

Л.Ж. Кельбуганова,
доцент, КазНТУ
им. Сатпаева, г. Алматы
Ж.С. Рахимбекова,
к.э.н., доцент УМБ, г. Алматы

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Гостиничная сфера, как составная и основополагающая часть отрасли туризма, в современных условиях является динамично развивающимся сектором мировой экономики и эффективным источником валютных поступлений. В Послании Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана отмечено: «Мы выбрали модель конкурентоспособной экономики с приоритетными отраслями, имеющими экономический потенциал повышения конкурентоспособности, положив тем самым начало развитию системы казахстанских кластеров» [1, с. 1]. К числу таких приоритетных сфер деятельности, как свидетельствует мировой опыт, относится гостиничный бизнес.

Гостиничный бизнес является одним из важных элементов сферы услуг, выполняющий функции по обеспечению граждан Казахстана и иностранных гостей жильем, питанием, а также различными дополнительными услугами. Инвестиционная привлекательность Казахстана, улучшение уровня жизни населения, приход крупных международных гостиничных цепей на отечественный рынок обусловили интенсивное развитие гостиничных услуг и необходимость повышения их качества, соответствующего мировым стандартам.

В первые годы независимости республики гостиницы работали по «аналогии» с советским периодом, т.е. доминированием административного подхода к управлению гостиничной индустрией вообще и качеством гостиничных услуг в частности, не имея полного представления о действительных запросах потребителей, о своем положении на рынке, выразившихся в потере потребительских характеристик производимых гостиничных услуг. С развитием гостиничного рынка произошел переход от крупных форм собственности к малым, от государственных к частным, а также функционированию малых индивидуальных форм (частных квартир). Казахстанский гостиничный бизнес на данный момент развивается в основном в плоскости делового туризма, хотя наибольший спрос существует на гостиницы среднего класса. По мнению экспертов, при создании необходимых условий существует возможность роста экономической отдачи от национального гостиничного хозяйства.

Гостиничный бизнес – это экономическая категория, доступная для анализа на различных уровнях, такой бизнес объединяет под одной крышей производство и продажу. Гостиничный бизнес находится в очень близком и

тесном контакте с заказчиками, которые пользуются гостиничной продукцией с точки зрения продажи. Другими словами, бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, едой и пищей, а также организацию их досуга [2, с. 17].

Понятно, что гостиничный бизнес напрямую зависит от уровня расходов своих клиентов. В современных условиях, особенно в крупных мегаполисах, гостиницы, буквально вынуждены бороться за «место под солнцем». Чтобы не только сохранить бизнес, но и развиваться, гостинице необходимы средства, которые можно получить только у клиента. Следовательно, предприятие этой сферы бизнеса должно уметь не только привлекать, но и стимулировать клиента приобретать гостиничные услуги. Гостиничные предприятия являются базой любого туристского продукта. Размещение всегда входит в пакет (набор) услуг на любое путешествие, так как человек должен иметь ночлег в месте пребывания. Эти основные услуги оказывают гостиничные предприятия разного типа и уровня обслуживания, поэтому наличие гостиничных предприятий в том или ином регионе, туристском центре, соответствующих уровню и стандартам гостиничного обслуживания значительно влияет на возможности приема туристов.

В экономической литературе гостиничный бизнес рассматривается применительно к услугам [3,4], гостиничному хозяйству [2,5], как составляющий элемент туризма [6,с.193] и как вид экономической деятельности [7,с.94]. Сравнивая понятия «гостиничная индустрия» и «гостиничное хозяйство», следует отметить, что в первом понятии акцент делается на услугах (услугах гостеприимства), а второе понятие характеризует материально-техническую базу для предоставления данных услуг (например, номерной фонд гостиничного предприятия и другие помещения для обслуживания туристов).

Гостиничный бизнес Казахстана сегодня является одним из наиболее конкурентоспособных секторов среди других отраслей экономики. Так, в последние годы в республике наблюдается ежегодное увеличение гостиничных предприятий.

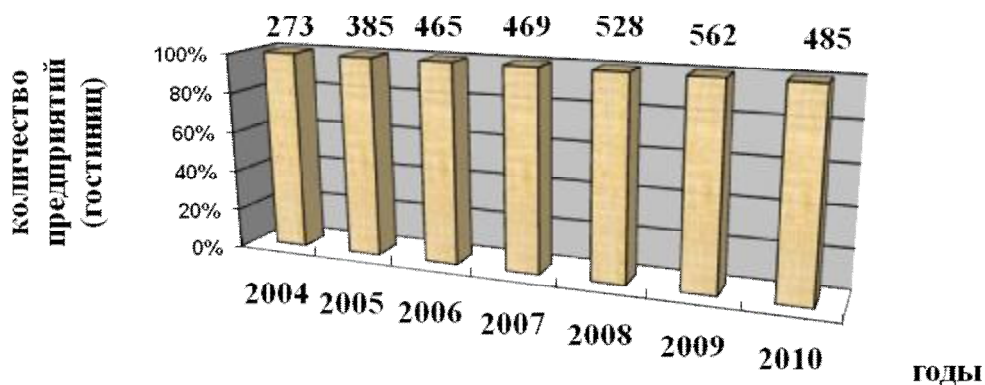


Рисунок 1 – Динамика изменения количества гостиничных предприятий Республики Казахстан за 2004 – 2010 гг.

