

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



**«ЗАМАНАУИ ЖАҒАНДЫҚ СЫН-ҚАТЕРЛЕР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ
ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖҮЙЕЛЕРДІҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫ»**
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ
27 мамыр 2022 ж.

СБОРНИК ТРУДОВ
международной научно-практической конференции
**«УСТОЙЧИВОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ
ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ»**
27 мая 2022 г.

PROCEEDINGS
International scientific and practical conference
**«SUSTAINABILITY OF ECONOMIC SYSTEMS UNDER CONDITIONS OF
MODERN GLOBAL CHALLENGES»**
27 May 2022

Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Нур-Султан, Казахстан
Nur-Sultan, Kazakhstan

УДК 330
ББК 32
3-21

Редакционная коллегия:

Заведующая кафедрой «Туризм» к.э.н., профессор Муталиева Л.М.
Ответственная за НИР кафедры «Туризм» к.э.н., ассоциированный профессор Мусина К.П.
К.э.н., доцент кафедры «Туризм» Акишева А.С.

3-21 **Заманауи жаһандық сын-қатерлер жағдайындағы экономикалық жүйелердің тұрақтылығы:** халықаралық ғылыми-тәжірибелік конф. еңбектер жинағы. – Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022.

Устойчивость экономических систем в условиях глобальных вызовов современности: Сб. трудов межд. научно-практической конф. – Нур-Султан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022.

Proceedings of the international scientific and practical conference «**Sustainability of economic systems under conditions of modern global challenges**» Nur-Sultan, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2022.

ISBN 978-601-337-680-6

Халықаралық ғылыми-практикалық конференция еңбек жинағында Қазақстан Республикасындағы және шетелдегі жаһандық сын-қатерлер жағдайында экономикалық жүйелердің орнықтылығын қамтамасыз етудің өзекті аспектілері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научно-практической конференции рассмотрены актуальные аспекты обеспечения устойчивости экономических систем в условиях глобальных вызовов в Республике Казахстан и за рубежом.

The proceedings of the international scientific and practical conference consider topical aspects of ensuring the sustainability of economic systems in the face of global challenges in the Republic of Kazakhstan and abroad.

**УДК 330
ББК 32
3-21**

ISBN 978-601-337-680-6 © Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022
© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022
© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2022

Конференция Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Ресей халықтар достығы университетінің Қонақ үй және туризм Институты, Шота Руставели атындағы Батуми мемлекеттік университеті, Ташкент Мемлекеттік Экономикалық университеті, М. Рысқұлбеков атындағы Қырғыз экономикалық университеті және Бұқара Мемлекеттік Университеттерімен бірлесіп ұйымдастырылды.

Конференция организована Евразийским национальным университетом им. Л.Н. Гумилева совместно с Институтом гостиничного бизнеса и туризма РУДН, Батумским государственным университетом имени Шота Руставели, Ташкентским Государственным Экономическим университетом, Кыргызским экономическим университетом им. М. Рысқұлбекова, Бухарским Государственным Университетом.

The conference was organized by L.N. Gumilyov Eurasian National University together with the Institute of Hotel Business and Tourism of the Peoples' Friendship University of Russia, Batumi Shota Rustaveli State University, Tashkent State Economic University, Kyrgyz Economic University named after Musa Ryskulbekov, Bukhara State University.

Материалы публикуются в авторской редакции. Редакционная коллегия не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

4. Rakhmetulina Zh.B. Economic theory and practice: tutorial / Rakhmetulina Zh.B., T.A. Abylaykhanova, Urazbayeva G.Zh. - Almaty: Эпиграф, 2017. - 253 с.

РАЗВИТИЕ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Султанова А.К.

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Нур-Султан
Республика Казахстан
E-mail: assel.sultanova@rixos.com

Научный руководитель – к.э.н., и.о.доцента Акишева А.С.

Сфера индустрии гостеприимства характеризуется высоким уровнем конкуренции, которая особенно обострилась в связи с последствиями всемирной пандемии 2019 года. В связи с этим выдвигаются повышенные требования к поставщикам услуг в туризме. Современная гостиница призвана создать комфортные условия для пребывания туристов и предоставить им ряд дополнительных услуг. Здание гостиницы является многофункциональным сооружением и содержит технологически сложное оборудование, строительство и реконструкция которого требуют особого внимания и вложения крупных инвестиций. Развитие гостиничного хозяйства оказывает значительное влияние на устойчивое функционирование всей индустрии гостеприимства

Важным условием привлечения туристов в регион является повышение комфортности отелей и качества обслуживания. С каждым годом в Казахстане наблюдается динамика роста числа гостиниц (таблица 1).

