

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



ЖАС ҒАЛЫМДАР КЕҢЕСІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: [http://www.enu.kz/ru/nauka/ nauka-i-obrazovanie/](http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/), 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

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.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

**РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ В
СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА****Абылкасымов Ержан, Тугельбаева Сауле***Abylkassymov94@gmail.com*

студенты специальности «Туризм» Евразийского национального университета
имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан
Научный руководитель – В.Т. Балгабаева

Процесс глобализации - высокая доступность зарубежных рынков, развитие транспортной системы, новые способы распространения информации и современные технологии - все эти факторы имеют огромное влияние на сферу туризма. Резкое увеличение числа туристов, бизнес путешественников отражается на изменении работы гостиничного сектора. С ростом количества людей выезжающих за рубеж, растет и количество средств размещения. Для противостояния конкурентам, успешного ведения бизнеса в условиях насыщенного предложением рынка компаниям необходимо наращивать мощь, расширяться. Гостиничные цепи или сети являются наиболее эффективной формой организации деятельности гостиничного предприятия на современном этапе. Грамотное управление процессом формирования гостиничных сетей на рынке туристских услуг является неотъемлемым фактором успешной экономической деятельности в данной сфере.

В структуре мирового гостиничного бизнеса можно выделить два сегмента – независимые предприятия и операционные цепи. Независимое предприятие находится в независимом владении, распоряжении и пользовании владельца, который получает прибыль от этой собственности. Гостиничная цепь представляет собой группу гостиниц (два и более), имеющих общие руководство, концепцию продвижения продукта и торговую марку. Основные характеристики гостиничных цепей сводятся к следующему: схожесть в территориальном расположении; единство стиля (архитектура и интерьер); единство обозначений и внешней информации; просторный и функциональный холл; единство и быстрота регистрации клиентов; завтрак «шведский стол»; наличие конференц-зала; гибкая система тарифов; единые управление, маркетинг и служба коммуникаций. Существуют два основных вида гостиничных цепей интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничные консорциумы, которые объединяют независимые отели. Интегрированные гостиничные цепи производят и продают продукт, который последователен и однороден. Они управляются прямо или косвенно через франчайзинговую систему или по контракту на управление. Согласно договору франчайзинга одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) право использовать свою торговую марку, ноу-хау и операционные системы за вознаграждение.[1].

Контракт на управление предусматривает профессиональное управление гостиницами на данном сегменте рынка. Контрактные цепи имеют три основные разновидности по взаимоотношению между владельцем гостиницы и гостиничным оператором:

а) владелец передает оператору полное право на управление собственностью и отказывается полностью от вмешательства в процесс управления, получая лишь итоговый чистый доход от гостиничной деятельности; оператор при этом несет ответственность за финансовые и операционные риски в своей деятельности;

б) владелец оставляет за собой право вмешательства в процесс управления путем контроля за деятельностью, но при этом производя все операционные расходы по управлению и оплату всех операционных и финансовых рисков, вытекающих из его права собственности; оператор, однако, тоже несет некоторую долю ответственности за исход своей деятельности в той части, которая оговаривается в контракте;

в) владелец достаточно плотно контролирует деятельность управляющей компании

(оператора), но при этом освобождает ее полностью от ответственности за исход гостиничного бизнеса, за исключением умышленных случаев и случаев грубой неосторожности.[2].

Главной целью, которую преследуют независимые гостиницы при объединении в консорциумы, является проведение совместного маркетинга для увеличения доходности своих предприятий, снижение издержек при совместных централизованных закупках, проведение совместного отбора кадров и их тренинга. В мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. На их долю приходится более 7 млн. номеров (более 50% мирового гостиничного фонда).[3]. Поданным MKGHospitality, по состоянию на 1 января 2016 года крупнейшими гостиничными цепями являются InterContinental HotelsGroup (IHG), HiltonWorldwide, MarriottInternational, WyndhamHotelGroup, ChoiceHotelsInternational, Accor, StarwoodHotelsandResorts, BestWestern, HomeInns, CarlsonRezidorHotelGroup (табл.).

Таблица 1. Международные гостиничные цепи (статистика на 1 января 2016 г.)[4]

Название цепи	Количество отелей и комнат	Местоположение	Основные бренды	Фирменный логотип
InterContinental Hotel group	4 600 отелей 658348 комнат	Более в 100 странах мира	InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Holiday Inn	 InterContinental Hotels Group
Hilton Worldwide	4,610 отелей 758,502 комнат	Ровно в 100 странах (последняя Чад)	Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton Inn, Homewood Suites by Hilton	
Marriott International	4,087 отелей 697,000 комнат	В 80 странах мира	Marriott Hotels & Resorts1	
Wyndham Hotel Group	7,400 отелей 613126 комнат	В 66 странах	Wingate By Wyndham Wyndham Hotels & Resorts Wyndham Garden Hotels Wyndham Grand Hotels and Resorts Ramada	
Accor (IBIS)	3,700 отелей 531714 комнат	В 94 странах	Raffles Hotels and Fairmont Hotels Sofitel Legend Sofitel So Mirvac Hotels & Resorts	

Choice Hotels International	6,372 отелей 502460 комнат	В 76 странах	Ascend Hotel Collection, Cambria Hotels & Suites, Clarion Hotels, Clarion Suites, Comfort Inn/Comfort Inn	
Carlson Rezidor Hotel Group (Radisson)	1,370 отелей 165802 комнат	В 110 странах	Radisson Hotels, Radisson Blu, Radisson Red, Country Inns & Suites, Park Inns	
Best Western International	4,100 отелей 311598 комнат	В 31 стране	Phoenix, Arizona	
Starwood Hotels and Resorts Worldwide, Inc	1200 отелей 315346 комнат	В 28 странах	Starwood Hotels & Resorts: Sheraton Hotels & Resorts, W Hotel и Four Points Hotels by Sheraton, Westin Hotels & Resorts, St. Regis	
Home Inns	1426 отелей 176562 комнат	В 39 странах	Home Inn, Motel 168	

