



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

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 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА ІСІН ҚҰРУ ЖӘНЕ ДАМУЫ

Бисикеева Арина Асылбековна

arina_1998_98@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ экономика факультетінің, туризм кафедрасының 2 курс
студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Шарапаева Б.Ж.

Мейрамхана қызметі қазіргі таңда қоғамда маңызды орын алады. Өйткені бүгінгі күннің өмір салтына байланысты адамдар қатұрғылықты жерден тыстамақтануға ажет.

Сонымен қатар басқа қалалардан, елдерден келген туристер үшін мейрамханалар ең басты пунктердің бірі деп те айтуға болады. Ендеше мейрамхана ісінің не екенін қарастырып өтелік.

Мейрамхана – тағамдардың ассортименті және дайындалу қиындылығына байланысты кең, оның ішінде фирмалық және тапсырыс беру арқылы жасалатын тағамдар, сусындардың түр-түрлерін, кондитерлік және нан өнімдерін, темекі өнімдерін, сатып алынған тауарлардың ұсынатын, қызмет көрсетудің жоғары сапасымен және демалыс пен ойын-сауық ұйымдастыратын қоғамдық тамақтану мекемесі болып табылады [1].

Мейрамхана бизнесі қоғамның дамуымен бірге қалыптасып отырған. Егер бұрынғы уақытта қоғамдық жерлерде тамақтанудағы ұсынылатын ассортимент қарапайым, ал келушілер тек физикалық қажеттілігі үшін тамақтанса, қазіргі уақытта бұл бизнес түрі өте әркілі. Туристер, сонымен қатар қаланың тұрғындары да үйден тыс тамақтанып, онда белгілі бір уақыт мөлшерін демалыс және сауық үшін уақыт өткізеді. Ендеше мейрамхана бизнесінің даму кезеңдеріне тоқталайық [2].

Кесте – 1. Мейрамхана бизнесінің даму кезеңдері

Даму кезеңдері	Уақыты	Ерекшеліктері
Ежелгі тарихи	1820 ж-ға дейін	Қоғамдық тамақтану кәсіпорындары, трактир, таверналарда ұсынылатын тағамдар мен қызметтерде әртүрлілік болмады
Мейрамханалық бизнес дамуының бастапқы кезеңі	1850-1900 жж.	Қоғамдық тамақтану кәсіпорындарының жаңа нысандардың пайда болуы
Жаппай тамақтану кәсіпорындарының пайда болу кезеңі	1900-1946 жж.	Жаппай сипаттағы тамақтану кәсіпорындарының қалыптасуы
Тамақтану кәсіпорындарының әртүрлі нысандарының пайда болу кезеңі	1947 ж-дан қазіргі уақытқа дейін	Тамақтану кәсіпорындарына жекелей бағыттың болуы, яғни кейтеринг, фаст-фуд секілді тамақтану орындарының жаңа түрлерінің қалыптасуы.

Қазақстанда, басқа да елдерде сияқты мейрамханалардың тағамдар түрлерін ұсыну шет елдің тағамдарына да мамандалған. Қазақстанның мейрамханаларында, әсіресе қымбат мейрамханаларында шетелдің өкілдері немесе шетел тәжірибесі бар мамандар баршылық. Сондықтан қазақстандық тамақтану жүйесінді жоғары дәрежеде тағамдарды ұсыну бар деп айтуға болады. Қазақстанның тамақтану жүйесінді мейрамхана түрлерінің алатын үлесіне

тоқталайық. Ас мәзірінің түрлері бойынша тапсырыстардың 40%-ы біржолғы тамақтану үшін шығарылған асхана-микс құрайды, 13%-ын еуропалық асхана, 10%-ын ұлттық, яғни азиялық, ұйғыр және қазақ, оңтүстік-шығыс, соның ішінде корей және қытай асханасы 17%, және италиялық асхана 10%-ды құрайды[3].

Қазақстанда мейрамхана бизнесін жүзеге асырудағы қиыншылықтардың бірі – өнімге деген бағаның жоғарылауы болып табылады. Жабдықтаушылар дағдарыс кезіндегі шығындарының орнын толтыру мақсатында өзінің өнімдерін жоғары бағамен сатуға мәжбүр болады, осының әсерінен мейрамханалар өз өнімдерінің бағасын көтереді, ол өз кезегінде келушілердің санын азайтуға әкеп соғады [4].

