

Баймуханбетова Э.Е.,  
Қайратбекқызы А.

**Қазақстан Республикасындағы  
қонақ үй индустриясының  
қазіргі даму жағдайы**

Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы қонақ үй индустриясының қазіргі даму жағдайы қарастырылады. Қазақстанда қонақ үй бизнесінің даму келешегі ең алдымен туризмнің дамуымен тікелей байланысты. Туризм саласы елімізге көптеген табыс әкелетін және де қонақ үй индустриясының даму болашағына септігін тигізетін сала болып табылады. Қонақ үйдің қажеттілігі мен меймандармен толтырымдылығын нақты туризм саласы қамтамасыз ететіндігі айқындалады. Сондай-ақ, әлемдегі болып жатқан экономикалық дағдарыс салдарын төмендету мақсатында, бұл саланы дамытудың бірнеше тиімді жақтарын ашып көрсетеміз. Талдау барысында қонақ үй индустриясының дамуына септігін тигізетін бірнеше факторлар ескеріледі. Атап айтатын болсақ, Қазақстан Республикасы бойынша қонақ үй орындарымен қызмет көрсетілген шет елдік меймандар санына, еліміздегі қонақ үй орындарымен бір уақытта қамтамасыз ету деңгейіне және де өткен жылға қонақ үйге орналастыру орындарының толтырылымдылық деңгейіне талдау жасаймыз. Нәтижесінде, қонақ үй қызметінің жеткілікті дамымаған дәрежесі және де қызмет көрсетудің төмен сапасы сияқты бірқатар мәселелер қаралады. Сонымен қатар, қонақ үй бизнесін дамыту мақсатында жасалынған талдаулар негізінде, туындаған мәселелердің шешімі ретінде, бірнеше тиімді ұсыныстар ұсынылады.

**Түйін сөздер:** бренд, қонақжайлылық индустриясы, қонақ үй бизнесі, халықаралық туризм, интеграция стратегиясы, имидж, платцдарм.

Baimuhanbetova E.E.,  
Kairatbekkyzy A.

**Modern trends in the hotel  
industry in the Republic of  
Kazakhstan**

This article discusses the development of the hospitality industry today and its current level of development. Prospects of development of hotel business in Kazakhstan are related primarily to the development of tourism. As previously mentioned, tourism generates more revenue for the country receiving it, and this determines the prospects of its development. It provides the basic tourism occupancy and demand for hotels. And also consider the useful side of this sphere of activity to reduce the risk of a world economic crisis. In the course of analyzing considered several favorable factors for the development of this business. More precisely, we analyze appropriateness attendance foreign tourists – places in hotels for the Republic of Kazakhstan, as well as analyzes of the appropriate place in the attendance of the previous year. As a result, we do not consider the developed side of the hotel industry and its low level of maintenance. And we offer a few suggestions for the solution of problems arise when analyzing and achieve the goal of the hospitality industry.

**Key words:** brand, hospitality, hotel business, international tourism, integration strategy, image, plattsdarm.

Баймуханбетова Э.Е.,  
Қайратбекқызы А.

**Современные тенденции  
развития гостиничной  
индустрии в Республике  
Казахстан**

В статье рассматривается ход развития гостиничного бизнеса на сегодняшний день и его нынешний уровень развития. Перспективы развития гостиничного бизнеса в Казахстане связаны в первую очередь с развитием туризма. Как уже отмечалось ранее, туризм приносит большие доходы для страны принимающей его, и это определяет перспективность его развития. Именно туризм обеспечивает основную заполняемость и востребованность гостиниц. Рассматриваются полезные стороны данной сферы деятельности для снижения риска всемирно-экономического кризиса. В ходе анализа учитываются несколько выгодных факторов для развития данного бизнеса. Точнее говоря, анализируется ответственность посещаемости иностранных туристов – местам в гостиницах по Республике Казахстан, а так же анализ ответственности мест на посещаемость на предыдущий год, т.е. неразвитые стороны гостиничного бизнеса и его низкий уровень обслуживания. Предлагается несколько предложений для решения проблем, возникаемых при анализирования и достижения цели гостиничного бизнеса.

**Ключевые слова:** бренд, индустрия гостеприимства, гостиничный бизнес, международный туризм, стратегия интеграции, имидж, платцдарм.

