

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Рахимбекова Жанар Сапаровна,
к.э.н., доцент Международной Академии Бизнеса
Супатаева Нуржан Тилекматовна,
к.э.н., доцент Академии государственного управления при Президенте КР**

Аннотация

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.

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. Investment appeal of Kazakhstan, improvement of life standard of the population, arrival of large international hotel chains on the domestic market have caused intensive development of hotel services and necessity of their quality increase corresponding to the world standards.

Ключевые слова: *гостиничный бизнес, ресторанные услуги*

Key words: *hotel business, catering services*

Гостиничная сфера, как основополагающая часть туризма, в современных условиях является динамично развивающимся сектором мировой экономики. Президентом Республики Казахстан Н. Назарбаевым было отмечено, что выставка «ЭКСПО-2017» послужит дополнительным стимулом для экономического и инфраструктурного развития всей республики [8].

В современной научной литературе [1,3,12,13] широко применяется термин «индустрия туризма и гостеприимства» и, хотя гостеприимство входит в этот термин как составной элемент, следует отметить, что гостеприимство – это более емкое и общее понятие, так как его задачей является удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле, но и потребителей вообще. Результаты исследования показали две полярные точки зрения: туризм – это составляющий элемент гостеприимства [5,6,11]; а гостеприимство – составляющий элемент туризма [4]. Так, например, М.Б. Биржаков отмечает, «размещение – самый важный элемент туризма. Нет размещения (ночевки) – нет туризма. Это непреложное и жесткое требование экономики любого туристского региона или центра, жаждущего получения твердых и больших доходов от приема туристов и эксплуатации своих туристских ресурсов»[11]. Вторую точку зрения разделяют, например, группа известных зарубежных маркетологов Ф. Котлер, Дж. Боуэн и Дж. Мейкенз, которые считают индустрию гостеприимства составляющей туризма: по их мнению, туризм включает в себя организацию путешествий и индустрию гостеприимства [6].

Гостиничный бизнес является экономической категорией доступной для анализа на различных уровнях. Гостиница – это бизнес со своими собственными продуктами и рынками, технологией и методами, которые не поддаются простому анализу. Гостиница предлагает для продажи на мировые рынки несколько отличающихся друг от друга продуктов в различных сочетаниях. 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. Гостиничный бизнес Казахстана сегодня является одним из наиболее конкурентоспособных секторов среди других отраслей экономики. Одним из основных показателей характеризующий гостеприимство является коэффициент загрузки номерного фонда гостиничных предприятий (Табл.1).

Таблица 1

Динамика заполняемости гостиничных предприятий в разрезе за 2004-2012 гг., (в %)

Область	Годы								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Казахстан	25,3	24,9	24,3	28,7	23,5	20,4	21,3	25,8	26,4
г.Астана	32,0	33,0	37,0	46,4	35,1	27,4	29,7	32,0	36,6
г.Алматы	27,6	39,7	38,8	47,8	29,1	22,3	23,3	26,3	42,1
Примечание – составлено по данным Агентства РК по статистике за 2004-2012гг.									

Из таблицы 1 видно, что на 1 января 2013 г. коэффициент загрузки гостиничных предприятий составил 26,4% в целом по республике, что всего на 1,1% выше по сравнению с 2004 г. В разрезе за 2004-2012 гг. лидером по сравнению с г. Астана является на 1 января 2013 г. г. Алматы (42,1%), что на 15,4% выше, чем по республике.

В Кыргызской Республике доля сферы туристической деятельности в ВВП в 2010 г. составляла 3,8%, в 2011 г. – 4,5 %, в 2012г. составил 4,7 %.

Как отмечалось выше, основным показателем характеризующим гостеприимство является коэффициент использования вместимости гостиниц, по Кыргызстану данный коэффициент в 2012 г. составлял 19% и увеличился на 5% по сравнению с 2011 г.