В 2004 г. в стране функционировало 273 гостиницы, а по состоянию на 1 января 2011 г. их количество достигло 485, т.е. произошло увеличение почти два раза (Рисунок 1). Единовременная вместимость – 55918 койко-мест, количество обслуженных посетителей составило 2 548 868 человек с учетом индивидуальных предпринимателей, занимающихся размещением посетителей. Заметное уменьшение произошло в 2010 г. по сравнению с 2008 и 2009 гг. Кроме того, существует ценовой дисбаланс, который сдерживает развитие гостиничного сектора и внутреннего туризма, а именно этот фактор влияет на заполняемость гостиниц (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика заполняемости гостиничных предприятий в разрезе областей республики за 2004 – 2010 гг. в процентах

Область	Год							Отклонение 2010г. к 2004 г.
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Республика Казахстан	25,3	24,9	24,3	28,7	23,5	20,4	21,3	-4
Акмолинская	11,8	13,5	12,9	16,1	15,1	12,6	13,9	+2,1
Актюбинская	65,0	52,4	32,5	33,3	28,6	31,2	24,9	-40,1
Алматинская	26,2	23,6	11,4	21,7	14,6	14,6	11,9	-14,3
Атырауская	67,6	24,4	22,6	51,0	55,8	62,7	60,0	-7,6
Западно-Казахстанская	14,4	20,8	23,5	23,2	56,7	24,9	20,9	+6,5
Жамбылская	27,2	29,5	36,1	34,8	26,6	25,3	28,0	+0,8
Карагандинская	21,2	24,1	18,5	18,7	16,1	13,4	13,7	-7,5
Костанайская	37,6	18,2	27,4	32,5	32,9	27,6	26,7	-10,9
Кызылординская	16,1	17,4	14,7	17,5	16,2	17,1	23,0	+6,9
Мангистауская	36,5	39,5	53,4	46,2	58,5	55,3	64,0	+27,5
Южно-Казахстанская	22,2	14,9	21,4	19,6	17,4	13,7	17,4	-4,8
Павлодарская	19,1	12,6	19,1	20,4	12,8	11,4	13,3	-5,8
Северо-Казахстанская	29,5	38,7	34,4	41,0	27,7	14,4	10,5	-19
Восточно-Казахстанская	15,2	15,7	15,6	16,4	12,8	11,0	11,5	-3,7
г.Астана	32,0	33,0	37,0	46,4	35,1	27,4	29,7	-2,3
г.Алматы	27,6	39,7	38,8	47,8	29,1	22,3	23,3	-4,3

Из таблицы 1 видно, что на 1 января 2011 г. коэффициент загрузки составил 21,3% в целом по республике, что на 4% ниже по сравнению с 2004 г. В региональном разрезе лидерами по коэффициенту заполняемости на начало 2011 г. выступили Мангистауская (64,0%), Атырауская (60%), Актюбинская (34,9%), г. Астана (29,7%), Жамбылская (28%) и Костанайская (26,7%) области. Увеличение коэффициента загрузки в гостиницах Мангистауской области на 27,5% по сравнению с 2004 г. связано с инвестиционной привлекательностью и развитием туристского кластера.

Из таблицы 2 видно, что на 1 января 2011г. всего в республике насчитывалось 24918 номеров, наибольшее количество номеров имеют гостиницы в г. Алматы (5288), затем в г. Астане (3347), Восточно-Казахстанской (3333), Карагандинской (2134), Атырауской (1669) и Павлодарской областях (1554).

Таблица 2 – Количество номеров в гостиничных предприятиях республики за 2004 – 2010 гг.

Область	Год							Отклоне ние 2010г. к 2004 г., в размах
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Республика Казахстан	12 196	15 515	18 838	19 552	21 214	22 441	24 918	2,1
Акмолинская	469	477	612	951	1 083	1 075	1 308	2,8
Актюбинская	373	602	667	670	723	686	719	1,9
Алматинская	489	574	754	395	691	891	1 192	2,4
Атырауская	754	990	2 224	1 438	1 691	1 794	1 669	2,2
Западно- Казахстанская	316	403	439	548	580	583	1 127	3,6
Жамбылская	307	284	251	294	296	303	314	1
Карагандинская	1 151	1 762	2 092	2 245	2 178	2 137	2 134	1,85
Костанайская	256	570	556	399	414	432	477	1,9
Кызылординская	206	180	261	259	254	237	280	1,6
Мангистауская	327	540	569	852	859	1 030	1 081	3,3
Южно- Казахстанская	533	675	709	819	814	833	845	1,6
Павлодарская	453	1 250	1 363	1 515	1 594	1 622	1 554	3,4
Северо- Казахстанская	176	230	217	96	248	133	250	1,4
Восточно- Казахстанская	2 358	2 553	2 676	3 165	3 203	3 356	3 333	1,4
г.Астана	1 083	1 381	1 577	2 006	2 197	2 607	3 347	3,1
г.Алматы	2 945	3 044	3 871	3 900	4 389	4 722	5 288	1,8

