

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XVIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS
of the XVIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-337-871-8

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
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2023**

ҚОНАҚ ҮЙДЕ ТАМАҚТАНДЫРУ ҚЫЗМЕТІН АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Исаева Айым Маратовна

Дәурен Айзат

Isaevaa.aiym@mail.ru

Ozotdork@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ

Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі мамандығының студенттері, Астана,
Қазақстан

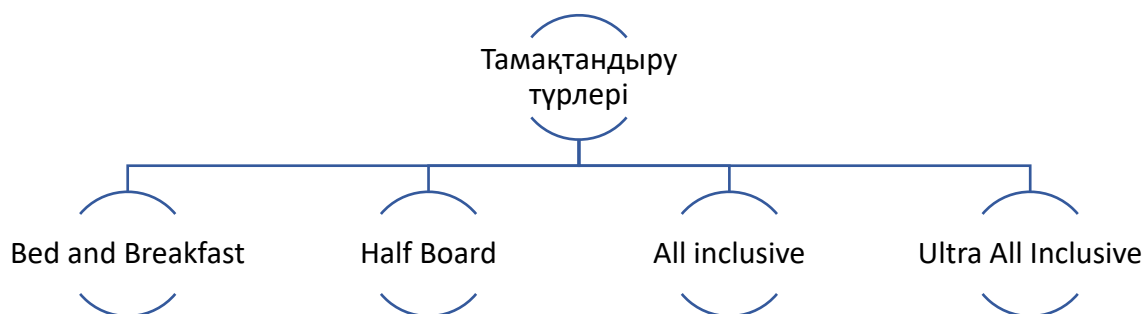
Ғылыми жетекшісі-Абдраманова Г.К.

Қонақ үйдегі тамақтандыру қызметі – қонақтарға түрлі тағамдарды, сусындарды, кондитерлік өнімдерді, сондай-ақ фирмалық және даярлануы күрделі тағамдардың ауқымды мәзірін ұсынатын тамақтандыру мекемесі болып табылады[1].

Қонақжайлылық саласының құрылу тарихы ерте заманнан басын алып жатыр. Әлем бойынша адамдар елдер мен қалалар арасындағы жолға шығуына және сауда-саттық деңгейінің артуымен байланысты ең алғашқы қонақ үйлер ашылған болатын. Ол кездері қонақ үй деп емес, қонақ үй ауласы деп аталды. Қонақ үй ауласы-бұл қонақтарға жатын бөлме, тамақтандыруды және сауда қатарларын ұсынатын орын болып есептелген. Олар әдетте елді мекендерде немесе маңызды көлік жолдарының бойында болды. Адамдар уақыт өте келе қонақ үйде тамақтандыру қызметтерін қосымша табыс көзі ретінде ұйымдастыра бастады. Қазіргі кезде қонақ үйдегі тамақтандыру қызметі бұл индустрияның ажырамас бөлігіне айналды.

Қонақ үйдің тамақтану қызметі қонақтарға қызмет көрсетуді қамтамасыз етіп, қонақ үйдің бет-бейнесі ғана емес, сонымен қатар негізгі пайда көзі, банкеттер мен әртүрлі бизнес іс-шараларды және басқа да мерекелік кештерді ұйымдастыру және қызмет көрсету мәселелерін шешеді.

Әрбір қонақ үйде тамақтандырудың негізгі төрт түрлі қызметтері ұсынылады:



1.«Bed and Breakfast (BB)» - швед үстелі ретінде ұсынылатын таңғы ас;

2.«Half Board (HB)» - жартылай пансион – швед үстелі ретінде ұсынылатын таңғы ас пен кешкі ас. Барлық сусындар қосымша төлем арқылы беріледі;

3.«All inclusive» - қонақ үйдегі тұру ақысына үш мезгілді тамақтандыру, тіскебасарлар мен түрлі алкогольді және алкогольсіз коктейльдер, шырындар мен

фрештер кіреді;

4.«Ultra All Inclusive» - қонақ үйдегі тұру ақысына тамақтандырудың барлық түрлері, спирттік ішімдіктер кіреді.