Дегенмен, көптеген қиындықтар болса да, Қазақстанда жоғары сыныпты және қызмет көрсету сапалы болып келетін мейрамханалар өте көп. Елімізде жоғары дәрежедегі ас мәзірі мейрамханасы (fine dining), жалпы халыққа бағытталған мейрамханалар (casual dining), ол мейрамхана нарығының 80%-ын алады, жылдам қызмет көрсететін тамақтану орындары (quick dining) және соңғысы асханалар мен кафетерийлер (fast casual)[3].

Қазақстанның мейрамхана бизнесі теңгенің құнсыздану мен доллар бағамының жоғарылауы әсерінен шикізат өнімдерінің қымбаттап, тұтынушылардың қолжетімділігінің төмендеуі есебінен орта есеппен 40% табысын жоғалтып отыр. Дағдарыс кез келген бизнесті өз тұжырымдамалары мен стратегияларын қайта қарастырып, ретке келтіруге мәжбүрлейді. Қымбат тағамдарлы арзанырақ тағамдармен ауыстыру, штаттағы кадрлардың санын қысқарту, сырттан келген тағамдарды отандық өнімдермен алмастыру, мәзірді қайта қарастыру, тұтынушыларды тарту мақсатында әр түрлі науқандар ұйымдастыру, жарнама жасау және т.б. жолдар қарастырылады. Нәтижесінде нарықта өсіп бара жатқан бәселестік күрделене түсіп, тек мықты және оңтайлы шешім таба білген мейрамханалардың табыс тауып, әрі қарай жұмыс жасауына септігін тигізеді [4].

Астана қаласындағы жаңа кәсіпорындарының бірі – “Accord” караоке-мейрамханасы. Мейрамхананың шағын болуы және жоғары классты болып келгенімен оның табысы жоғары.

Кесте –2. “Accord” мейрамханасына сипаттама.

Атауы	“Accord” караоке-мейрамхана
Ашылған жылы Мекен-жайы	Достық 13, Нұрсая-1 ТК
Жұмыс уақыты	18:00-5:00, жұма және демалыс күндері 18:00-6:00
Сыйымдылығы	46 адам
Орташа бағасы	15000 тг минимум
Мәзір түрлері	Фьюжон – еуропалық, жапондық және т.б.
Кредиттік карталар	Visa, MasterCard, Maestro, Cirrus, American Express, Go!Card
VIP-бөлмелері	1VIP – 8 адам, 2VIP – 10 адам, 3VIP – 20 адам
Интерьері	Сәнді, жайлы, жиһаздары көзге жағымды бархатпен қапталған
Санаты	Люкс
Қызметкерлері	Менеджер, официанттар, тазалаушы, гардеробшы, кальящик, бармен, аспазшы
Ерекшелігі	Инкогнито кіру-шығу; Mush-up стиліндегі тректер

"Аккорд" мейрамханасы Астана қаласында жаңа мейрамханалардың бірі. Ол көбінесе жоғары табысы бар тұтынушыларға бағытталған, себебі, менеджер айтқандай бір кешкі қарапайым ас ішу үшін 29000 тг кетуі мүмкін. Мейрамхананың орналасуы өте ыңғайлы. Бір жағынан дәл қаланың орталығында, ал екінші жағынан тыныш, автокөлік көп жүрмейтін

жерде орналасқан. Мейрамханаға жаңадан келетін клиенттер жиі болмайды. Бірақ мейрамхананың тұрақты клиенттер базасы бар және олар мейрамхананың негізгі табысын құрайды, себебі олардың барлығы жоғары табысы бар клиенттер. Ол не себептен: керемет және жайлы интерьер және өз бетімен, яғни мейрамхана дайындайтын өнімдердің жоғары сапасының болуы.

