

**ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ
“ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР”**

**Факултет „Международна икономика и администрация“
Катедра „Международна икономика и политика“**

Гульмира Олжабековна Абишева

**ОСИГУРЯВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА
НА УСЛУГИТЕ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС
(ПО МАТЕРИАЛИ ОТ АКМОЛИНСКА ОБЛАСТ)**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд
за придобиване на образователна и научна степен „доктор“
в направление 3.8 Икономика
Докторска програма „Икономика и управление“

Научен ръководител:
Доц. д-р Снежанка Овчарова

Рецензенти:
Проф. д-р Марияна Божинова
Доц. д-р Миглена Темелкова

**Варна
2013**

Дисертационният труд, с обем от 186 страници, се състои от въведение, изложение в три глави, заключение, списък с използвана литература и приложения. Съдържанието на всяка от главите е разпределено в отделни параграфи като в края на всяка глава са направени конкретни изводи.

Дисертационният труд е предварително обсъден от катедра „Международна икономика и политика“ и е насочен за защита пред научно жури, назначено със заповед на ректора на ВСУ „Черноризец Храбър“ №

Зашитата на дисертационния труд ще се състои на 2013 г. от
часа в на ВСУ „Черноризец Храбър“.

Материалите са на разположение на интересуващите се в канцеларията на катедра “Международна икономика и политика” – стая Д8 към Варненския свободен университет “Черноризец Храбър”.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на проблема

Ръстът на националната икономика е право пропорционален на ефективното функциониране на предприемаческите структури. При тези обстоятелства особено значение придобива въпроса за повишаване на конкурентоспособността на предприятията.

Хотелиерството, като съставна и основополагаща част на туристическата индустрия, представлява бързо развиващ се сектор на световната икономика и ефективен източник на валутни постъпления. В Посланието на президента на Република Казахстан Нурсултан Назарбаев към народа на Казахстан се отбелязва: „Ние избрахме модела на конкурентоспособна икономика с приоритетни сектори, които имат икономически потенциал за повишаване на конкурентоспособността на икономиката, поставяйки по такъв начин началото на развитието на казахстански кълстери.” Към тези приоритетни области, както показва международния опит, се отнася и хотелския бизнес.

Хотелиерският бизнес е един от най-важните елементи в сферата на услугите, изпълняващи функции по обезпечаването на гражданите на Казахстан и чуждестранните посетители с настаняване, храна, както и оказване на различни допълнителни услуги. Инвестиционната привлекателност на Казахстан, подобряване на стандарта на живот на населението, появата на големи международни хотелски вериги на вътрешния пазар доведе до бързото развитие на хотелиерски услуги и необходимостта от подобряване на тяхното качество, съответстващо на световните стандарти.

Научното осмисляне на проблема за осигуряване на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес при наличието на реални резерви и потенциални възможности изискват решението на комплекс от проблеми, свързани с тенденциите за устойчиво развитие на туризма, с организационните, икономически и технически въпроси, сред които: липсата на развита туристическа инфраструктура, ниското ниво на обслужване, несъответствие между цените и качеството на обслужване, ниско ниво на квалификация на персонала и т.н. Разрешаването на тези проблеми изискава анализ на сегашното ниво на развитието на хотелиерския бизнес и оценка на конкурентоспособността на услугите в хотелиерските предприятия, на база на обширни емпирични изследвания на диверсификационните форми, което подчертава актуалността на това изследване.

2. Обект и предмет на изследване

Обект на изследването са хотелските предприятия в Акмолинска област.

Предмет на изследването е съвкупността от организационни, икономически, технически и правни проблеми, свързани с формирането и развитието на механизма за осигуряване на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес.

3. Цели и задачи на изследването

Целта на дисертацията се състои в теоретично - методологична обосновка на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес и разработката на механизъм за нейното осигуряване.

За постигане на поставената цел е необходимо да се решат следните **задачи**:

1) да се изучат теоретичните основи на обезпечаване на конкурентоспособността и да се разкрият нейните особености на различните нива конкурентни отношения;

2) да се определят факторите и да се разработи методика за количествена оценка на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес;

- 3) да се даде оценка на състоянието на хотелиерския бизнес в република Казахстан и да се представят перспективите за развитието му;
- 4) да създадат ефективни конкурентни стратегии за развитие на хотелиерския бизнес;
- 5) да се разработи и апробира интегриран модел за осигуряване на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес;
- 6) да се определят главните направления за повишаване на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия.

4. Изследователска теза на дисертационния труд

Изследователската теза е, че изучаването и формирането на механизма за усъвършенстване на обективно необходимите предпоставки за обезпечаване на конкурентоспособността, се явява ключово условие за нейното по-нататъшно повишаване.

5. Методи на изследване

За теоретично-методологична основа на изследването са послужили трудовете на класиците на икономическата теория, научните разработки на казахстански и чуждестранни учени-икономисти.

В процеса на изследването са използвани методи на икономически анализ, сравнение, синтез, класиране, анкетиране, икономическо-статистически методи.

За информационна основа на изследването са използвани Указите и ежегодното послание на Президента към народа на Казахстан, Постановлението на правителството на Република Казахстан, програмните документи на министерства и ведомства на републиката, статистически данни на Агенцията по Статистика на РКазахстан, на Акмолинското областно управление по статистика, финансовите и други отчети на предприятията, занимаващи се с предоставянето на услуги в областта на хотелиерството и ресторантърството, а също така и резултатите от маркетинговото проучване на пазара на услугите, проведено от автора.

6. Място на изследването

Изследването по дисертационния труд е проведено в Република Казахстан. Авторът на дисертационният труд е преподавател в Кокшетауския Държавен университет „Ш. Уалиханов“ (държавен регистрационен номер 0101RK00130) и е участвал в общоуниверситетската тема: “Пазарно регулиране на производството на стоки и услуги”.

7. Научна новост на изследването

- Разработена е методика за количествена оценка на конкурентоспособността на хотелските услуги на основата на анализ на съществуващите методи за оценка на конкурентоспособността;
- Разработен е интегриран модел, който включва механизмите за осигуряване конкурентоспособността на предприятията от хотелиерския бизнес в зависимост от формата на управление на обектите, и са определени особеностите на използването им.
- Представени са алтернативни стратегии за развитие на хотелиерския бизнес и е направен опит да се даде икономическа обосновка на ефективната конкурентна стратегия за развитие на хотелиерския бизнес в Акмолинска област на базата на маркетингови изследвания;
- Набелязани са основните направления в повишаването конкурентоспособността на хотелските предприятия в региона.

8. Практическа ценност на изследването

Практическата значимост на проведеното изследване се състои в това, че теоретичните положения, методическите и практически предложения и препоръки на автора вече се използват и могат да бъдат широко прилагани в предприятия от средния и горния сегмент на пазара не само в Акмолинска област, но и в други региони на Казахстан.

Основните положения в работата могат да послужат като основа за осигуряване на конкурентоспособност не само на услугите от хотелиерския бизнес, но и на други стоки и услуги с битово, информационно и иновационно предназначение.

9. Апробация на изследването

Дисертационният труд е обсъждан на заседания на катедра „Международна икономика и политика“ на Варненски Свободен университет “Черноризец Храбър“. Резултатите от работата са представени под формата на научни доклади на международни, национални и регионални научно-практически конференции. Основните постановки и изводи от изследването са намерили отражение в 20 публикации, в издания, препоръчвани от Комитета по Надзор и Атестация в сферата на образованието и науката МОН РКазахстан.

Резултатите от изследването, предложени от автора, се използват в учебния процес на практически занятия по специалността “Хотелиерство”, а също и при обучението по избираеми дисциплини на избрана специализация – „Оценка на конкурентоспособността на услугите“, специалност “Туризъм” в Кокшетауски държавен университет “Ш. Уалиханов” (Справка за внедряване №1093 от 04.09.09г.).

Резултатите от изследването са използвани при разработване на стратегия за развитие на хотел “Достык” (Акт за внедряване №64 от 03.07.08г.); ООД “Жекебатър” (Акт за внедряване №02/07-174 от 03.07.2008г.); съвместен проект по програма Темпус - 4 ETF-JP-144790 – 2008 – RU – JPCR “Създаване на четири висши хотелиерски училища” ESHA, GIP – FIPAG при Академията на Гренобъл (Франция) (Акт за внедряване №1 от 25.10.2009г.); първото училище за туризъм и хотелиерство при академия “Кокше” (Акт за внедряване № 13 от 21.12.2011г.)

II. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Структурата и обхватата на дисертацията е традиционна - въведение, три глави на основното изложение, заключение под формата на изводи и препоръки, списък на използваната литература и приложения.

СЪДЪРЖАНИЕ

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СЪКРАЩЕНИЯ

ВЪВЕДЕНИЕ

ГЛАВА ПЪРВА. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ОСИГУРЯВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА УСЛУГИТЕ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС

- 1.1. Конкуренция и конкурентоспособност като икономически категории
- 1.2. Фактори и методи за оценка на конкурентоспособността на продукцията (работата, услугите)
- 1.3. Ролята на туристическия кълстер за осигуряване на конкурентоспособността на услугите в хотелския бизнес

ГЛАВА ВТОРА. АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ И ОЦЕНКА НА НИВОТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС В АКМОЛИНСКА ОБЛАСТ

- 2.1. Тенденции в развитието на хотелиерския бизнес в Република Казахстан
- 2.2. Анализ на икономическия потенциал на пазара на хотелски услуги в Акмолинска област
- 2.3. Оценка на нивото на конкурентоспособност на услугите в хотелския бизнес в Акмолинска област

ГЛАВА ТРЕТА. ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ НА ОСИГУРЯВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА УСЛУГИТЕ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС В АКМОЛИНСКА ОБЛАСТ

- 3.1. Алтернативни стратегии за развитието на хотелиерския бизнес в Акмолинска област.
- 3.2. Модели за осигуряване на конкурентоспособността на хотелиерския бизнес в Република Казахстан
- 3.3. Основни направления за осигуряване на конкурентоспособността на хотелските предприятия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА ПРИЛОЖЕНИЯ Декларация за оригиналност

ГЛАВА ПЪРВА. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ОСИГУРЯВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА УСЛУГИТЕ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС

Понятията „конкуренция” и „конкурентоспособност” се използват широко в икономическата литература. Те се тълкуват от различните учени по различен начин. За целите на дисертационния труд е необходимо да се разгледа смисъла на думата „конкуренция”. В превод от латински „конкуренция” означава: „сблъсък, състезание” и се определя като ситуация, в която всеки желаещ да купува или да продава може да избира между различни доставчици и купувачи. Друго тълкуване на термина предлага под „конкуренция” да се разбира „процес, в който фирмите се борят една с друга за потребители на своите продукти”. В тази глава авторът прави обзор и анализ на дефинициите за конкуренция.

Анализът на структурата и съдържанието на формулировките и трактовките на понятието „конкуренция”, предложени от различни автори, демонстрира тяхното многообразие и изважда на бял свят факта, че често се взема под внимание само един от множеството аспекти на конкуренцията, при това не се указва целта на конкурентната борба на субектите на пазара, което позволява да се направят следните изводи:

А) определенията на термина „конкуренция”, предложени от различните автори, не отговарят напълно на изискванията за системност и изчерпателност, т.е. те описват само един от многото аспекти на конкуренцията, установени от Адам Смит и от самите автори, всеки от които е приложим към тяхната област на изследване;

Б) многообразие на тълкуванията на обозначеното понятие: в разбирането на един автор под конкуренция се разбира съперничество на юридическите лица, при друг – съперничество на физическите лица, при трети – присъствието на пазара на достатъчен брой купувачи и продавачи, при четвърти – ситуация, при пети – стремеж, при шести – процес и т.н.;

В) анализът на съдържанието на различните дефиниции на термина „конкуренция“ показва, че това определение се разглежда тясно, не обхваща цялото многообразие на процеса, не отчита процеса на управление на конкурентните предимства.

Като се има предвид изложеното по-горе, авторът предлага следното определение: **Конкуренцията е състезание за безупречен и отличаващ се от другите продукт, като форма на взаимодействие на субектите в определена пазарна ниша на пазара на услугите, за постигане на цели: доставчиците на услуги, предоставяйки висококачествени услуги – получаване на печалба, получателите на услуги – удовлетворяване на нужди.** Що се отнася до хотелиерския бизнес, върху развитието на конкуренцията в сектора оказват влияние специфичните особености на отрасъла: сезонност, природо-климатични условия, продължителност на производствения цикъл и т.н.

Конкуренцията поражда понятието конкурентоспособност. Съществуват различни определения за конкурентоспособност в зависимост от нивото на конкурентни отношения: микро-, мезо- и макрониво. Конкурентоспособността е резултат от конкурентните отношения на многостепенната оценка на факторите, обезпечаващи конкурентните предимства и способността на субектите да противостоят един на друг на пазара.

Теоретическите обобщения на различните подходи по уточняване на разбирането на конкуренция, конкурентоспособност в условия на развитие на пазара позволява да се изработи авторово виждане: *конкурентоспособността* е резултат от конкурентните отношения на многопластова оценка на факторите, които осигуряват конкурентни предимства, и способността на субектите да се противопоставят един на друг на пазара. *Конкурентоспособността на хотелиерските услуги* е съвкупност от потребителски, ценови характеристики, качеството и комфорта на предлаганите услуги, които са привлекателни за потребителите, с цел постигане на търговски успех в конкурентна среда.

Върху дейността на хотелиерското предприятие оказват влияние редица фактори за осигуряване на конкурентоспособността: външни и вътрешни.

За да се разбере по-добре ролята на управлението на конкурентните предимства при повишаването на конкурентоспособността и печалбите на даден хотел, представяме схема на конкурентните предимства на хотела (Фигура 1). Факторите на конкурентните предимства на хотелското предприятие се разделят на вътрешни и външни. Вътрешните конкурентни предимства на хотелското предприятие, ние предлагаме да бъдат разделени на шест групи:

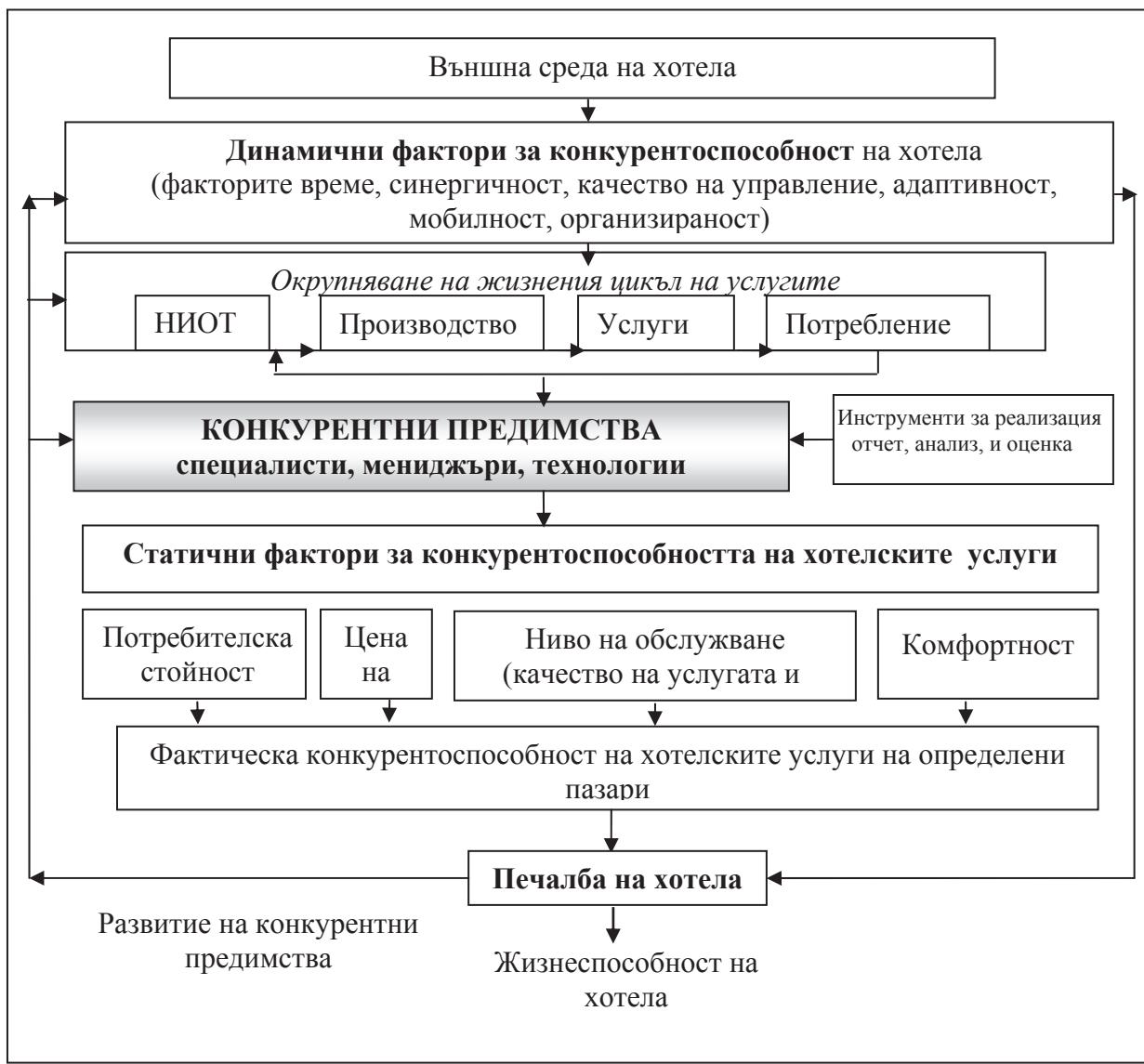
- 1) *структурни* – производствената структура на хотела; мисията на хотела, регистрацията и контрола на процеса на производство, персонала, информационната и нормативно-методологична база на управление;
- 2) *ресурсни*, формирани при проектирането, експлоатацията и развитието на хотела;
- 3) *технически* – оборудване, патентована технология, качество, комфорт;
- 4) *управленски*;
- 5) *пазарни*;
- 6) *по ефективност*.