**ҚАЗАҚСТАН РЕС-  
ПУБЛИКАСЫНДАҒЫ  
ҚОНАҚ ҮЙ  
ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ  
ҚАЗІРГІ ДАМУ  
ЖАҒДАЙЫ**

Әлемдегі экономикалық дағдарысқа қарамастан, қонақ-жайлылық индустриясы қарқынды түрде дамуда. Эксперттердің айтуы бойынша, қонақ үй бизнесіндегі Қазақстан әлеуеті келешекте жоғары дәрежеде дамуы мүмкін. Қазақстандық қонақ үй және мейрамхана ассоциациясының президенті Рашид Шайкенов: «Бүгінгі қонақ үй нарығы – динамикалық түрде дамып келе жатқан экономикалық сектордың бірі»-деп өзінің көзқарасын білдірген болатын. Сонымен қатар, қонақ үй шаруашылығы индустриясы халықаралық туризмде ерекше орын алады. Қазіргі таңда елімізде туризмді дамытуға байланысты түрлі шаралар қолданылуда. Солардың бірі «Туристтік саланы дамытуға бағытталған 2020 концепциясы». Қонақ үй индустриясы туристік саламен тығыз байланыста болғандықтан, қонақ үй бизнесін дамыту да аса маңыздылыққа ие болып отыр. Қонақ үй бизнесі үлкен табыс, кіріс көзі болып табылады, сонымен қатар басқа елден келушілердің еліміз туралы алатын әсері де дәл осы қонақ үй туралы әсерінен бастау алады.

Әлемдік экономикалық жүйеге Қазақстан шаруашылығының интеграция стратегиясын анықтағанда, туризм үшін Қазақстанның қолайлы имиджі бар ел ретінде көрінісін қалыптастырады, халықаралық деңгейде туристік ұйымдар мен қазақстандық туристерді қорғау мен қолдауды жүзеге асырады [1, 35-36 б.]. Нәтижесінде, мұндай жағдайды жасағаннан кейін қонақ үйдің кәсіпкерлік қызметі дамиды. Қазақстан Республикасындағы қонақ үй индустриясының қазіргі даму жағдайына талдау жасау барысында, қонақ үйге шет елдерден келушілер санын анықтай келе, төмендегідей қорытындыға қол жеткіздік (1-кесте).

1-кестеден көретін болсақ, елімізге келген шет ел азаматтарының саны әр жылы әр түрлі, бірақ салыстырмалы түрде бір деңгейде болғанын байқаймыз. Туристердің қонақ үйге орналасуының негізгі аймақтары ретінде Алматы, Атырау, Астана, Маңғыстау облыстары болып табылады. Бұл аталған аймақтарды «іскерлік қалалар» деп санауға болады, себебі қазіргі таңда елімізге келетін меймандардың көбі дәл осы іскерлік мақсатта келеді. Қысқы Азия ойындарының себебінен, 2011 жылы Астана мен Алматы қалаларына келушілер саны күрт артқан. Кестеден көріп тұрғанымыздай, 2010 жылы 594161 турист ең жоғары көрсеткішке ие болғанын байқаймыз.

**1-кесте** – Қазақстан Республикасы бойынша қонақ үй орындарымен қызмет көрсетілген кіру келушілер (резидент еместер) [2]

Қазақстан Республикасы аймақтары	Жыл аралықтары					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Жалпы көрсеткіш	594 161	584 303	515 328	520 038	545 222	586 038
Ақмола	3 043	2 850	3 518	7 257	3 616	9 260
Ақтөбе	8 633	8 979	8675	8 735	9 327	8 520
Алматы	858	1 013	1 218	1 012	1 342	1 065
Атырау	226 332	138 713	109 243	110 008	110 362	122 074
Батыс Қазақстан	15 743	11 491	6 546	12 983	7 698	13 241
Жамбыл	1 581	2 052	1 086	1 126	1 155	1 290
Қарағанды	13 866	15 319	10 351	17 910	13 691	15 918
Қостанай	4 454	5 358	4 909	5 187	5 947	6 820
Кызылорда	1 685	1 576	1 345	1 920	1 450	1 262
Маңғыстау	48 855	43 833	30 124	23 160	32 835	29 162
Оңтүстік Қазақстан	7 700	7 160	7 652	13 675	8 038	14 638
Павлодар	2 552	3 482	6 755	5 987	8 082	7 835
Солтүстік Қазақстан	3 031	3 686	3 761	3 765	3 982	3 145
Шығыс Қазақстан	15 892	19 588	17 397	15 985	18 317	18 846
Астана қаласы	95 922	119 734	101 789	100 873	103 305	109 952
Алматы қаласы	144 014	199 469	185 342	201 237	190 101	223 010

