

МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИНИН КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН ЭКОНОМИКАСЫНДАГЫ РОЛУ ЖАНА ОРДУ

Биримкулова К.Д.⁽¹⁾, Маматбеков Д.Н.⁽²⁾

⁽¹⁾ Экономика илимдеринин доктору, Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин Экономика жана башкаруу институтунун профессору, kbirimkulova@mail.ru.

⁽²⁾ "Коммерциялык банк КЫРГЫЗСТАН" ААКнын Банк карталарын башкармалыгын эмиссия жана дооматтык иштер бөлүмүнүн адиси", dkyrgyz@gmail.com

Аннотация. Мейманкана бизнесинин Кыргыз Республикасынын экономикасындагы ролун жана ордун изилдөө иш-милдети катары аныктаган. Изилдөөнүн негизги максаты - Кыргыз Республикасындагы чакан жана орто ишканалардын жалпы санынын өнүгүүсүнүн учурдагы шарттарында мейманкана бизнесинин ишкердик активдүүлүгүн изилдөө. Иштин максаты - мейманкана бизнесин тез өнүгүп келе жаткан потенциалдуу туристтик индустрия катары, региондордун, жана жалпы Кыргыз республиканын экономикалык өнүгүүсүнө жана башка позитивдүү тышкы маанилүү тармактарына таасирин көрсөтүү.

Өзөктүү сөздөр: Мейманкана бизнеси, мейманканалык кызмат көрсөтүүлөр, туризм, региондор, чакан жана орто ишкердик, ИДП, салык салуу, атаандаштык жана экономикалык натыйжалуулук.

РОЛЬ И МЕСТО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Биримкулова К.Д.⁽¹⁾, Маматбеков Д.Н.⁽²⁾

⁽¹⁾ Д.э.н., профессор, директор Института Экономики и менеджмента Международного Университета Инновационных Технологий, kbirimkulova@mail.ru.

⁽²⁾ Специалист отдела эмиссии и претензионной работы управления банковскими картами ОАО "Коммерческий банк КЫРГЫЗСТАН", dkyrgyz@gmail.com

Аннотация. В качестве исследовательской задачи автором была определена попытка оценить роль и место гостиничного бизнеса в экономике Кыргызской Республики. Основной задачей исследования является изучение предпринимательской активности гостиничного бизнеса в актуальных условиях развития общего количества субъектов малого и среднего предпринимательства по Кыргызской Республике. Целью работы является показать гостиничный бизнес, как быстро развивающейся отрасли, туристического потенциала в Кыргызстане, который может стать основным рычагом для поднятия региона, важным сектором развития республики, влияющие на экономическую эффективность и другие положительные внешние эффекты.

Ключевые слова: Гостиничный бизнес, гостиничные услуги, туризм, регионы, малое и среднее предпринимательство, ВВП, налогообложение, конкурентоспособность и экономическая эффективность.

ROLE AND PLACE OF HOTEL BUSINESS IN THE ECONOMY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

Birimkulova K.D.⁽¹⁾, Mamatbekov D.N.⁽²⁾

⁽¹⁾ Doctor of Economics, Professor of the Institute of Economics and management of the International University of Innovative Technologies, kbirinkulova@mail.ru.

⁽²⁾ Specialist of the issue and claim Department of the Bank card management Department of OJSC "Commercial bank KYRGYZSTAN", dkyrgyz@gmail.com

Abstract. As a research task, the author determined an attempt to assess the role and place of the hotel business in the economy of the Kyrgyz Republic. The main objective of the research is to study the entrepreneurial activity of the hotel business in the current conditions of development of the total number of small and medium-sized enterprises in the Kyrgyz Republic. The aim of the work is to show the hotel business as a rapidly developing industry with tourism potential, which can become the main lever for raising the region, an important sector of the Republic's development, affecting economic efficiency and other positive external effects.