Към външните фактори може да се включи следното: законодателна база, данъчно облагане и данъчни задължения, застраховки, екологични условия, инновационни политики, предлагане и търсene на хотелски услуги, пазар на труда, цени.

По този начин, основните фактори, влияещи върху развитието на хотелиерството, могат да бъдат разделени на две групи: статични и динамични.

Статичните имат статичен постоянна стойност във времето. Тази група включва:

- природо-климатични, географски, културно-исторически фактори;
- потребителна стойност, цена на услугата, ниво на обслужване (качество на услугата и качество на сервиса); комфортност.



Забележка – разработено от автора

Фигура 1. Схема на реализация на конкурентните предимства на хотелското предприятие

Конкурентоспособността на услугите и конкурентоспособността на хотела са взаимозависими и взаимообусловени. Както беше отбелязано по-горе, конкурентоспособността на услугите обуславя конкурентоспособността на хотела. На тази основа могат да се направят следните **изводи**:

– оценката на конкурентоспособността на услугата, се основава единствено на реакцията от страна на потребителя. Оценка за работата на хотела дава главно самия пред приемач с цел решение на въпроса за целесъобразността и ефективността на производствено-продажната дейност на конкретния пазар, и внасянето на корективи в съществуващата конкурентна стратегия. Сведенията относно нивото на конкурентоспособността на хотела могат да бъдат важни, също така, за инвеститорите и партньорите. Нивото на разходите и ефективността на дейността на даден хотел въобще не интересуват непосредствения потребител.

– хотелът може да предлага пълна гама от различни услуги, а също и да извърши други икономически дейности, които не са свързани с предоставянето на услуги. Конкурентоспособността на хотела зависи от нивото на конкурентоспособност на целия спектър от услуги и ефективността на предоставяните услуги;

– конкурентоспособността на хотела е предпоставка за конкурентоспособността на услугите.

Съществуват много методи, които могат успешно да се прилагат за оценка на конкурентоспособността на предлаганите от хотела услуги. Авторът анализира предимствата и недостатъците на всеки и избира за своето изследване метод за изчисляване на конкурентоспособността, основаващ се на оценката на нивото на потребителска стойност .

По въпроса за осигуряване на конкурентоспособността на услугите важна роля играе кълстера. Съществуват различни подходи за теорията на кълстерното развитие. Разгледани са основните тълкувания за дадения термин. Всички автори схождат по мнение за това, че кълстерът е симбиоза от фирми и компании, които се образуват в определена географска зона; кълстерът включва производители, доставчици на стоки и доставчици на услуги, потребители, органи на държавно управление, изследователски организации, образователни институции, предприятия на инфраструктурата и способстват за повишаване на производителността и създаването на нови форми на бизнес.

В работата са показани предимствата от развитието на кълстерите за различни обекти на пазара (държава, бизнес и потребители).

Туристическият кълстер играе важна роля за развитие на областната инфраструктура която помага за осигуряване на устойчив приток от туристи и повече капиталовложения.

Въз основа на изложението в първа глава могат да се направят следните **изводи:**

1. Посредством обзор и анализ на теоретичните постановки, авторът въвежда свои дефиниции за: конкуренция, конкурентоспособност. Понятието конкурентоспособност се изменя в зависимост от нивото на конкурентни отношения: макро-, мезо- и микрониво. При макрониво на конкурентни отношения се разглежда националната конкурентоспособност, конкурентните преимущества, на която се определят чрез индекс на глобална конкурентоспособност, като способност на страната и нейните институции да осигурят стабилни темпове на икономически ръст, които са устойчиви в среднесрочна перспектива. Конкурентните отношения, възникващи на отраслово и регионално ниво се определят на мезоравнище. Микронивото са конкретните видове стоки (услуги), производство, предприятие.

2. В резултат на изследването на конкурентните предимства на хотелиерските предприятия са определени факторите на възприемане от потребителя на услугите: "Ниво на потребителските свойства", "Цена", "Ниво на обслуживание" и "Ниво на комфорт".

3. Определена е методиката за изчисляване на конкурентоспособността, основана на оценката на нивото на потребителната стойност, при която основно предимство е, че се отчитат организационните, икономическите, техническите, и технологическите дейности на хотела.

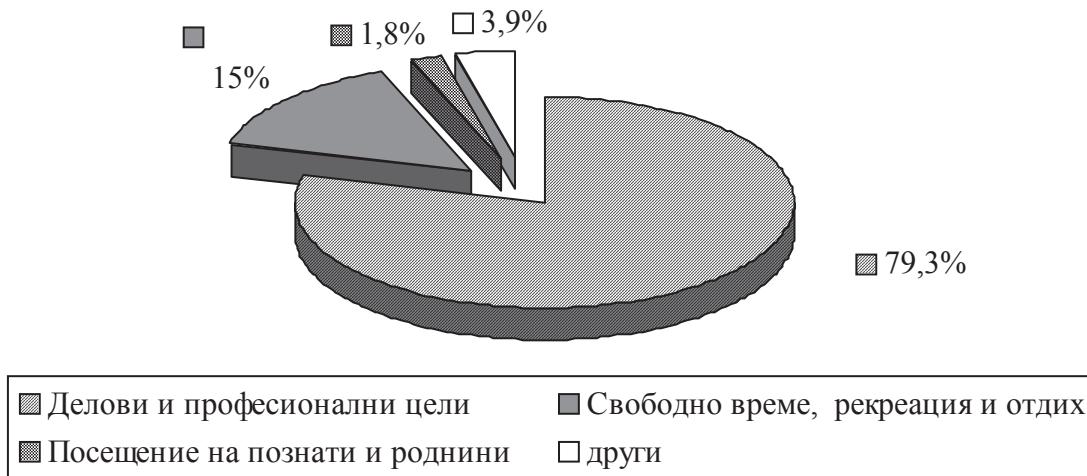
4. Представени са теоретичните постановки и са разкрити проблемите и целите за формиране на туристически кълстер в Акмолинска област, Казахстан.

5. Изясняването на теоретико-методологическите основи позволява да се пристъпи към анализ на икономическия потенциал и оценка на нивото на конкурентоспособност на услугите на хотелиерския бизнес.

ГЛАВА ВТОРА. АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ И ОЦЕНКА НА НИВОТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА УСЛУГИТЕ В ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС В АКМОЛИНСКА ОБЛАСТ

Във втора глава авторът представя и анализира тенденциите за развитие на хотелиерския бизнес в Република Казахстан. Потенциалните инвеститори на хотелски проекти обичайно разглеждат две алтернативни стратегии за своите компании. Първата – това е самостоятелно осъществяване на бизнеса, разработване на собствена марка. Втората – вливане във веригата на вече известна марка, приобщаване на опита, събран от западните оператори от хотелския бизнес в резултат на многогодишна работа. През последните години се увеличава броя на хотелиерските предприятия – 528, от тях хотели с ресторани съставляват 277, хотели без ресторани – 176, младежки туристически лагери и планински туристически бази – 10, къмпинги – 3, други места за настаняване – 99. От запълването на стаите и цените на хотелските услуги зависи дохода на хотелските предприятия. Динамиката и структурата на доходите от експлуатация хотели по области в Казахстан наивисок дял има гр. Алматы (46,0%), следва гр. Астана (18,1%) и Атырауска област (12%). За ефективното функциониране на хотелиерството е необходимо строителство на дву-три звездни хотели, притежаващи пълен спектър услуги и отговарящи на световните стандарти.