Самый низкий показатель коэффициента вместимости гостиниц наблюдался в 2010 г., что явилось результатом нестабильной политической обстановки в государстве (Табл.2) [9,10].

Таблица 2

Гостиницы 2006-2012 гг., (в %)

Показатели	Годы						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Число гостиниц	123	119	152	154	157	149	147
Единовременная вместимость, койкомест	4733	4783	4532	4990	5050	4911	4544
Число всех номеров, единиц	2357	2352	2481	2787	2943	2875	2824
Предоставлено, тыс. койко-суток	257	266	265	273	210	257,0	322,8
Коэффициент вместимости гостиниц	14.9	15.2	16.0	15.0	11.0	14,0	19,0
Примечание – данные нацстаткома КР за 2004-2010гг., Туризм в Кыргызстане – 2008-2012 гг.							

На сегодняшний день значительное улучшение деятельности гостиничного бизнеса как в Казахстане, так и в Кыргызстане, прежде всего, связано с проведением мероприятий международного уровня, которые приведут к значительному росту деловой активности, а, следовательно, к экономическому подъему в гостиничном секторе в ближайшем будущем.

Так, в частности, проведение особенно значимых глобальных мероприятий в Республике Казахстан – «ЭКСПО-2017» и XXVIII зимней Всемирной универсиады-2017, как отмечено Президентом РК Н. Назарбаевым «...послужит также повышению конкурентоспособности и формированию имиджа туристских, гостиничных услуг в целом».

На наш взгляд, для улучшения качества предоставляемых гостиничных услуг необходимо повышать качество образования в сфере гостеприимства, необходима корректировка существующих образовательных стандартов, отвечающих потребностям отрасли и значительно расширяющих объем специализированных дисциплин и практических занятий. При этом должен быть существенно изменен состав преподавательских кадров в направлении привлечения практических работников из гостиничной индустрии с целью повышения уровня преподавания специализированных дисциплин. Целесообразно широко использовать методический опыт и учебные программы профильных зарубежных учебных заведений, в течение многих лет которые успешно работают на образовательном рынке. В ближайшие годы основная задача состоит в необходимости совершенствования деятельности существующих учебных заведений в целях создания условий для повышения квалификации работников гостиничного бизнеса, а также прохождения курсов повышения квалификации по наиболее актуальным вопросам практической деятельности. Кроме этого, данные учебные заведения должны заниматься переподготовкой специалистов, уже работающих в индустрии гостеприимства, при этом необходимо передавать как базовые теоретические знания, так и практические навыки.

Знание иностранного языка является обязательным требованием при поступлении на работу в гостиничное предприятие. В международных гостиничных корпорациях стандартом качественного обслуживания является знание, как минимум, одного иностранного языка (для пятизвездочного – не менее трех языков международного общения, наиболее употребляемого в

данном регионе). Слабая языковая подготовка молодых специалистов вынуждает гостиничные предприятия отдавать предпочтение выпускникам ведущих лингвистических вузов.

Необходимо четко знать те требования, которые предъявляет работодатель к выпускникам учебных заведений по специальности «Ресторанное дело и гостиничный бизнес». В настоящее время взаимодействие гостиниц и учебных заведений, подготавливающих специалистов для гостиничной отрасли, сводится к прохождению студентами учебной и преддипломной практики на базе гостиниц и организации инфо-туров. С целью повышения качества подготовки специалистов считаем необходимым создать гостиницы-тренинги на базе высших учебных заведений по западному образцу, где студенты работают и учатся одновременно.

Для подготовки специалистов в сфере гостинично-ресторанного бизнеса необходимо создать учебный центр, например на базе Казахстанской Ассоциации Гостиниц и Ресторанов, в состав которой входят представители профессиональных участников гостиничной отрасли, действующие отели, организаторы систем обучения, специалисты вузов, осуществляющих подготовку персонала для гостиничной отрасли или возможно, следствием совместной работы представителей гостиничной индустрии и профильных учебных заведений может стать создание самостоятельного центра профессиональных участников гостиничного бизнеса гг. Астана и Алматы. Создание такого центра является и актуальной задачей и для Кыргызстана.

