

УДК 338.48.657
JEL classification: M31; Z32

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/114/44>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

©*Кадырова Т. К., Ошский технологический университет
им. М. М. Адышева, г. Ош, Кыргызстан*

©*Тарыхчиев З. М., Ошский технологический университет
им. М. М. Адышева, г. Ош, Кыргызстан*

©*Бекмуратова А. А., Ошский технологический университет
им. М. М. Адышева, г. Ош, Кыргызстан*

©*Маматалиева С. М., Ошский технологический университет
им. М. М. Адышева, г. Ош, Кыргызстан*

IMPROVING HOTEL BUSINESS MANAGEMENT

©*Kadyrova T., Osh Technological University named after M. M. Adyshev, Osh, Kyrgyzstan*

©*Tarykhchiev Z., Osh Technological University named after M. M. Adyshev, Osh, Kyrgyzstan*

©*Bekmuratova A., Osh Technological University named after M. M. Adyshev, Osh, Kyrgyzstan*

©*Mamatolieva S., Osh Technological University named after M. M. Adyshev, Osh, Kyrgyzstan*

Аннотация. В современных условиях требует комплексного подхода, направленного на повышение качества обслуживания и доходности предприятий. Это включает в себя разработку эффективных систем управления, внедрение маркетинговых инструментов, совершенствование организационной структуры и применение стандартов качества. Актуальность исследования обусловлена необходимостью повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий на фоне глобализации и ужесточения конкуренции.

Abstract. In modern conditions, it requires an integrated approach aimed at improving the quality of service and profitability of enterprises. This includes the development of effective management systems, the introduction of marketing tools, the improvement of the organizational structure and the application of quality standards. The relevance of the study is due to the need to increase the competitiveness of hotel enterprises against the background of globalization and increasing competition.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, система управления, обслуживание, маркетинг, туристическая деятельность, услуги.

Keywords: hotel business, management system, service, marketing, tourism activities, services.

Индустрия туризма в настоящее время является одной из самых быстрорастущих секторов экономики, с каждым десятым человеком в мире, работающим в этой области. Она составляет 10,4% мировой экономики. Гостиничный бизнес генерирует 68% доходов от туризма и обеспечивает 65% всех рабочих мест в этом секторе, при этом более 30% времени и средств каждого туриста тратится на размещение. В 2019 году общий доход от туризма достиг 1,5 трлн долларов США. По объемам экспорта туризм занимает третье место после

химической и нефтяной промышленности, а в сфере услуг является лидером (<https://goo.su/AD7U19P>).

Согласно данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), к 2033 году ВВП туристического сектора вырастет до 15 трлн долларов США, а около 12% трудоспособного населения мира, примерно 430 миллионов человек, будут заняты в этой отрасли. Гостиничный бизнес играет ключевую роль в развитии туризма, ориентируясь на получение прибыли через удовлетворение потребностей клиентов, включая туристов, путем предоставления комфортных условий.

Несмотря на растущее внимание к исследованиям в области туризма и гостиничного дела в Кыргызской Республике. Отсутствие исследований по улучшению управления гостиничным бизнесом и повышению его эффективности, а также недостаток системности и комплексного подхода подтверждают актуальность выбранной темы исследования. Было определено, что эффективная организация и управление гостиницами положительно скажутся на их финансовых показателях, поскольку каждый турист тратит 30% своего бюджета на размещение. Гостиничный бизнес не только играет ведущую роль в экономике туризма, но и имеет решающее значение для формирования психологии туризма с такими аспектами, как удовлетворенность путешествиями, привлекательность и комфорт [1].

В соответствии с международной практикой управление гостиницами может иметь линейную, функциональную и линейно-функциональную структуру. Организационная схема линейно-функционального управления показана ниже (Рисунок 1).



Рисунок 1. Линейно-функциональная структура управления гостиницы

Управление гостиницами невозможно привести к единому стандарту управления так как они отличаются друг от друга размером, локацией, классификацией, численностью персонала, политикой предприятия и стратегией. Однако во всех отелях, которые отказываются от традиционной организационной структуры, должны быть отделы фронт офис, хаускипинг, технический отдел, комбинат питания и отдел безопасности. В управлении гостиничным бизнесом одновременно используются различные методы и их сочетания. Кроме того, существуют административные (организационные), экономические и социально-психологические методы управления. Из-за вышеупомянутых различий в

гостиницах не сформирована единая организационную структура, наоборот, вместо классической организации некоторые отели переходят на организационную систему «холакратия». В данной системе высокое качество работ обеспечивается не за счет сдачи отчета, а ради достижения общих целей предприятия, где ценятся креативность и инициативность. В данной системе традиционное отношение *руководитель – подчиненный* уступает место сотрудничеству, где сотрудник-партнер сам определяет рабочее время, время отдыха, перечень и объем работ. Это способствует выстраиванию доверительных и прозрачных взаимоотношений между другими партнерами и владельцем бизнеса. Кроме этого, правильно и в нужное время подобранные технологии и оборудование способствуют не только экономии времени, но и эффективному использованию материальных и человеческих ресурсов, а также способствуют облегчению процесса контроля [2].