Мейрамханаларда қызмет көрсету мәзір арқылы жүргізіледі.Қызмет көрсету формасы бойынша мәзірдің түрлері бар:

«А ля карт» - әр тағамға жеке баға көрсетілген мәзір түрі. Бұл қызмет түрі қымбат отельдерде жұмыс жасайтын француздық сервисті мейрамханаларда қолданылады. «А ля карт» қызмет көрсету жүйесі мейрамхана ассортиментіндегі тағамдарды еркін таңдауды ұсынады.

«Табльдот» - құрамында тісбасардан десертке дейін болатын, кешенді бағамен ұсынылатын мәзір түру. Соған қоса әртүрлі кешенді бағамен және әртүрлі тағам түрлеріне таңдау ұсынылады. Соңғы кездері қымбат мейрамханаларда әртүрлі тағам түрлерін әртүрлі бағамен ұсынатын аралас мәзір пайда болды. Бұндай қызмет көрсету жүйесінде тағам таңдауға құқық берілмейді.

«Швед үстелі» - таңғы және кешкі аста үстел үстіне тісбасарлардың кең ассортименттерін ұсынады[2].

«Prix Fixe» - белгіленген баға бойынша тағамдар жиынтығы ұсынылады.

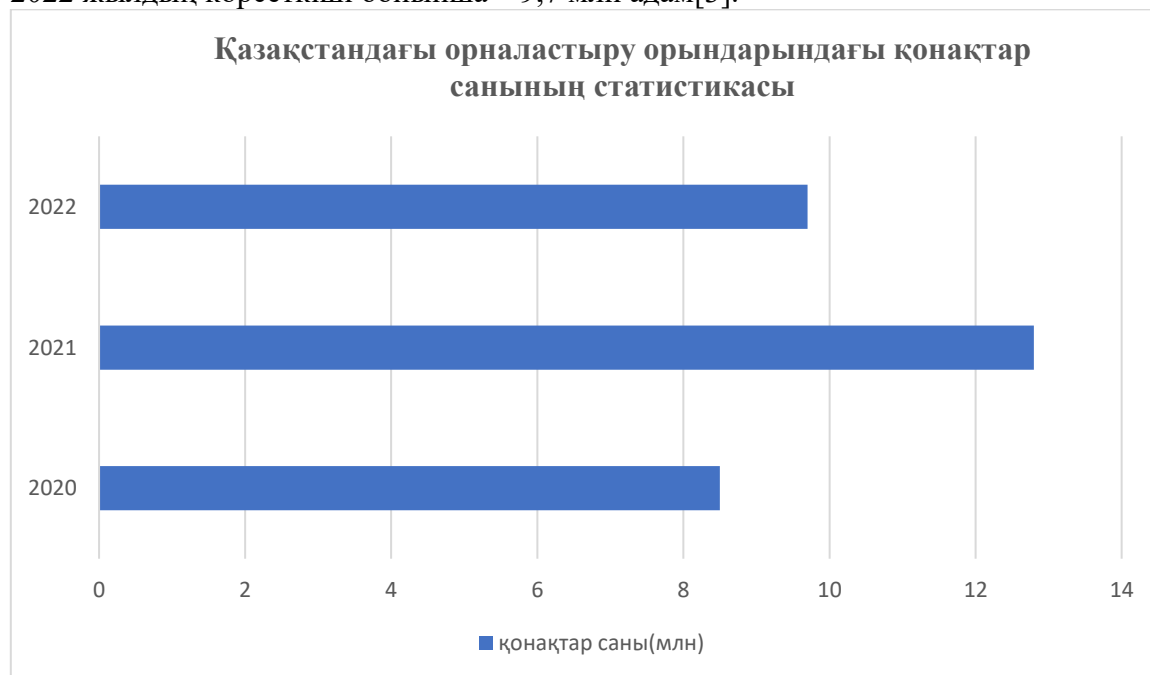
Мысал ретінде, Астана қаласының «Rixos President Astana» қонақ үйінің тамақтандыру қызметіне талдау жасаймыз.

2021 жылғы статистика бойынша Қазақстандағы орналастыру орындары 12,7 млн қонаққа қызмет көрсетті. Бұл 2020 жылмен салыстырғанда 64% - ға артық. Астана қаласындағы қонақ үйлер 1 758 446 адамға қызмет көрсеткен болатын. Қонақтардың тоқтау объектілері бойынша ең танымалы мейрамханасы бар қонақ үйлер болды.

2020 жылы – 8,5 млн адам;

2021 жылы – 12,8 млн адам;

2022 жылдың көрсеткіші бойынша – 9,7 млн адам[3].