Проведеното от автора изследване по целите на посещение за 2011 г. показва, че най-търсени са хотелските услуги сред посетители, които са в командировка, свързани с делови и професионални цели (79,3%) (Фигура 10).



Фигура 10. Анализ на статистиката на посетителите на хотелски предприятия в Казахстан по цел на пребиваване през 2011 г.

В хотелските предприятия се приема петстепенен модел на качеството на обслужване, който се определя от гледна точка на удовлетворяване на очакванията на клиента, тяхното несъвпадение се нарича „пробив в качеството“. Концепцията по управление на качеството на хотелските услуги основно е ориентирана към качество от

технически и функционален характер, включващо в себе си хотелски интериор, обемът на предлаганите основни и допълнителни услуги, а също така и анализ на претенциите, забележките и предложениета от страна на клиентите.

Особеност на Акмолинския регион е наличието на територии с курортни зони (Щучинско-Боровска курортна зона, Зерендинска зона за отдих, Коргалжъйски резерват и други). Съществуват всички предпоставки за развитие на хотелиерския бизнес, организации за развлечение на населението, развитие на лечебно-оздравителни комплекси на по-ново и качествено ниво. Развитието на бизнеса играе важна роля в решението на социални проблеми, способства ръста на предприемачеството в сферата на услугите. Анализът на функционирането на хотелските предприятия в Акмолинска област показва, че конкурентната среда се състои от 38 хотела, които биха могли да се класифицират по три основни хотелски сегменти- долен, среден и горе.

За да се изясни на какви хотелски предприятия потребителите предпочитат услугите, са използвани анкети. Устно и писмено анкетиране е проведено с участие около 250 души, в това число 90 са анкетирани устно, а останалите 160 – писмено. В анкетата са обхванати 38 предприятия. Анкетата е проведена в различни предприятия в гр. Кокшетау, гр. Степногорск, Бурабайски (Щучински) район, Зерендински район, в магазини, учебни заведения и в предприятия на хотелиерският бизнес. Установени са най – предпочтитаните от потребителите хотелски предприятия.

Конкурентоспособността на услугата и конкурентоспособността на хотела, която се основава изключително на реакцията на потребителя, са взаимозависими и взаимообусловени, затова авторът предлага **алгоритъм за оценка** конкурентоспособността на услугите от хотелиерския бизнес (фиг. 13).

Препоръчителна е следната последователност за осъществяване на процедурата за оценка на УПС (УО, УК):

1. Създава се експертна група от специалисти, които добре познават практиката на използване на дадената услуга-стока.

2. Членовете на комисията определят какви потребителски свойства следва да се имат предвид при оценка на УПС (УО, УК).

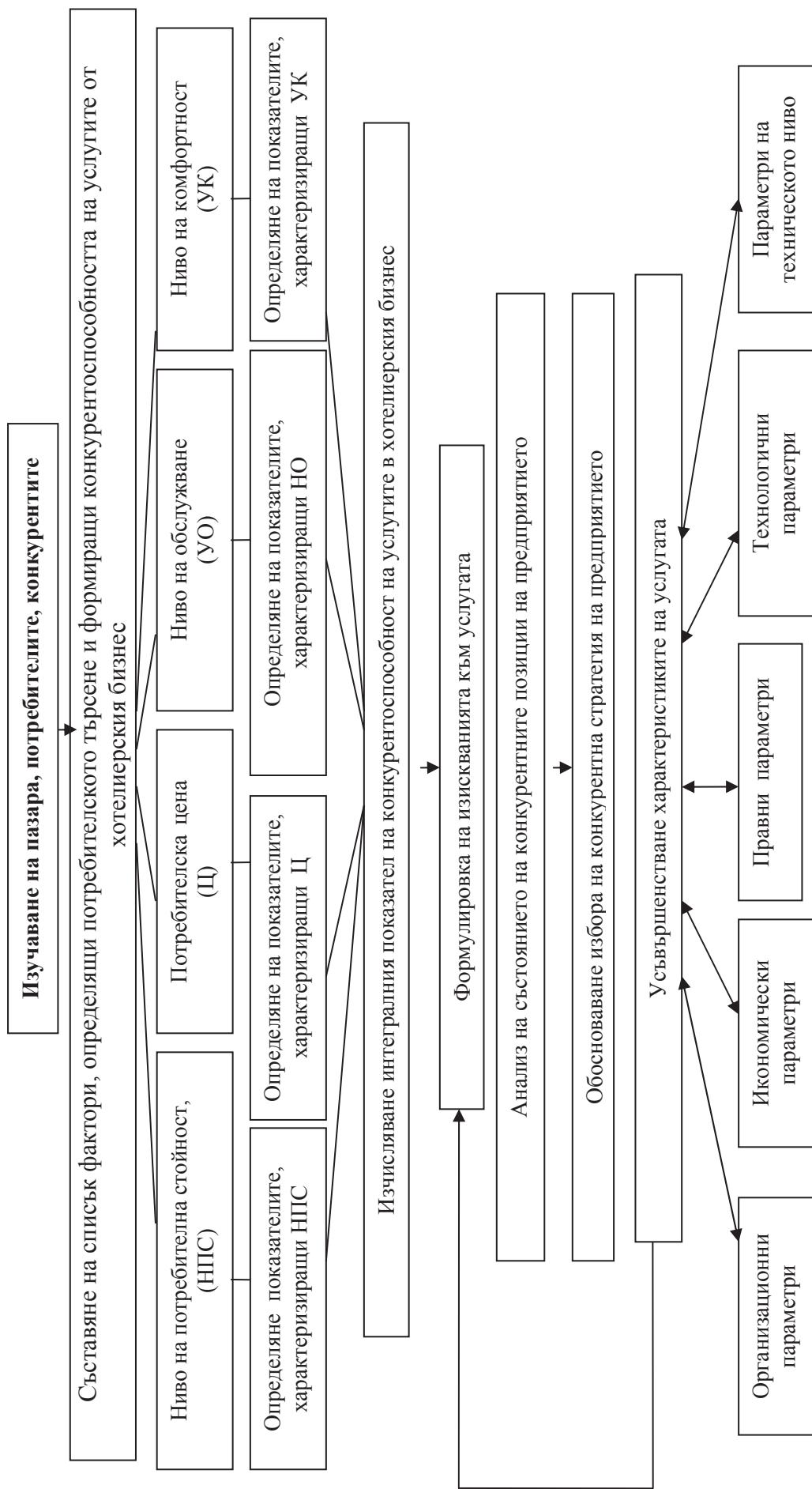
Вземат се под внимание най-съществените свойства, които определят ценността на услугата с дадено предназначение за потребителя.

3. Определя се скала за оценка на свойствата: пет-, десет- или стобална.

4. Всеки експерт самостоятелно поставя оценка на някакво свойство на дадената услуга. Оценяването на нивото на свойствата се извършва по принципа на съпоставяне на постигнатото с възможното, на постигнатото с изискваното, с желаното, с оформилата се общоприета представа (например, за дизайна, външния вид и т.н.).

5. Поставените от всеки експерт оценки се обобщават във вид на средна оценка.

6. Превръщането на оценките на отделните потребителски свойства на услугата-стока в оценка на нейното НПС (НО, НК) се осъществява с метода на изчисляване на средната измерена геометрична величина на оценките, дадени от потребителя на отделните свойства и характеристики на услугата, вземайки под внимание тяхната относителна значимост.



Задележка – съставено от автора

Фиг. 13. Алгоритъм за оценка на конкурентоспособността на услугите на хотелиерското предприятие

При определяне нивото на потребителски свойства на услугата (УПС) оценяването на свойствата се извършва с помощта на метода на експертно-бални оценки по оценъчно свойство - степента на съответствие на фактически постигнатите в дадената услуга нива на нивата изисквания, предявени към тези свойства от страна на клиента.