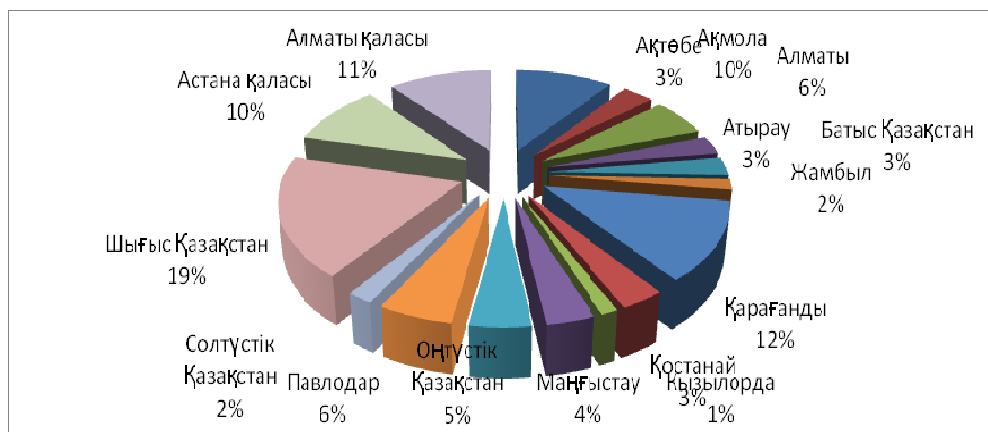
Бүгінде әлем экономикасында ең дамып келе жатқан және де табыс көзі болып табылатын салалардың бірі ретінде қонақ үй бизнесін алсақ болады. Қонақ үй бизнесінің қарқынды дамуының негізгі нәтижесі тікелей келушілер санымен байланысты десек те болады. Соған сәйкес, еліміздегі әр облыс бойынша соңғы жылдағы қонақ үйге орналастыру орындарының толтырылымдылық деңгейіне талдау жасадық (2-кесте).

2-кестеде көрсетілгендей, 2015 жылғы жалпы толтырымдылық деңгейі 31,4 пайызға жеткен. Пайыздық өлшемде ең толтырымды облыс – Атырау қаласы болып табылады (62,6%). Сонымен қатар, Маңғыстау облысы және Астана қалаларында да салыстырмалы түрде жоғары деңгейді көрсеткен (тиісінше, 45,1% және 43,9%). Жалпы, Қазақстандағы толтырымдылық салыстырмалы түрде төмен деңгейде. Бұл көрсеткіш Ресейде 46%, ал Түркияда 86,2% көрсетеді.

1-суретте көрсетілгендей, еліміздегі қонақ үй орындарымен бір уақытта қамтамасыз ету деңгейіне талдау жасалған. Яғни, әр аймақтар бойынша бір жыл ішінде қанша пайызға ие болғандығы айқындалды (1-сурет).

**2-кесте** – Қазақстан Республикасы бойынша 2015 жылға қонақ үйге орналастыру орындарының толтырылымдылығы (төсек-тәулік),% [2]

Қазақстан Республикасы аймақтары	2015жыл (%)
Жалпы көрсеткіш	31,4
Ақмола	31,8
Ақтөбе	30,4
Алматы	23,6
Атырау	62,6
БатысҚазақстан	33,3
Жамбыл	38,6
Қарағанды	22,2
Қостанай	33,8
Кызылорда	31,9
Маңғыстау	45,1
Оңтүстік Қазақстан	27,2
Павлодар	24,5
Солтүстік Қазақстан	24,6
Шығыс Қазақстан	24,6
Астана қаласы	43,9
Алматы қаласы	37,4



1-сурет – Қазақстан Республикасы бойынша 2015 жылға орналастыру орындарының бір уақыттағы толтырымдылығы

1-суретке назар аударар болсақ, бір уақытта торттырымдылық деңгейі бойынша бастапқы орында Шығыс Қазақстан болып табылады. Шығыс Қазақстан облысының жоғары деңгейге ие болуының бірден бір себебі – бұл аймақтың туристік әлеуеті жоғары болуымен байланысты. Яғни, Сібі, Бұқтырма, Алакөл, Катон-Қарағай курорттық демалу аймақтары көптеген туристерді орналастырады және де меймандарға қызмет көрсетеді.

