

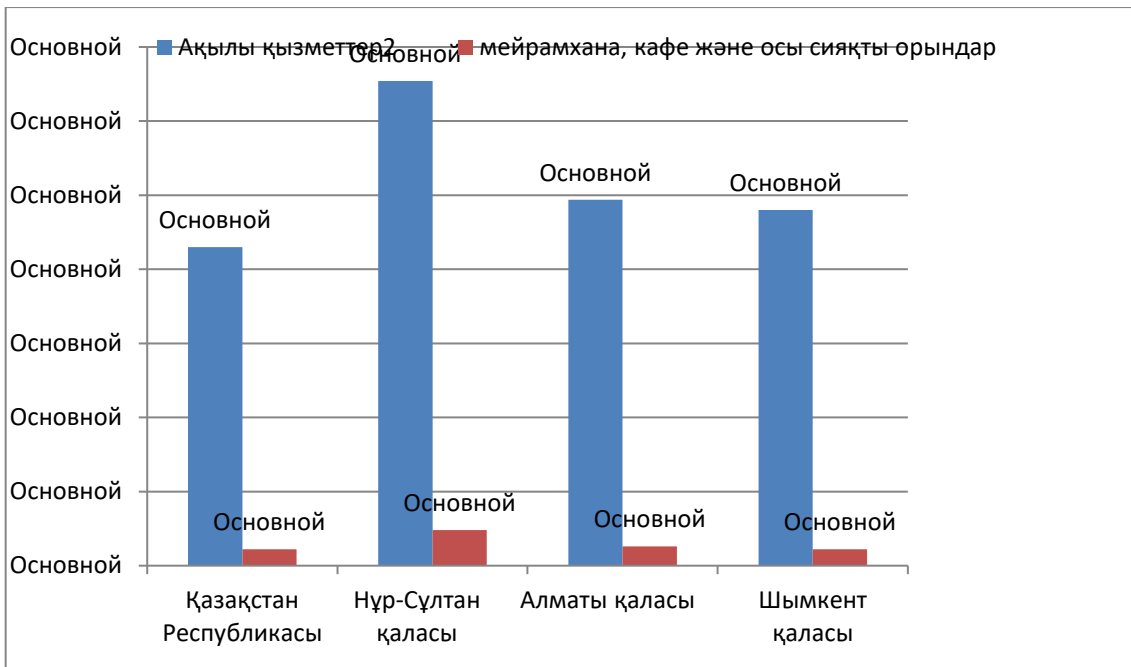
**НҰР-СҰЛТАН ҚАЛАСЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНАЛЫҚ  
БИЗНЕС НАРЫҒЫ ЖӘНЕ САЛАНЫ ЦИФРАНДЫРУДЫҢ  
ҚАЖЕТТІЛІГІ**

**Ермек Мадина Таубежанқызы**  
**yermekmadina@gmail.com**

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, «Туризм» мамандығының 3 курс студенті,  
Нұр-Сұлтан, Қазақстан  
Ғылыми жетекшісі – э.ғ.к., доцент м.а. Шоқан Р.

Туризм саласының дамуы, мейрамхана бизнесінің қалыптасуы мен ұйымдастырылуына өз әсерін тигізуде. Мейрамханалық бизнес – мейрамхана ісі саласындағы дербес тәуекел мен жауапкершілігіне, өз немесе қарыз қаражаты есебінен жүргізілетін кәсіпкерлік қызмет. Кез келген басқа бизнес сияқты, мейрамханалық бизнес – жоспар, менеджмент, маркетингтік зерттеулер жасауды және өз стратегиясын әзірлеуді талап етеді.