За оценяването конкурентоспособността на услугите авторът включва:

1) ниво на потребителна стойност на услугата; 2) цена на услугата; 3) ниво на обслужване; 4) ниво на комфортност. В съответствие с този подход, конкурентоспособността на услугата на хотела може да бъде оценена по формулата:

$$KC_{P/K} = \left(\frac{УПС_P}{УПС_K} \right)^\alpha \times \left(\frac{Ц_K}{Ц_P} \right)^\beta \times \left(\frac{УО_P}{УО_K} \right)^\gamma \times \left(\frac{УК_p}{УК_k} \right)^z \quad (6)$$

където $\alpha + \beta + \gamma + Z = 1$;

KC р/к – показател за конкурентоспособност на разглежданата услуга спрямо услугата- конкурент;

$УПС_P$, $УПС_K$ – оценки в (балове) на нивата на потребителски свойства на разглежданата услуга и услугата-конкурент;

$Ц_K$, $Ц_P$ – цена на разглежданата услуга и услугата-конкурент;

$УО_P$, $УО_K$ – оценки в точки на нивата на обслужване на сравняваните услуги;

$УК_p$, $УК_k$ – оценки в точки на нивата на материално-техническа база на хотела с разглежданата услуга и услугата-конкурент;

α, β, γ, z – коефициенти на относителна значимост на УПС, цена, УО и УК.

Коефициентите α, β, γ, z се определят от експерти - специалисти в областта на маркетинга.

Ако $KC_P=1$, то услугата на предприятията-конкуренти притежава еднаква конкурентоспособност.

Ако $KC_P>1$, то услугата на разглежданото предприятие е по-конкурентоспособна.

Ако $KC_P<1$, то услугата на разглежданото предприятие е неконкурентоспособна в сравнение с услугата на предприятието-конкурент.

Вземайки предвид мнението на експертите относно факторите на нивото на потребителна стойност на услугата и нивото на обслужване, е извършена оценка на средната степен на тяхната съгласуваност. За тази цел се използва коефициент на конкордация, който се изчислява по формулата:

$$W = \frac{12 \sum (X_i - \bar{X})^2}{m^2 (n^3 - n)}, \quad (7)$$

Таблица 1. Оценка на нивото на потребителски свойства на услугите на хотел “Достык” и услугите на конкурента, в балове по 10- бална скала

№ п/п	Свойства на услугите	Хотел «Достык»	Хотел «Жекебатыр»	Хотел «Алем»	Коефициент на относителна стойност
1	Степен на достъпност	3,9	4,2	4,5	0,210
2	Репутация на хотела	6,9	8,1	8,2	0,171
3	Пълнота на услугите	8,3	9,0	8,9	0,171
4	Надежност	8,6	8,7	8,7	0,225
5	Безопасност	5,8	6,9	6,6	0,221

Ниво на потребителските свойства (УПС), балове	6,61	7,27	6,94	1,000
Цена на потребление, (тенге)	15000	15450	16000	
<i>Забележка : пресметнатото от автора на основата на експертни оценки</i>				

Аналогично, в таблица 2 са показани резултатите от оценка оценки на нивото на обслужване.

Таблица 2. Експертни оценки на ниво на обслужване на клиента

№ II/II	Показатели, характеризиращи нивото на обслужване	Хотел «Достык»	Хотел «Жекебатыр»	Хотел «Алем»	Коефициенти относителна с/ст на показателите
1	Компетенции на персонала	5,28	7,33	7,35	0,11
2	Ниво на комуникации	6,75	7,00	6,68	0,08
3	Вежливост	6,50	6,67	6,70	0,27
4	Отговорност на сътрудниците	7,25	8,68	8,65	0,28
5	Внимателно отношение	6,01	8,23	8,33	0,15
6	Външен вид	2,89	3,77	3,83	0,11
Ниво на обслужване (УО), балове		5,95	7,04	7,04	1,00
<i>Забележка : пресметнатото от автора на основата на експертни оценки</i>					

Таблица 3. Експертни оценки на УК стандартна двуместна хотелска стая

№ II/II	Показатели, характеризиращи нивото на обслужване	Хотел «Достык»	Хотел «Жекебатыр»	Хотел «Алем»	Коефициенти относителна с/ст на показателите
1	Интериор на хотела	8,6	8,7	8,9	0,11
2	Степен на комфорт На стаите	8,3	9,0	9,0	0,35
3	Външен дизайн	7,5	7,67	8,62	0,18
4	Наличие на служебни асансьори за гости	6,9	5,1	5,2	0,21
5	Благоустройството на територията на хотела	5,8	5,23	5,0	0,15
Ниво на комфорт (УК), балове		7,49	7,13	7,22	1,00
<i>Забележка : пресметнатото от автора на основата на експертни оценки</i>					

В резултат на изследването във втора глава могат да се направят следните обобщения:

1. Извършен е анализ на икономическия потенциал и е направена оценка на нивото на конкурентоспособността на услугите на хотелиерския бизнес в Акмолинска област;

2. Предложен е алгоритъм за оценяване на конкурентоспособността на хотелиерските услуги. В съответствие с алгоритъма, при идентифициране на факторите, определящи потребителското търсене и формиране на конкурентоспособността на услугите на хотелиерския бизнес, се използва формулата за количествена оценка на конкурентоспособността в сравнение с услугата на конкурента.

3. Направена е оценка на конкурентоспособността на хотелиерските услуги за стандартна двуместна стая. Полученият при пресмятането показател на конкурентоспособност на услугата по настаняване, показва недостатъчно предпочтение на клиентите за дадената услуга на хотел “Достык” в сравнение със същата услуга на конкурентите. Резултатите позволяват да се разбере същността на процеса на планиране на стратегиите, ролята и методологията на стратегическата сегментация на пазара, и да се разработят по новия методически инструментариум, използван при анализа на стратегическите алтернативи и избор на стратегия.

ГЛАВА ТРЕТА. ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА УСЛУГИТЕ ОТ ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС В АКМОЛИНСКА ОБЛАСТ

В тази глава е извършен избор и оценка на ефективността на стратегията за развитие на хотелиерския бизнес в Акмолинска област. Резултатите от пресмятанията са дадени в таблица 4.

Таблица 4. Обобщена заключителна таблица за икономическа обосновка на конкурентните стратегии

