

Эргешов А.А.,
студент 4 курса специальности «РДГБ»

Almaty
Management
University

Научный руководитель:
Рахимбекова Ж.С., к.э.н., доцент

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Казахстан готовится принять международных гостей, в рамках пропаганды Универсиады-2017 в Алматы уже прошли разные спортивные мероприятия, планируется строительство нескольких спортивных объектов. Для Казахстана в целом это будет в основном скорее культурное значение, тогда как для сферы гостиничного бизнеса - это будет огромное экономическое значение. Проведение такого серьезного мероприятия позволит Казахстану, как молодому государству, показать и открыть себя миру, привлечь новых туристов, улучшить состояние спорта в стране. Став хозяином зимней Универсиады 2017 года, г. Алматы должен быть готов должным образом принять у себя иностранных гостей. Для этого стоит особое внимание уделить сфере гостиничного бизнеса. Приток туристов имеет огромное значение для гостиничного бизнеса любой страны. Как правило, туристы посещают страны с двумя целями: с целью рекреации и с деловыми целями. Сегодня посещают Казахстан со своими профессиональными и коммерческими интересами большая часть иностранных гостей. Гостиницы, по которым могут судить и о стране в целом, являются «лицом» гостеприимства, всегда должны оставлять только хорошие впечатления. Проведение в 2017 году «Зимней Универсиады-2017» обеспечит огромный приток туристов из многих стран мира.

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 [1, с. 17].

В экономической литературе гостиничный бизнес рассматривается применительно к услугам [2, 3], гостиничному хозяйству [1, 4], как составляющий элемент туризма [5, с.193] и как вид экономической деятельности [6, 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).

Всемирные студенческие спортивные игры или просто – Универсиада уже более 50 лет является вторым по значимости и представительству комплексным международным мероприятием на мировой спортивной арене. Новая страница в истории развития студенческого спортивного движения была открыта в 1959 году, когда проведение Игр для молодежи взяли в свои руки Всемирная федерация демократической молодежи (ВФДМ) и Международный союз студентов (МСС). Масштабный спортивный праздник призван был улучшить отношения Запада и стран советского лагеря, образовавшийся за годы Холодной войны, и стать площадкой для объединения молодежи еще совсем недавно враждовавших стран. Первая Универсиада 1959 года в Турине положила начало традиции, которая бережно поддерживается и по сей день – на церемонии награждения в честь победителя звучит не национальный гимн его страны, а знаменитый музыкальный символ студенчества – «Гаудеамус» [7].

С этого момента Универсиада проводилась в самых разных странах мира: от страны восходящего солнца и Финляндии - до Таиланда и Мексики. Казахстану тоже выпал шанс остаться в истории как одному из хозяев этой студенческой олимпиады. 28 апреля 2011 года в штаб-квартире Международной Федерации студенческого спорта (FISU) в городе Брюссель (Бельгия), хозяин Азиатских игр 2011 года – город Алматы был официально зарегистрирован, как кандидат на право проведения 28-й Всемирной зимней Универсиады 2017 года. ... 29 ноября 2011 года в городе Брюссель (Бельгия) по итогам голосования Исполнительного комитета FISU Алматы выиграл право принять у себя Всемирные студенческие зимние игры 2017 года, или зимнюю Универсиаду. Официальное решение о проведении Универсиады в Алматы было принято на голосовании Международной федерации университетского спорта (FISU) 29 ноября 2011 года, состоявшемся в Брюсселе (Бельгия) [8].

Таблица 1. Динамика средней стоимости размещения в гостиницах г. Алматы на 1 марта 2013г.

Категория	Название	Адрес	Цены, в тенге
5*	Гостиница "Интерконтиненталь"	ул. Желтоксан, 181	89000-598000
	Гостиница "Рахат Палас"	ул. Сатпаева, 29/6	46000-380000
4*	"Renion Residence"	ул. Каирбекова 42 уг. ул Гоголя	22900-27900
	Отель "Казахстан"	пр. Достык, 52	33000-60000

3*	"Parasat Hotel & Residence"	ул. Достык/Аль Фараби, ул. Заводской переулок, 10	11200-29600
	Гостиница "Алматы"	ул. Кабанбай Батыра, 85	15000-25000
	Гостиница "Астра"	ул. Желтоксан, 12	13800-22000
1-2*	"Империл"	мкр. Казахфильм, 18а	7000-15000
	Гостиница "Алия"	ул. Ауэзова, 19	4700-14800
Примечание - Составлено автором на основе официальных сайтов [9,10,11]			

Из таблицы 1 видно, что цены в гостиницах г.Алматы очень разнообразные, и в независимости от "звездности" имеют свою закономерность. Так, например, трехзвездочный «Parasat Hotel & Residence» имеет такие же цены как и «Renion Residence» с четырьмя звездами.

Можно много обсуждать и разбирать вопрос о качестве обслуживания и качестве услуг, но зайдя на сайты гостиниц и читая отзывы посетителей, зачастую бросаются в глаза отрицательные комментарии. В основном это затрагивает гостиницы двух и трех звезд, а гостиницы этих категорий в данное время являются самыми востребованными. Таким образом, главной проблемой гостиничного бизнеса является несоответствующие друг другу цены и качество. Решить эту проблему можно двумя способами. Во-первых, понизить цены, чтобы они соответствовали качеству услуг, которое может предложить гостиничное предприятие. Во-вторых, повысить качество услуг до заданных цен. Если с первым способом, который является менее приемлемым, все ясно, то решение этой проблемы вторым способом требует времени и усилий. Главным товаром в индустрии гостеприимства являются услуги. А то, как и каким образом его преподнесут, можно назвать качеством. Тут решающим фактором является персонал. Поэтому, чтобы повышать качество услуг необходимо повышать квалификацию сотрудников предприятий. Например, гостиницы могут проводить среди своих работников тренинги и семинары, которые помогут им улучшить свои навыки в общении с клиентами, обслуживании и т.д. Сотрудники контактной зоны должны понимать, какая ответственность лежит на них. Ведь именно они окажут решающую роль в том, какое впечатление сложится о гостеприимстве гостиницы и страны.

Литература:

1. 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.
2. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов.: учеб. пособие / под ред. Н.И. Кабушкина.– М.: Новое знание, 2004.–392 с.
3. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. – СПб.: СПбГУП, 2003.– 352 с.
4. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. Л.П. Шматько.– М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003.–352 с.
5. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2004.– 448 с.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма.– М.: Финансы и статистика, 2000.–208 с.
7. <http://2017almaty.com/ru/history.html>
8. http://ru.wikipedia.org/wiki/Зимняя_Универсиада_2017
9. <http://www.apartamenty.kz/ru/almaty/hotel/imperial.html>
10. <http://www.komandirovka.ru/hotels/almaty/>
11. http://www.kazakhstan.orexca.com/rus/almaty_hotels_