

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті мен экономикалық факультеттің 20-жылдығына орай ұйымдастырылған  
**«Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер»**  
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының  
**ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ**  
7 сәуір 2016ж.

**СБОРНИК ТРУДОВ**  
международной научно-практической конференции  
**«Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма»**,  
посвященной 20-летию Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева и экономического факультета  
7 апреля 2016г.

**PROCEEDINGS**  
of the international scientific-practical conference  
**“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”**  
dedicated to the 20-th anniversary of the L.N. Gumilyov Eurasian National University and the Economic Faculty  
7 April, 2016

Астана, Қазақстан  
Astana, Kazakhstan

УДК 336: 338.48 (063)

ББК 65.261

Қ 41

**Редакционная коллегия:**

Декан экономического факультета, д.э.н., профессор Макыш С.Б.,

Заместитель декана по научной работе, к.э.н., и.о. доцента Бакирбекова А.М.

Профессор кафедры «Туризм», д.э.н. Сыздыкбаева Б.У.

Заведующий кафедрой «Туризм», к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.

Заведующий кафедрой «Менеджмент», д.э.н., профессор Толысбаев Б.С.

Заведующий кафедрой «Учет, аудит и анализ», к.э.н., доцент Алибекова Б.А.

Заведующий кафедрой «Финансы», д.э.н., профессор Садвокасова К.Ж.

Заведующий кафедрой «Экономика», к.э.н., асс. профессор Рахметулина Ж.Б.

Заведующий кафедрой «Экономическая теория и антимонопольное регулирование», к.э.н., доцент Бабланов Т.К.

**Қ41 Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер:** Халық. ғыл.-тәжіриб. конф. еңбектер жинағы \_ **Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма:** Сб. материалов межд. науч.-практ. конф. \_ Proceedings of the international scientific-practical conference **“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”**. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2016 \_ Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016 \_ Astana, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016.

**ISBN 978 – 601 -301 – 677 - 1**

Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбек жинағында қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научно-практической конференции рассмотрены экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма.

Economic issues in the fields of finance, accounting, management and tourism are covered in the international scientific-practical conference collection of materials.

**УДК 336: 338.48 (063)**

**ББК 65.261**

**ISBN 978 – 601 -301 – 677 – 1**

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

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016

5 Щербакова С.А. Геоэкономика международного туризма. - Смоленск: Универсум, 2004

6 «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года» от 19 мая 2014 года № 508

7 Сайт Министерства по инвестициям и развитию Республики Казахстан: [www.mid.gov.kz](http://www.mid.gov.kz)

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ DAҒДАРЫСТЫҢ ӘСЕРІ**

*Алимбеков Д.А., Жолманова Н.Ж.*

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Астана қ., Қазақстан Республикасы

e-mail: nazik.zholmanova@mail.ru

ҚР Президентінің «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму» атты кезекті Қазақстан халқына жолдауында: Заманның беталысын өздеріңіз көріп отырсыздар. Аса күрделі, қиын кезеңге аяқ бастық. Жаңа қатерлері мен тың мүмкіндіктері қатар өрбіген жаһандық ахуал біздің көз алдымызда өзгеруде. Алпауыт елдердің текетіресі мен өзара санкциялар алмасу дүниені тұйыққа қарай бастауда. Біздің басты экспорттық өнімдеріміздің дүниежүзілік нарықтағы бағасы еселеп құлдырады. Бүгінгі ахуал – біздің жетістіктерімізді сынға салып, елдігімізді шындай түсетін уақыт тезі. Жауапты сәтте бірлігімізді сақтап, еліміздің игілігі үшін аянбай тер төгуіміз керек. Сәт сайын құбылған аласапыран заманға сай амал болуы керек. Ең жақсы жоспар – уақыт талабына бейімделе алатын жоспар. Біз де заманның беталысына қарай межелерімізді белгілеп, жоспарларымызды жөндеп отырамыз. Біздің мақсатымыз – елі бақытты, жері гүлденген қасиетті Отанымыз Қазақстанды «Мәңгілік Ел» ету! Әлемдегі ең дамыған 30 мемлекеттің қатарына қосылып, бай да қуатты елдермен иық түйістіру. Біз бұл мақсатымызға міндетті түрде жетеміз» - деп бүгінгі жаңа қатерлері мен тың мүмкіндіктері қатар өрбіген жаңа жаһандық нақты ахуалда дамудың басты бағыттарын айқындау жолы көрсетті.