Таблица 1. Количество мест размещения по категориям в Республике Казахстан за период 2016-2021 гг.

№	Наименование	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	5*	20	22	23	24	26	26
2	4*	85	87	79	71	64	64
3	3*	138	132	120	85	49	48
4	2*	20	18	24	15	7	6
5	1*	15	14	14	10	4	3
6	Гостиница без категорий	1441	1578	1753	1890	1936	1997
7	Прочие места размещения	1035	1136	1309	1497	1428	1542
	Всего	2754	2987	3322	3592	3514	3686

Примечание: Данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК [1]

Как видно из таблицы 1, число мест размещения с 2016 по 2021 гг. увеличилось в 0,7 раза. Развитие гостиничного хозяйства в г. Нур-Султан является одним из важнейших элементов всей индустрии гостеприимства города. Динамика гостиниц по категориям по г. Нур-Султан представлена в таблице 2.

Таблица 2. Количество мест размещения по категориям по г.Нур-Султан за период 2016-2020 гг.

№	Наименование	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	5*	5	7	7	6	6	6
2	4*	17	22	16	15	13	13
3	3*	30	32	32	-	8	7
4	2*	3	3	-	-	-	-
5	1*	-	-	-	-	-	-
6	Гостиница без категорий	112	137	140	152	158	158
7	Прочие места размещения	10	19	20	21	26	27
	Всего по г.Нур-Султан	177	220	215	208	212	212
	Всего по РК	2754	2987	3322	3592	3514	3686

Примечание: Данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК [1]

Как видно из таблицы 2, число гостиниц по г. Нур-Султан с 2016 по 2021гг. увеличилось в 0,8 раза и составило 212. За 2021 г. доля гостиниц по г.Нур-Султан составила 5,8% из общего числа гостиниц по республике.

На рисунке 1 представлено число обслуженных посетителей в местах размещения за период 2016-2021 гг. [1].

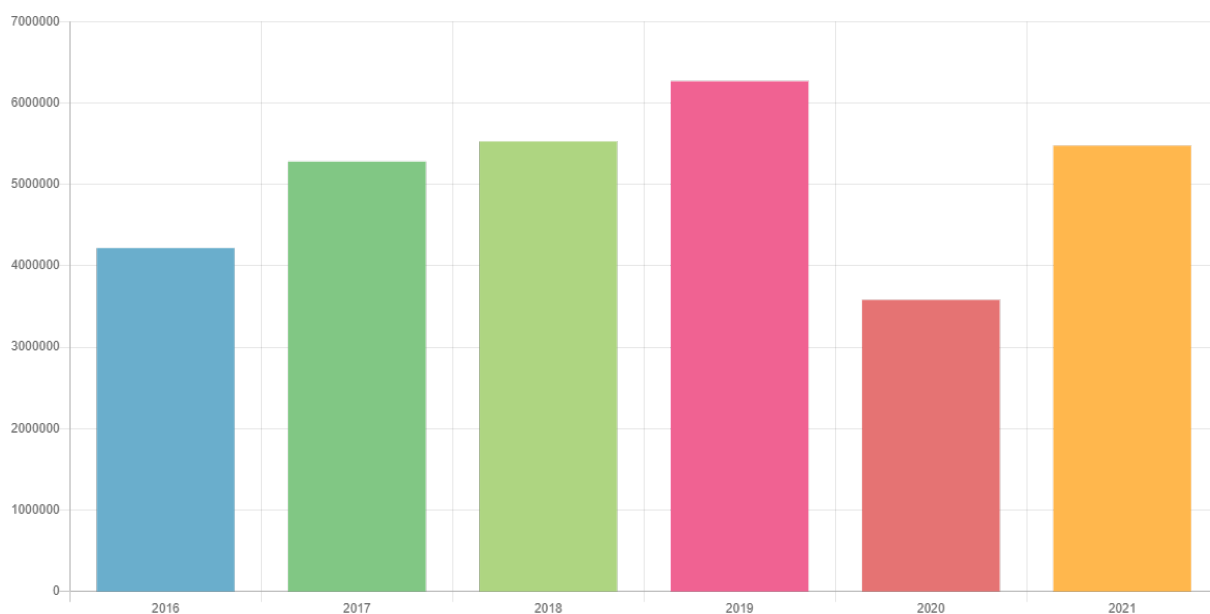


Рисунок 1. Количество обслуженных посетителей в местах размещения за период 2016-2021 гг.

