

**REPORTS OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

ISSN 2224-5227

Volume 2, Number 306 (2016), 179 – 184

UDC 640.4**HOTEL BUSINESS IN KAZAKHSTAN:
MODERN STATUS AND DIRECTION OF DEVELOPMENT****U.S. Yesaydar, A.K. Belgibayav, E.N. Nesipbekov**

Almaty Technological University, Almaty, Kazakhstan.

Key words: hotel, tourism, transport, consumer, marketing, service.

Abstract. The object of the scientific research are studying the problems of effective functioning of hotel complex, determining the direction of further development of hotel business taking into account the increase of its competitiveness in the market.

The following methods are used in research: scientific abstraction, induction and deduction, regulatory, economic and statistic, monographic description.

The following results were obtained during the work: first: incompliance of hotel offers services which consumer demand for them.

Secondly: functioning at a hotel complex on the basic of outdated technology.

Third offering set of measures enhancing the effectiveness of the services provided by the hotel.

The scope of the results of extensive and has a strong practical orientation. Development of hotel business in accordance with international requirements and standards will create new jobs to increase foreign exchange revenues and ultimately will contribute to the diversification of Kazakhstan' economy.

УДК 640.4**ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС КАЗАХСТАНА:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ВЕКТОР РАЗВИТИЯ****У.С.Есайдар, А.К.Бельгибаев, Е.Н. Несипбеков**

Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан

Ключевые слова: гостиница, туризм, транспорт, потребитель, маркетинг, услуга

Аннотация. Целью научных исследований является изучение проблемы эффективного функционирования гостиничного комплекса, определение направлений дальнейшего развития гостиничного бизнеса с учетом повышения его конкурентоспособности на рынке услуг.

При проведении исследований использованы следующие методы: научной абстракции, индукции и дедукции, нормативный, экономико- статистический, монографического описания.

При выполнении работы получены следующие результаты: во- первых, выявлено несоответствие предложения гостиничных услуг потребительскому спросу на них; во- вторых, функционирование гостиничного комплекса на устаревшей технологической базе; в- третьих, предлагается комплекс мероприятий, повышающих эффективность предоставляемых гостиничных услуг.

Область применения результатов обширная и имеет ярко выраженную практическую направленность. Развитие гостиничного бизнеса с учетом международных требований и стандартов позволит создать новые рабочие места, увеличить валютные поступления в бюджет и в конечном итоге будет способствовать диверсификации экономики Казахстана.

Современные экономические реалии-нестабильная ситуация на нефтяном рынке (падение цены на нефть), большая волатильность национальной валюты приводят к негативным явлениям в экономике Казахстана и ставят новые задачи по нахождению перспективных путей развития, диверсификации национальной экономики. Понимая и осознавая современные международные

вызовы и риски, правительство разрабатывает перспективную программу создания крупного логистического транспортного хаба, который гармонично вписывается в глобальный стратегический план «Нурлыжол». При этом используется геополитическое положение Казахстана как транзитной страны, соединяющей Азию и Европу в международные, экономические и культурные связи.

В связи с чем, в ближайшем будущем необходимо ожидать увеличение туристических потоков по территории Казахстана. И как следствие будет возрастать роль гостиничного комплекса Казахстана, предоставляющего жильё для временного проживания туристов различной категории и удовлетворяющего потребности в комфортных условиях.

На наш взгляд, развитие гостиничного комплекса в Казахстане должно стать главным направлением совершенствования инфраструктуры туристической отрасли. Туристские потоки непосредственно зависят от размера этого сектора индустрии туризма и качества предлагаемых средств размещения.

Проблемы гостиничного хозяйства (управление, финансирование, дизайн) являются основными для экономического анализа гостевого бизнеса. Они освещены в работах отечественных и зарубежных ученых [1-7]. Экономический анализ гостиничного сектора, в свою очередь, базируется на анализе эффективности вложенных инвестиций. Каково же современное состояние и тенденции развития в гостиничном бизнесе Казахстана?