Keywords: Hotel business, hotel services, tourism, tourists, tourism development, hospitality, hospitality industry, entrepreneurship, small and medium-sized entrepreneurship, tourism development indicator

Введение. В условиях, когда происходят изменения экономических процессов в мировом пространстве экономические преобразования Кыргызской Республики должна вступить на инновационный путь развития и быть конкурентоспособным на глобальном рынке, интегрироваться в мировое сообщество, которые могут осуществляться с помощью новых технологий и инноваций, неразрывно связанных с созданием эффективной системы туризма. Поэтому создание новых предпринимательских структур в сфере туризма является одной из важнейших экономических проблем, которые нуждаются в новых подходах к формированию таких структур, которые позволили бы быть эффективными на современном этапе. И в соответствии с этим растущая инновационная экономическая система нуждается в гибкой траектории услуг в области туризма, которая требует быстрого реагирования, для достижения роста реального объема производства и занятости, контроля за инфляцией и ускорении экономического роста.

Актуальность темы и постановка задач. Необходимость стабилизации экономической системы, обеспечения устойчивых предпринимательских структур в сфере туризма, проблемы управления предприятиями туризма в условиях экономического роста занимают важное место в системе развития общественных и воспроизводственных отношений. Туристская политика и в том числе гостиничный бизнес Кыргызской республики должна строиться исходя из обеспечения экономической рентабельности туризма, возможностей туризма в международном обмене и обеспечения баланса внешней торговли, стабилизации положения национальной экономики и перераспределения национального дохода. Все это требует разработки научных подходов к совершенствованию государственного регулирования туристской индустрии, повышению эффективности управления в сфере гостиничного бизнеса. Перспективность развития предприятий, функционирующих в сфере оказания гостиничных услуг, подтверждается сегодняшним состоянием индустрии туризма и

отдыха в целом, а также наблюдающимся сегодня уровнем конкуренции в этой сфере. Становление рынка гостиничных услуг в Кыргызской Республике выявило целый комплекс проблем и противоречий, связанных с трудностями перехода гостиничных предприятий к новым условиям хозяйствования. В Кыргызской республике гостиничные предприятия сталкиваются с проблемами повышения конкурентоспособности на национальном и международном рынках, повышения эффективности управления и доходности гостиничного бизнеса.

От решения проблем становления, изучения причин их возникновения и способов воздействия с целью снижения отрицательных последствий зависит развитие рынка гостиничных услуг и туризма, потенциал которого следует развивать. Развитие предпринимательства в сфере гостиничного бизнеса играет незаменимую роль в достижении экономического успеха в становлении и развитии рыночных отношений. Мировой опыт показывает, что чем больше возможностей для индивидуальных предпринимателей, тем выше темпы развития экономики страны. Предпринимательство является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше экономических субъектов в сфере гостиничного бизнеса, имеют возможность проявить свою инициативу и творческий подход, тем меньше разрыв между потенциальными и реальными результатами развития. Поэтому очень важно создать в стране благоприятные условия для развития предпринимательства. В экономическом аспекте предпринимательство - это инновационная деятельность, и предпринимателя можно рассматривать как носителя инновационных идей. Предприниматель, помимо стремления получить максимально возможную прибыль, также стремится наладить производственный процесс с постоянным внедрением инновационных идей. Поэтому для достижения этих целей необходимо оперативно реагировать на все, даже незначительные изменения на рынке, и следить за настроением потребителя. Предпринимательство - это особая форма управления, которая присуща всему новому, в то время как предпринимательство - это деятельность по производству товаров и услуг, распределению и реализации товаров и услуг без инноваций, без инициативы содействия использованию новых научно-технических разработок. Понятие предпринимательской деятельности приводит к заключению о наличии точек соприкосновения и сходстве признаков данных категорий, что допускает целесообразность использования термина «гостиничный бизнес» в функционировании индустрии гостеприимства и исследования данного экономического явления как объекта предпринимательства.

Гостиничный бизнес в актуальных условиях развития предпринимательской активности – в наибольшей степени перспективная и быстро эволюционирующая в колорите предоставляемых продуктов отрасль, сосредотачивающая в себе