Как видно из рисунка 1, с 2016 по 2019 гг. наблюдался рост числа в 0,67 раза посетителей в местах размещения, в 2020 г. видим резкий спад практически в 2 раза (3581340 человек), что объясняется всемирной пандемией коронавируса. В 2021 году число туристов еще не достигло численности времен периода до пандемии.

Таким образом, при ограниченности потока туристов первостепенной задачей отелей становится не поиск и привлечение новых клиентов, а удержание уже имеющихся и формирование устойчивой клиентской базы.

В этих условиях важным конкурентным преимуществом становится лояльность потребителей, которая предполагает создание долгосрочных отношений с гостями с целью сделать их постоянными клиентами.

Первые программы лояльности появились в начале XX века. Так, еще в 1914 году ряд торговых точек в США выдал особые карточки богатым покупателям, в 1928 году фирма Farrington Manufacturing из Бостона решила выдавать наиболее перспективным клиентам металлические пластины [2].

О первых полноценных программах лояльности можно говорить начиная с 1970-х гг. Тогда авиакомпания American Airlines предоставила клиентам возможность копить мили и обменивать их на билеты. В течение десятилетия опыт реализации программ лояльности перенял гостиничный бизнес, в числе первых была сеть Marriott's.

В настоящее время, в период увеличения количества гостиниц и отелей различной категории на казахстанском рынке, а значит и роста конкуренции среди них, программы лояльности получили особую актуальность и востребованность. Так как все директора и менеджеры понимают, что привлечь нового клиента стоит в несколько раз дороже, чем работать со старым клиентом.

Рассмотрим Программу лояльности ALL (Accor Live Limitless), которую предлагают в сети отелей Rixos President Astana. С момента регистрации в программе карта лояльности становится для гостя пропуском в мир эксклюзивных привилегий. В зависимости от числа ночей, проведенных гостем в отелях, или суммы набранных баллов статус повышается, и гость получает еще больше услуг и бонусов (Таблица 3).

Таблица 3. Программа лояльности сети отелей Accor (ALL Accor live limitless)

Карта	Выдача карты	Характеристика
CLASSIC	При вступлении в программу	-Тариф участника: скидки в более чем 3000 отелей с первого бронирования. -Ранний доступ к закрытым распродажам на all.accor.com -Онлайн-регистрация / Быстрый выезд из отеля
SILVER	Когда ваши расходы на проживание в отелях и услуги составят 800 €*	Все преимущества предыдущих статусов, а также:

	или после 10 ночей проживания	-Отдельная стойка регистрации -Поздний выезд -Приветственный напиток
GOLD	Когда ваши расходы на проживание в отелях и услуги составят 2 800 €* или после 30 ночей проживания в отелях	Все преимущества предыдущих статусов, а также: -Гарантия наличия номера при бронировании за 3 дня до заезда -Ранний заезд или поздний выезд -Заселение в лучший номер более высокой категории при наличии
PLATINUM	Когда ваши расходы на проживание в отелях и услуги составят 5 600 €* или после 60 ночей проживания в отелях.	Все преимущества предыдущих статусов, а также: -Гарантия наличия номера при бронировании за 2 дня до заезда -Доступ в представительский лаундж при наличии -Воспользуйтесь повышением категории номера до люкса на одну ночь благодаря бонусу Suite Night Upgrade (при наличии свободных номеров нужной категории)
DIAMOND	Когда ваши расходы на проживание в отелях и услуги составят 10 400 €*	Все преимущества предыдущих статусов, а также: -Завтрак в подарок по выходным -Dining & Spa Rewards стоимостью 100€ -Возможность подарить статус Gold выбранному вами человеку
Примечание: Составлено согласно источника [3].		

Гость при присоединении к программе автоматически получает статус Classic, затем переходит на следующий статусный уровень, если останавливается

в отелях группы Ассор, участвующих в программе. И с каждым новым статусом гость получает новые преимущества.

Гостиницы привлекают партнеров в осуществление этих программ с целью увеличения удобства и комфорта своих клиентов, предлагая своему гостю все более высокий уровень сервиса.