Осы дағдарыстың әсерінен бізге шикізатық емес саланы дамытудың маңызы арта түсуде. Туризм – табыс көзі мен кез-келген мемлекет экономикасының бір бөлігі. Дамыған мемлекеттерде ЖІӨ-нің 10 пайызы туристік кластердің үлесіне тиеді, Ал бізде тек -1 пайызға де жетпейді Сол үшін туризмнің өсу нүктелерін зерттеу керек.»- деп атап көрсетті. Егербір турист өз қаржысының 20-25%-ын тамақтану жұмсайтынын ескерсек, Қазақстанда қоғамдық тамақтандыру орындарының қызметін дамыту арқылы, туристердің қажеттілігін қанағатандыру арқылы еліміздің экономикасын да дамытуға болады [1].

Еліміздің экономикасы тұрақты, халықтың әл-ауқаты орташа деңгейде дегенімен, доллар бағамының жоғарылап, ұлттық теңгеміздің құнсызданып, дағдарыс халықтың күнделікті тұрмысына өзгерістер енгізіп отыр. Күнделікті ас мәзірі тұрғындардың қалтасына қарай құрылатындықтан, мейрамхана мен дәмхана табалдырығын аттаушылардың саны да азаюда. Ал дағдарыс уақытындағы олардың жағдайы қандай және отандық мейрамхана нарығы қаншалықты өзгеріске түседігін қарастырайық.

ҚР Республикасы Статистика агенттігінің мәліметіне сәйкес, 2014 жылы Қазақстанда қоғамдық тамақтану орындарының саны 23 мыңға жеткен. Ал бұл салада тамақ өнімдері мен сусындарды ұсыну бойынша қызмет көрсету көлемі 269320,5 млн теңгеге дейін жеткен [2]. Бұл өткен жылмен салыстырғанда 15%-ға артқан. Шын мәнінде, мейрамхана ашу тәуекелділікті қажет етеді. Статистика бойынша, жыл сайын ашылатын бес мейрамхананың кемінде үшеуі 3 жылға жетпей, әр түрлі факторлардың әсерінен жабылып қалады екен.

«Мейрамхана» атына лайықты мейрамханалар желісі қазіргі таңда көп емес, жергілікті менталитет талаптарына сәйкес біздің нарықта банкет залдары, түрлі кофеханалар бар. Мұндай атауға сай болу үшін кәсіпкерлер өздері естіп-біліп көрмеген түрлі стандарттармен, түрлі параметрлермен танысуы керек. Көпшілігі мейрамхана ашудан ұтылмаймыз деп ойлағанмен, осындай деңгейге келгенде сапалы ойыншылардың саны нарықта өте аз деуге болады, дегенмен осы мейрамханалардың саны мен сапасы жыл сайын артып отыр.