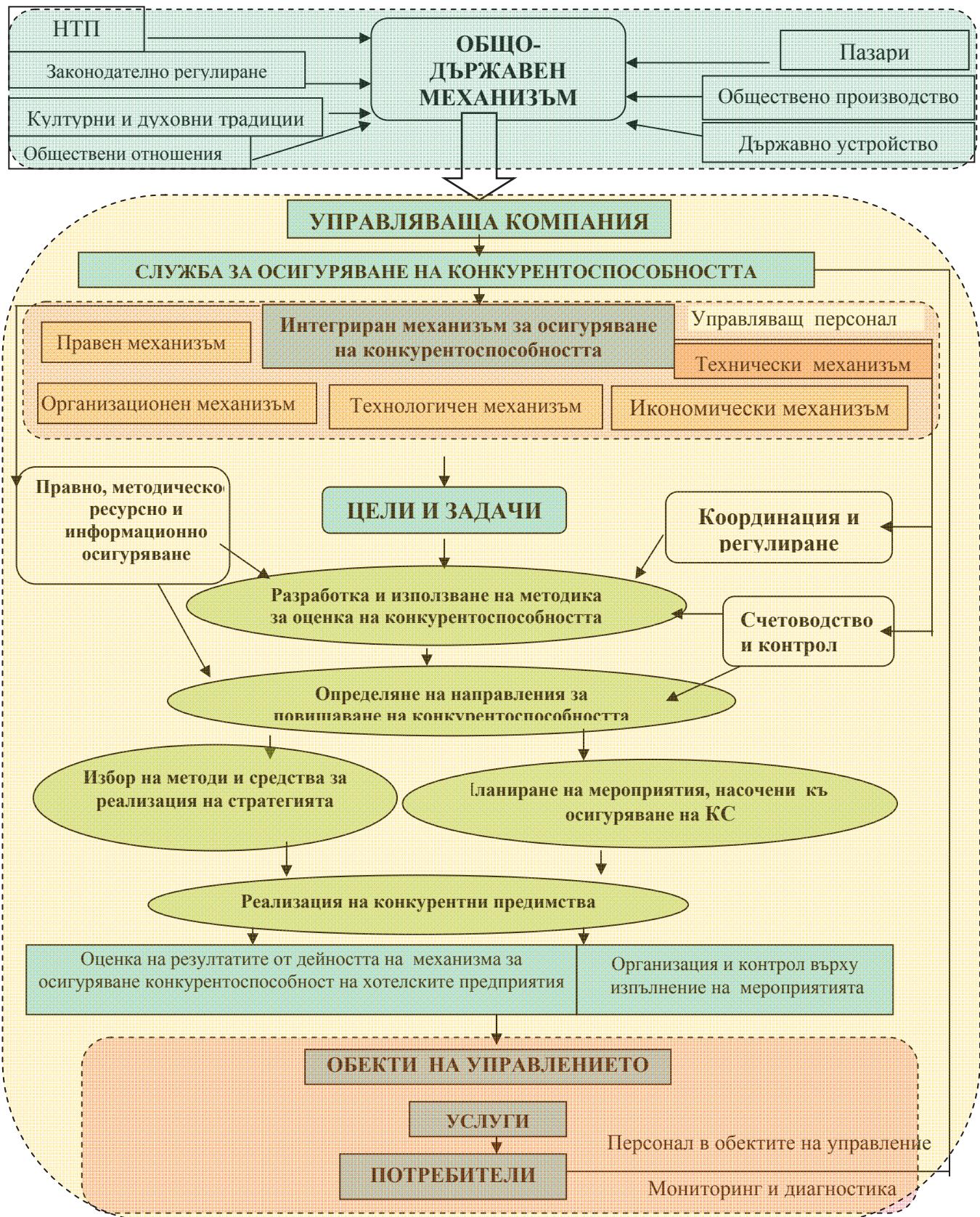
Варианти на решения	Хотел	Цена	УПс, балове	УО, балове	УК, балове	КС р/к	Др, %	Оп. брой	Разходи, хил. тенге	Печалба, хил. тенге	Допълнителна печалба хил. тенге	Рентаб., %	Ip
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
№ 1 Стратегия за увеличаване дела на продажби	хотел «Достык»	15000	6,61	5,94	7,49				875,8	5,8		0,7	1,28
	хотел «Жекебатыр»	15420	7,27	7,04	7,13	0,91	2,1	62	929,99	8,39	2,59	0,9	
	хотел «Алем»	15420	6,94	7,04	7,22	0,92	52,6	62	938,91	17,31	11,51	1,88	2,7
№ 2 Стратегия за подобряване на потребителските свойства на услугите	хотел «Достык»	15000	9,1	5,95	7,49				875,8	5,8		0,66	1,56
	хотел «Жекебатыр»	15420	7,27	7,04	7,13	1,0	55	65	981,75	10,0	4,2	1,03	
	хотел «Алем»	15420	6,94	7,04	7,22	1,01	55,6	66	992,46	8,46	2,66	0,86	1,3
№ 3 Стратегия за подобряване на нивото на обслужване	хотел «Достык»	15000	6,61	9,06	7,49				875,8	5,8		0,66	3,06
	хотел «Жекебатыр»	15420	7,27	7,04	7,13	1,06			56,88	67	1015,31	20,09	14,29
	хотел «Алем»	15420	6,94	7,04	7,22	1,06							2,02
№4 Стратегия за подобряване на нивото на комфорт	хотел «Достык»	15000	6,61	5,95	8,93				875,8	5,8		0,66	3,97
	хотел «Жекебатыр»	15420	7,27	7,04	7,13	1,11	58,14	68	1037,8	26,49	20,69	2,62	
	хотел «Алем»	15420	6,94	7,04	7,22	1,06	58,82	69	1049,94	28,09	22,29	2,78	4,21

Резултатите показваха, че най-ефективна стратегия за хотел „Достык“ е стратегията по внедряване на комплекс от мероприятия по подобряване на показателите за ниво на комфорт (УК), ниво на потребителски свойства (УПС), ниво на обслужване (УО). Най-малко ефективна стратегия е увеличаване дела на продажбите.

В дисертационният труд е установено, че за да се осигури конкурентоспособност на различни нива на конкурентни отношения, е необходим съответен механизъм. *Механизъмът за осигуряване на конкурентоспособността* е съвкупност от взаимосвързани законодателни или други правни актове, програми, организационни форми, икономически методи и инструменти на саморегулиращата се система за организация на производителните сили и кълстери, ориентирани към постигане на конкурентни предимства на производителите и задоволяване потребностите на потребителите.

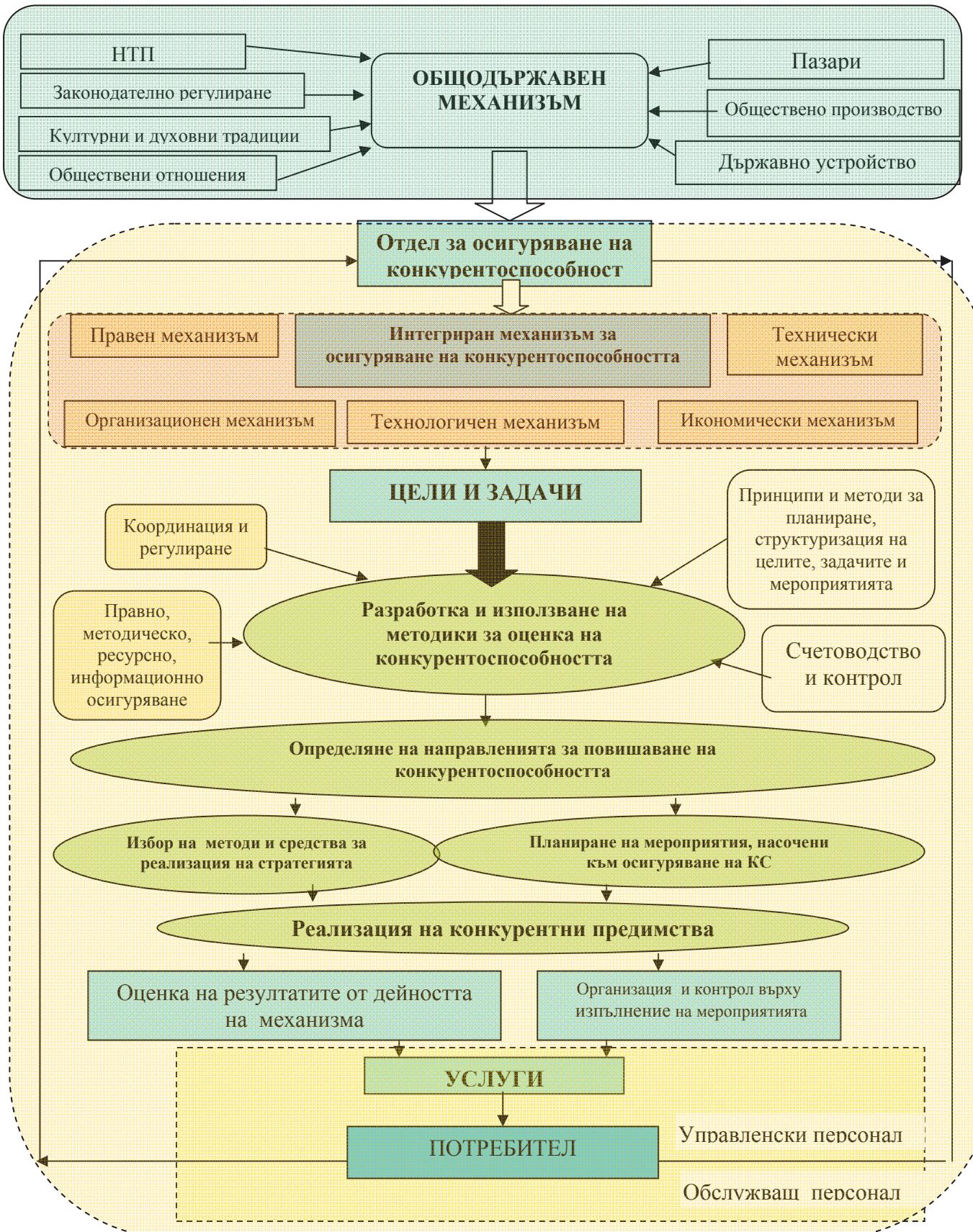
Авторът предлага механизъм за осигуряване на услугите по форма управления хотелските предприятия (фиг. 14, 15). Интегрираният модел за управление на хотелско предприятие е представен и се реализира от система от отделни механизми, обхваща и регламентира всички процеси. От своя страна, самият механизъм за управление на хотелското предприятие се явява подсистема на по-сложна система – на общодържавен механизъм, сформиран на база постиженията на научно-техническия прогрес, на културните и духовни традиции и т.н. (фиг. 16).