На наш взгляд, сетевая форма ведения бизнеса в индустрии гостеприимства является весьма перспективной. Ее основными преимуществами являются: формирование бренда гостиницы, единая система бронирования, масштабные рекламные кампании, доступ к новым технологиям и технике, возможность покупки товаров по оптовым скидкам, система контроля за качеством обслуживания, специальная система обучения персонала, возможность переливания капитала между гостиницами, входящими в состав цепи. Присоединение к гостиничной цепи позитивно влияет на деятельность гостиницы.

Мировой опыт показывает, что доход от одного номера, который принадлежит гостиничной цепи, в семь раз больше, чем для независимой гостиницы. Формирование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой рынок гостиничных услуг высокие стандарты обслуживания, а также способствует поддержке гостиничного обслуживания туристов. Процессы интернационализации обеспечивают гостиничным сетям укрепление позиций на международном рынке. Популяризация отрасли привлекает крупные инвестиции, что обеспечивает широкую финансовую базу для развития данного сектора экономики. Гостиничные сети продолжают расширять свой бизнес под узнаваемыми товарными знаками или брендами. Брендность сети отелей имеет ряд преимуществ, таких как большая мощность маркетинга за счет узнаваемости, гарантированное высокое качество продукта, обеспеченное неотступным следованием стандартам, высокий уровень доверия как потребителя, так и партнеров бизнеса. Верный выбор стратегии управления процессами формирования и развития гостиничной цепи, более подходящий к конкретному случаю,

обеспечит высокий уровень успеха на рынке туристских услуг.

Список использованных источников:

1. Цымбалист О.Ю. Роль международных гостиничных цепей в современной индустрии гостеприимства. - Тула: Тульский государственный университет, 2013. - С.191-193.
2. Кусков А.С. Гостиничное дело. - М.: Дашков и Ко, 2009. – 328 с.
3. World Ranking 2015 Of Hotel Groups And Brands. -Режимдоступа: <http://www.hospitalitynet.org/news/4060119.html>
4. Hotel advisor journal - <http://hoteladvisor.livejournal.com/13242.html>

ӘОЖ 338.46

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНІҢ ДАМУЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ДЕҢГЕЙІ

Амангельдиева Қалықыз

kalek2110@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Туризм кафедрасының студенті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Баймбетова А.Б.

Қонақ үйлер көптеген елдердің экономикасында маңызды рөлді алады. Олар әр түрлі іскерлік кездесулер, жиналыстар мен конференцияларды ұйымдастырып өткізуге, сонымен қоса демалыс пен көңіл көтеруге көп септігін тигізеді. Қонақ үйлерді экономика қажет еткендей ол әр түрлі қызметтерді қамти отырып, қоғамға өз пайда үлесін қосады. Қазақстандағы қонақ үй секторы ұзақ уақыт бойы кеңсе және сауда секторының көлеңкесінде болды. Қонақ үй бизнесінің спецификасы мен жоба өтемділігінің ұзақтығы инвесторларды қызықтырмады. Бірақ соңғы жылдары шетел қонақтарының ағыны елімізге жылдан-жылға көптеп келе бастады. Сондықтан қазіргі уақытта Қазақстандағы қонақ үй кешенінің секторы дамып жатыр.

Шетелдік және отандық инвестиция салынуда, яғни Қазақстанның қонақ үй бизнесі өрлеу үстінде, бұған дәлел – елімізге халықаралық қонақ үй желілерінің көптеп келуі. Бұл нарық халықаралық қонақ үй желісінің дамуына зор мүмкіндік береді. 90-шы жылдары отельдердің жұмыс істеуі өте қиын жағдайда болды, сол жылдармен салыстырғанда қазіргі кезде жоғары деңгейде, 45%-ды көрсеткішін көрсетіп отыр (жылдық орташа мөлшер бойынша). Мұндай жағдай отельдер үшін ең тиімді кезең. Қонақ үйлердің ең жоғары дәрежелі маусымы – бұл көрмелер кезеңі. Ол кезеңде қонақ үйлерде бос бөлме табу қиынға түседі. Бұл қонақ үй бизнесін одан әрі дамытудың маңызды алғышартының бірі болып табылады. 2017 жылғы Астана қаласында өтетін көрме кезінде де қонақ үйлердің үлкен пайда түсіретініне сенеміз.

Елімізге келіп жатырған туристер санының көбі іскерлік және конгрестік туризмге тиесілі. Іскерлік және әкімшілік орталықтың Қазақстандағы өсіңкілік дамуы бұл бағытты одан әрі ынталандырады. Келетін туристердің 82%-ы іскерлік туризм үлесінде және олар бизнес мақсатында көбінесе Астана және Алматы қалаларына келеді. Ал 18%-ы экотуризм, спорттық, ішкі және т.б. туризм түрлеріне кіреді [1].

Қазақстан Республикасының Статистика агенттігінің мәліметі бойынша, Алматыда 2015 жылдың 3-тоқсанында 304 қонақ үй тіркелген. Бұдан, көрсеткен қызметтен түскен пайда көлемі 2596753,1 мың теңге. Орналастыру орындарының толтырымдылығы 25,2%-ды құрады, 198335 адамға қызмет көрсетілді, бөлмелер саны – 4626, сыйымдылығы – 10554 төсек-орын [4] (сурет 1).