

ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК РК И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Рахметуллаев А.К. Email: Rakhmetullayev630@scientifictext.ru

*Рахметуллаев Азамат Калымжанулы – магистрант,
специальность: ресторанное дело и гостиничный бизнес,
кафедра туризма и сервисного обслуживания,
Алматинский технологический университет, г. Алматы, Республика Казахстан*

Аннотация: в данной статье рассматривается приоритетное направление развития экономики Казахстана и основной сферы данной отрасли – гостиничного бизнеса. Также выявлены главные тенденции становления и развития гостиничного рынка страны. Рассматриваются проблемы развития рынка наряду с сегодняшним состоянием гостиничной индустрии в Республике Казахстан и возможные пути их преодоления. Выявлены основополагающие факторы, воздействующие на тенденции развития данной отрасли индустрии. Подведены итоги и определены главные тенденции развития.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничные услуги, туризм, гостиничный рынок, индустрия, гостиничные предприятия.

HOTEL INDUSTRY MARKET OF KAZAKHSTAN AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Rakhmetullayev A.K.

*Rakhmetullayev Azamat Kalymzhanuly – Graduate Student,
SPECIALTY: HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS,
TOURISM AND SERVICES DEPARTMENT,
ALMATY TECHNOLOGICAL UNIVERSITY, ALMATY, REPUBLIC OF KAZAKHSTAN*

Abstract: this article considers the priority direction of the development of the economy of Kazakhstan and the main sphere of this branch - the hotel business. The main tendencies of formation and development of the hotel market of the country are also revealed. The problems of market development are considered along with the current state of the hotel industry in the Republic of Kazakhstan and possible ways to overcome them. The basic factors influencing the development tendencies of this branch of industry are revealed. Summarized and identified the main development trends.

Keywords: hospitality, hotel services, tourism, hotel market, industry, hotel companies.

УДК 316.35

Наша страна имеет все возможности для успешного развития гостиничного рынка. Богатейшая история республики, редкостные исторические памятники, самобытная культура, политическая стабильность, относительная открытость и ее готовность к сотрудничеству – все это располагает к интенсивному развитию как туристической, так и гостиничной сферы. В Послании Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана отмечено: «Мы выбрали модель конкурентноспособной экономики с приоритетными отраслями, имеющими экономический потенциал повышения конкурентноспособности, положив тем самым начала развитию системы казахстанских кластеров» [1]. К числу таких приоритетных сфер деятельности, как свидетельствует мировой опыт, относится гостиничный бизнес.

Гостиничный бизнес является ключевым сектором в международном туризме, и потоки туристов прямо зависят от размера и качества этого сектора индустрии туризма. Казахстан, несмотря на богатейшие туристские ресурсы, занимает незначительную долю в мировом туристском потоке. Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых. Дальнейшее развитие международного туристского, 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.

К проблемам, сдерживающим эффективное развитие гостиничных предприятий в Республике Казахстан, относится довольно низкая рентабельность ряда предприятий. Это ликвидирует барьеры, связанные, например, с потребительским спросом, административными барьерами и т.д. и государственное управление гостиничным бизнесом неэффективно. Снижается конкурентоспособность рынка гостиничных услуг, понижается уровень зарубежных инвестиций, в результате которого рынок теряет привлекательность. На сегодня рынок гостиничных услуг страны находится в стадии развития и

это присуще наиболее крупным городам, непосредственно связанным с постоянной урбанизацией. В большинстве случаев на эффективное развитие гостиничных предприятий оказывают влияние не только экономические и психологические факторы, но и факторы управленческого характера, решение которых даст возможность достичь:

- специализации предложений;
- диверсификации оказываемых услуг;
- концептуализации сервиса;
- индивидуализации обслуживания;
- кооперации в сфере маркетинга.

Основные факторы, определяющие динамику специализации предложения гостиничных предприятий, включают: укрепление социальной базы туристского спроса и укрепление индивидуализации потребностей туристов. Если рассматривать сектор дополнительных средств размещения, то он развивается в направлении повышения стандарта качества обслуживания, и в перспективе будет вытеснять, и заменять собой гостиницы низших категорий обслуживания.

Таким образом, тенденция внедрения мировых стандартов в сферу гостеприимства, в том числе в развитие гостиничного бизнеса, приобретает устойчивый для Казахстана характер. Познание мирового опыта и знание специфических особенностей и состояния гостиничного хозяйства страны в его взаимодействии с туристскими потоками позволяют:

- конкретно предоставить направленность и пути внедрения стандартов в казахстанской практике;
- выявить средства и источники как внутреннего, так и смешанного инвестирования средств в систему создания сети международных и внутри казахстанских гостинично-туристских комплексов;
- определить параметры, объемы и этапы затрат для выравнивания гостинично-туристского комплекса страны с мировыми тенденциями формирования рынка услуг гостеприимства и туризма.