1.Қазақстандағы орналастыру орындарындағы қонақтар санының статистикасы

«Rixos President Astana» - 2005 жылы Қазақстанның елордасы Астана қаласында ең алғаш болып ашылған бес жұлдызды қонақ үй. Бұл қонақ үй қонақтарға 5 аутлет бойынша қызмет көрсетеді. Олар:

- 1.«Al – Farabi»
- 2.«Aksam»
- 3.«Irish Pub»
- 4.«Lobby Bar»
- 5.«Kubbe»

Еуразия Ұлттық Университетінің 2 курс студенттеріне арналған кәсіби өндірістік практика негізінде студенттер тәжірибені “Rixos President Astana” қонақ үйі, нақтылай түссек “Food&Beverage” департаментінде өткен болатын. Практика жүзінде жиналған ақпаратқа сүйенетін болсақ, FNB(“Food&Beverage”) әдетте қонақ үй кірісінің 30-40%-на дейін құрайды. Оған мейрамханалар, кафелер, барлар, пабтар, банкеттер мен жиналыстарға қызмет көрсету бөлімі және мейрамхана өндірісі кіреді. Сонымен қатар, бөлімде бөлмелерге қызмет көрсету қызметі(room service) бар.

“Food&Beverage” департаментіне үңілмес бұрын, қонақ үйлердегі тамақтандыру саласының ұйымдастырылуы жайлы қарастырып өтетін боламыз.

Тамақтандыру қызметін ұйымдастыру - қонақ үйлер ұсынатын заманауи қонақжайлылық индустриясындағы маңызды және ажырамас қызметтерінің бірі. Бүгінгі таңда қазақстандық тәжірибеде кез-келген қонақ үй өзінің ассортимент саясатында осы қызметті ұсынады(1-2 жұлдызды санаттағы қонақ үйлер мен шағын қонақ үйлерді есепке алмағанда).

Қонақ үй кешендеріндегі тамақтану орындары қонақтардың негізгі биологиялық қажеттіліктерінің бірін жабады. Бұл қонақтар үшін қосымша қызмет емес. Заманауи қонақ үйде жайлы тұру - тамақтану сапасымен және жақсы қызмет көрсетумен тікелей байланысты.

“Food&Beverage” қызметі барлық ілеспе қызметтердің ішіндегі ең маңыздысы - қонақтардың тамақтануын ұйымдастырумен айналысады. Сонымен қатар, бұл қызмет қонақ үйде тұрмайтын клиенттерге мейрамханалар мен барлар қызметтерін ұсынады, сондай-ақ қонақ үйде өтетін арнайы іс-шараларға (банкеттер, конференциялар, семинарлар, келіссөздер және т.б.) қызмет көрсетеді. Қарастырылып отырған қызмет жұмыс істейтін персонал саны бойынша нөмірлік қорды басқару қызметінен кейінгі екінші болып табылады — онда барлық қызметкерлердің 20-30%-ы жұмыс істейді, және де қонақ үй кәсіпорнының барлық кірістерінің үштен бірін құрайтын кіріс құрылымында нөмірлік қордан кейінгі екінші орын алады.

Қонақ үй мейрамханасының жұмысы қарапайым мейрамхананың жұмысынан біршама ерекшеленеді. Қонақ үй мейрамханасының жұмыс уақыты қонақтардың басым көпшілігін қанағаттандыратындай болуы керек, тіпті егер бұл үшін белгілі бір сағаттарда мейрамхананың жұмысы пайда әкелмесе де. Сонымен қатар, қонақ үй қонақтарының 70%-ы қонақ үй мейрамханасында түскі ас ішпейді, ал 50%-ы кешкі ас ішпейді, мейрамхана табысының 2/3 бөлігі үшінші тарап келушілерінен келеді[4].

Қазіргі уақытта осы бөлімше көрсететін қызметтердің нысаны мен түрлері қонақ үйдің мейрамханалары мен барларында ғана емес, сонымен қатар тікелей қонақ бөлмесінде немесе тіпті қонақ үй кәсіпорнынан тыс жерде де ұсынылуы мүмкін.

Кәсіби өндірістік практика барысында теориялық білімімізді тәжірибе жүзінде жетілдіре отырып, “Rixos President Astana” қонақ үйіндегі тамақтандыру қызметін арттыру жолдары туралы айтып өтетін боламыз.