В целом по стране только три города Астана, Алматы и Атырау имеют функционирующий гостиничный рынок. Гостиничное хозяйство в регионах характеризуется высоким уровнем цен на гостиничные услуги, высокой степенью морального и физического износа, низким уровнем комфортности номеров, технологической отсталостью, плохо обученным персоналом и узким ассортиментом предоставляемых услуг [8-10].

Высокие цены в гостиничном бизнесе можно объяснить низкой конкуренцией и недостаточностью номерного фонда. Структура гостиничного рынка в данных городах представлена в основном местными отелями низкого ранга и высококлассными международными брендами бизнес-отелями, что приводит к несбалансированной ситуации на рынке.

Уровень менеджмента в гостиничном хозяйстве Республики Казахстан пока еще отстает от международных стандартов. Проблемы снижения затрат, повышения эффективности являются общими практически для всех форм собственности и хозяйствования гостиничных предприятий. В связи с этим, возникает потребность увеличения производительности труда, что без инвестирования в новые гостиничные технологии и оборудование практически невозможно. Кроме того, необходимо внедрение системы менеджмента качества, направленного на повышение отдачи вложенных средств на основе реально разработанного бизнес-плана.

Подходы к оценке качества менеджмента в гостиничном деле в республике до сих пор еще окончательно не сформулированы, совершенно недостаточно обобщается и анализируется опыт функционирования гостиничных комплексов, не в достаточной мере освещаются их проблемы в отечественной литературе и средствах массовой информации.

Недостаток отелей и гостиниц по всем категориям приводят к тому, что гостиничный комплекс Казахстана не удовлетворяет растущий спрос на гостиничные услуги. В целом такое положение в гостиничном бизнесе негативно влияет даже на поведение и выбор отечественных туристов. Например, в Турцию из Казахстана только с туристическими целями выезжает ежегодно около 300-400 тыс. человек. Из-за такого положения в гостиничном бизнесе казахстанская экономика, несомненно, теряет значительное число потенциальных клиентов. Кроме того, гостиничный бизнес является одним из видов предпринимательской деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является каналом пополнения казны иностранной валютой.

Создание и развитие современного инновационного гостиничного комплекса Казахстана должно ориентироваться на интересы и потребности конкретных групп туристов. Поскольку эффективное функционирование гостиничного бизнеса зависит от различных факторов, необходимо разработать комплексную программу развития гостиничного бизнеса, которая должна учитывать национальные интересы, экономические особенности и возможности, возникающие риски, а также богатый международный опыт по развитию гостиничного бизнеса. Данная программа должна стимулировать создание и развитие гостиничного комплекса.

В Казахстане возникает потребность практически по всем категориям гостиниц, отелей. В перспективе развивать гостиничный сектор необходимо с учетом складывающихся возможностей и потенциальных перспектив различных регионов.

В крупных городах Астане, Алматы, Атырау, имеющих значительный потребительский рынок, развитую социально-культурную и сервисную инфраструктуру включая транспортную систему (воздушные, железнодорожные, автомобильные магистрали) необходимо открывать престижные отели 3-7 звездной категории класса люкс и выше. Несомненно, открытие высококлассных отелей потребует значительных усилий по эффективной организации сотрудничества с международными гостиничными цепями и компаниями, мобилизации значительных инвестиционных ресурсов. Однако эта работа приведет к положительным результатам и последствиям.

Как показывает международный опыт, вложенные инвестиции в гостиничный сектор имеют долгосрочный и краткосрочный эффект прибыли. В долгосрочном тренде вложенные инвестиции в гостиницы есть по существу вложения в недвижимость, а, как известно цена земли и здания имеет постоянный положительный тренд. Краткосрочный эффект прибыли зависит от текущей деятельности гостиницы, эффективного вложения инвестиций и от степени загруженности отеля, что связано с рыночными показателями спроса и предложения на гостиничные услуги. Увеличить загруженность отеля можно путем проведения грамотной маркетинговой и рекламной стратегии, которая должна ориентироваться как на внутреннего, так и на международного клиента из стран дальнего и ближнего зарубежья.