Таблица 1

ТУРИСТЫ, ВОСПОЛЬЗОВАВШИЕСЯ УСЛУГАМИ ГОСТИНИЦ, тыс

Годы	Страны СНГ	Другие страны	Кыргызстан	Итого
2019	94,0	73,0	643,0	809,6
2020	12,4	7,1	236,8	256,3
2021	34,6	23,7	606,4	664,7
2022	139,3	84,4	924,5	1148,2
2023	257,0	161,3	1414,3	1832,5
Рост за 5 лет	2,7 раза	2,2 раза	2,2 раза	2,3 раза

В 2018 г в Кыргызстан прибыло 750,0 тыс. туристов, из них 99,0 тыс было из дальнего зарубежья. В 2019 г число туристов из дальнего зарубежья снизилось до 73 тыс., а в 2020 г их количество сократилось в 10 раз (Таблица 2). В 2023 г в Республику приехало в 2.7 раз больше туристов чем в 2019 г [3].

Таблица 2

ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ (ТУРИСТОВ),
 ПОСЕТИВШИХ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

	2019	2020	2021	2022	2023
Всего	809 589	256 251	664 691	1148 200	1832 547
Баткенская область	23 276	8 705	14 723	19 597	20 295
Джалал-Абадская область	78 661	29 018	72 544	79 046	139349
Иссык-Кульская область	318 579	104 417	270 170	383 885	555 827
Нарынская область	36 546	1 869	21 878	34 516	102 517
Ошская область	31 662	21 623	32 265	34 786	155 990
Таласская область	124 961	28 218	65 408	69 199	110 183
Чуйская область	45 200	21 302	44 408	134 258	198 898
г. Бишкек	117 504	28 959	52 308	181 722	273 824
г. Ош	33 200	12 140	90 987	211 191	275 664

Увеличение количества туристов отразилось и на росте количества гостиниц Кыргызстана. За последние 5 лет зарегистрированные юридические и физические лица увеличились на 202 предприятия, а гостевые дома на 153. В среднем по Республике количество гостиниц ежегодно увеличивается на 40, гостевые дома на 31, а количество койко мест (вместимость) выросло от 41,6 тыс. до 79,2 тыс.

Например, в данное время в столице туристы размещаются в гостиницах, гостевых домах, хостелах, мотелях, глэмпингах, «А-фрейм», «бешик», каменных и деревянных домах,

а также дизайнерских и тематических средствах размещения. На развитие гостиничного бизнеса Кыргызстане негативно влияют различные политические и природные кризисы, низкое качество обслуживания, короткий туристический сезон, остановка в отелях на 1–2 дня, проблемы со статистикой и категоризацией предприятий, проблемы в связи с государственными органами, осуществляющими деятельность в сфере туризма. Несмотря на то, что в стране 15 высших, 2 средних профессиональных и профессиональные лицеи готовят кадры для туризма и гостиничного бизнеса, нехватка квалифицированных кадров на рынке является причиной низкого уровня удовлетворенности клиентов.

В конкурентной среде гостиничного бизнеса стандарты и классификация играют важную роль. В Кыргызстане присвоение звезд или разрядов в отношении стандарта классификации гостиниц, принятого странами СНГ в 1994 г, регламентируется Центром стандартизации и метрологии при министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики (Кыргызстандарт). К сожалению, из-за того, что она полностью добровольная и стандарты утратили актуальность, в настоящее время в Бишкеке есть только одна гостиница, имеющая подтвержденную звезду.

В связи с недостаточной разработанностью туристического законодательства Кыргызстана, а также нехваткой квалифицированных специалистов в гостиничном бизнесе Бишкека, складывается ситуация, не соответствующая принципам чистой и адекватной конкуренции. По этой причине был проведен анализ состояния управления и организации гостиничного бизнеса республики. Неконтролируемое со стороны государства качество обслуживания и предоставляемые услуги гостиниц, с одной стороны, конкурентная среда с другой стороны, создают условия для разработки и предоставления большого количества услуг в гостиницах. В связи с этим были проанализированы предоставляемые услуги 5-и, 4-звездочных гостиниц и обнаружено, что в целом они не сильно отличаются друг от друга.

В настоящее время в гостиничном секторе Кыргызстана и туристическом секторе страны в целом расширяется использование национальных ценностей. Продление срока отдыха туристов в соответствии с международной практикой осуществляется в рамках дифференциации и диверсификации туристского продукта [4].