значительный функционал, характерные черты обширного конкурентного потенциала в среде коммерческих отношений сферы средств размещения и перспективы в условиях рыночной экономики как национального, так и международного уровня, способная приносить устойчивый доход в республиканский, региональные и муниципальные бюджеты, являясь частью индустрии гостеприимства, естественно органически связывающая набор средств размещения, предприятия общественного питания, транспортную инфра-структуру в монолитную цепь международного и межрегионального коммуникационного взаимодействия. Основными результатами в экономике региона может дать гостиничные предприятия и повышение их количества играет немаловажную роль. Тенденция финансово – экономических показателей и увеличение числа их количества, заполняемость и спрос на категории класса люкс, связаны с интенсификацией внутреннего туризма. Гостиничные комплексы являются необходимым элементом социальной сферы, снабжающим постояльцев определенным спектром услуг, важнейшими среди которых представляются обеспечение помещением временного проживания и питанием. Гостиничное обслуживание особо значимо в плане повышения качества жизни населения, интенсификации международных и межрегиональных коммерческих коммуникаций, что косвенно влияет на возможность роста эффективности общественного производства. Развитие и активизация предпринимательских структур в национальном гостиничном хозяйстве и на отдельно взятых территориях многозначительно в контексте обеспечения высокого уровня занятости, позитивного влияния на функционирование иных секторов государственной экономики, может способствовать более свободному доступу международного инвестиционного капитала, углубленной интеграции в мировую экономическую систему. Некоторые зарубежные государства оперируют гостиничным предпринимательством как доминирующим (если не единственным) источником валютных бюджетных поступлений (Греция, Египет, Эстония, Черногория и др.). Переход Кыргызской Республики к устойчивому экономическому росту предполагает усиление роли частного предпринимательства как индикатора формирования и функционирования рыночной экономики. Малое предпринимательство как форма экономической деятельности, характеризующаяся способностью быстро адаптироваться к сложным, прогнозируемым изменениям внешней среды при наличии сравнительно небольшого стартового капитала, обуславливает развитие имущественного, производственного, организационного, социального и политического характера взаимоотношений между субъектами экономики.

Результаты исследования и рекомендации. Сегодня в Кыргызской Республике малый бизнес действует в условиях крайней неустойчивости экономической и политической жизни, что требует активного поиска новых возможностей, стремления к изменениям и совершенствованию работы фирмы, отсутствие страха перед риском, связанным с организацией нового предприятия и разработкой новых идей, продукции, видов услуг. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства по Кыргызской Республике в разрезе лет с 2010-2018гг, как показано в Таблице 1, увеличивалось в среднем на 4,56% каждый год. Наибольшее увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства наблюдается в Ошской области. В 2010 году в Ошской области количество субъектов малого и среднего предпринимательства составляло 111 913 единиц, то на конец 2018 года их количество составило 203 264 единиц, что в процентном соотношении составляет увеличение на 44,94%. Далее после Ошской области увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства наблюдается в городе Ош. В 2010 году в городе Ош зарегистрировано 22 640 субъектов, а к концу 2018 года 38 518 единиц, что означает увеличение на 41,22%. Далее по Баткенской области увеличилось на 37,14%, по Таласской области на 30,64%, по Иссык-Кульской области на 27,86%, по Джалал-Абадская области на 27,13%, по Чуйской области на 22,71% и по Нарынской области на 22,54% с 2010 по 2018 год. Наименьшее увеличение наблюдается по городу Бишкек, где в 2010 году количество субъектов малого и среднего предпринимательства составляло 47 368 единиц, а к концу 2018 года составило 56 140 единиц, что составляет 15,63%.

Таблица 1 - Динамика субъектов малого и среднего предпринимательства в Кыргызской республике 2010-2018 гг.

Наименование областей/ городов	Годы (единицы)								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Баткенская область	48 357	54 235	57 901	63 663	66 777	69 418	71 905	74 485	76 925
Джалал-Абадская область	112 675	118 703	126 293	138 158	140 828	143 968	147 064	151 287	154 617

Иссык-Кульская область	59 369	62 965	67 962	75 129	75 980	76 666	78 410	80 622	82 294
Нарынская область	53 954	55 441	58 049	62 059	62 785	64 767	66 338	67 608	69 661
Ошская область	111 913	122 131	135 661	152 194	161 035	178 864	190 779	197 226	203 264
Таласская область	28 995	30 042	31 531	34 257	35 784	36 519	37 952	39 933	41 804
Чуйская область	102 899	107 344	112 348	118 022	121 392	124 091	126 754	130 305	133 131
г. Бишкек	47 368	47 626	47 033	48 618	48 969	50 494	51 993	53 798	56 140
г. Ош	22 640	25 992	29 690	33 069	34 961	36 768	37 242	37 897	38 518
ВСЕГО	588 170	624 479	666 468	725 169	748 511	781 555	808 437	833 161	856 354

Учитывая большой потенциал туризма в Кыргызстане, который может стать основным рычагом для поднятия региона, важным сектором для будущего развития Кыргызстана, и учитывая его огромное влияние на экономическую эффективность и другие положительные внешние эффекты, вклад сектора туризма в ВВП в 2010 году составлял 8241,5 млн. сом, доля которой в ВВП в процентах составлял 3,7 %. (Таблица 2).