Қазақстан Республикасының елордасы 1998 жылы Астана қаласы болып өзгертілген сәттен бастап қала көркейе бастады. Әсем ғимараттармен қоса министрліктер үйі, мәдениет орталықтары мен қонақ үйлер, мейрамханалар салынды. Ал 2005 жылдан бастап елордамызда мейрамханалық бизнес дами түсті, себебі, қоғам арасында мейрамханаға деген сұраныс артты. Сол мезеттен бастап кіші кәсіпкерлер бұл бизнесті дамыта түсіп, араға 10 жыл салып қаланың тамақтандыру орындарын көбейтті, сонымен қоса, франчайзингтік келісіммен франчайзерлер әлемге әйгілі, дәмді тамақтандыру орындарын қала тұрғындарына ұсынды. Уақыт өте келе 2019 жылы Нұр-Сұлтан қаласы болып өзгертілген ел астанасында мейрамханалық бизнес нарығы өте қарқынды дамыды. Осыған орай, 2019 жылы халықтың ақылы қызметтерге жұмсаған шығыстарының құрылымының ішіндегі байланыс қызметтері мен Қазақстан Республикасы мен оның ірі қалаларының тамақтандыру орындарының қызметтерін бірінші суретте қарастырдық.



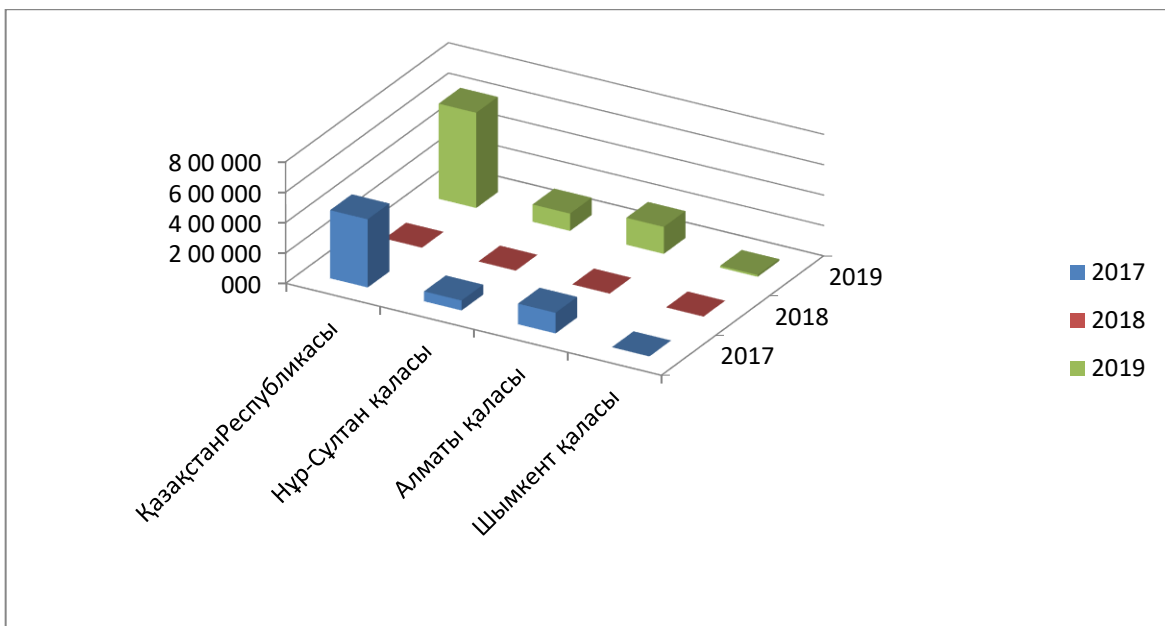
Сурет-1. ірі қалалардағы халықтың ақылы қызметтерге жұмсаған шығыстарының құрылымы, % (2019ж)

Ескерту: [1] ақпарат көзі негізінде құрастырылған.

Сандық мәліметтерге сәйкес жалпы тұтынушылық шығыстың құрамындағы ақылы қызметтерге шығыстар 21,5 пайызды құрасса, оның ішінде 1,1%-ы мейрамхана, кафе және басқа да тамақтандыру орындарының қызметіне жұмсалған шығынды құраған. Республикадағы үш мегаполис қалалардың деңгейінде қарайтын болсақ, Нұр-Сұлтан қаласы бойынша тамақтандыру қызметіне жұмсалған тұтынушылық шығыстың үлесі жоғары яғни 2,4 пайызды құрады. Нұр-Сұлтан қаласының аумағындағы мейрамханалық бизнес нарығы дамуда және осы саланы цифрландырудың қажеттілігі басқа қалаларға қарағанда жоғары екендігі көруге болады.