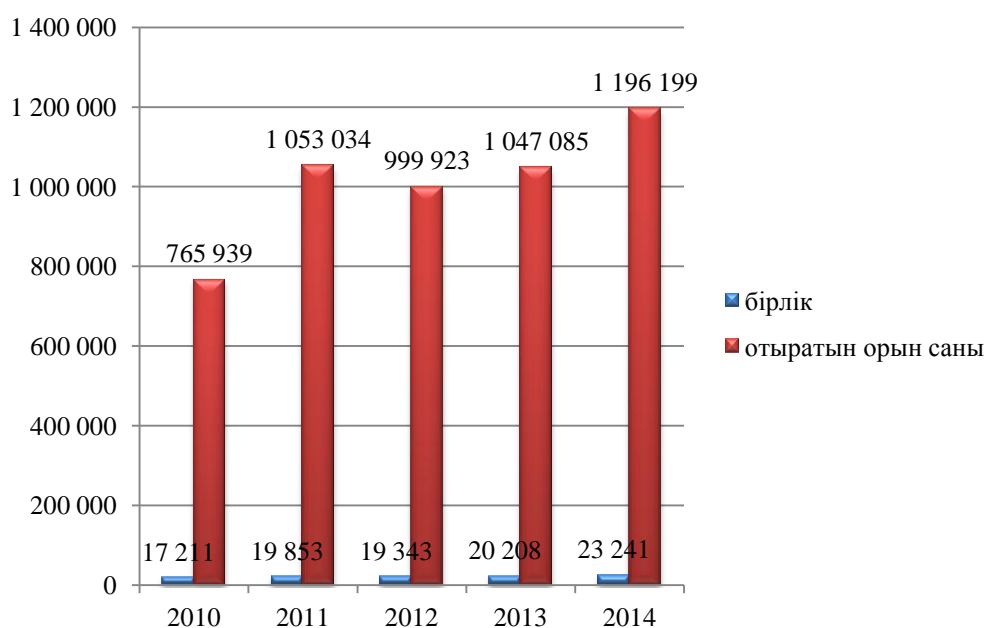
Қазақстандық қоғамдық тамақтану саласындағы мейрамханалар сегментінің көлемі 4,5%-ды құрайды. Ал бар мен кафелердің үлесі — 50%. Аталған сегменттегі айналымның үлесі жыл сайын 800-900 млн долларды құрайды. Кәсіпорындардың иелері салған қаржысын 3-4 жылда қайтарып ала алады. Егер жобаның түсімі жоғары деңгейде және жергілікті нарықта бәсекеге қабілетті болған жағдайда шығынды 6-9 айда өтей алады. Нарықтағы мейрамханалардың бағасы қолданыстағы бизнес бағасына қарай анықталады. Сонымен, мейрамхана түсімі нарықтағы бағаға, мемлекет экономикасы мен шикізат өндірісіне тәуелді болады. Мұндай жағдайда дәмханалардағы азық-түлік отандық өндірушілерден — 40%-ды, егер өнімдер шетелден әкелінсе кіріс 5-15%-ды құрайды.

•Суреттен көріп отырғанымыздай, 2014 жылға дейін мейрамханалардың саны мен орындар саны жылдан-жылға өсіп отырған. Қазіргі әлемдік дағдарыс барлық нарыққа әсер етуде. 2015 жылдың тамыз айының соңынан бері шикізат бағасы - теңге еркін айналымға жіберілгеннен кейін 30%-дан 70%-ға дейін өзгерді. Бастапқыда жалға беру бағасы индексацияға байланысты болғанымен олардың да бағасы да 70%-ға көтерілді. Қазіргі кезде кәсіпкерлер үшін жағдай оңай емес болып отыр. Бірі бұған көнсе, екіншілері келесі жылдың қаңтар айындағы есеп нәтижесіне сеніп, келесілері жағдай реттелуін күтуде. Бірақ осы саладағы тәжірибені негізге алатын болсақ, 2016 жылы көптеген мейрамханалар, әсіресе орындарды жалдап отырған мейрамханалар желісінің 50%-ы жабылып қалуы мүмкін. Жалға алу бағасы төмендейді, бірақ біраз күтуге тура келеді.

Ас мәзіріне келер болсақ, мамандар тағамдар үшін отандық тауарлар сатылып алынып жатыр, алайда тауар жеткізушілер бағаны жоғарылатып отыр. Қазіргі девальвация жағдайында мейрамханалар ондай сұранысты орындай алмайды. Қазақстандық мейрамханалар нарығында ішкі және сыртқы дизайнерлер көбінесе шығыс үлгісіне ұқсатып жасалады. Еуропалық тағамдары сәнге айналғанымен көпшілігі шығыс тағамдарын ұнатады. Жылдың соңына қарай еліміздегі мейрамханалардың 40% жұмысын тоқтатуы болмаса банкрот деп жариялануы мүмкіндігі жоғары. Рестораторлар импорттың қымбаттауы мен келушілер санының күрт азайуынан кірісі азайып, девальвация бизнесті тығырыққа тірелгендігін айтады. Онымен қоса, мейрамхана ғимаратын доллармен жалға алған кәсіпкерлер төлемді жаңа бағаммен беруге мәжбүр екен. Елордада элиталы, көздің жауын алатын мейрамханалар жетерлік, тек, қазір олардың көпшілігі қаңырап тұр.