Таблица 2 - Развитие туризма в разрезе ряда лет с 2010 - 2018 гг.

Индикаторы развития туризма									
Наименование показателей	2010 г	2011 г	2012 г	2013 г	2014 г	2015 г	2016 г	2017 г	2018 г
Валовая добавленная стоимость в сфере туристической деятельности (млн. сом)	8241,5	12877,2	14205,5	16169	17318,2	20331,4	21673,8	26323,1	27777,6

Доля сферы туристической деятельности в ВВП (в процентах)	3,7%	4,5%	4,6%	4,6%	4,3%	4,7%	4,6%	5,0%	5,0%
Инвестиции в основной капитал в сферу туризма (млн. сом)	6951,7	10004,2	8040,0	8771,7	10635,3	13812,0	17452,6	22795,1	25570,1

Исследование показывает, с 2011 года по 2017 год уровень доли сферы туристической деятельности колебался в районе 4,6% в ВВП, и начиная с 2017 года по 2018 года был преодолен рубеж в 5,0% в валовой добавленной стоимости в сфере туристической деятельности, где сумма составила 27777,6 млн. сом. Тогда как инвестиции в основной капитал в сферу туризма в 2010 году составил 6951,7 млн. сом, далее 2011 году было инвестировано на 3052,5 млн. сом больше. Однако в 2012 году было на 1964,2 млн. сом и на 1 232,5 млн. сом в 2013 году меньше инвестировано в основной капитал в сферу туризма, чем 2011 году. Но начиная с 2013 года по 2018 год наблюдается только градация инвестирования с 10635,3 млн. сом на 25570,1 млн. сом, где составила 5,0% в ВВП. Однако, за счет посещения около 1 млн. иностранных туристов должен быть увеличен не менее чем до 10%. Этого можно добиться без больших усилий. Если такие страны, как Грузия, Армения смогли добиться вдвое большей доли туризма в ВВП, чем Кыргызстан, которая должна иметь возможность делать то же самое, если не лучше. Достижение этого уровня приведет к притоку дополнительных 400 млн. долл. США. ежегодно в сектор туризма. Отмечая, что расходы на туризм приводят к дополнительным расходам в других секторах, таких как ИТ, транспортный сектор и сектор строительства, так называемый мультипликативный эффект от туризма может составить сумму в 1 млрд. долл. США, которые пойдут на развитие экономики. Развитие туризма также будет способствовать улучшению проблемы хронического дефицита по счету текущих операций. Кроме того, преимущества туризма распространяются среди различных экономических агентов, включая отдельных лиц и малых предприятий, способствуя распределению доходов и развитию сельских районов. В Кыргызской республике гостиничные предприятия идут по пути разнообразных структур и видов деятельности, основанных на спросе. Анализ гостиничного рынка на примере городов Бишкека и Чолпон - Аты видно, что в основном лидируют, занимая высокие показатели заполняемости те категории применяя различные ценовые стратегии, где их сумма незначительно. Существуют

также очень важные неэкономические положительные внешние эффекты от туризма, способствующие формированию национальной идентичности, продвижению демократии и даже повышению самооценки людей. Само собой разумеется, что это будет эффективным средством сохранения и улучшения замечательного природного и культурного наследия Кыргызстана. Учитывая все положительные стороны туризма, естественно, это отрасль не является конкурентоспособным в Кыргызстане, хотя его потенциал является огромным. Значительная часть недостатков в секторе туризма в Кыргызстане на современном этапе обусловлена отсутствием этого понимания. Во-первых, Кыргызстан обладает исключительными и уникальными туристическими ресурсами, как природными, так и культурными. Кыргызстан благословлен величественной и красивой природой, которая по иронии из-за слабого развития страны в значительной степени осталась нетронутой и чистой. В стране есть две основные культовые горные цепи - Тянь-Шань и Памир, которые для многих людей в Азии - это не просто возможность подняться, а благоговение перед их величием с древних времен. Еще одним важным аспектом туризма в Кыргызстане является то, что в наши дни он является воплощением устойчивого туризма, которого все сейчас хотят.