Здесь речь идет о сотрудничестве гостиничной сферы с авиакомпаниями, с транспортными перевозчиками (в том числе с такси), с туристскими и экскурсионными агентствами, с различными предприятиями сферы обслуживания (прачечные, парикмахерские, ремонт одежды, обслуживание и ремонт электронной техники и т.п.), с компаниями оказывающие услуги по присмотру и развлечению детей и множество других.

Рассмотрим особенности программ повышения лояльности клиентов гостиничной сферы. Любую программу лояльности каждая гостиница должна строить, исходя из местных условий того или иного региона, в которых она существует и работает, на каких клиентов ориентируется, какими ресурсами обладает и какие стратегические перспективы выстраивает для своего развития.

Программы лояльности гостиниц могут приносить следующие положительные результаты:

- затраты на удержание «старого» клиента в несколько раз ниже, чем на привлечение «нового»;

- с программой лояльности идет увеличение не только загрузки номеров, но и величина продаж таким клиентам различных дополнительных услуг;

- программа лояльности работает на имидж гостиницы в этом также играют роль и отзывы клиентов;

- программы лояльности, способствующие не только привлечению клиентов, но и удержанию их на длительный период приносят отелю прибыль;

- работа по таким программам позволяет отелю очень быстро сформировать свою базу клиентов с учетом его запросов и предпочтений, а значит и быстрее реагировать на их изменения;

- программы лояльности помогают легче претворять в жизнь новые направления по формированию гостиничного продукта, когда персонал знает, что хочет постоянный гость, чем ожидать нового клиента.

Таким образом, мы видим, что, разрабатывая программу лояльности сегодня, индустрия гостеприимства в любой стране может обеспечить себе стабильное и прибыльное развитие завтра.

Список использованной литературы:

1. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz/> (дата обращения 10.04.2022).

2. Барило Л.В., Возможности повышения конкурентоспособности индустрии гостеприимства региона / Новые модели социально-экономического развития экономических систем: сборник статей по итогам межд.науч.-практ.конф. (Саратов, 10 декабря 2019 г.). - Стерлитамак: АМИ, 2019., с.15-17.

3. Лукьянова, Ю.В. Методы оценки удовлетворенности и повышения лояльности клиентов в гостинице/Ю.В.Лукьянова, Е.Ю. Никольская // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2016. - № 1-1. – с. 360-366.

4. Программа лояльности ALL (Accor Live Limitless) [Электронный ресурс]. – URL: <https://all.accor.com/loyalty-program> (дата обращения 11.04.2022).

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Ерсін Балауса Ануарқызы

a.botagoz.s@mail.ru

Магистр 1 курса ОП ЕМВА «Гостеприимство и управление досугом»
НАО «Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева»,
г.Нур-Султан, Республика Казакстан

Научный руководитель: к.э.н., профессор Муталиева Л.М.

Дизайн интерьера только недавно стал неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. В некоторых случаях это дает ощущение идентичности бренда, а в некоторых случаях дизайн ресторана может быть единственной причиной выбора определенного предприятия среди других. Благодаря интернету и социальным сетям клиентам становится все проще сообщать о том, что им нравится, а что нет. Дизайн является важным фактором, когда речь заходит о том, чтобы гости выбирали, куда потратить свои деньги. Поэтому дизайнеры ресторанов сосредотачиваются на улучшении качества обслуживания гостей с помощью своих дизайнов. Дизайнер управляет всем процессом оформления интерьера, начиная с планировки помещения, освещения, систем вентиляции, акустики; отделки стен; и заканчивая размещением мебели и установкой навигационных знаков.

Продуманный дизайн ресторана и всего его оборудования в первую очередь должен быть рассчитан на сотрудников, а не только на гостей. Естественно, это порождает проблемы, с которыми большинство разработчиков предприятий не знакомы: сколько станций технического обслуживания вам нужно по сравнению с количеством гостевых столов? Где вы их размещаете, чтобы они не мешали, но все же были в пределах эффективной досягаемости? Сколько столовых приборов следует хранить? Куда деваются обеденные свечи во время обеда? Многие вопросы проектирования требуют понимания со стороны эксперта по эксплуатации еще до того, как операции будут запущены. Таким образом, наймите внешнего эксперта, чтобы получить важные исходные данные уже на этапе планирования – или даже для анализа ваших текущих операций.

Сегодня индустрия гостеприимства стремится предоставить гостям полный уникальный опыт во всех аспектах их пребывания. В последнее время