Гостиничный сервис включает в себя целый комплекс услуг для туристов и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма в Казахстане, конкурентоспособного в мировой системе гостиничного бизнеса. Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма. Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные отели и общежития, апартаменты, туристские приюты, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов. Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах и в других средствах размещения за вознаграждение [2].

Развитие рынка гостиничных услуг обусловлено реализацией Стратегии вхождения Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира, где сфера туризма вместе с гостиничным сектором определена как приоритетная отрасль. Казахстан имеет все возможности для успешного развития гостиничного хозяйства. Богатейшая история республики, редкостные исторические памятники, самобытная культура, политическая стабильность, относительная открытость и ее готовность к сотрудничеству – все это располагает к интенсивному развитию как туристической, так и гостиничной сферы. Гостиничный бизнес - одна из наиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится около 6% мирового валового национального продукта и около 5% всех налоговых поступлений, стимулирующая, кроме того, развитие других направлений: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления и т.д. В среднем, для обслуживания каждого 10 туристов, проживающих в гостинице, необходимо, около трех рабочих мест, непосредственно, и два рабочих места, косвенно связанных с обслуживанием [3].

Гостиничный бизнес - это экономическая категория, доступная для анализа на различных уровнях, такой бизнес объединяет под одной крышей производство и продажу. Гостиничный бизнес – один из наиболее перспективно и быстроразвивающихся видов услуг, приносящий по всему миру многомиллионные доходы. Одновременно гостиничный бизнес в мировой экономике рассматривается как весьма специфичный вид предпринимательской деятельности, составляющий базу для роста национального туризма, формирующий определенный бренд страны в глазах международного сообщества, несущий в себе огромный потенциал для устойчивого дохода в государственный бюджет и способствующий расширению внешнеэкономической деятельности государства через систему интеграционных связей и специфику построения систем управления гостиничным хозяйством.

Гостиницы - это бизнес со своими продуктами, рынками, технологиями, методами организации многих процессов и системами управления, изучение которых дает возможность выявить перспективы роста общего эффекта для общества и для государства от их функционирования.

К сожалению, в Казахстане специфика функционирования гостиничного рынка как элемента сферы услуг и как особый вид предпринимательской деятельности практически изучена мало. Недостаток проработки в существующих отечественных научных исследованиях многих конкретных проблем

функционирования рынка гостиничных услуг, учета специфики формирования концепции и стратегии развития гостиничной индустрии в Казахстане как способа поиска условий повышения эффективности управления ею на макро- и микроуровне не только на внутреннем, но и на внешнем рынках и роста конкурентоспособности. Другими словами, бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, едой и пищей, а также организацию их досуга. Причины роста числа путешествий в последние десятилетия следует искать в изменении общей ситуации в мире. В общем, есть две совокупности причин развития отрасли: причины, порождающие «туризм ради удовольствия» и причины, обуславливающие развитие делового туризма. Наиболее очевидные причины «туризма ради удовольствия»:

- рост продолжительности жизни, наблюдаемый в экономически развитых странах, где путешествия - это одно из основных занятий пенсионеров;
- ранний уход на пенсию;
- тенденция брать более короткий отпуск, но несколько раз в году;
- гибкий рабочий день.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение гостиничного продукта. Так, в области рекламы широкое распространение получила прямая рассылка гостиничной информации по электронной почте и создание своих собственных сайтов в Интернете. Одним из основных направлений инновационных технологий в гостиничном бизнесе является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников, буклетов, каталогов. Применение мультимедийных технологий дает возможность оперативно предоставлять потенциальному гостю информацию об отеле и, тем самым, позволяет быстро и безошибочно выбрать тот гостиничный продукт, в котором нуждается гость. Разработка программ автоматизации деятельности гостиницы, ресторанов и других подразделений гостиничного предприятия приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания. Проблема обеспечения безопасности гостиничного предприятия также решается с помощью инновационных технологий [4].

Подводя итоги, с учетом вышесказанного можно отметить, что гостиничный рынок находится на стадии активного формирования и имеет широкие перспективы дальнейшего развития. Рассмотренные результаты работы в гостиничном бизнесе показывают, что уровень менеджмента в гостиничном хозяйстве Республики Казахстан ещё только начинает стабилизироваться и проблемы снижения затрат и увеличения эффективности являются общими практически для всех форм собственности и хозяйствования гостиничных предприятий.

Список литературы / References

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана».
2. *Рахимбекова Ж.С.* Современные направления развития гостиничного хозяйства в Республике Казахстан // Экономика и статистика. Алматы, 2004. № 4. С. 88–94.
3. *Балашова Е.А.* Гостиничный бизнес. М.: Вершина, 2006. С. 200.
4. *Шатерникова А.* Перекосы в развитии гостиничной инфраструктуры могут негативно сказаться на стремлении позиционировать Казахстан как новое туристическое направление // Панорама, 2007. № 17.