Устойчивый туризм - это понятие туризма, которое стремится сохранить природу, а не истощать ее и обогатить культурное наследие страны. Одной из наиболее привлекательных в Кыргызской Республике для малого бизнеса является индустрия гостиничного и туристического бизнеса. Это связано с законодательной и материальной поддержкой отрасли на государственном, региональном и муниципальном уровне, гибкой налоговой политикой отрасли. Возможность реализации различных инвестиционных и инновационных проектов как возможность улучшить деловую активность в этом секторе услуг. Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает в себя предоставление услуг и организацию краткосрочного проживания в отелях, мотелях, кемпингах, пансионатах и другие средства размещения за отдельную плату. Кыргызстан, как горная страна, обладает колоссальным туристским потенциалом для развития горного туризма в международном масштабе. Ведь мировой опыт развития туризма показывает, что во многом именно горный характер местности предопределяет размещение и развитие мировых и региональных центров туризма. Известно, что такие горные системы, как Альпы, Карпаты, Крым и Кавказ, являются самыми посещаемыми географическими сегментами современного мирового туризма. Ярко выраженная приподнятость территории над уровнем моря, сильное расчлененность рельефа предопределяют исключительное разнообразие природно-рекреационных ресурсов. В Кыргызстане более 90 % территории лежит выше 1000 м над уровнем моря, средняя высота территории над уровнем моря составляет 2750 м. В республике расположены 3 пика

выше 7000 м (Победа, Ленин и Хан-Тенгри), одно из крупнейших горных озер (Иссык-Куль) и горных ледников (Южный Энильчек) мира, священная гора Сулайман - Тоо, включенная в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, самые крупные в мире массивы орехово-плодовых лесов, заросли диких фисташек и миндалей и др. В процессе постиндустриального развития мирового сообщества эколого-экономическое значение туризма будет возрастать повсеместно. К тому же в настоящее время в развитых странах наблюдается культ «здоровья», что повышает повышенный спрос в пользу активных форм отдыха в естественных условиях, в частности, в горах (альпинизм, треккинг, горные лыжи, охота, экотуризм и др.). Поскольку туризм не капиталоемкий, он развивается за счет природы и культуры страны - два компонента успешности туризма, которые требуют совершенствования туристической инфраструктуры, в виде современных дорог и красивых отелей, разного количества звезд.

На современном этапе экономического развития Кыргызская республика нуждается в мощной системе туризма, как важной составляющей экономики, в том числе индустрии гостеприимства т.е. гостиничный бизнес. Гостиничный бизнес - быстро развивающаяся отрасль, в нее входит около 6% мирового валового национального продукта, а также около 5% всех налоговых поступлений и развитие других направлений, таких как: производства товаров народного потребления, строительства, торговли, сельского хозяйства и т.д. Для обслуживания в среднем каждый 10 турист, который проживает в гостинице приходится около трех рабочих мест непосредственно, а те, которые косвенно связаны с обслуживанием приходится на 2 рабочих места. Во всех странах мира гостиничный фонд составляет около 17-18 млн. мест, при этом объем спроса в секторе международного туризма в этих регионах в основном соответствует их количеству и качеству.

Гостиничный бизнес, или индустрия гостеприимства, как показывает исторический опыт, восходящий к античным временам, не подпадает под классическую маркетинговую теорию жизненного цикла отрасли - зародившись еще в глубокой древности этот вид экономической активности постоянно продолжает развиваться, достигнув сегодня в эпоху глобализации невиданного доселе масштаба. Причина столь аномального «поведения» отрасли очевидна и лежит на поверхности - это перемещение людей, различного рода путешествия, связанные в ранний период развития преимущественно с торговлей, позже - с паломничеством, а сегодня - с деловыми поездками и отдыхом. Индустрия гостеприимства - понятие многоплановое. Так, Австралийское статистическое бюро дает определение следующим образом: «Индустрия гостеприимства включает в себя такие отрасли, деятельность которых направлена на предоставление жилья, продажу алкогольных напитков, предоставление пищи и увеселительных мероприятий». Индустрия гостиничного бизнеса средств

