

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



**«ҚОНАҚ ҮЙ-МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ  
ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ»**

халықаралық онлайн-конференциясының

**ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ**

12 наурыз 2020 ж.

**СБОРНИК ТРУДОВ**

международной онлайн-конференции

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНО-  
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА»**

12 марта 2020 г.

**PROCEEDINGS**

of the international online-conference

**«MODERN TRENDS OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS  
DEVELOPMENT»**

12 March 2020

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

УДК 005(063)  
ББК 65.050.2  
Қ 64

**Редакционная коллегия:**

Декан Экономического факультета д.э.н., профессор Макыш С.Б.,  
Заведующий кафедрой «Туризм» к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.  
к.э.н., доцент кафедры «Туризм» Муталиева Л.М.

Ответственная за НИР кафедры «Туризм» к.э.н., доцент Мусина К.П.

Старший преподаватель кафедры «Туризм», Магистр международного бизнеса в гостиничном, курортном и спа управлении Асемжар Н.Д.

**Қ 64 Қонақ үй-мейрамхана бизнесінің қазіргі даму тенденциялары:** халықаралық онлайн-конф.еңбектер жинағы. – Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2020.

**Современные тенденции развития гостинично-ресторанного бизнеса** Сб. материалов межд. онлайн-конф. – Нур-Султан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020.

Proceedings of the international online-conference «**Modern trends of hotel and restaurant business developmen**» Nur-Sultan, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2020.

**ISBN 978-601-337-310-2**

Халықаралық онлайн конференцияның еңбек жинағында Қазақстан Республикасында және шетелде қонақ үй және мейрамхана бизнесінің дамуының өзекті тенденциялары қарастырылған.

В сборнике материалов международной онлайн конференции рассмотрены актуальные тенденции развития гостиничного и ресторанного бизнеса в Республике Казахстан и зарубежом.

The proceedings of the international online conference discuss current trends in the development of hotel and restaurant business in the Republic of Kazakhstan and abroad.

УДК 005(063)  
ББК 65.050.2  
Қ 64

**ISBN 978-601-337-310-2**

© Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2020

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2020

If you are determined to create a good image, then you need to think about how to attract people to yourself.

Emphasize the benefits. Many forget about it. For example, it is more important for a guest to know that hotel employees are ready to help solve his problems.

Find out what they think of you. Search through TripAdvisor, Airbnb, and Booking reviews to understand why you are loved the most and what needs to be fixed. And do not forget to leave answers.

Go beyond the walls of the hotel. If your hotel is located in an attractive area (it can be either mountains or the center of a metropolis), then add this to the commercial. Visitors must understand where they will come!

Optimize your hotel website. Website optimization is the basis of online promotion. If you miss this item - do not expect reservations and good sales.

Target. Understand who your main consumer is, make basic bets on this particular audience. But do not forget to experiment, this way you will find potential customers that you could not think of.

Work on social media posts. Post useful content regularly. Hold various events with prizes, motivate guests to relax with you. Anything can be a motivator: from an all inclusive format bar to a Jonas Brothers concert.

Be sure to conduct a competitive analysis. Perhaps it is precisely the ideas of competitors that will help you find your selling chips.

Branding is an indispensable part of the competitive strategy in a period of difficult economic conditions - it is part of the anti-crisis competitive development program. Valuable brands are least sensitive to the crisis. Without branding, the future of a high-class hotel group in the post-crisis period is extremely uncertain - customers monitor the emotional and rational characteristics of the brand and the price-quality ratio.

It seems necessary to study the impact of global economic instability on the development of the hotel market, on the formation of competitive advantages and the competitiveness of five-star hotels and brands.