Қызмет көрсетудің бір проблемасы – кадрлардың үлкен ағымының болуы, официанттар мен басқа да қызметшілерді даярлайтын курстардың болмауы. Мысалы, Еуропа елдерінде официант ретінде қызмет жасау үшін 2-3 рет оқу қажет. Жоғары дәрежелі мейрамханалардың әкімшілігі персоналды оқыту, үйрету және ішкі қызмет көрсету сапасына көп көңіл бөледі. Қазақстанның көпшілік орташа дәрежелі мейрамханаларында оқушылар мен студенттер жұмыс істейді. Олар өздерінің жұмысын уақытша жұмыс ретінде қабылдап, оған тиісті жауапкершілікпен қарамайды. Бұндай уақытта персоналдың қызметіне әсере ете алатын басқарушы тарапынан мамандықтың негіздеріне үйрету мен тәртіпті қадағалау барысында жағдай жақсарады. Сонымен қатар проблемалар официанттарға ғана емес, аспазшыларға да қатысты. Аспазшылардың көбісі тек бір орыннан екінші орынға орналасатын жұмыскерлер болып табылады. Елдегі жақсы маманданған аспазшылардың болмағандықтан жоғары дәрежелі мейрамханалар шетел аспазшыларын шақырады.

Астана қаласында осы жылдың жазында халықаралық «EXPO-2017» көрмесі өткізілген. Осының мақсатында шетел және қазақстандық туристерді тамақтандырумен қамтамасыз ету мақсатында жаңа кәсіпорындар ашылған. «Tengrinews.kz» жаңалық порталы хабарына қарағанда Астана қаласында 846 тамақтану кәсіпорындары саналған болатын. Соның ішінде:

- 80 мың орынға арналған 273 мейрамхана;
- 230 мың орынға арналған 460 кафе;
- 3 мың орынға арналған 27 асхана [5].

Қазіргі кезде қоғамдық тамақтану кәсіпорындары қазақстандықтардың өмір салтының ажырамас бөлігіне айналды. Қазіргі уақыттағы статистикалық мәліметтерге сүйенгенде, Қазақстанның Алматы және Астана қалалары бойынша ең көп тамақтану орындары орналасқан. Әсіресе «EXPO-2017» көрмесі қарсаңында осындай кәсіпорындардың жаңа орындары пайда болған. Туристерді қабылдау арқасында қонақ үй мен мейрамханалардың жергілікті бюджетке түсетін аударымдар 2,5 есе өсті. Астана қаласында көптеген шағын «Люкс» санатты мейрамханалар өте көпе. Осындайлардың біріне «Accord» караоке-мейрамханасы жатады. Бұл мейрамхананың негізгі табыс көздері тұрақты клиенттерден түседі. Бұл клиенттер жоғары табысы бар адамдар болып табылады, сондықтан ол мейрамхананың тұрақты түрде табысын тауып, дамуына жақсы ықпал етеді. Мейрамхананың жақсы жақтарының бірі басқарушы мен бағынушылары арасындағы жағымды қарым-қатынас болып табылады. Менеджер өзінің официанттарына жоғары жауапкершілікпен қарайды, оларға өзінің ұсыныстары мен ақыл-кеңесін беріп отырады. Яғни бұндай қарым-қатынас персонал арасындағы сенімділікті қалыптастыруда өте жақсы.

Қазақстанда мейрамхана бизнесі әзірге даму үстінде отыр. Оның қызметін жетілдіру мақсатында іс-шаралар жүргізу арқылы, туризм индустриясында өте перспективалы қызмет саласына айналдыруға болады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Рестораны. Клубы. Бары: планирование, дизайн, управление, Ф. Лоусан, 2-е изд. – М.: Проспект, 2007;
2. Туристік маркетинг / Оқу құралы, А.Т. Бейжанова, Қарағанды, 2013;
3. Сервистік қызмет / Оқу құралы, Е.К. Барлықов, Б.Т. Онаева, Экономика баспасы, Алматы, 2013 ж;
4. Қазақстандағы мейрамхана бизнесіне экономикалық дағдарыстың әсері / Мақала, Алимбеков Д.А., Жолманова Н.Ж., ЕҰУ;
5. http://www.inform.kz/cn/stolichnyy-obschepit-mozhet-odnovremenno-nakormit-106-tysyach-gostey-ekspo_a3030029.