размещения - это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма. Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные хостелы и общежития, апартаменты, туристские хутора, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Соответствуя темпам развития туристской отрасли развивается и рынок средств размещения, соответственно возрастает и уровень конкуренции между средствами размещения. Гостиницы должны постоянно уделять большое внимание продвижению своих услуг. В настоящее время в успешной деятельности средства размещения играет грамотно выстроенная рекламная стратегия. С точки зрения фундаментальной экономики гостиничный бизнес представляет собой экономический комплекс, развитие которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, чем внутренними причинами. Гостиничный бизнес также выступает важнейшим катализатором экономического роста многих быстро развивающихся стран, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг. Гостиничное хозяйство представляет собой материально-техническую базу отрасли и определяет вид, особенности и качество туристского продукта. Различные средства коллективного и индивидуального размещения составляет индустрия гостеприимства, такие как: молодежные хостелы и общежития, апартаменты, отели, гостиницы, мотели, молодежные туристские приюты, а также частный сектор, который способствует размещению туристов. В основном то что происходит в туристской сфере отражается на основных показателях функционирования гостиниц. Для того чтобы повысить привлекательность туристского направления и увеличить поток приезжих, нужно строить новые гостиницы. Потому что устаревшая гостиничная база может стать причиной спада туристской активности в регионе и снижения его конкурентоспособности на туристском рынке.

В современных условиях гостиницам приходится развиваться и конкурировать для того чтобы предприятие гостевых услуг могло приносить прибыль и быть востребовано, при наличии возможности - стремиться к расширению своего бизнеса. Именно поэтому обострилась конкурентная борьба в индустрии гостеприимства.

Важнейшие направления в деятельности гостиничных предприятий во всех странах мира является выживание и рост деловой активности. Многие предприятия понимают такую ситуацию и предпринимают меры для стабильного будущего и удовлетворения потребностей гостей в данной гостинице, а также научиться выживать в конкурирующей среде. В современном мире клиентура уже не будет мириться с

заведомо плохим обслуживанием, сервис должен соответствовать описанию и удовлетворять потребности клиентов, в рамках, которые они сами же и установили. Многие преуспевающие гостиничные компании приходят к мнению что они не могут позволить себе игнорировать развитие других предприятий и самим стоять на месте в этом смысле, а также не использовать новые подходы к менеджменту и не внедрять передовые технологии.

Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса становятся повышение конкурентоспособности, а также создание стабильной клиентуры, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично развивающегося рынка гостиничных услуг.