Қалада мейрамханалар саны артқан сайын тұтынушылардың да қалауы мен қажеттіліктері көбейді, яғни, мейрамханалар арасында бәсекелестік туындады. Сол себептен Нұр-Сұлтан қаласындағы мейрамханалық бизнеспен айналысатын мамандар маркетинг пен менеджментті жоғары сатыға көтеруге тырысты. Ал келесі суреттен біз мейрамханалық бизнес нарығында қызмет көрсету сапасы Қазақстан Республикасы бойынша Алматы қаласында жоғары екендігін байқаймыз. Бұл деген Нұр-Сұлтан қаласында мейрамханадағы қызмет көрсету сапасын жоғарылатуымыз керек деген сөз. Ол үшін арнайы мамандардан онлайн түрде біліктіліктерін артты курстарын өтіп, мейрамханада қосымша интернет қызметтермен жұмыс істеуді қамту керек. Сол кезде мейрамханалық бизнес цифрландырылады.

2017-2019 жылдар ішінде тамақ өнімдері және сусындарды ұсыну бойынша қызметтердің жалпы көлемі артқан. Егер 2017 жылы ҚР бойынша тамақ өнімдері мен сусындарды ұсыну бойынша қызметтердің көлемі 448261,8 млн. теңгені құрасса, 2019 жылы бұл көрсеткіш 39 пайызға артқан немесе 626815,2 млн теңгеге жеткен. Нұр-Сұлтан қаласында 2019 жылы 113 913,6 млн. теңгенің қызметі көрсетілген (2-сурет).

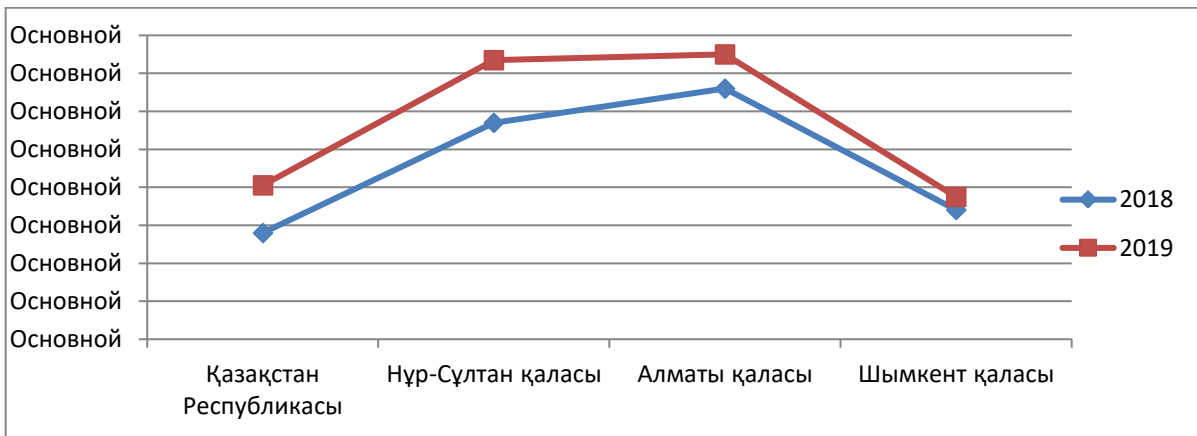


**Сурет-2.** ҚР және ірі қалалардағы тамақ өнімдері мен сусындарды ұсыну бойынша қызметтердің көлемі, млн теңге

Ескерту: [2] ақпарат көзі негізінде құрастырылған.

XXI ғасыр ФТП қарқынды дамуы, коммуникациялық технологиялардың озық үлгілерінің әзірленуі, мейрамхана саласына жаңа, замануи технологиялардың енгізілуіне негіз болды. Жаңа технологиялар қатарына электронды мәзір, интернет желісі арқылы алдын-ала брон жасау, тағамдарға үйде отырып тапсырыс беру сынды тәсілдердің қолданысқа кіруі халық үшін де, мейрамхана бизнесі үшін де оңтайлы жол ашты. Ал осы технологияларды пайдалану үшін интернет желісімен тікелей байланыс орната білуіміз қажет, себебі, қазіргі таңда интернет

– виртуалды және нақты әлемнің толық интеграциясы, болашақ пен біздің алдымызда үлкен мүмкіндіктер ашатын ақпарат дамуының жаңа кезеңі. Бірақ осы қызметтерді қолдану үшін қарапайым халықтың цифрлық сауаттылығы жоғары болу керек. Бұл мәселе бойынша да статистикалық мәліметтерді қарастыратын болсақ (3-сурет).