Көріп отырғанымыздай, жоғары деңгейдегі қызмет көрсету және осыған сай жоғары бағалар. Бұл қонақ үй желілер Қазақстанда ғана емес, сонымен қатар басқа елдерде де танымал бренд болып табылады. Бірақ Түркия және басқа туристік дамыған елдерде бағалар басқа деңгейде және 30-40% арзан болып келеді. Мысалға, Rixos Downtown Hotel Antalya біркүндік түнеу 200 \$ болады [4].

Қазақстан қонақ үй желілері үшін өте тартымды мемлекет болып келеді. Өйткені, алпауыт Four Seasons Hotels and Resorts атты компания өзінің қонақ үйлерінің бірін дәл осы Астана қаласында салмақшы. Бұл компанияның 47,5% атақты Билл Гейтске тиесілі [5].

Біздің ойымызша, танымал шетел желілерін Қазақстанға өз қонақ үйлерін салдырғаннан гөрі, отандық компанияларды дамытып, қонақ үй желісіне айналдырған дұрыс. Мысалы, Алматы қаласындағы «Достық Плаза» сияқты қонақ үйді, қонақ үй желісіне айналдыру, яғни дәл сондай отельдерді Қазақстанның басқа жерлерінде салу. Нәтижесінде отандық желілер шетел желілерімен бәсекеге түседі, кейін бағалар арасындағы түсім байқалатын болады. Нәтижесіне «бір өкпен екі қоянды» ата аламыз. Біріншіден, отандық

брендтің нарыққа шығуы, екіншіден бағалардың қолжетімді болуы. Тағы бір дамыту жолы ретінде, қонақ үй бизнесіндегі бағалар сәйкестігін қамтамасыз ету. Нәтижесінде, бағалардың белгілі бір межеден аспауы. Бұл біздің ойымызша, бәсекелестіктің қарқындауына және қонақ үй нөмірлерінің қолжетімділігін қамтамасыз етуі тиіс.

Қорытындылай келе, қонақ үй шаруашылығы өте маңызды шаруашылық түрі болып саналады, және ол жоғарыда айтып өткендей туристік саламен тығыз байланысты. Ал туризм бұл ешқандай шикізатты қажет етпейтін, экологияға зиян көп келтірмейтін экономика саласы. Нәтижесінде, бұл жалпақ тілмен айтқанда «ауадан ақша жасау». Қонақүй бизнесі экономиканың ерекше саласының бірі деп мойындасақ, мемлекет қонақ үй бизнесінің ерекше бағыттарын анықтайды және қолдайды, жалпы туризм индустриясының дамуы үшін жағымды жағдай жасайды. Қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы қонақ үй бизнесінің даму деңгейі жоғары деңгейде емес, бірақ ол әлі өзінің шарықтау шегіне жеткен жоқ, яғни болашағы алда. Оның дамуы туризмнің дамуымен тығыз байланыста. Ал туризм біздің болжауымызша 2017 жылдан кейін, яғни EXPO-2017 соң қарқынды түрде дамиды. Бірақ 2017 жылға дейін Қазақстан үшін платцдарм орнату қажет, яғни жоғарғы деңгейдегі қонақ үйлер салынуы тиіс, себебі 3 миллион адамды күтіп алатындай қазіргі кезде Астана қаласының күші жоқ. Нәтижесінде жаңа қонақ үйлер салынуы тиіс. Жоғарыда көрсетілген дамыту жолдарын қолдана отырып, Қазақстанның тек қонақ үй бизнесін ғана емес, сонымен қатар жалпы туризмді дамытуға септігін тигізеді деген үміттеміз.

### Әдебиеттер

- 1 Мазбаев О.Б., Омаров К. М. Қонақ үй шаруашылығы және туристік бизнес. – Астана, 2003. – 35-36 бб.
- 2 URL: <http://www.stat.gov.kz/>
- 3 URL: <http://www.astanahotels.kz/>
- 4 URL: <http://www.tez-tour.com/>
- 5 URL: <http://forbes.kz/>

### References

- 1 Mazbaev O.B., Omarov K.M., Konak ui sharuashylygy zhane turistik biznes. – Astana, 2003. – 35-36 b
- 2 URL: <http://www.stat.gov.kz/>
- 3 URL: <http://www.astanahotels.kz/>
- 4 URL: <http://www.tez-tour.com/>
- 5 URL: <http://forbes.kz/>