Девальвация нәтижесінде адамдар ақшасын санап, үнемдеуге көшті. Мейрамханалардың орта чегі 30 пайызға дейін қысқарды. 2015 жылы клиенттер сәл азайса, 2016 жылдан бастап тіпті күніне бірен-саран адам келеді.

Бірақ келушілер үнемшілдігінен емес, мейрамханаларда тамақ бағасының өте жоғары болып кеткеніндігі тұтынушылар санын азайтып отыр. Ал кәсіпкерлер өз кезегінде бағаны өсірмесе, шығынданатындығын алға тартады. Мейрамхана иелері тағамның бағасын орта есеппен 10-15%-ға қымбаттатқан. Себебі мәзірдегі астың жартысынан астамы импорттық азық-түлікпен дайындалады, импорттық тауарлардың бағасы 70 %-ға дейін өсті, Соған қарамастан шеттен келетін тауарды отандық өніммен алмастырып жатыр, бірақ Жерорта теңізінің балығы мен Балтық асшаянын Қазақстанның қай жерінен табыла қоймайтындығы айқын [3].



Сурет 1. Қазақстан Республикасы бойынша қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының желісі

Ескерту - [2] мәлімет негізінде авторлармен құрастырылған

Мейрамхана бизнесін дағдарыс бірден келмейді, біртіндеп әсер етеді. Мейрамханаларға бару әдет болып қалыптасып қалғандықтан, қаржылық мәселелердің туындауына қарамастан, адамдар мейрамханаға баруын бірден тоқтатып қоймады. Дағдарыстың алғашқы белгілері бірінші қымбат мейрамханаларға әсер етті, себебі ақша мәселесі келушілердің бірінші орында болғандықтан, олар арзанырақ жерлерден тамақтана бастады. Тіпті бай клиенттердің өзі, қымбат мейрамханаға барудан бірден бас тартпаған, бірақ сол жердегі шығындарын біраз қысқартып, елде жоқ тағамдарға деген тәбетін төмендетуге тырысқан.

Дағдарыстың толқыны орта және бюджеттік баға диапазонындағы мейрамханаларға кешірек жетті. Дегенмен мейрамхана бизнесіндегі дағдарыстың басында, оларға қымбат мейрамханалардан келген келушілермен орын толтырылған. Дағдарыс ұзақ мерзімге созылған жағдайда, адамдар біртіндеп кез келген мейрамханаға бардан бас тартатыны анық. Арзан тағам түрлерін ұсынатын фаст-фуд орындарына дағдарыс тәуекелі төмен болады, себебі, ол ардайым сұраныста болады. Көп орындарда жұмыс орындары қысқарып, тұтынушылық себеттің қымбаттауы жүрек жалғап алатын мұндай орындарға келушілер саны артады.

Мейрамхана бизнесіндегі мәселелердің бірі – өнімге деген бағаның жоғарылауы. Жабдықтаушылар дағдарыс кезіндегі шығындарының орнын толтыру мақсатында өзінің өнімдерін жоғары бағамен сатуға мәжбүр болады, соны әсерінен мейрамханаларда бағасын көтереді, ол өз кезегінде келушілердің санын азайтады. Мейрамхана бизнесіне дағдарыс тек қана кері әсерін тигізеді деп айта алмаймыз. Әлсізі және танымал емес мейрамханалар өздерінің клиенттері мен персоналын бірден жоғалтып, нарықта өзінше бір тазалау процесі жүреді. Соның нәтижесінде нарықтың басқа ойыншылары аудитоияны жаулап алу және бағалы кадрларға ие болады, өзінің бизнесін сақтап қалу үшін дағдарыстан шығудың жолдарын қарастыра бастайды.