Такой учебный центр имеет реальные возможности, так как именно вышеуказанная ассоциация не понаслышке знает проблемы и предприятий, и учебных заведений, имеет опыт разработки государственных профессиональных стандартов в области туризма и гостеприимства.

Таким образом, необходимо выделить следующие мероприятия, которые повысят качество гостиничных услуг:

1. Деятельность по взаимодействию с гостиничными предприятиями: выявить наиболее востребованные профессии в сфере гостиничного бизнеса; объединить в одну базу данные работников гостиничной отрасли, которая будет доступна для работодателей, т.е. создать кадровый резерв; организовать набор и обучение персонала для вновь открывающихся отелей (их планируется более чем пятнадцать); оказать услуги кадрового консалтинга действующим гостиничным предприятиям.

2. Деятельность по взаимодействию с профильными учебными заведениями: переподготовка и повышение квалификации преподавательского состава профильных учебных заведений; разработка и внедрение системы дистанционного обучения с использованием современных компьютерных и телекоммуникационных технологий; организация зарубежных стажировок для студентов и преподавателей профильных вузов в целях обмена профессиональным опытом между отечественными и зарубежными специалистами; организация практики студентов профильных вузов на базе действующих гостиничных предприятий; содействие в трудоустройстве студентов профильных вузов.

3. Информационно-координационная деятельность: проведение аттестации работников гостиничного хозяйства; ужесточить требования аккредитованных органов по процедуре сертификации гостиничных предприятий; организация проведения круглых столов и семинаров с участием преподавательского состава профильных учебных заведений и руководства гостиниц, с целью обмена информацией и опытом; издание в помощь обучению специализированных пособий для руководства отелей с целью решения актуальных вопросов в области работы с персоналом.

Таким образом, проблема повышения качества гостиничных услуг является комплексной и должна решаться как за счет мер по совершенствованию системы категоричности гостиниц и других средств размещения, внедрения систем классификации средств размещения, разработки профессиональных стандартов обслуживания, так и путем создания соответствующих

требованиям работодателей образовательных стандартов и повышения уровня профессиональной подготовки и переподготовки кадров индустрии гостеприимства. Проведение глобально значимых международных проектов в ближайшем будущем, таких как выставка «ЭКСПО-2017» и XXVIII зимняя Всемирная универсиада-2017, будут способствовать повышению конкурентоспособности гостиничных услуг в целом, развитию инфраструктурных объектов, созданию и подготовки значительного количества выставочных объектов, разработке комплекса мер по содействию модернизации существующей базы туризма, активизации строительства новых объектов, созданию новых рабочих мест, повысит узнаваемость нашей страны. И все объекты, построенные в рамках ЭКСПО-2017 и Универсиады-2017, позволят в будущем рассматривать Казахстан как крупную международную выставочную площадку.

Список литературы:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2004.– 448 с.
2. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 1995.– 382 с.
3. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма.– М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2006.–399 с.
4. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2002.–200 с.
5. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособие. – Мн.: ООО «Новое знание», 2000.–216 с.
6. 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.
7. Материалы Агентства РК по статистике за 2004-2012гг.
8. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» - новый политический курс состоявшегося государства» // Казахстанская правда.–2012.– 14 декабря.
9. Статистический ежегодник КР 2006-2010 гг., Бишкек 2011 г.
10. Туризм в Кыргызстане – 2008-2012 гг. Годовая публикация, Бишкек 2013 г. 13
11. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. Л.П. Шматько.– М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003.–352 с.
12. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг: учеб.– метод. пособие / пер.с польск.– М.: Финансы и статистика, 2006.–296 с.
13. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / под ред. В.С. Янкевича.– М.: Финансы и статистика, 2003.– 416 с.