Тесные контакты необходимо наладить в первую очередь с потребителями туристических услуг из соседних стран Китая и России, обладающих значительными потребительскими рынками. Фешенебельные отели класса люкс и выше по существу являются драйвером роста всей туристической отрасли, так как состоятельные и платежеспособные клиенты увеличивают спрос на сервисные услуги и тем самым создают мультипликативный эффект для других видов услуг (транспорта, торговли, ресторанных и бытовых услуг и т.д.).

Тесные контакты необходимо установить с крупными международными гостиничными цепями, которые имеют богатый опыт по эксплуатации и эффективному управлению фешенебельными отелями. В международной практике такое сотрудничество осуществляется через заключение договора франшизы. Тесное международное сотрудничество по модернизации гостиничного комплекса, на наш взгляд, нужно наладить с отельными компаниями из таких стран как Турция, Таиланд, которые благодаря развитому отельному бизнесу ежегодно принимают в среднем около 25-30 млн. туристов и тем самым увеличивают потребление туристических услуг, а также обеспечивают поступление валюты в страну. Кроме того, зачастую сами отели становятся туристическими достопримечательностями, что видно на примере отелей Дубая, Гонконга, Сингапура и других международных туристических центров.

Наряду с этим отечественный рынок гостиничных услуг остро нуждается в комфортных и недорогих отелях концепции «апартаменты с обслуживанием» (как небольшая квартира в структуре гостиницы со своей кухней, санузлом и спальней комнатой), а также в обычных отелях невысокого ценового позиционирования, но исключительно для бизнес-туристов.

Из-за несовершенства гостиничного бизнеса многие уникальные туристические зоны Казахстана остаются без внимания. В горных районах Алматинской, Восточно-Казахстанской областях необходимо создавать горнолыжные отели типа шале, на Боровом, Алаколе, Каспийском море вводить в эксплуатацию отели и гостиницы, предназначенные для пляжного отдыха. Для обслуживания транспортных магистралей целесообразно вводить мотели, которые туристическое передвижение по Казахстану сделают комфортным.

В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых. Дальнейшее развитие гостиничного бизнеса, в частности, обусловит появление все новых и новых средств размещения туристов. Многочисленные достижения научно-технического прогресса способствуют быстрому развитию систем бронирования в гостиничных комплексах, а также упрощают систему оформления гостей в средствах размещения.

Тенденция внедрения мировых стандартов в сферу гостеприимства, в том числе в развитие гостиничного бизнеса, приобретает устойчивый характер и для Казахстана. Создание

современных гостиничных комплексов, отвечающих международным стандартам качества, потребуют изыскания и вливания значительных инвестиционных ресурсов. В тоже время, как показывает международная практика, вложенные финансовые средства в строительство крупных гостиниц и отелей окупаются.

Активное и рациональное применение стандартов (в первую очередь, международных) позволяет обеспечить требуемое качество продукции и услуг, организовать отлаженный и непрерывный технологический процесс, а также приводит к преодолению технических барьеров на внешних рынках, расширению базы производственного сотрудничества с зарубежными партнёрами. Туристские услуги, в том числе и в рамках гостиничного обслуживания, отнесены к социально-культурным услугам. Они строятся на принципах современного гостеприимства, что повышает их роль в развитии отечественного туризма.

В мировой практике гостиничный бизнес с одной стороны является перспективным направлением вложения инвестиционных средств, с другой стороны подвержен большому количеству рисков. В современном отельном бизнесе количество рисков не уменьшается, а наоборот отдельные риски принимают даже угрожающий характер. Среди них можно выделить нестабильную международную политическую ситуацию, которая приводит к различным протекционистским санкциям между отдельными странами, создает дополнительные преграды свободному движению людей, инвестиций и технологий. Объектам международной террористической угрозы зачастую становятся отели и гостиницы и жизнь самих туристов (Турция, Тунис, Индонезия, Египет, Париж и т. д.).

