Аз ғана уақытқа болса да туристер үшін қонақ үй – ақылы өз үйі. Ал үйде адам өзін жақсы сезініп, көтеріңкі көңілде болып, оны әрқашан шын жүректен күтіп алатындығына, оның барлық сұраныс түрлерін қанағаттандыратындығына сенімді болуы шарт. Осындай жолмен ғана қонақ үйді туристердің екінші үйі ретінде, осы үйге қайта – қайта келу тілегін қалыптастыру керек. Қонақ үйдің негізгі мақсаты – туристер үшін сапалы да саналы қызмет көрсету, оларға барлық жағдайды жасау арқылы қонақ үй өзінің деңгейін әлемдік дәрежеде көтере алады. Елімізде қонақ үй шаруашылығы соңғы жылдары даму үстінде. Аса ірі қонақ үй кешендері салынып, жеке, кіші отельдер саны артып, ескі қонақ үйлер жүйесі жаңғыртылуда. Алайда отандық қонақ үй сервисі мен қызмет көрсету сапасы жоғарғы дәрежеде деп айтуға әлі ерте. Алдағы уақытта қонақ үй шаруашылығының дамуы туризмнің дамуымен тікелей байланысты.

Пайдаланылған әдебиеттер.

1. ГОСТ 50645-94 «Туристік-экскурсиялық қызмет көрсету. Қонақ үйлер классификациясы»
2. Браймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М. 1995 жылы
3. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. – М. 2003 жылы
4. ҚР Статистика агенттігінің ресми Интернет-ресурсы: www.stat.gov.kz
5. Қыдырбек-ұлы Д.А. Формирование и развитие индустрии туризма и гостеприимства в Республике Казахстан. 2014 жылы

ӘОЖ 338.46:64.024.3

ТАМАҚТАНДЫРУ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ ТҮРЛЕРІ, ОЛАРДЫ ДАМУ

Салимгереева Айнара Маратовна

ainara96@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, туризм кафедрасының 1-ші курс студенті, Тур-15

Ғылыми оқытушы – Рүстемова С.М.

«Егер сен қатты шөлдесең, құмыраның көлеміне де қарамайсың», - дейді шығыс даналығы. Шынында да адам мереке кезінде үстелге отырғанда, жан-жағының келісті, салтанатты болғанын, үстел әзірінің талғаммен жасалғанын, қызмет көрсетудің мінсіз болғанын қалайды. Себебі өте ерте заманнан мерекелік үстел адамзат мәртебесін көрсетудің бірден-бір көрсеткіші болып табылған.

Ас дайындау өнері барлық өнерлердің ішіндегі ең көнесі. Ол алғашқыда Азияда, кейін Греция арқылы Римге келген. Венеция республикасының гүлденуімен итальяндық ас үй кеңінен дами бастайды.

1533 жылы итальяндық ханшайым Екатерина Медичи Генрих II-ге тұрмысқа шығады және Италиядан Францияға өзімен бірге аспазшыларын да ала келеді. Француз королінің сарайында жаңа астың түр-түрі беріле бастайды және пышақ пен шанышқының көмегімен тамақ жеу дәстүрі пайда болады.

Француздықтар бұл жаңалықты тез меңгеріп алады, Людовик XIV тұсында француз ас үйі Еуропадағы ең таңдаулы ас үй болып есептелді. Көп уақыт бойы еуропаның көптеген елдерінің аспаздық өнері Францияның ықпалында болып келген [7].

Бүгінгі күні ас және мерекелік дастархан мәдениетінің жаңғыруы байқалады. Қазіргі талапқа сай ыдыстар, ас үй құралдары мен жаулықтары жетілдірілуде. Осыған орай қоғамдық орындардағы тамақтану кәсіпорындарының қызмет көрсету сапасына деген талап күшейтілген.

Тамақтану кәсіпорынның жұмыс мақсаты – тамақтағы адамның қажеттілігін қанағаттандыру. Тамақты қолдану процесі адамдармен қарым-қатынас, тәрбиелеу, ойын-

сауық процестерімен сәйкес келеді [9].

Қоғамдық орындардағы тамақтану адам өмірінде аса маңызды рөл атқарады. Қазіргі кезде жұмыс істейтін адамдар уақыттың тапшылығынан қоғамдық жерлерде тамақтануға мәжбүр екені белгілі. Сонымен қатар алып қалаларға іс-сапармен немесе туристік мақсатпен келген адамдарды қосыңыз. Осы жағдайда тамақтану кәсіпорындарының маңызы арта түспесе, кемімейді. Олар адамдарға қызмет көрсетудің түрлі формалары мен өнімдердің түр-түрін ұсынады.

