

Маркетинговый анализ развития туристской инфраструктуры Казахстана

От уровня развития и состояния туристской инфраструктуры зависит эффективность функционирования туристской отрасли.

Первой составляющей инфраструктуры туризма является гостиничная отрасль Казахстана, которая функционирует в сложных условиях развивающихся рынков. Наблюдается тенденция увеличения числа гостиниц в целом по Казахстану, вместе с тем сокращение числа гостиничных предприятий в отдельных регионах Казахстана. Исключение составляют гостиничные предприятия, расположенные в центре: в Алматы, Астане и регионах Западного Казахстана.

На современном этапе поведение гостиничных предприятий Казахстана зависит не столько от рыночных факторов — их конкурентоспособности и финансового положения, сколько от их веса в общественно-политической системе, размера, объёма производимых услуг, деловой активности региона. Современное географическое распределение гостиниц обусловлено двумя основными факторами: концентрацией бизнес-процессов в городах и высокой платежеспособностью столичного населения. Принимаемые отдельные мероприятия в гостиничном бизнесе носят разрозненный и несистемный характер, характеризуются низкой результативностью и активностью.

Как известно, к важнейшим рыночным реформам в гостиничном бизнесе, проведённым сверху в Казахстане можно отнести: либерализацию цен, реформирование системы управления, финансирования и распределения ресурсов, создание новой экономической системы и приватизацию. Также ощутимым результатом реформ можно считать децентрализацию процесса управления и принятия решения в области туризма и гостиничной индустрии Казахстана. Устранение административного контроля над принятием решений на микроуровне явилось одним из важнейших достижений в либерализации поведения гостиничных предприятий и их экономической независимости. Топ-менеджеры гостиниц сегодня обладают большей свободой принятия решения и активно внедряют опыт работы зарубежных стран.

На конец 2011 года день в Казахстане официально зарегистрировано порядка 692 средств размещения с общим количеством но-

меров 26926 единиц, вместимостью 58768 человек, из которых 78% расположены в городах. Большая часть гостиниц, а именно 89% являются частными.

Выявленная специфика функционирования и построения гостиничных структур различных масштабов, классов, целевой направленности и форм собственности, показала, что большая часть гостиниц Казахстана не имеют категорию, что отрицательно сказывается на их заполняемости и экономических показателях. Определенно, что в отечественной практике, казахстанский рынок гостиничных услуг представлен тремя основными сегментами отели 4-5 звездного уровня, 2-3 звездных гостиниц, отели с одной звездой или без звезд. Тем не менее, в целях наиболее полного отражения ситуации на рынке гостиничных услуг созрела необходимость выделить еще один - четвертый сегмент средств размещения, который представлен в виде пансионатов, туристских баз, приютов, кемпингов, общежитий для приезжих и т.п. В связи с тем, что курс развития туризма взят на формирование такого вида туризма, как экологический, в Казахстане создано по маршрутам экотуризма 80 гостевых домов.

Проведем оценку гостиничного сектора с помощью инструментов маркетинга. Оценка маркетинговых показателей деятельности гостиниц Казахстана представлены в таблице 1.

В целом, из таблицы 1 видно, что в Казахстане нет разнообразия по типам гостиниц, в то время, как за рубежом в последние годы большое распространение получили гостиницы типа флайтелей, ботелей, ротелей, хижин и клубных отелей. Привлекательность туристской отрасли зависит от гостиничной базы и ее возможностей.

Эффективность гостиничного бизнеса зависит от дохода от одного сотрудника, которая в среднем в Казахстане составляет 937 000тенге (6000\$), что в 10 раз ниже, чем в европейских странах. Низкий показатель эффективности гостиничного бизнеса обусловлен не только невысокими показателями загрузки гостиниц, но и рядом других показателей, таких, как производительность труда, эффективность маркетинговой деятельности.

Если рассматривать распределение отелей по категориям в разрезе регионов Казахстана,

можно отметить, что наибольшее количество пятизвездочных, четырехзвездочных и трехзвездочных отелей расположены в городах Алматы и Астана, а наибольшее количество двухзвездочных отелей находится в Акмолинской, Карагандинской и Восточно-Казахстанской областях. Однозвездочные отели в основном расположены в Актюбинском регионе.