Мейрамхана деңгейі неғұрлым жоғары болса, қызмет көрсету сапасына қойылатын талаптар соғұрлым қатаң болады, өзара әрекеттесу саласында бұл, ең алдымен, қонақтардың тілектері мен сұраныстарына жауап берудің жеделдігіне, жалпы ізгі ниетке қатысты. Адами фактордан бөлек, мейрамхананың ішкі материалдық жағдайы, ыдыс-аяқтың, мейрамхана дизайнының заманға сай болуы, қонақ үй мейрамханаларындағы бар қажетті сапалы техниканың болуы және т.б. рөл ойнайды.

Мейрамханаларда мекеменің үздіксіз жұмыс істеуі үшін қажетті қызметтің негізгі стандарттары бар. Кейбір мекемелер барлық стандарттарды қолданады және оларды өздері жасайды, кейбіреулері бірнеше классикамен шектеледі. Бірақ, қалай болғанда да, стандарттар әр мекемеге жеке бейімделуі керек. Тұжырымдамаға, мекеме түріне, қонақтардың портретіне және команданың портретіне байланысты.

Қызметті стандарттау және мекеменің бәсекелестік артықшылығы — тығыз байланысты заттар. Алдымен нені және қалай стандарттау керектігін түсіну үшін клиенттерден кері байланыс алу керек. Бұл жағдайда кері байланыс “Мейрамхана ісі және қонақ үй бизнесі” мамандығы студенттерінен алынған болатын.

Жоғарыда айтып өткендей, “Rixos President Astana” қонақ үйі 5 аутлетпен(мейрамханамен) жұмыс істейді. Практика барысында 5 аутлеттің бәрі терең қарастырылған болатын. Алынған ақпарат пен жасалған түйін бойынша, тек қана “Rixos President Astana” қонақ үйі емес, сонымен қатар басқа мекемелердің тамақтандыру саласын жетілдіру жолдары:

1. Жиһаздың кемінде 5-7 жылына бір рет жаңартылып отыруы.

Келушілер ең алдымен мекеменің интерьеріне назар аударатынын ескеру қажет. Айналадағы жағдай тағамдардың ассортименті мен дәмінен кем емес қонақтардың келуіне әсер етеді. Сондықтан дивандар, үстелдер мен орындықтар, сонымен қатар ыдыс-аяқтар, ескірген бойымен уақытылы өзгеріп отыруы тиіс.

2. Мейрамхана мәзірін оңтайландыру.

Мәзірдің құрылымы қонақтың санасына тікелей әсер ететін фактор болып табылады. Мысалы, ең тиімді тағамдарды жоғарғы оң жақ бұрышқа қою керек, өйткені адам бұл аймаққа жиі қарайды.

3. "Тиімді" арнайы ұсыныстар.

Тиімді ұсыныстарға мысал ретінде шайға берілетін бал немесе джемдерді жатқыза аламыз, осындай ұсыныстар арқылы қонақ өзін ерекше сезініп, мекеме туралы жақсы ой қалыптастырады.

4. Жұмыс атқаратын персоналға белгілі бір уақыт аралығында ынталандыру жұмыстарын жүргізу.

Тамақтандыру индустриясының 90%-дық нәтижесі персоналмен байланысты болып келеді.

5. Өз ісін 80-90%-дық көлемде білетін мамандарды жұмысқа шақыру.

Қазіргі таңда жасөспірімдерді жұмысқа алу кеңінен тараған, бірақ жоғары санаттағы қонақ үйлер үшін жұмысшының істеп жүрген саласы жайлы негізгі ақпаратты білмеуі стандарттарға қарама-қайшы келуі деп сенеміз. Әр жоғары санаттағы мейрамхана немесе қонақ үй өз жұмысшыларына кем дегенде 3 айлық оқыту кезеңін ұйымдастыру қажет.

6. Қонақ үйдің маркетингтік жағын жетілдіру.

Жоғарыда айтылып өткендей, қонақ үй мейрамханаларының 2/3 табысын сырттан келген қонақтар әкелуде. Қонақтар ағынын арттыру мақсатында әлеуметтік желілердегі қонақ үй жұмысын жақсарту керек: Instagram, TikTok әлеуметтік желілеріндегі, сонымен қатар веб-сайттарындағы жұмысын арттырып, жанды музыка кештеріне мейрамхананың мақсаттық аудиториясы арасында танымал әншілерді шақыру ұсынылады.