Қоғамдық орындарда тамақтандыру кәсіпорындарының бес түрін көрсетуге болады: мейрамхана, бар, кафе, асхана және дәмхана. Кәсіпорын түрлері бір-бірінен қызмет көрсету түрлерімен, аспаздық өнімдерімен және тұтынушыға көрсететін қызмет түрлерімен ерекшеленеді [4].

- мейрамхана;
- бар;
- кафе;
- асхана;
- дәмхана.

Мейрамхана және барлар – қызмет көрсету деңгейі бойынша люкс, жоғарғы және 1-ші деңгейлі болып жіктеледі.

• Люкс – қоғамдық тамақтандыру кәсіпорнындағы сауда залдарының архитекторлық ансамбілі мен интерьері аналогсыз көркем эшекейленген және комфорттылық ең жоғарғы дәрежеде ұйымдастырылған. Мейрамханаларда фирмалық және тапсырыстық тағамдардың, тәтті және ұнды-кондитерлі өнімдердің, барларда фирмалық және тапсырыстық сусындар мен басытқылардың түрлері көп болу керек.

• Жоғары дәрежелі - интерьері жақсы талғаммен орындалған, тағамдар мен сусындардың түрлі асортименттілігі, залдардың комфорттылығы ескерілген болу керек.

• Бірінші дәрежелі – үйлесімділікпен орындалған, күрделі және жай дайындылықтағы тағамдар мен сусындар қарастырылған. Негізгі қызметкерлер: даяшы, бармен, метрдотель [3].

Мейрамханаларда бизнес – ланч, кешенді мәзірдегі ас, кешкі ас, жексенбілік бранч, үйлену тойы және туған күн кештері ұйымдастырылады. Люкс және жоғарғы дәрежелі мейрамхана мен бар қызметкерлерінің киімдерінде кәсіпорынның эмблемасы міндетті түрде болу керек [1].

Вагон-мейрамхана – ұзақ мерзімді поездардағы жолаушыларға арналған кәсіпорын. Олар тұтынушылар залымен, өндіріс бөлмесімен, жуу бөлмесімен, сервизді бөлмесімен, бармен жабдықталған. Қызмет көрсету даяшы және буфетшімен жүзеге асырылады.

Вагон-кафе – вагонның жартысын алатын, 20 орынды кәсіпорын. Өндіріс бөлмесінің қоймаларымен және жуу бөлмесімен жабдықталған. Өз - өзіне қызмет көрсету әдісі қолданылады. Кей – кезде қызмет көрсету буфетшімен де жүзеге асырылады.

Вагон-бар – вагон ішінде бар стойкасымен жабдықталған, әртүрлі алкогольді, алкогольсіз сусындар, нан-тоқаш өнімдері, десерт сатылатын кәсіпорын. Қызмет көрсету барменмен жүргізіледі.

Вагон-буфет. Қызмет көрсету әдісі - өз-өзіне қызмет көрсету [8].

Кафе – мейрамханамен салыстырғанда тағамдар мен сусындар асортиментінің кем болуымен сипатталатын кәсіпорын. Металдан, фарфордан, жартылай фарфордан, шыныдан жасалған ыдыс-аяқтар, тот басылмайтын болаттан жасалған құрал-аспаптар, мата және қағаз майлықтар қолданылады. Мәзір компьютерде теріліп, картон қабығымен қапалады.

Асхана – қоғамдық тамақтандыруда ең көп таралған кәсіпорын түрі. Орналасуына және тұтынушылар контингентіне байланысты жалпы типті және өндірістік болып екіге бөлінеді. Тағамдар асортиментіне: салқын тағамдар мен басытқылар, бірінші және екінші ыстық тағамдар, сүт және сүтті өнімдер, ыстық және салқын сусындар, тәтті және ұнды-кондитер өнімдері кіреді. Диеталық асханаларда мәзір кем дегенде 5 – 6 диетаны қамту керек. Асханада өз-өзіне қызмет көрсету әдісі жиі кездеседі. Ыдыс-аяқтар металдан,

жартылай фарфордан, фаянстан, шыныдан дайындалады. Құрал-аспаптар тот басылмайтын болаттан дайындалады. Асханада жартылай өнімдер мен кулинарлық бұйымдардың сатылуы жүзеге асырылады.