Дағдарыс кезінде мейрамхана бизнесіне келіп жатқан шығындар мен күрделі мәселелер туралы айтып өттік. Енді осы мейрамханалар өз клиенттері мен білікті кадрларын сақтап қалып, ары қарай табысты жұмыс атқаруы үшін қандай жолдарды қарастыру керек соған назар аударайық.

- Маркетингті қарастыру. Егер мейрамхан иесі қаласа кез келген орынды төмен бағалық категориядағы орынға ауыстыруға болады. Ол ең біріншіден бағасы жоғары элиталы мейрамханаларға қатысты. Олар өздерінің бір қатар тағамдарын ауыстырып, орташа категорияға ауыса алады. Бұл өте күрделі процесс, тұрақты клиенттер бұл жолды түсінбеуі мүмкін, бірақ басқа жол жоқ болса, амалсыз осы жолға сүйенуге тура келеді.

- Кадрлардың санын оңтайландыру. Бір жұмысты қайталап жасайтын, немесе жақын лауазымдарды біріктіруге, керексіздерін алып тастауға, даяшылардың санын қысқартуға болады.

- Мәзірді түзету немесе өзгерістер енгізу. Жоғарыда айтып өткендей, қымбат тағамдарды арзан тағамдарға ауыстыру керек. Осылайша нарықтан

жойылып кету қаупі бар өнімдер қосылатын тағамдарды алып тастау керек. Ол үшін жабдықтаушылармен келісіп, жағдайды біліп алу керек.

•Баға. Өнімнің өзіндік құны жоғары деңгейде болуын қадағалаңыз. Ол тек қана – ет, картоп сынды негізгі түрлермен қатар, сонымен қатар, көк шөп, күнбағыс майы қосымша шығындарды да ескеру керек.

•Жабылу. Мейрамхананың табысы шығынын жабуы төмендеген кезде, жұмысты жалғастырудың ешқандай мәні жоқ, оны жапқан дұрысырақ болады. Себебі мейрамхананы табыстың төмендеуінен жапқан, банкрот болып жапқаннан әлдеқайда жақсы. Ауыр кезеңде демала тұрып, дағдарыс өтіп кеткен соң мейрамхана есігін қайта ашуыңызға ешкім де кедергі бола алмайтындығы да ескеру керек. Дегенмен бұлай уақытша «отыру» үшін қосымша қаражат керек.

Сонымен, Қазақстанның мейрамхана нарығы теңгенің құнсыздану мен доллар бағамының жоғарылауы әсерінен шикізат өнімдерінің қымбаттап, тұтынушылардың төлемқабілетілігінің төмендеуі есебінен орта есеппен 40% табысынан қағылып отыр. Дағдарыс кез келген бизнесті өз тұжырымдамалары мен стратегияларын қайта қарастыруға 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 және т.б. жолдар қарастырылады. Нәтижесінде нарықта өршіп тұрған бәселестік күрес күрделене түсіп, тек мықты және оңтайлы шешім таба білген мейрамханалардың табыс тауып, әрі қарай жұмыс жасауына септігін тигізеді.

### **Әдебиеттер**

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, 2015 жылғы 30 қараша [Электронды ресурс]. - Кіру тәртібі: <http://www.akorda.kz/kz/addresses/memleket-basshysy-nnazarbaevtyn-kazakstan-halkyna-zholdauy-2015-zhylgy-30-karasha>

2 Қазақстан Республикасының Статистика агенттігінің ресми сайты [Электронды ресурс]. - Кіру тәртібі: <http://stat.gov.kz>

3 Дағдарыс мейрамхана бизнесін шығынға батырып отыр [Электронды ресурс]. - Кіру тәртібі: <http://kivvi.kz/watch/fxfkch05c3dv/>

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ҚАЛЫПТАСУ ЖӘНЕ ДАМУ БАҒЫТТАРЫ**

*Амрина М.С.*

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Астана қ., Қазақстан Республикасы

e-mail: [as.maral@yandex.kz](mailto:as.maral@yandex.kz)

Қазақстан Республикасының Президенті - Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Қазақстан-2050» стратегиясы: Қалыптасқан мемлекеттің саяси бағыты» атты