#### **References:**

1. Cunill O.M. The growth strategies of hotel chains: Best business practices by leading companies. - N.Y.:The Haworth Hospitality Press, 2009
2. Kotler F., Bowen J., McKenzie D. Marketing: hospitality and tourism / Marketing for Hospitality and Tourism: Per. from English / Ed. R. B. Nozdreva. - M.: UNITY, 2005
3. Clifton R. Brands and Branding. - London: The Economist in association with Profile Books Ltd, 2009
4. The official website of the Statistics Committee of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. Access Mode: [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)

## **ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ БИЗНЕСІНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ**

*Мәулен М.Ф.*

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,

Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: [moldir.maulen@mail.ru](mailto:moldir.maulen@mail.ru)

Туризм әлемдік және отандық экономиканың ең интеграцияланған саласы болып табылады. Халық шаруашылығының 30-дан астам саласы онымен өзара іс-қимыл жасайды. Қонақ үй шаруашылығы туризм инфрақұрылымының ажырамас бөлігі бола отырып, бизнестің

дербес түрі болып табылады. Қонақ үй бизнесінің барабар дамуынсыз туризмді дамыту мүмкін емес.

Қонақ үй бизнесі – жақсы, тұрақты табыс әкелетін бизнес. Бұдан басқа, қонақ үй бизнесіне инвестиция салу іс жүзінде тәуекелді қажет етпейтін капитал салуды білдіреді, себебі негізгі актив ұзақ мерзімді перспективада орташа есеппен жылына 5% - ға қымбаттайтын жылжымайтын мүлік болып табылады. Мысалы, Еуропада қонақ үй бизнесі – бұл түсінікті және беделді бизнес [1].

Қонақ үй бизнесі қонақжайлылық саласында қызмет көрсетумен байланысты және ең бастысы туристердің, соның ішінде іскерлік мақсаттарға келетін демалушылардың және т.б. қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған.

Қонақ үй бизнесі өте әр түрлі — ол үлкен трансұлттық желілерді, сондай-ақ шағын отбасылық қонақ үйлерді қамтиды; ертегі сарайларына ұқсас сәнді бес жұлдызды қонақ үйлер, сондай-ақ шағын хостелдер. Статистикаға сәйкес, ірі қонақ үйлерге 60% қонақтар келеді, ал қалғандары шағын қонақ үйлерге артықшылық береді. Жұлдыздар саны бойынша қонақ үйлердің кең танымал жіктелуі әр елде өзіндік ерекшелігіне ие екенін атап өткен жөн, Түркия мен Еуропада 5 жұлдыз қызмет көрсету деңгейі бойынша бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленеді.

Қазақстанда 2019 жылғы қаңтар-қыркүйек қорытындылары бойынша келушілерді орналастырумен шұғылданатын орналастыру орындарының саны 3630 бірлікті құраған, ондағы орналастыру орындары саны 75779 бөлме болса, бұл ретте біржолғы сыйымдылық 181153 төсек-орынды құраған. Олар 4865,8 мың адамға қызмет ұсынылды және 92077,6 миллион теңге сомасына қызмет көрсетілді. Орналастыру орындары көрсетік қызметтер көлемі (мейрамханалардың көрсетілетін қызметтерін қоспағанда) өткен жылғы ұқсас кезеңмен салыстырғанда есепті кезеңде салыстырмалы бағалардағы 13,5% - ға өсті.

Курорттық аймақтарда орналастыру орындарының саны өткен жылғы ұқсас кезеңмен салыстырғанда 8,5% ұлғайды және бөлмелер саны 21007 бірлікпен 1052 бірлікті және олардың көрсетілген қызметтерінің көлемі 14869,0 миллион теңгені құрады немесе өткен жылғы тиісті кезеңге салыстырмалы бағаларда 3,1%-ға көп [2].

Қонақ үйлердің табысы көбінесе туристік саланың жағдайына байланысты. Қазіргі уақытта 2020 жылға дейінгі Дүниежүзілік туристік ұйым сарапшыларының болжамдары өте жағымды: туризмнің әлемдік индустриясы жыл сайынғы өсімі 4% және одан да көп. Бұл оң өсімі әуетасымалдардың қолжетімділігінің көбеюімен (олардың бағасы мен әртүрлілігі), туристік инфрақұрылымның жақсаруымен, туристердің әл-ауқатының өсуімен, әлемдік экономиканың жаһандануымен және т.б. қамтамасыз етіледі. Әлемдік халық неғұрлым белсенді болуда, бұл туристік сапарлар санының өсуіне (бизнес туризм, демалу, емдеу, танымдық туризм, т.б.), демек, қонақ үй индустриясындағы істердің оң жағдайына алып келеді [3].