Дәмхана - жай дайындылықтағы өнімнің жіберілуі мен тұтынушыларға тез арада қызмет көрсетуді ескеретін кәсіпорын. Дәмхана жалпы және арнайы типті болып екіге бөлінеді. Арнайы типті дәмханаға тұшпарахана, самсахана, шайхана, кәуапхана және т.б. жатады. Металдан, жартылай фарфордан, фаянстан, шыныдан жасалған ыдыс-аяқтар қолданылады. Картон мен пластмасса ыдыстары да қолданылады. Өз-өзіне қызмет көрсету әдісі жүргізіледі [6].

Қоғамдық тамақтандыру - халық шаруашылығы экономикасының өте айрықша кіші саласы. Кез келген ел үшін қоғамдық тамақтандыру зор экономикалық рөл атқарады, өйткені ол халықты тамақпен қамтамасыз етіп қана қоймай, көп жұмыс орнын құрып, халықты жұмыспен қамтиды, халықтың өмір сүру сапасын да арттырады [2].

Тамақтану кәсіпорындарының Қазақстанда қай деңгейде дамып жатқанына тоқталып өтсек.

Қазақстанның мейрамханалар нарығында бәсекелестік артатын болады. Ресми деректерге сүйенер болсақ, елдегі тек қана фаст-фуд нарығы 200 млн. долларға бағаланып отыр. Қазақстанның ірі қалаларында мейрамхана бизнесі класстарға бөлінген. Осылайша, оларды бірнеше топқа жарып бөлуге болады. Біріншісі - премиум санатынды түрлері, кейінгі орында орта деңгейі мейрамханалар, фаст-фуд, бар, кафе мен кафеханалар тұр. Сала мамандары жоғары деңгейлі мейрамханалар нарығы әлі қанық емес. Шынайы экономика бағдарламасы бойынша, қазір Қазақстанда жақсы еңбек етіп отырған жоғары сапалы мейрамханаларының саны 10-нан асып отырған жоқ. Элиталы мейрамханалар дағдарыс кезінде және одан кейін тұтынушысыз қалған жоқ, алайда нарықтағы бәсекелестік артты. Премиум-классында баяғыша еуропалық және италияның ас мәзірлері сұраныста. Айта кететін жайт, Алматы мен Астана нарығында ас мәзірінің барлық түрі бар. Бұл танымал болып отырған Еуропалық түрінен бастап, Азиялық түрімен аяқтағандағы көрсеткіш. Елде дәл осы салаға сұраныс бар. Себебі, мұнда асхана баға жағынан тартымды болып, тағамдардың құны жоғары болып отырған жоқ.

Қазір мейрамхана саласындағы дағдарыс артта қалып, тұтынушыларға деген бәсекелестік артты. Қазақстандық жерорта теңізі мейрамханаларына келушілер саны жалпы тұтынушылардың 25 пайызын құрап отыр. Түскі астан бөлек, пиццериялардың 2/3 бөлігі өнімді үйге және жұмысқа жеткізумен айналысып келеді. Арнайы пиццаны онлайн сатып жүрген жүйелер де бар. Сондықтан, саладағы бәсекелестік жоғары. Инвесторларды мейрамхана бизнесінің тез арада өзін-өзі ақтап алуы қызықтырып отыр. Орташа есеппен алар болсақ, елде мейрамхана салына салынған инвестиция өзін 2-2,5 жылда ақтап алады екен. Дегенмен, елдегі мейрамханалар аз ғана уақыт еңбек етеді. Олар өзін ашылған күнінде ақтап алатындықтан, инвесторлар оған қаржы салып отыруға дайын. Қызмет көрсету саласындағы стандарттар - өндіріс саласындағы түрлерінен гөрі жылдам жаңарып отырады. Себебі, ойды жүзеге асыру әлде қайда жеңіл. Одан түсетін пайда да көп. Соңғы бірнеше жылда отандық орта деңгейлі мейрамханалар халық арасында жоғары сұранысқа ие бола бастады. Қазіргі таңда туындап отырған тағы бір мәселе бұл сапалы демалыс орындарының жетіспеушілігі. Себебі, мейрамхананың орналасқан жеріне орай онда баратын тұтынушылардың саны байланысты. Қазір және бұған дейін Қазақстанның орталық қалаларындағы көшелерге сұраныс бар. Осы жердегі бәсеке де біршама өскен [10].