Анализ показал, за 2007-2010 гг. возросла сумма основных издержек гостиничных предприятий (зарплата обслуживающего персонала, стоимость коммунальных услуг и пр.). В сложившейся ситуации гостиничные предприятия проводили сокращение издержек, отправляли в отпуска без содержания работников или сокращали штаты. В более жёсткой ситуации оказались гостиницы, имеющие долговые обязательства перед банками, из них большинство брали за рубежом. Февральская девальвация привела к высоким процентным ставкам, жёсткой политике банков. Примечательно, что девальвация повлияла на снижение прибыли ресторанов и баров при гостиницах, так как алкоголь и другие продукты завозятся в основном из-за рубежа, следовательно, отмечалось резкое снижение спроса, острая конкурентная борьба за каждого гостя и клиента.

Значительное улучшение деятельности гостиничного бизнеса Казахстана в нынешнем году связано с событийными мероприятия международного уровня, непосредственно с Саммитом ОБСЕ, который прошел 1-2 декабря 2010г. в г. Астане, VII зимними Азиатскими играми в январе 2011г. в гг. Астане и Алматы, а также проведением выставок, конгрессов, семинаров и медиа-форумов. Одними из последних значимых событий явился IV Астанинский

экономический форум 3-4 мая 2011 г., в рамках которого прошла сессия «Экономические особенности туризма в современном мире». Целью данного мероприятия – повышение конкурентоспособности отрасли туризма, посредством взаимовыгодного сотрудничества между государственным и частным секторами, инвестиционное сотрудничество в области туризма, обмен опытом международного сотрудничества, реализация международных проектов в сфере туризма для обеспечения стабильного роста доходов государства и населения. И ежегодная 11 Казахская Международная туристская ярмарка – «KITF 2011», которая способствовала формированию и укреплению туристского имиджа страны, пропаганде национальной культуры, национального туристского продукта. Вышеприведенные мероприятия являются особенно значимыми для казахстанского гостиничного бизнеса, так как для проведения было отобрано ряд гостиниц для размещения глав делегаций, сопровождающих их лиц, руководителей международных неправительственных организаций, представителей средств массовой информации. При отборе гостиниц особое внимание уделялось уровню комфорта, сервиса, вместимости номеров, месторасположению, обеспечению соответствующим питанием и безопасности.

В настоящее время на этих гостиничных предприятиях были проведены работы по совершенствованию их материально-технического состояния, выделены из городского бюджета средства и организованы тренинги по обучению персонала гостиниц по предоставлению высококачественных сервисных услуг по блокам: "Бронирование и регистрация", "Сервис в сфере питания", "Гостиничное дело"; курсы по углубленному изучению иностранных языков. С целью улучшения загрузки гостиницы имеют реальную возможность обучения персонала системам бронирования по международным ведущим программам «Амадеус» и «Абакус».

Подводя итоги, следует отметить, что пессимистичные ожидания аналитиков и участников рынка обусловленные негативным влиянием экономического кризиса в целом оправдались. Мировые кризисные изменения, начавшиеся в конце 2007 г. привели к появлению ряда проблем в гостиничном секторе Казахстана, выразившихся в потере потребительских характеристик производимых услуг, снижении экономической эффективности данного вида деятельности, существенном усилении конкуренции, снижении загрузки номерного фонда из-за резкого сокращения въездного туризма, проведении корпоративных мероприятий, симпозиумов. Кроме того, увеличились процентные ставки банков на строительство новых гостиничных предприятий и сроки окупаемости объектов размещения, уже в начале 2010 года было понятно, что рецессия в мировой экономике и изменения конъюнктуры рынка путешествий приведут к снижению загрузки. Проведение мероприятий международного уровня приведут к значительному росту деловой активности, а, следовательно, к экономическому подъему в гостиничном секторе Казахстана в ближайшем будущем.

Литература:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана «Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации» // Казахстанская правда.– 2005.– 19 февраля.
2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / пер. с англ.; под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998.–787 с.
3. Ефимова О.П., Ефимова Н.А.. Экономика гостиниц и ресторанов.: учеб. пособие / под ред. Н.И. Кабушкина.– М.: Новое знание, 2004.–392 с.
4. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. – СПб.: СПбГУП, 2003.– 352 с.
5. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. Л.П. Шматько.– М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003.–352 с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2004.– 448 с.
7. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма.– М.: Финансы и статистика, 2000.– 208 с.
8. Материалы Агентства РК по статистике за 2004-2010 гг.; официальный сайт www.stat.kz.

ТҮЙІН

Қонақүй бизнесі Қазақстан азаматтары мен шетелдік қонақтарды тұрғынжай, аспен қамтамасыз ететін және басқа да әртүрлі қосымша қызметтерді көрсететін маңызды сала болып табылады.

SUMMARY

Hotel business is one of the important elements of the services sphere, carrying out functions on maintenance of citizens of Kazakhstan and foreign visitors with habitation, food and also various additional services.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, гостиничные услуги, коэффициент заполняемости, туризм