В целом доля отелей, имеющих категорию, по Казахстану не высокая и составляет 184 гостиницы, или 14,9% от всех средств размещения. Причем в десяти регионах Казахстана нет пятизвездочных отелей, но, с другой стороны,

и их ввод на рынок будет необоснованным, т.к. загрузка гостиниц в этих регионах невысокая.

Наименьшее число высококлассных отелей отмечено в Жамбылском регионе - 5 отелей, или 1% от всех высококлассных отелей. В остальных регионах равномерное распределение высококлассных отелей, кроме Астаны и западных регионов.

Всего мест размещения, которые имеют категорию отелей, в Казахстане насчитывается лишь 151 единица. За пять лет число гостиниц, имеющих категории, увеличилось в стране на 32 единицы.

Таблица 1. Основные показатели работы гостиниц и других объектов размещения

	Показатели за 2011 год	Особенности
Модель рынка	Олигополия	Большое число гостиниц, в основном предлагают стандартизированные услуги
Виды и разновидности гостиниц	Гостиницы без категории, по пятизвездочной классификации, мотели, кемпинги, гостевые дома	В Казахстане представлен узкий ассортимент гостиниц по видам
Эффективность гостиничного бизнеса (доход от 1 сотрудника в год, тенге)	937000	Низкая
Заполняемость (%)	25,8	Низкая
Распределение гостиниц Казахстана по категориям	13 гостиниц -5*, 39 гостиниц -4*, 65 гостиниц -3*, 20 гостиниц -2*, 14 гостиниц -1*	Основная часть гостиниц без категории
Уровень цен в гостиницах	От 8000 тенге до 4 500 000 тенге	Высокий

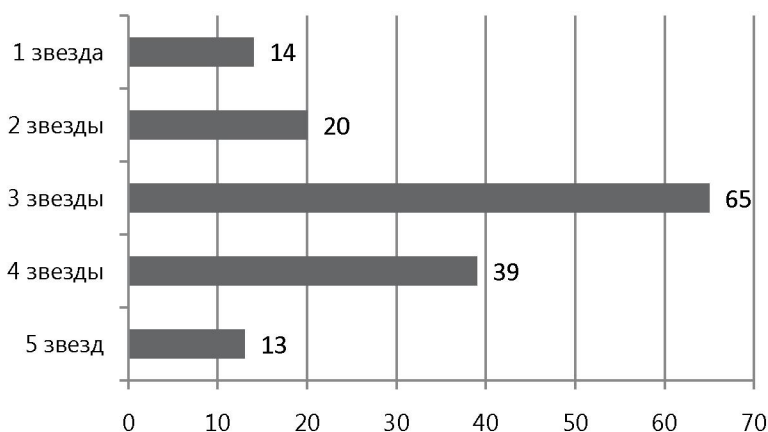


Рисунок 1 - Распределение гостиниц Казахстана по категориям за 2011 год

Наибольшее число гостиниц республики составляют трехзвездочные отели, на которых приходится 50% всех отелей (65 ед.), что объясняется относительно низким уровнем цен в данном сегменте рынка.

Численность иностранных граждан, воспользовавшихся услугами гостиниц (с категориями), в 2010 г. составила 468 тыс. чел., или 45% от всех посетителей гостиниц. Нерезиденты, также

как и отечественные граждане, отдают предпочтение трехзвездочным гостиницам и гостиницам премиум-класса – на их долю приходится 38% и 36% всех иностранных клиентов, воспользовавшихся услугами отелей в Казахстане

Основным показателем, характеризующим деятельность гостиниц, является коэффициент загрузки номерного фонда. Показатели загрузки номерного фонда в целом по Казах-

стану не высоки и составили в 2011 году 25,8%.

С 2006 года произошли небольшие изменения по загрузке отелей. В целом, по всем регионам наблюдается тенденция снижения заполняемости отелей, кроме Западно-Казахстанской, Атырауской, Мангистауской и Костанайской областей. Общая тенденция снижения загрузки гостиниц объясняется рядом причин, прежде всего, мировым кризисом.

Город Алматы - это культурная и туристская столица Казахстана, хотя более половины туристов приезжают в Алматы с деловыми целями. Однако среднегодовая загрузка отелей Алматы в 2011 году составляла 26,3% и снизилась по сравнению с 2006 годом на 12,5%.