Продолжающийся мировой экономический кризис уменьшает платежеспособность потребителя, что приводит к отложенному туристическому спросу. Кроме того, высокая волатильность тенге подрывает инвестиционные возможности бизнесменов, так как постоянно необходимо изыскивать оборотные средства для претворения своих бизнес – планов.

Огромный ущерб гостиничному бизнесу приносят различные природные и техногенные катаклизмы, такие как ураган «Катрин» США, цунами в Японии и на острове Пхухет, землетрясение в Тибете, разлив нефти в мексиканском заливе и на побережье Испанских курортов. Перечень видов рисков, которые прямо или косвенно оказывают негативное влияние на гостиничный бизнес, можно продолжить.

В целях уменьшения влияния рисков на функционирование гостиничного бизнеса необходимо эффективно управлять рисками. Управление рисками должно опираться на всесторонний анализ причин риска и оценку его потенциальных угроз жизни и здоровью клиентов, а также причинения материального ущерба отелю.

Управление рисками есть сложный многоступенчатый процесс разработки эффективных мер по предотвращению риска и локализации ущерба от воздействия риска, а также принятия мер по восстановлению материального ущерба и здоровью человека. Центральным объектом управления риском в гостиничной индустрии является в первую очередь клиент, его жизнь, здоровье и имущественные интересы. Поскольку не все риски можно предотвратить до их наступления, то составной частью управления риском является страхование в отельном бизнесе. Оно позволяет возместить ущерб от наступившего риска. Актуальной проблемой в страховании гостиничного бизнеса является механизм возмещения ущерба от происшедшего риска.

Эффективность функционирования гостиничного комплекса во многом определяется уровнем развития сервисных отраслей (транспорта, торговли и развлечений и т.д.). Несекрет, что из-за плохого состояния дорог и технических проблем в транспорте многие туристические достопримечательности остаются недоступными. К тому же изношенность и плохое техническое состояние средств передвижения приводит к человеческим жертвам. По этой причине необходимо капитально отремонтировать изношенные автомагистрали и железнодорожные пути, вводить в эксплуатацию новые транспортные пути, модернизировать эксплуатируемые вокзалы и терминалы, построить новые высокотехнологические транспортные объекты, которые позволят открыть перспективные авиа рейсы и железнодорожные сообщения как внутри страны, так и на международном уровне. Предлагаемые мероприятия приведут к значительному увеличению объемов обслуживания туристических потоков.

Несомненно, что предлагаемые направления развития гостиничной индустрии Казахстана потребуют значительных инвестиционных ресурсов. При этом необходимо брать во внимание нестабильную ситуацию на международном и внутреннем финансовом рынке, которая приводит к увеличению финансовых рисков. В перспективе приоритетными источниками инвестиций в гостиничный комплекс Казахстана могут быть:

- 1) частные инвестиционные средства;
- 2) государственные инвестиции;
- 3) иностранные инвестиции;
- 4) совместное поступление средств от трех вышеперечисленных источников.

Поскольку эффективное функционирование гостиниц и отелей напрямую связано с предпринимательством, то только частные инвестиции могут быстро реагировать на изменение потребительского спроса, вложение значительных инвестиционных средств в гостиничный бизнес и идти на определенный риск.

В настоящее время доля частного капитала от общей суммы финансирования индустрии гостеприимства недостаточна. В этой связи необходим четкий продуманный механизм по поддержке частного капитала, направляемого в гостиничную индустрию, который должен учитывать следующие направления:

- 1) кредитная политика (субсидии, займы, ссуды и т.д.);
- 2) налоговая политика;
- 3) государственная земельная политика.