Основната разлика между разглежданите механизми се състои в това, че при хотелските предприятия, управлявани от външна компания, теоретичната и методическа база, процеса на вземане на предприемачески решения, а също така процеса на осъществяване на проекти, контрола и регулирането на внедряването им в конкретното предприятие, се разработват и стриктно се контролират от управляващата компания, докато независимият хотел трябва да изпълнява целия пакет от действия със силите на собствения мениджмънт. При това, основните елементи на разглежданите механизми са сходни: и двата са циклични, обратната връзка се формира чрез изучаване на реакциите на крайния потребител (мониторинг и диагностика) на предоставяните от хотела услуги, което е обусловено от особеностите на клиентоориентираността на предприятията от хотелиерския бизнес.



Фиг. 14. Модел за осигуряване конкурентоспособността на предприятие от хотелиерския бизнес, намиращо се под външно управление¹

¹ Предложено от автора

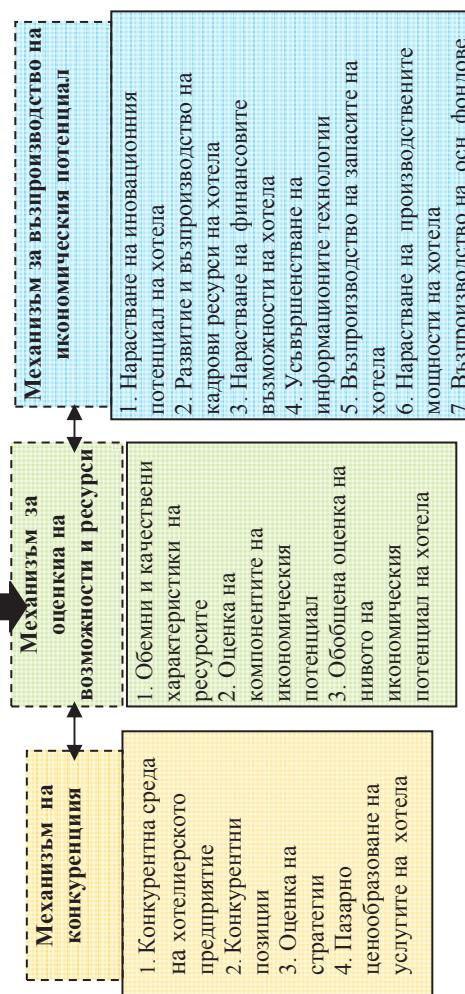


Фиг. 15. Модел за осигуряване конкурентоспособността на независимо предприятие от хотелиерския бизнес²

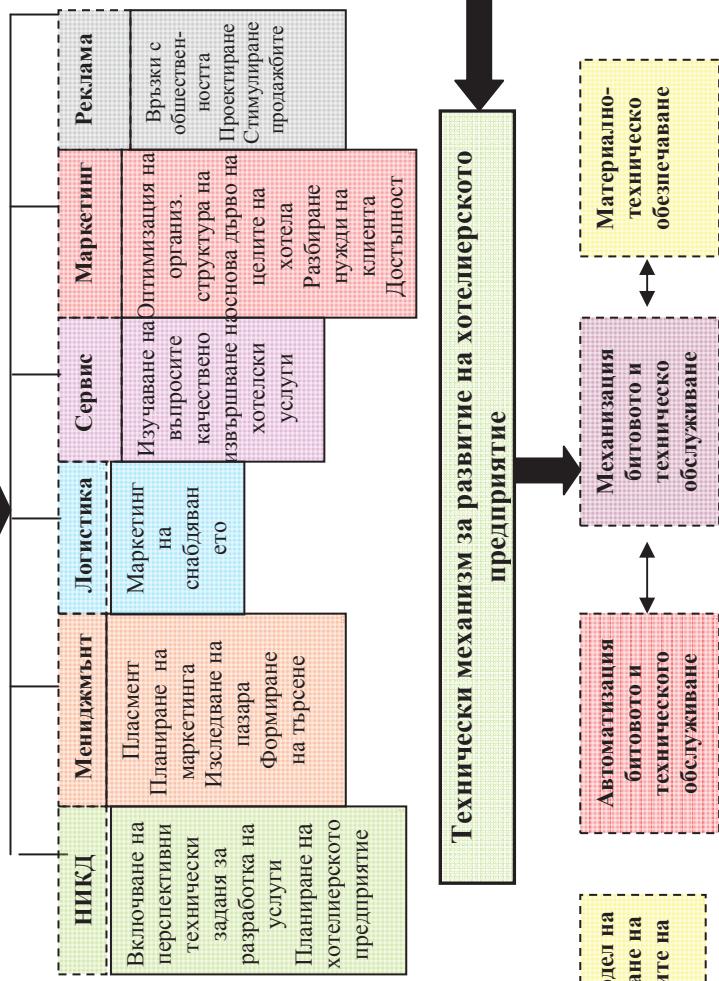
² Предложено от автора

ИНТЕГРИРАН МОДЕЛ ЗА ОБЕЗПЕЧАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА

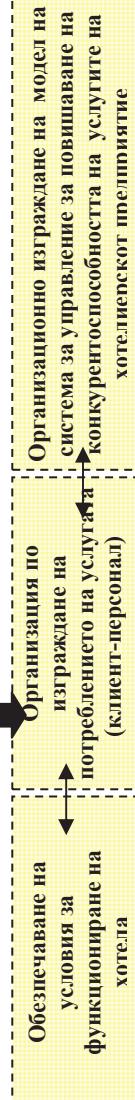
Икономически механизъм за развитие на хотелиерското предприятие



Технологически механизъм за развитие на хотелиерското предприятие



Организационен механизъм за развитие на хотелиерското предприятие



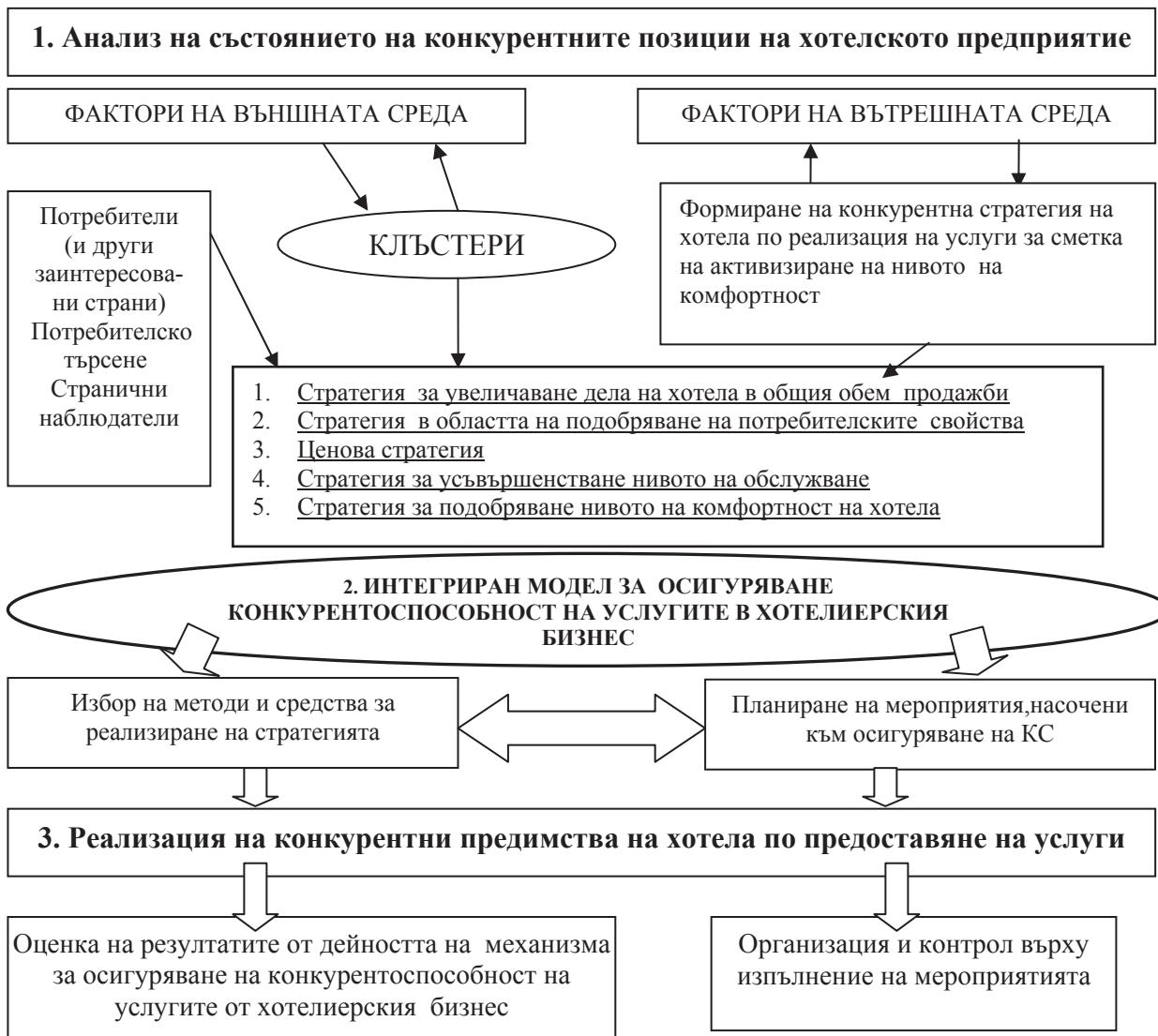
Правен механизъм за развитие на хотелиерското предприятие