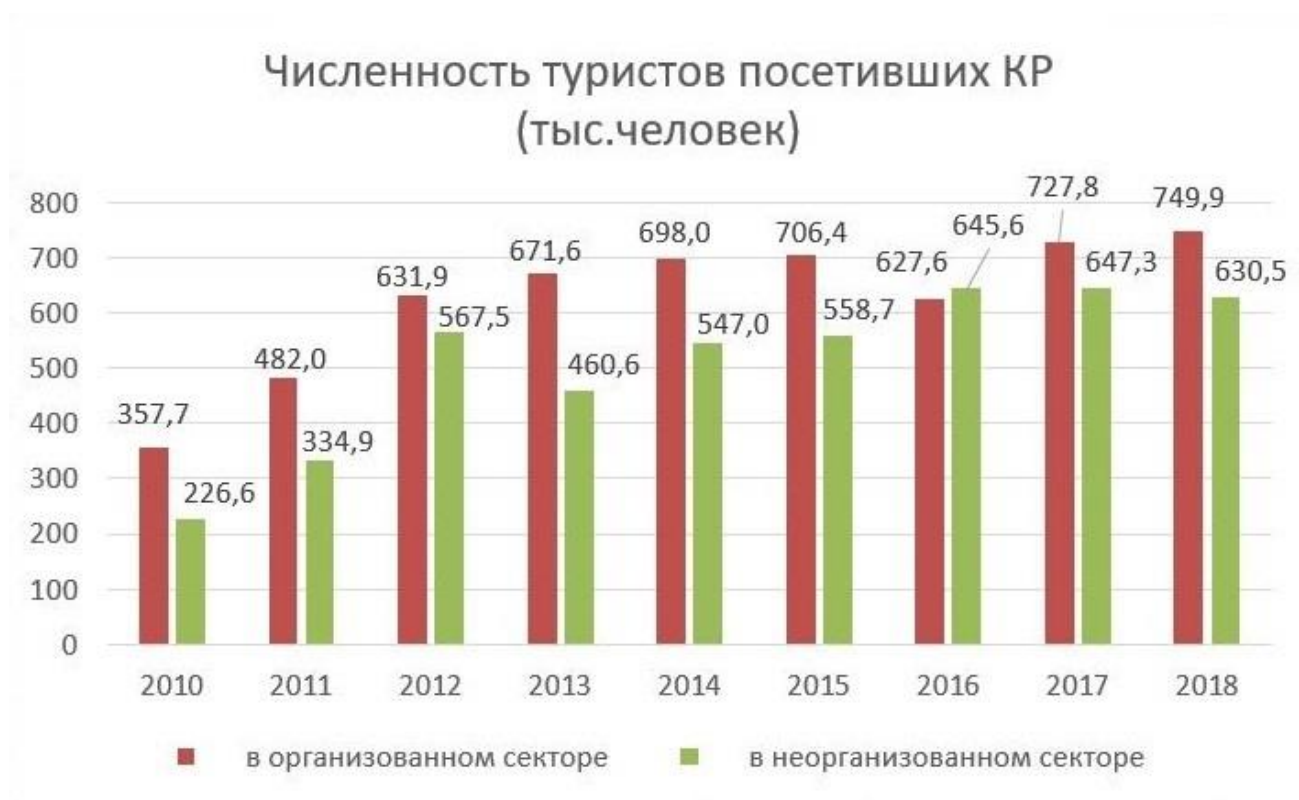
В создании крупных корпораций и гостиничных цепей проявляется глобализация и концентрация гостиничного бизнеса. Такой подход позволяет гостиничным предприятиям привлечь дополнительные ресурсы для развития своего бизнеса. Гостиничные предприятия концентрируются через создание союзов или ассоциаций, не нарушающих их юридическую и хозяйственную самостоятельность, но позволяющих проводить совместные маркетинговые программы, вести исследовательскую деятельность, формировать единую систему подготовки и переподготовки кадров.

Заключение. В мировой практике показывается, что инвестиции в индустрию гостеприимства несколько схожи с вложениями в нефтедобычу. Экономический анализ гостиничного сектора свидетельствует том что эффективно вкладывать в гостиничные сети, а не в отдельные гостиничные хозяйства. В мировой практике существуют два основных вида гостиничных цепей: гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели, и интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц. Гостиничный бизнес является одной из наиболее перспективных и быстро развивающихся отраслей, приносящих миллионы долларов прибыли по всему миру, включая Кыргызскую Республику. Гостиничный бизнес, как отрасль туризма, несет огромный потенциал для кыргызского рынка, способного приносить стабильный доход в национальный бюджет. С каждым годом количество отелей в нашей стране и за рубежом растет. Современная гостиничная компания предоставляет потребителям не только проживание и питание, но и безупречные услуги транспорта, связи, развлечений, туристических услуг, спортивных услуг, салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства играют ключевую роль, так как формируют и предлагают потребителям комплексный гостиничный продукт, в развитии и продвижении которого задействованы все отрасли и элементы туризма и гостеприимства. Но в то же время количество и качество номеров далеко не соответствуют нормативным показателям,