Кредитная политика должна иметь стимулирующий эффект. Однако современные кредитные ресурсы выдаются во-первых в ограниченном размере, во-вторых под высокие ставки процента, в-третьих выделяются только краткосрочные кредиты. Иными словами, необходимо предоставлять кредитные средства в должном объеме по доступным ставкам процента после рассмотрения бизнес-обоснования. В области налогов необходимо ввести льготный режим налогообложения. Под возведение крупных гостиничных комплексов необходимо выделять землю в долгосрочную аренду по льготной арендной плате.

Безусловно, привлечение иностранных инвестиций может успешно осуществляться лишь при обеспечении правовой базы и правительственных гарантий. Правительство, возлагая на себя задачу обеспечения такой законодательной базы, создает тем самым предпосылки для эффективного функционирования индустрии гостеприимства. Необходимая правовая база предполагает такие меры, как предоставление законного статуса частным предприятиям, определяет право частной собственности и гарантирует соблюдение контрактов. На уровне акиматов городов целесообразно принятие проектов, регулирующих отношения между гостиничными предприятиями, владельцами рекреационных ресурсов и потребителями.

Немаловажное значение для развития гостиничных предприятий в Казахстане играет совершенствование уровня и ассортимента предлагаемых услуг, повышение качества обслуживания. Иностранные инвесторы обладают не только инвестиционными средствами, но и применяют в своей практике инновационные технологии в сфере гостиничного бизнеса. Зачастую видно явное несоответствие качества обслуживания и цены проживания.

Можно отметить, что цены на гостиничные номера в городах колеблются от пятидесяти долларов и выше даже в гостиничных предприятиях низкой категории, что в среднем соответствует мировым ценам, а уровень комфорта и уровень обслуживания значительно ниже. В гостиничных комплексах практически отсутствует система скидок и льгот, что в принципе немаловажно для привлечения туристов.

Эффективность и прибыльность бизнеса будет напрямую зависеть от наличия высококвалифицированного менеджерского звена, внедрения инновационных технологий в отечественных гостиничных предприятиях, организации маркетинговых исследований рынка и выявления спроса на гостиничные услуги, а также от проведения эффективной ценовой политики и маркетинговых мероприятий по привлечению клиентов.

Создание современного инновационного гостиничного комплекса в Казахстане, несомненно, окажет влияние на появление новых рабочих мест, приток туристов в Казахстан, что увеличит

валютные поступления и будет способствовать развитию смежных отраслей (транспорта, торговли, строительства, питания, и т.д.).

Эффективно развивая и модернизируя гостиничный комплекс Казахстан откроет новое направление, которое будет способствовать диверсификации национальной экономики и создаст альтернативу сырьевой направленности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Усенбаева Г.Д., Бельгибаев А.К. Международный туризм: организация и управление - Алматы: Интер Пресс, 2012. - 283 с
- [2] Зайцева Н. А. Управление персоналом в гостиницах : учеб. пособие / Н. А. Зайцева. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. - 415 с.
- [3] Борзова Ю. А. Индустрия гостеприимства в РК: проблемы развития // Наука и образование, 2014, № 3, с.33-35.
- [4] Современные аспекты развития гостиничного бизнеса www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Economics/10_185994.doc.htm
- [5] Характеристика и тенденции развития мирового гостиничного комплекса Интернет сайт http://studopedia.ru/2_102971_harakteristika-i-tendentsii-razvitiya-mirovogo-gostinichnogo-kompleksa.html
- [6] Туризм как вид деятельности. Интернет сайт <http://sajtozbor.livejournal.com/4007.html>
- [7] Каленова С.А. Туризм в раскручивании казахстанского странового бренда // Вестник университета «Туран». - 2014. - № 1(61). - С.65-70
- [8] Каирова А.А. Современные тенденции развития туристской отрасли Казахстана: мнения отечественных компаний // Вестник университета «Туран». - 2014. - № 5 (105). - С.55-64.
- [9] Туватова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 3(89). - С.76-82.
- [10] Кельбуганова Л.Ж., Рахимбекова Ж.С. Теоретические подходы к системам управления гостиничными предприятиями города Алматы // Вестник университета «Туран». - 2012. - № 4(56). - С.122-126.