Кроме того, к причинам невысоких показателей заполняемости отелей в Казахстане можно отнести недостаточный уровень экономического и социального развития регионов республики, неразвитость индустрии туризма. В отелях регионов можно отметить также и невысокий уровень сервиса. Сервис на уровне международных стандартов могут обеспечить лишь отдельные высококлассные отели: 5-звездочные гостиницы «Риджент Алматы», «Хайят Ридженси», «Риксос», интеротель «Достык», отель «Кумбель», расположенный в одном из живописнейших ущелий - Алмаарасан, а также 5-звездочный отель «Астана - Интерконтиненталь» в Астане.

Решение проблемы заполняемости отелей в рамках гостиничной индустрии практически невозможно, их показатели связаны и коррелируют с двумя важнейшими составляющими: эффективным развитием туризма и повышением деловой активности Казахстана в регионах. Поэтому гостиничный бизнес только частично может решить вопросы повышения заполняемости, а именно внутри региона вести активную политику по привлечению туристов, предлагая более высокий сервис по сравнению с конкурентами.

Одна из главных проблем адаптации гостиничного хозяйства к условиям развивающихся туристских рынков заключается в том, что новые требования рынка были предъявлены к предприятиям, которые никогда не были рыночными. Их объединяло с зарубежными гостиницами только внешнее сходство технологических приемов организации приёма и обслуживания туристов. Некоторые из них спроектированы и расположены в таких местах, что не смогут никогда самостоятельно работать в условиях рыночной экономики, что привело к их закрытию в регионах или убыточному функционированию.

Казахстан всегда славился своим гостеприимством. В то же время гостиничный и туристический бизнес республики еще далек от совершенства. Туристы не спешат в Казахстан, базы отдыха мало заботятся о комфортности проживания, благоустройстве и чистоте территорий, цены на номера порядком завышены.

К основным тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства в Казахстане можно отнести:

- появление на рынке международных гостиничных сетей;
- активное развитие сети малых предприятий и альтернативных гостиничных форм (квартиры посуточно);
- активный спрос на услуги гостиниц 2-3* и квартиры посуточно;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

По официальным статистическим данным в Казахстане в секторе въездного туризма, сегмент туристического рынка под названием «деловые поездки», фактически характеризующий развитие бизнес-туризма, составляет всего 59,6%. При этом, как правило, в основном бизнес-туристы пользуются дополнительными услугами непосредственно через отели, и реже с помощью туристских фирм. Развитие бизнес-туризма как сегмента рынка туристских услуг в целом связано с общими тенденциями, характерными для рынка туристских услуг в Казахстане.

С целью успешного развития бизнес-туризма в Казахстане целесообразно культивировать и способствовать консолидации усилий общества, в том числе на уровне местного населения, а именно необходимо:

- развитие толерантности и доброжелательности по отношению к приезжающим туристам;
- осознание своей национальной самобытности и культуры.
- частного бизнеса, связанного с туризмом, решение данных вопросов возможно с помощью:
- строительства и реконструкции инфраструктуры туризма, приближенной к международным стандартам;
- ориентации на кооперацию и консолидацию бизнеса, формирование привлекательных национальных брендов;
- разработки эффективного имиджа туристского продукта Казахстана и использованию разнообразных источников информации для привлечения туристов в регион.

Для региональных и местных властей возникает необходимость решения следующих задач:

- создание attractive туристской инфраструктуры;
- организация городскими органами власти информационных бюро, которые обеспечат организацию и проведение конгрессов и других мероприятий.

Список использованной литературы:

1. Обзор туристской отрасли Казахстана. Банк Развития Казахстана, Департамент индустриальной политики, 2012 г.
2. Статистический сборник «Туризм Казахстана в 2011 году». – Стат. сборник. Под ред. А.А. Смаилова. – Алматы: Жеті Жарғы, 2012.
3. Рябова, Е.Н. Региональные особенности формирования комплекса услуг в гостиницах г. Самары // Вест. Самар. гос. экон. ун-та. - Самара, 2009. - № 9 (59).
4. Ольшанская О.Г. Современные концепции продукта в сфере гостеприимства и гостиничном хозяйстве. // Вестник экономической интеграции, 2010. - № 3. с. 48