например, в столице количество коек не превышает 2000, из которых только 20-30 процентов могут претендовать на достойный уровень обслуживания. Исходя из этого, вполне законно выделить гостиничную индустрию или гостиничный бизнес как крупнейший комплексный компонент индустрии туризма и гостеприимства и рассматривать его независимо, в значительной степени отождествляя себя с единой отраслью туризма и гостеприимства. В последние годы гостиничный рынок характеризуется увеличением предложения при одновременном снижении спроса на услуги по размещению. Такая ситуация, как нетрудно догадаться, чревата усилением конкуренции, и без того не дававшей спать владельцам гостиниц на протяжении последней четверти XX века. Развитие рыночных отношений вызывает появление новых вызовов, что обуславливает необходимость совершенствования предпринимательской деятельности. Важно, чтобы менеджеры гостиниц понимали необходимость постоянного повышения качества управления сервисом, уделяли внимание его расширению, реконструкции помещений, внедрению новых технологий и т.д. Гостиничный и туристический бизнес - это сфера приложения усилий многих людей, направленных на обеспечение комфортного отдыха и досуга гостей, что позволяет последним эффективно выполнять свои социально-экономические функции в рамках различных систем общественных отношений. Таким образом, функционирование индустрии гостеприимства имеет принципиально важные социальные последствия как для отдельных лиц, так и для их сообществ. В современных условиях социальные функции этой отрасли усиливаются в связи с нарастающим процессом глобализации. Гостинично – туристический комплекс служит одним из важнейших инструментов приобщения людей к различным культурам и практикам социально-экономической жизни планеты. В то же время в последние годы, по мере поступательного развития данной отрасли, значительные преобразования претерпевают как механизмы внутреннего управления предприятиями, так и схемы выстраивания их отношений с партнерами, в первую очередь туристами. Гостиничный бизнес в Кыргызской Республике находится в процессе разработки современных стандартов работы, которые приближают его к международному уровню обслуживания гостей. В период крупных политических событий государственные чиновники просто не знают, где разместить гостей форумов и конференций, тогда как на самом деле прием большого количества людей в Бишкеке могут только два, максимум три отеля. Необходимо разработать и улучшить наиболее важные функциональные подсистемы гостиничного менеджмента в индустрии гостеприимства Кыргызстана. Современная гостиничная индустрия, являясь частью туристической инфраструктуры, включает в себя комплекс услуг для туристов и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма в Кыргызстане. Показателем

успешности в сфере туризма является доход, полученный за счет численности туристов, количество которых с каждым годом начиная с 2010 года увеличивался. В 2010 году численность туристов составил 584,3 тыс. человек, из которых в организованном секторе были зарегистрированы 357,7 тыс. человек, в то время как в неорганизованном секторе 226,6 тыс. человек. К концу 2018 года в численность туристов, посетивших Кыргызскую Республику, составило 1 380,4 тыс. человек: в организованном секторе - 749,9 тыс. туристов, что означает увеличение на 209,65%, и в неорганизованном секторе были 630,5 тыс. туристов - 278,24% увеличение по отношению к 2010 году. (Рис. 3).

Рис. 3



В современных условиях особо необходимо рассматривать вопросы разработки новых путей развития вышеперечисленной отрасли, приводящей к результативности и доходности, применение новых систем и технологий, который может оказать воздействие на стабильность и позволяющего достичь, наивысшего результата при имеющем потенциале, своевременно выявить проблемы, противоречия, и выявить резервы ее развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Стратегия развития Кыргызской республики до 2040 года «Жаны доорго-кырк кадам»*
2. *Национальный статистический комитет Кыргызской Республики «Кыргызстан в цифрах» Б., 2010-18 гг.*
3. *Указ Президента «О Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы» г. Бишкек, от 31 октября 2018 года УП № 221;*
4. *Электронный ресурс: Роль гостиничного бизнеса в развитии туризма [http://studbooks.net/729996/turizm/rol_gostinichnogo_biznesa_razvitiia_turizma].*
5. *Электронный ресурс: Почему туризм должен стать ведущим сектором экономического развития Кыргызстана [http://www.nisi.kg/137-novosti-nisi-na-glavnyu-2/449-pochemu-turizm-dolzhen-stat-vedushchim-sektorom-ekonomicheskogo-razvitiya-kyrgyzstana.html].*
6. *Электронный ресурс: Туризм в Кыргызстане. [http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/].*
7. **Биримкулова К.Д.** *Современные концепции формирования и контроля бюджетов в Кыргызской Республике. Научный и информационный журнал «Наука и инновационные технологии» МУИТ №2/2019(11) Стр.138-148*
8. *Электронный ресурс: Официальная статистика. Туризм [http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/].*
9. *Электронный ресурс: Гостиничный маркетинг и конкурентоспособность сегодня [https://www.frontdesk.ru/article/gostinichnyy-marketing-i-konkurentnosposobnost-segodnya].*
10. **Капустина О. И.** *«Гостиничный бизнес как объект предпринимательской деятельности».*