Природные ресурсы туризма	Тур продукты
Природный парк Ала-Арча; Сейил парк; Ущелье Кегети; Ущелье Аламидин; Ущелье Белогорка; Чункурчак; Татыр; Озеро Адыгене; Горячие источники: Теплые ключи, Воронцовка, Ысык-Ата. Реки: Чуй, Аламидин, Ала-Арча, Сокулук, Кичи Кемин, Ысык ата	Альпинизм, трекинг, кемпинг; Лыжные базы: Зил, Нооруз, Супара, Орловка, Байтик; Рафтинг (Чоң Кемин); Скалолазание; Фото-охота; Прогулки по паркам и заповедникам; Наблюдение за животными и птицами; Наблюдения в ботаническом саду; Экологические исследования и туры; Обзор Млечного пути; Тур “Ночное небо”; Встреча рассвета на природе; Сбор лекарственных трав. Фестивали и игры: игры кочевников, фестивали Оймок, Оймо и др. Фестивали.

Рисунок 2. Природные туристские ресурсы и туристские продукты по городу Бишкек

Тур продукты как фотоохота, зорбинг, наблюдение за Млечным путем, наблюдение за дикими животными и природой, эко-туры, тур по изучению лекарственных растений, которые пока являются редкими на территории Республики.

Ресторанный сектор в Бишкеке оказывает значительное влияние на развитие туризма. В настоящее время комплекс общественного питания сочетает в себе культурные элементы с основными продуктами питания, что повышает его ценность в туризме и выходит на передний план в выборе туристических направлений. При этом кухня, которая считается элементом культуры, является важным ресурсом культурного туризма. Предоставление таких услуг положительно скажется не только на заполнении гостиниц, но и внесет большой вклад в развитие туризма в целом, а также в сохранение традиций и обычаев кыргызского народа. Местные кухни, которые сохраняют свои аутентичные черты и отражают цивилизацию общества от прошлого до настоящего, очень важны с точки зрения туризма. Использование гастрономических продуктов в рамках культурного туризма не только служит развитию туристической отрасли страны, но и может способствовать повышению культурной ценности кыргызской кухни, продолжению расширения ассортимента местных продуктов питания и напитков, оживлению местной экономики и развитию возможностей для занятости.

Гостиничный сектор является одной из основных составляющих современного туристического бизнеса, особенно важна его роль в расширении границ деловой, политической и научных сфер. Он также играет важную роль в развитии спорта, туризма и повышения качества жизни. Этот сегмент отличается способностью обеспечивать стабильный доход как на национальном, так и на глобальном уровне. В настоящее время 30% мировых расходов на туризм приходится на отели. В связи с этим были исследованы международный опыт в области повышения эффективности деятельности гостиничного бизнеса, организационные особенности, методы и стили управления.

Список литературы:

1. Алишева П. К. Пути улучшения анализа показателей деятельности субъектов туризма Кыргызской Республики // Вестник Жалал-Абадского государственного университета. 2019. №4. С. 65–70.
2. Лесник А. Л., Чернышев А. В. Организация и управление гостиничным бизнесом. М.: Альпина, 2001. 238 с.
3. Козлов Д. А. Стратегия управления доходами для гостиниц в развивающихся дестинациях Российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. №2-4. С. 526–530.
4. Стрижкова Т. В. Совершенствование системы управления предприятиями гостиничного хозяйства: на примере г. Москвы: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2003. 28 с.

References:

1. Alisheva, P. K. (2019). Puti uluchsheniya analiza pokazatelei deyatel'nosti sub'ektov turizma Kyrgyzskoi Respubliki. *Vestnik Zhalal-Abadskogo gosudarstvennogo universiteta*, (4), 65-70. (in Russian).
2. Lesnik, A. L., & Chernyshev, A. V. (2001). *Organizatsiya i upravlenie gostinichnym biznesom*. Moscow. (in Russian).

3. Kozlov, D. A. (2016). Strategiya upravleniya dokhodami dlya gostinits v razvivayushchikhsya destinatsiyakh Rossiiskoi Federatsii. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy*, (2-4), 526-530. (in Russian).

4. Strizhkova Т. V. (2003). Sovershenstvovanie sistemy upravleniya predpriyatiyami gostinichnogo khozyaistva: na primere g. Moskvy: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk. Moscow. (in Russian).

*Работа поступила
в редакцию 10.03.2025 г.*

*Принята к публикации
18.03.2025 г.*

Ссылка для цитирования:

Кадырова Т. К., Тарыхчиев З. М, Бекмуратова А. А., Маматалиева С. М. Совершенствование управления гостиничным бизнесом // Бюллетень науки и практики. 2025. Т. 11. №5. С. 328-333. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/114/44>

Cite as (APA):

Kadyrova, T., Tarykhchiev, Z., Bekmuratova, A., & Mamatalieva, S. (2025). Improving Hotel Business Management. *Bulletin of Science and Practice*, 11(5), 328-333. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/114/44>