

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ КЫРГЫЗСТАНА

Маразыкова Н.Ж., Алыбаев К.А.

Институт горного дела и горных технологий им.академика У.Асаналиева КГТУ.им.И.Раззакова, г.Бишкек, Кыргызстан

В данной статье рассмотрены актуальные вопросы современного состояния и предложены перспективные направления развития гостиничного сервиса в туристической индустрии.

This article describes the topical issues of the current state and prospects for development of proposed hotel service in the tourism industry.

Кыргызстан обладает уникальными природно-рекреационными ресурсами которые из года в год становится все более привлекательными для туристов не только ближнего но и дальнего зарубежье. Но одного наличия этих факторов развития туризма недостаточно, необходима высокоразвитая инфраструктура одним из которых является гостиничная индустрия, сервис в которых не соответствуют мировым стандартам. Если учесть, что туризм в перспективе станет одним из ведущих отраслей экономики Кыргызстана, то развитию гостиничной индустрии необходимо уделить большое внимание.

Известно, что гостиничный туризм одна из важных составных частей туристической индустрии, не только в Кыргызстане, но и во всем мире, которая приносит колоссальные доходы от предоставления гостиничных услуг. По данным Всемирной туристической организации, турист тратит на гостиничные услуги около 30% от своего бюджета путешествия. Турист, приезжая в страну обязательно остановится в гостинице и заплатит за эту услугу деньги. Гостиничный номер на время пребывания в стране станет для него временным домом. И первое впечатление о стране будет складываться от увиденного впервые. И это как правило гостиница – прием в гостинице, дизайн гостиницы, отношение к нему персонала гостиницы. Поэтому развитие и совершенствование гостиничной индустрии, является неотъемлемой частью развития всего туристического комплекса страны.

Гостиница - это не только место размещения туристов но и важнейший вид экономической деятельности, сложная организационная структура, характеризуемая распределением целей и задач управления между целыми подразделениями и персоналом.

Стратегическими целями гостиничного предприятия является ориентация его на обслуживание определенного сегмента рынка: групповых туристов или индивидуалов, туристов стремящихся к отдыху и восстановлению здоровья, участников конгрессов, конференций и т.д.

Подобные решения и задачи относятся к категории общих, от которых зависят размер предприятия и выбор месторасположения для его строительства, архитектуры и интерьера, мебели, оборудования, подбор персонала.

Индустрия туризма и гостеприимства - неотъемлемая часть обширнейшей сферы услуг, которая является одним из важнейших и динамично формирующихся секторов современной мировой экономики.

Сегодня услуги современной гостиницы связаны не только с предоставлением традиционных услуг проживания и питания, но и с широким спектром услуг современных средств связи и коммуникаций, экскурсионного обслуживания и услуг транспорта, организации досуга и развлечений, услуг в проведении выставок и конференций, медицинских и оздоровительных услуг, бытовых услуг и т.д. В современной структуре индустрии туризма и гостеприимства гостиничным предприятиям отводится ведущая роль, так как именно гостиницы создают и предлагают к продаже комплексный гостиничный продукт, являющийся результатом деятельности всех секторов индустрии туризма и гостеприимства.

Следовательно, гостиничная индустрия представляется нами как крупнейший комплексный элемент в структуре индустрии туризма и гостеприимства, и ее целесообразно рассматривать как самостоятельный сектор экономики.

Следовательно, развитие организации и управления гостиницей – это процесс оптимизации совокупности наиболее эффективных методов управления для повышения эффективности функционирования и конкурентоспособности предприятия на рынке гостиничных услуг.

Основные показатели, рекомендованные для оценки уровня организации управления гостиницей, представляют собой коэффициенты использования имеющихся ресурсов (номерного фонда, гостиничной инфраструктуры, трудовых ресурсов, имущества и т.д.).

В Кыргызской Республике функционирует свыше 15 разновидностей предприятий размещения туристов. До 1994 г. руководствовались «Положением об отнесении гостиниц к разрядам», по которому все гостиницы, существовавшие в СССР, подразделялись на семь разрядов: «люкс», «высший А», «высший Б», 1, 2, 3, 4-й разряды.

В разработанной и принятой Кыргызстаном новой системе классификации средств размещения уточнены предъявляемые

требования к перечню и качеству услуг, оказываемых гостиницами.