**Сурет-3.** Халықтың цифрлық сауаттылық деңгейі (дербес компьютер, смартфон, планшет, ноутбук; стандартты бағдарламалар; Интернет желісі арқылы көрсетілетін қызметтер және сервистерді пайдалану дағдысын меңгерген пайдаланушылар үлесі).

Ескерту: [3] ақпарат көзі негізінде құрастырылған.

Бұл статистикадан байқағанымыздай халықтың цифрлық сауаттылық деңгейі жалпылама 2018 жылғы көрсеткішке қарағанда 2019 жылы біршама өскен. Осыған тікелей тағы бір себеп, барша әлемде соңғы болып жатқан жаңалық та цифрлық сауаттылықтың көтерілуіне үлкен әсер тигізуде. Мейрамхана бизнесінде инновациялық технологияларды қолдануға байланысты, бірқатар жүйелер ұйымдастырылған. Мейрамхана бизнесін басқару үшін Eritome POS, Info Genesis POS және Info Genesis POS модульдері қолданысқа енген. Sky ware Hospitality Solutions Sales and Catering және OPERA Sales & Catering Full Service тәрізді мейрамхана саласындағы сату мен тамақтандыру жүйесін басқару технологиялары әзірленген.

Интернет-заттар – бұл құрылғыларды виртуалды әлеммен байланыстыратын бірыңғай желі. Бұл желіге қосылған адамдар мен түрлі заттардың тығыз бірігуін, ал одан әрі олардың іс жүзінде толық дара іс-қимылын білдіреді. Цифрландыру пайда болып, қолданыла бастағанның нәтижесінде қазіргі уақытта Нұр-Сұлтан қаласындағы мейрамханалар жаңа технологияларды қолдануға басымдық беріп келеді. Олар бірінен-бірі асып түсетін ас мәзірлерімен қатар цифрлық технологияларды жоғары деңгейге жеткізді, дегенмен шетелдік тәжірибиелерге сүйеніп, өз елімізде жылдам, әрі өте ыңғайлы цифрландыру жүйелерін ойлап тауып қолдансақ, нәтиже оң болатыны сөзсіз. Оған дәлел, 2019 жылдың қаңтар айынан 2020 жылдың қаңтар айына дейін жүргізілген статистика. Бұл көрсеткіш нәтижесінде интернет желісі арқылы мейрамханаға виртуалды экскурсия жасап, электронды мәзірді қарап, мейрамхана мекен-жайын картадан іздегендер мен оның мейрамханаға өз үйлерінен жету жолын қарастырып, сол функцияны таңдағандар саны 24,7%-ға артқанына көзіміз жетті.

Қорыта келе, Нұр-Сұлтан қаласындағы мейрамханалық бизнес нарығы соңғы деректер бойынша жоғары. Дегенмен, заман өзгерген сайын халық та, олардың сұраныстары мен қалаулары үнемі өзгеріп отырады. Сол себептен елордамыздың мейрамханалық бизнес нарығын тоқтатпай дамытып, ақпараттық-коммуникациялық технологияларды жетік меңгеріп, экономиканың әртүрлі салаларында тиімді пайдаланып, халықтың цифрлық сауаттылық деңгейін арттырып, мемлекеттің алға қойған стратегиялық жоспарларының орындалуына мүмкіндік беруіміз керек.

### Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор].
2. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор].
3. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Статистика комитеті [Электрондық қор]. – Кіру тәртібі: <https://stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT257185>

ӘОЖ 338.48

## ПАНДЕМИЯНЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫНА ӘСЕРІ ЖӘНЕ ВИРТУАЛДЫ ЭКСКУРСИЯНЫҢ ДАМУЫ

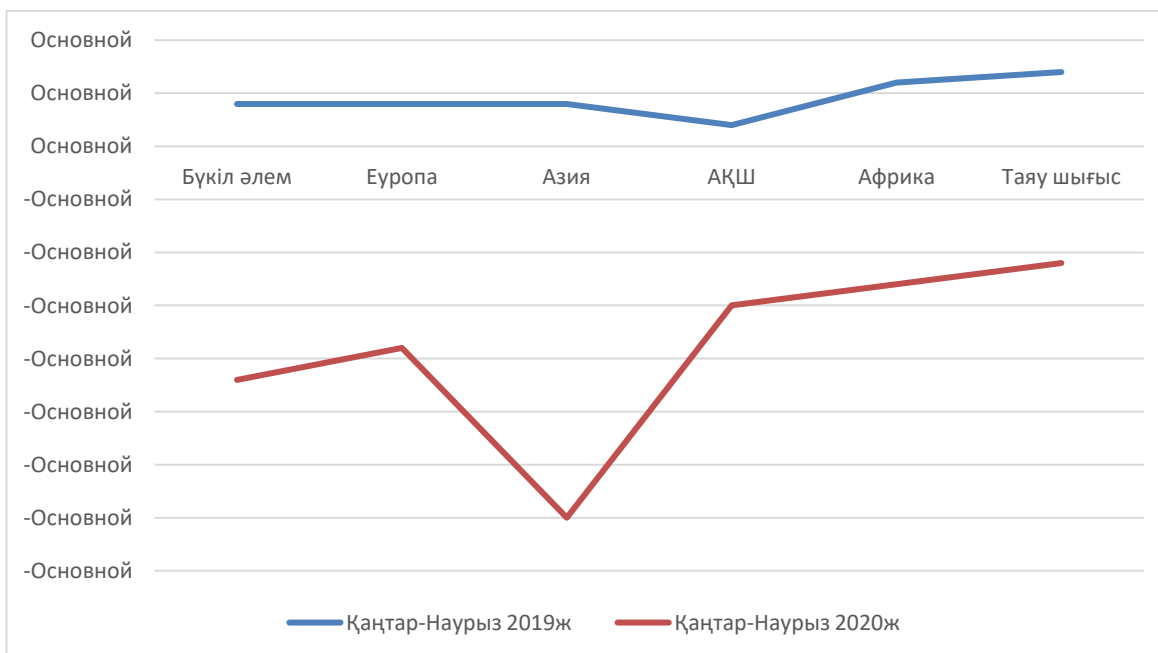
Жақсылықова Аяулым Жакенқызы

[ayaulym00@yandex.ru](mailto:ayaulym00@yandex.ru)

«Туризм» мамандығының 3-ші курс студенті,  
Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Нұр-Сұлтан, Қазақстан  
Ғылыми жетекшісі - А.Т. Тлеубаева

Коронавирустық эпидемия ғаламдық ауқымдағы ғасырдың ең ірі экономикалық дағдарысын тудырды. Туризм covid-19 пандемиясынан ең көп зардап шеккен салалардың бірі болды, бұл экономикаға айтарлықтай әсер етті. Туризм әлеуметтік-экономикалық қызметтің маңызды бағыты болып табылады және көптеген елдерде мемлекеттік бюджеттің кірісіне айтарлықтай үлес қосады. 2020 жылдың 9 айының қорытындысы бойынша шығу туризміндегі көрсеткіштердің 73% -ға (2 865 мың адам) және кіру туризмнің 76% -ға (2 034 мың адам) төмендеуі байқалды [1].

COVID-19 коронавирустық пандемиясы өзінің бүкіл тарихындағы туристік индустрия үшін ең маңызды проблемаға айналды. ДТҰ-ның қазан айындағы «Болашақ үшін туризмді қалпына келтіру» баяндамасында айтылғандай, 2020 жылдың аяғында халықаралық туризм экономикасы шамамен 80% -ға қысқарды.



Сурет 1 - 2020 жылғы қаңтар-наурыз кезеңіндегі халықаралық келу динамикасы