Қонақ үй шаруашылығы көрсеткіштерінің серпіні елдегі қонақ үй санының артуымен сипатталады.

Келесі кестеден орналастыру орындарының соңғы 3 жыл аралығында қалай өзгергенін байқауымызға болады:

	2017 жыл (қаңтар-қыркүйек)	2018 жыл (қаңтар-қыркүйек)	2019 жыл (қаңтар-қыркүйек)
<b>Барлығы</b>	<b>2997</b>	<b>3345</b>	<b>3630</b>
5*	22	22	23
4*	89	78	71
3*	132	120	92
2*	18	23	16
1*	15	14	9
Санаты жоқ қонақ үй	1537	1706	1879

Өзге тұрғылықты орындар	де	1184	1382	1540
<i>Кесте Статистика комитетінің деректері негізінде автормен құрастырылған</i>				

Қонақ үй индустриясы кәсіпорындарын, әсіресе жаһандану жағдайында дамытудың қазіргі заманғы үрдістері жаңа нарықтарды игеру, ішкі салалық және салааралық стратегиялық альянстарға кіру, саралау, лицензиялық келісімдер (франчайзинг) жасасу, келісім-шарт бойынша басқару, шетелдік серіктестермен бірлескен кәсіпорындар құру және т.б. сияқты кәсіпкерлік қызметті жүргізудің жаңа тәсілдерін қолдану болып табылады.

Қазақстанда лицензиялық келісімшарт негізінде Ritz-Carlton, Hilton, Astana Marriott Hotel, Rixos President Astana, Radisson Hotel Astana, Ramada Plaza Astana и Soluxe Palace Astana және т.б. секілді әлемде алдыңғы қатарлы қонақ үйлердің желілері жұмыс істейді. Алайда бұл қалыптаспаған ұлттық қонақ үй кәсіпорындары үшін қолайсыз үрдіс болып табылады.

Сондай-ақ, осы жылдың мамыр айында Ақтау қаласында Қазақстандағы алғашқы all inclusive (барлығы қамтылған) концепциясы бойынша жұмыс істейтін 5\* Rixos желісінің жаңа қонақ үйінің ашылуы жоспарланып отыр.

Қонақ үй 500 нөмерді қамтитын болады: оның ішінде – 462 делюкс, 22 номер люкс категориялы, 1 президенттік номер және 15 бунгало. Қонақ үй аумағында лобби, атриум, мейрамханалар, СПА-орталықтар, жабық бассейн болады, 750 адамды жұмыспен қамтымақ [4].

1998 жылы Қазақстандағы қонақ үй нарығының даму тенденциялары мен болжамдарын жасайтын қонақ үй индустриясының маманы Қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы (КАГиР) құрылған болатын. Қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы (КАГиР) – Қазақстан Республикасының қонақ үй кешендерін, халықаралық қонақ үй желілерінің өкілдіктерін, қонақ үй индустриясындағы жеткізушілерді, бұқаралық ақпарат құралдарын «Қонақ үй және мейрамхана: бизнес және менеджмент», қызмет көрсету факультеттері бар колледждер мен университеттерді біріктіретін коммерциялық емес, үкіметтік емес ұйым. Оның басты міндеті – Қазақстанда заманауи қонақ үй нарығын құру болып табылады.

Соңғы онжылдықта қарқынды даму алған қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарының даму үрдістеріне жатқызу керек:

- 1) қонақ үй және мейрамхана ұсыныстарын мамандандыруды тереңдету;
- 2) халықаралық қонақ үй және мейрамхана тізбектерін құру;
- 3) шағын кәсіпорындар желісін дамыту;
- 4) қонақжайлылық индустриясына жаңа технологиялардың енгізілуі.

#### **Әдебиеттер:**

1. Браймер Р.А. «Основы управления в индустрии гостеприимства». Пер. с англ. М.: Аспект Пресс. – 1995г. – 525с.].
2. Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитеті
3. «Международное гостиничное хозяйство». Уч. Под. ред. проф. д-ра эконом наук Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС. – 2000г.].
4. Форбс іскерлік журналы. Электрондық ресурс. Кіру тәртібі: <https://forbes.kz>