На схеме 1 показано поэтапное развитие гостиничной индустрии Кыргызстана за период 2004-2013 гг. Как видно, этапы развития гостиничной индустрии Кыргызстана развивались циклически, последовательно пройдя такие фазы: кризис, депрессия, оживление, подъем. Причем каждая фаза отличается от другой по продолжительности и интенсивности.

Несмотря на политические события, происходившие в республике, гостиничный

сектор за десятилетний период пополнился специализированными средствами размещения, что показывает на увеличение спроса на гостиничном рынке Кыргызской Республики. Соответственно требуется ускорение развития гостиничной индустрии и значительные инвестиционные вложения.

Анализ современного состояния отечественной гостиничной индустрии показал, что большинство гостиниц Кыргызстана нуждается в реконструкции и доведении их до уровня международных стандартов.

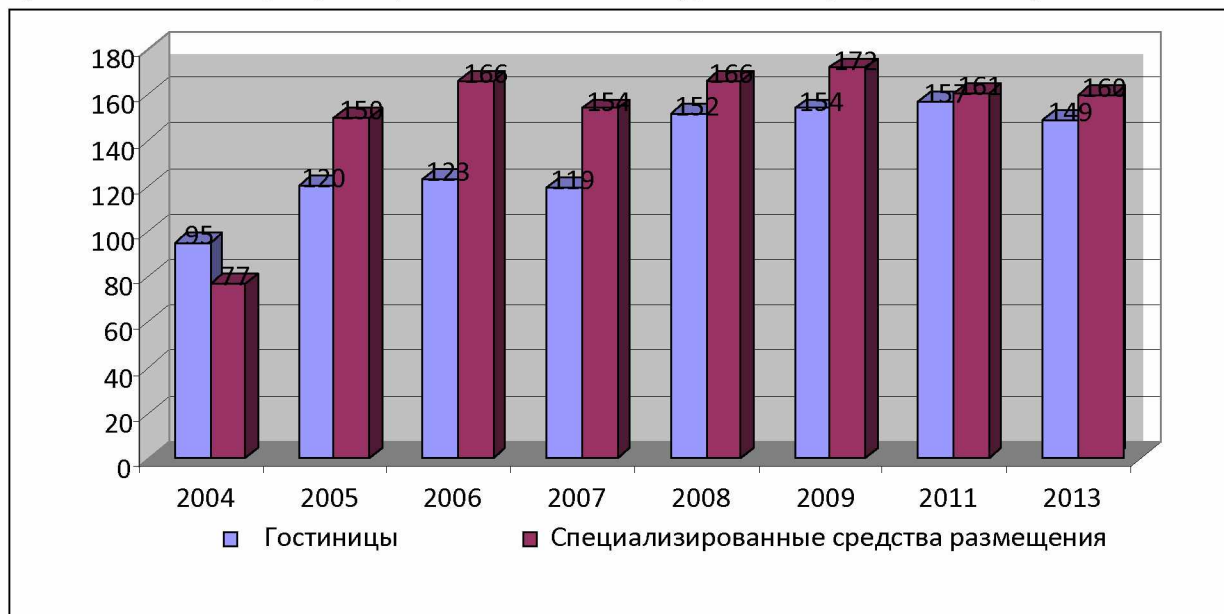


Схема 1. Динамика коллективных средств размещения Кыргызской Республики

В ближайшей перспективе предстоит активное строительство гостиниц туристического профиля класса три звезды, которыми, как правило, пользуются туристы среднего уровня. Однако цены в кыргызстанских гостиницах этого класса явно завышены, а уровень сервиса не соответствует ценам. К тому же в Кыргызстане отсутствует конкуренция гостиниц туристического профиля, управляемых международными гостиничными операторами. Интеграция гостиниц и других средств размещения в международные гостиничные цепи должна, на наш взгляд, задать определенный импульс развитию конкуренции на национальном гостиничном рынке, способствуя внедрению новых технологий в гостиничный сервис и повышению его качества.

Гостиничные услуги - единый гостиничный продукт, состоящий из основных и дополнительных, платных и бесплатных услуг, предоставляемых гостиничными предприятиями для удовлетворения потребностей посетителей. Отсутствие единых стандартов гостиничных предприятий различных категорий, необъективность оценки качества обслуживания, недостаточное знание специфики гостиничной индустрии приводят к необъективному присвоению гостиницам завышенных категорий и неэффективности контроля их деятельности. По-

добная тенденция отрицательно сказывается на имидже республики, а посетители остаются неудовлетворенными структурой предложения.