Заманауи мейрамханаларда пайда болған бір ерекшелік балалар ас мәзірі. Қазір қоғамдық тамақтану орындарының басым бөлігі жастар мен балаларға арналған ас мәзірін жасақтап отыр. Мейрамханаларда балаларға арналған бөлмелер мен ойыншықтарды жиі кездестіруге болады. Осы шараның басты мақсаты барлық адамдарға қызмет ету болып табылады. Қазақстандықтар түрлі елдің ас мәзірін жегенді ұнатады. Осындай жүйелерге келушілер саны да көп болады. Қазақстанның жылдам тамақтану нарығы мейрамхана бизнесінің ең тиімді саласы болып табылады. Мұнда халыққа тамақ беру саласының

барлығындағыдай бәсеке жоғары болып отыр. Алайда, бұл ірі құрылымдар үшін тиімді. Себебі, мұнда түскі асын жеуге келген адамдардан бөлек, достарымен көңіл көтеруге келген тұтынушылардың саны да көп болып отырады. Осыған орай, fast-food компаниялары балаларға арналған арнайы демалыс бөлмелерін ашып, онда ойыншықтарды беріп отырады [9].

Қазіргі нарықтық экономика орныққан қоғамда қоғамдық тамақтану орындарының маңызы мен әсері өте зор. Өйткені күн өткен сайын адамзат баласына қызмет көрсету саласы даму үстінде. Тамақтану - адам үшін маңызды үрдіс. Адам ассыз өмір сүре алмайды. Тамақтану индустриясының мемлекеттің қоғамдық ұдайы өндірісіндегі рөлі өсуде. Қоғамдық тамақтану орындары – мемлекеттің іс-әрекет сапасы туралы куәлігінің негізгі звеноларының бірі. Демек тамақтану кез келген адам қатысты саламен тікелей байланысты. Тамақтану индустриясы қазіргі таңда бөлек жеке салаға айналууда. Қазақстандағы қоғамдық тамақтану орындарының қазіргі жағдайы орташа деңгейде. Ол соңғы кризис жылдарының әсерінен біраз құлдырауға ұшырады.

Жұмысымды қорытындылай келе мынадай ұсыныстар жасай аламын:

- тамақтандыру орындарының қызмет көрсету сапасын жоғарылату;
- мамандар дайындау, кадрлардың біліктілігін арттыру, атап айтқанда, даяшылар бірнеше тілді меңгерулері керек.;
- Қазақстан Республикасындағы қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының дамуына қолайлы жағдай жасау;
- тамақтандыру кәсіпорындарының дамуына Батыс тәжірибесін қолдану;
- сертификаттау мен стандарттау талаптарын қатаң бақылауға алу.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Агамирова Е. В. «Управление персоналом в туризме и в гостинечно-ресторанном бизнесе», Москва, Дашков и К, 2008, 345б;
2. Бандаренко К. Классификация предприятий питания, Москва, Форум, 2001, 252б;
3. В. Г. Федцов, «Организация обслуживание гостей питанием», Москва, Феникс 2003, 195б.
4. Ефимова О. П., Ефимова Н. А. «Экономика гостиниц и ресторанов», оқу құралы, Москва, «Новое знание», 2009, 245б.
5. Карнаухова В. К. «Сервисная деятельность», оқу құралы, Москва-Ростов, 2006, 459б;
6. «Сервис и туризм», сөздік-анықтамалық энциклопедия, Москва «Альфа – М», 2008, 534б;
7. Устенова О. Ж. «Основы организации туристской и гостиничной деятельности», оқу құралы, Алматы, РУИЦ 2009, 289б;
8. Ростов Н. Д. «Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов», оқу құралы, Феникс 2003, 320б;
9. Горинбургов М. А. «Бизнес планирование в гостиничном и ресторанном деле», оқу құрады, Д.А.Р.К., 2008, 273б.
10. Электрондық ресурсы: www.oldkazakh-tv.softdeco.net

ӨОЖ 338.46:502/504(574)

ЕЛІМІЗДЕ ЖАСЫЛ ЭКОНОМИКАҒА ӨТУ АЛҒЫШАРТТАРЫ МЕН БАҒЫТТАРЫ

Салкен Д.Б

Әшірәлі Қ.Қ

Kerei_samay@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, экономика факультеті, туризм мамандығының 1-курс
студенттері, Астана қаласы, Қазақстан
Ғылыми жетекші - Рустемова С.М.