7. Жұмысшылардың адами факторын жетілдіру.

Көбінесе қонақ даяшымен сөйлеседі, сондықтан негізгі қателіктерді даяшылар жасайды. Қонақ үшін ең "байқалатын" қателік, егер шотты төлегеннен кейін оларға қызмет көрсету нашарлауы немесе мүлдем тоқтауы. Даяшы мейрамхана беті болғаннан кейін даяшылар мен персоналдың стандарттарға сай адами факторын жетілдіру ұсынылады.

Тамақтану саласы адамзат үшін алдыңғы орындағы қажеттіліктерінің бірі екені сөзсіз. Қазіргі таңда мейрамханаларға қойылатын талаптардың саны өскені де бей мәлім емес. Бұл

өзгерістер қонақ үй ішіндегі тамақтандыру орындарына да тікелей байланысты болып келеді. Заман өзгере келе, сұраныс та көбее бастайды.

Қорытындылай айтсақ, Қазақстанның қонақжайлылық индустриясындағы тамақтандыру қызметінің болашағы жарқын болатынына, әлі де қарқынды дамитынына сенімдіміз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Бисеков Ә.Т. «Қонақ үй шаруашылығы: оқулық» - Астана қ. Астана полиграфия баспасы, 2013, 141б
2. Бисеков Ә.Т. «Қонақ үй шаруашылығы: оқулық» - Астана қ. Астана полиграфия баспасы, 2013, 144б
3. «Орналастыру орындары қызмет көрсеткен келушілер саны» - stat.gov.kz Астана қ., 2022ж
4. «Молодой учебный» // «Издательство «Молодой Ученый», 2022 жыл, 192 бет

УДК 338.48

ІШКІ ТУРИЗМДІ ЖОСПАРЛАУ МЕН АУМАҚТЫҚ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІН ТАЛДАУ

Каиржан Арлан, Өмір Даниал, Укенов Асылжан

jakupov-alt@mail.ru

«Туризм» ББ 1 курс студенттері, Л. Н. Гумилев ат. ЕҰУ, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Жакупов А.А.

Қазіргі заманғы Туризм индустриясы әртүрлі бизнес секторларында бәсекелесетін әлемге әйгілі бағыттардың (кластерлердің) кең ауқымында жұмыс істейді. Туризм саясатының түпкі мақсаты - олар бәсекелесетін әр секторда нақты бәсекелестік артықшылықтарды дамыту болып табылады.

Қазақстанның экономикалық үрдістерін, сондай-ақ қазақстандық туристердің әдеттері мен уәждемелерін келтірілген талдауға сәйкес, бүгінгі күнмен салыстырғанда 2022 жылға қарай ішкі туризм шеңберінде келу саны шамамен 4,5 млн. адамды құрауы тиіс деп болжауға болады. Қазақстандық туристерді көбірек тарту және оларды елде қалдыру үшін өнімдердің құрылымын және әсіресе қызмет көрсету сапасын өзгертуге тура келеді. Екінші жағынан, бұл туризмнің ел экономикасына айтарлықтай әсер етеді, өйткені бүкіл ел бойынша саяхаттаушылардың шығындары бүгінгіден әлдеқайда жоғары болады.

Ішкі туризмді жоспарлау мен аумақтық ұйымдастырудың шетелдік тәжірибесін талдау. Қазақстанның туристік бағыт ретіндегі позициясын жақсарту үшін, әсіресе шетелдік туристерді тарту үшін, бір жағынан, елдің бәсекелестік артықшылықтары, екінші жағынан, саланың негізгі секторларында туристік өнімдер мен қызметтердің ұқсас түрлерін ұсынатын осындай бағыттар туралы ақпарат туризмді дамытудың негізі болуға тиіс. Біздің зерттеуіміз Қазақстан ұсынатын туристік өнімдерді ұсынатын және өңірлік-салалық тәсіл тұрғысынан негізгі бәсекелес өңірлер болып табылатын Қазақстанға іргелес аумақтармен шектесетін өңірлерді қамтиды [1].

Қазақстанда туризмді дамытудың негізгі құндылығын білдіретін 6 негізгі сектор