Отрицательно сказываются на улучшении качества обслуживания и такие проблемы, как ограниченность внешних и внутренних источников финансирования, недостаточно привлекательный инвестиционный климат, краткосрочность и высокие процентные ставки кредитов, сложность составления прогнозов финансирования инноваций вследствие инфляционных ожиданий, политическая и финансовая нестабильность, отсутствие надежных механизмов, регулирующих взаимоотношения партнеров, несовершенство законодательной базы и налоговой системы и др.

Потенциальных инвесторов не привлекает гостиничный сектор, особенно гостиницы эконом класса, пользующиеся наибольшим спросом. Причинами являются дорогие земельные участки и объекты недвижимости, длительные сроки окупаемости. Непрозрачность рынка, многочисленные риски, характерные для ранних стадий инвестиционных проектов, также снижают инвестиционную активность в гостиничном секторе.

Налоговое бремя также усугубляет ситуацию с развитием материальной базы, 14% НДС на туристические услуги не стимулируют

развитие туристического бизнеса. Следствием этого является то, что в 2013 г. в гостинично-туристический бизнес привлечено прямых инвестиций в размере всего 20,9 млн. долл. США, что на 1,5% меньше, чем в 2010 г.

Сегодня предприятия гостиничного сектора также нуждаются в высококвалифицированных кадрах. В определенной степени это связано с отсутствием координации в процессе подготовки специалистов учебных заведений с работодателями. Необходимо активизировать интеграцию образования, сектора гостеприимства и науки, повысить качество подготовки специалистов.

Ряд проблем возникает также в связи с несовершенством законодательной базы, сложностью процедуры сертификации, неудовлетворительным состоянием материально-технической базы и инфраструктуры, неэффективной организацией труда, ограниченностью механизмов государственной и муниципальной поддержки, низким уровнем развития информационных технологий и коммуникаций, недостатками рекламной и маркетинговой деятельности.

Исследование показало, что конкурентоспособное гостиничное предприятие должно обеспечивать соответствующее качество обслуживания, подтвержденное сертификатом соответствия. Если в Бишкеке гостиницы соответствуют или приближены к принятым стандартам, то в регионах они имеют значительные отклонения: изношенную материально-техническую базу, высокие цены, низкое качество услуг и неквалифицированный персонал.

Спектр проблем, выявленных в результате анализа процессов управления гостиницами Кыргызстана, позволил сформулировать основные направления развития гостиничной индустрии в перспективе.

Для решения существующих проблем гостиничной индустрии страны мы предлагаем разрабатывать на уровне правительства эффективную инновационную программу формирования регионального гостиничного комплекса соответствующую мировым стандартам. Необходимо разработать научно-практические рекомендации по поддержке и повышению конкурентоспособности гостиничных структур областей Кыргызстана. Необходимо создать эффективную нормативно-правовую базу и механизма привлечения инвестиций для

развития гостиничной индустрии, введение льготного налогообложения на период ввода гостиницы в рынок и завоевания рыночной ниши; создание единого туристического информационного центра с представительствами во всех районах области, обеспечивающего взаимодействие между субъектами рынка и оказывающего весь спектр необходимых услуг; разработка маркетинговой стратегии по продвижению позитивного имиджа Кыргызстана как объекта туризма на внутреннем и международных рынках.

Перспективы развития гостиничного сектора Кыргызстана зависят от качества гостиничных услуг, а качество услуг - от соотношения ожидаемой и полученной услуги. Отсюда можно сделать вывод, что качество гостиничной услуги - это совокупность свойств услуг, определенных стандартами, направленная на удовлетворение ожидаемых потребностей посетителя в пределах гостиницы. Создание и поддержание необходимого качества гостиничных услуг требуют постоянного внимания к проблемам управления качеством.

На качество гостиничной услуги влияют следующие факторы: безопасность, защищенность, надежность обслуживания, доступность, репутация, поведение обслуживающего персонала, понимание потребностей, компетенция персонала и соответствие набора всех предложенных услуг фактически полученным. Таким образом, управлять качеством предприятия означает создавать механизм, который обеспечит выполнение обязательств при участии каждого подразделения и по каждому виду деятельности.

Литература:

1. Закон Кыргызской Республики «О туризме», 1994г.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. -М.: Аспект Пресс, 2001.
3. Постановление правительства Кыргызской республики «О программе мероприятий по развитию туризма в Кыргызской республике до 2012 года»
4. План реализации «Программы мероприятий по развитию туризма в Кыргызской республике до 2013года»
5. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. - СПб: Питер, 2008.