REFERENCES

- [1] Usenbaeva G.D., Bel'gibaev A.K. Mezhdunarodnyj turizm: organizacija i upravlenie - Almaty: Inter Press, 2012. - 283 s
- [2] Zajceva N. A. Upravlenie personalom v gostinichah :ucheb. posobie / N. A. Zajceva. - Moskva : FORUM : INFRA-M, 2013. - 415 s.
- [3] Borzova Ju. A. Industrijagostepriimstva v RK: problemyrazvitiya// Nauka i obrazovanie, 2014, № 3, s.33-35.
- [4] Sovremennye aspekty razvitiyagostinichnogobiznesa www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Economics/10_185994.doc.htm
- [5] Karakteristika i tendencii razvitiyamirovogogostinichnogokompleksa Internet sajt http://studopedia.ru/2_102971_harakteristika-i-tendentsii-razvitiya-mirovogo-gostinichnogo-kompleksa.html
- [6] Turizm kak vid dejatel'nosti. Internet sajt <http://sajtozbor.livejournal.com/4007.html>
- [7] Kalenova S.A. Turizm v raskruchivaniikazahstanskogostranovogobrenda// Vestnikuniversiteta «Turan». - 2014. - № 1(61). - S.65-70
- [8] Kairova A.A. Sovremennyetendencii razvitiyaturistkojotrasliKazahstana: mnenijaotechestvennyhkompanij // Vestnikuniversiteta «Turan». - 2014. - № 5 (105). - S.55-64.
- [9] Tuvatova V.E. Problemy i perspektivy povyshenijakachestvauslug v gostinichnombiznese // Marketing v Rossii i zarubezhom. - 2012. - № 3(89). - S.76-82.
- [10] Kel'buganova L.Zh., Rahimbekova Zh.S. Teoreticheskie podhody k sistemam upravlenijagostinichnyh predpriyatijamigoroda Almaty // Vestnikuniversiteta «Turan». - 2012. - № 4(56). - S.122-126.

Қазақстандағы қонақ үй бизнес: қазіргі жағдайы және даму векторы

У.С.Есайдар, А.К.Бельгибаев, Е.Н. Несипбеков

Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

Тірек сөздер: қонақ үй, туризм, көлік, тұтынушығ маркетинг, қызмет

Аннотация. Ғылыми зерттеулердің мақсаты қонақ үй тиімді қызмет ету мәселелерін зерттеу, қызметтердің нарығында бәсеке қаблетігін жоғарлатуды есепке алып қонақ үй бизнестің келешектегі даму бағыттарын анықтау болып табылады.

Зерттеулерді жүргізгенде келесі әдістер пайдаланған: ғылыми абстракция, индукция және дедукция, нормативтік, экономика-статистикалық, монографиялық зерттеу.

Зерттеу нәтижелері мыналар: біріншіден, қонақ үй қызметтердің ұсынысы және сұранасы арасында сәйкестік еместігін анықтау; екіншіден, қонақ үй кешенің ескірген технологиялық базасында қызмет етуі; үшіншіден, қонақ үй қызметтердің тиімділігін жоғарлататын шаралардың кешені ұсынылды.

Зерттеу нәтижелерін пайдалану саласы өте кең және тәжірибелік бағыты бар. Қонақ үй бизнестің халықаралық талаптарды және стандарттарды есепке алып дамуы жаңа жұмыс орындарды құрайды, бюджетке валюталық түсімдерді көбейтеді және Қазақстанның экономикасының диверсификациялауына көмектеседі.

Поступила 12.03.2016 г.