1. Снабдяване и оборудване на стапе
2. Снабдяване и оборудване интерьора
3. Снабдяване и оборудване екстерьора
4. Привлекателност и уют на вътрешните помещения
5. Удобство на прилежащите територии

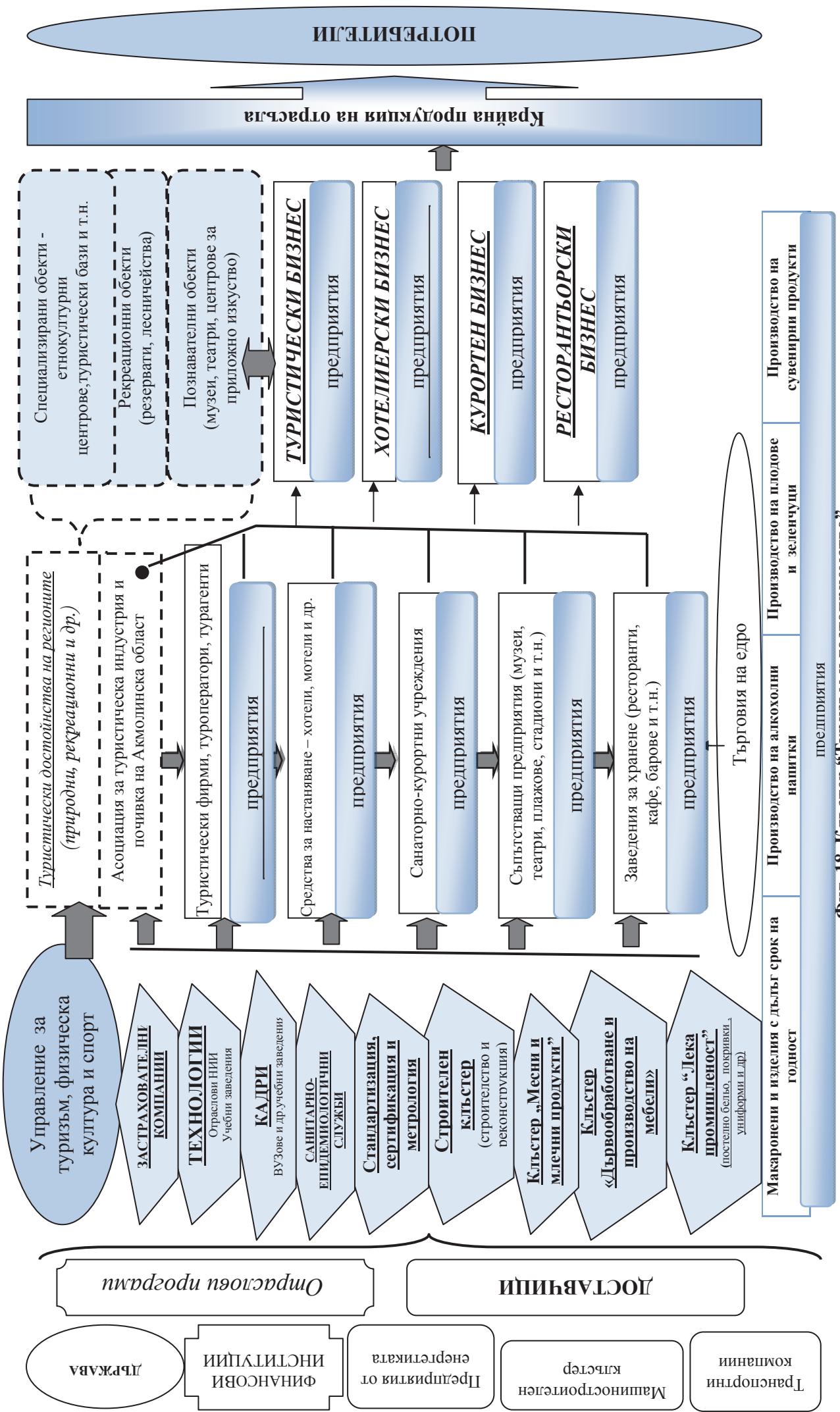
Фиг. 16. Интегриран модел за осигуряване на конкурентоспособност (Забележка – съставено от автора)

На фиг. 17 е предложен алгоритъм, който включва три етапа: анализ на състоянието на конкурентните позиции на хотела, разработка на интегриран модел за осигуряване конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес и реализация на конкурентни предимства на хотела.



Забележка: разработено от автора

Фиг. 17. Алгоритъм за осигуряване конкурентоспособност на услугите от хотелиерския бизнес



Усложняването на пазарната среда и изменението в състава и значението на различни фактори, влияещи на предприятията от хотелиерския бизнес, изискват качествено преобразуване на дейността им и изработване на нови подходи за постигане на конкурентни предимства. Дейността на хотелските предприятия на пазара трябва да води към постигане на три цели: получаване на печалба; постигане на удовлетвореност на хората (както на клиентите, така и на работещите); рационално използване на ресурсите. Имайки предвид горното и на основание анализ на значимостта на различни фактори на пазарната среда за дейността на хотелите, авторът смята, че може да се формулират основните направления в качественото преобразуване на съвременния хотелски сектор по следния начин:

- устойчиво развитие;
- повишаване качеството на хотелските услуги;
- преобразуване в сферата на управление на човешките ресурси.

Едно от перспективните направления в решаването на стратегически задачи за устойчиво развитие на страната е усъвършенстването на механизма за осигуряване на конкурентоспособност на услугите от хотелиерския бизнес. Във връзка с това се предлага следното:

Първо, да се очертаят проблемите за формиране и развитие на хотелиерския бизнес в Република Казахстан и пътищата за усъвършенстване в областта на правния, организационния, икономическия, технологичния и техническия механизми. В тази връзка авторът препоръчва мерки и действия за преодоляване на проблемите.

Второ, важна съставна част от осигуряването на конкурентоспособност на услугите в хотелиерския бизнес е кълстерът.

Трето, повишаването на качеството на хотелските услуги зависи от ефективността на управление на човешките ресурси.

Във връзка с влизането на Европейския пазар в рамките на Болонския процес, в съответствие с международните стандарти, е разработен съвместен европейски проект по програма Темпус-4 ESHA ETF JP 00276 2009 “Създаване на четири висши училища за хотелиерски бизнес”, който се реализира на база на научно-изследователски лаборатории – “Актуални проблеми в развитието на туризма в Акмолинска област” на катедра “Туризъм и социална дейност”.

Проектът се реализира в четири региона:

1. Екатеринбург (Руска федерация)
2. Абакан (Хакаска република, Руска федерация)
3. Кишинев (Република Молдавия)
4. Кокшетау (Република Казахстан)

Срокът за реализация на проекта бе 2009–2011г.

Цел: Създаване на висше училище за хотелиерски бизнес в съответствие с Болонския процес и Лисабонските препоръки и съгласно законодателната система на Република Казахстан.

Развитието на пазара на хотелски услуги е обусловено от реализациите на **Стратегия за влизане на Казахстан сред петдесетте най-конкурентоспособни страни в света**, където туристическата сфера, заедно с хотелския сектор, е определена като приоритетен отрасъл. Едновременно с това, хотелиерският бизнес се нуждае от подкрепата на държавата с цел повишаване конкурентоспособността на услугите.

Изводи към трета глава:

1) Резултатите от изследването показват, че предприятията от хотелиерския бизнес в Казахстан могат да се класифицират по форма на управление на два вида:

- хотелиерски предприятия, намиращи се под външно управление;
- независими предприятия от хотелиерския бизнес.

Поради това авторът предлага два модела за осигуряване на конкурентоспособността на хотелиерското предприятие, които се различават по форма на управления.

2) Обобщаването на механизмите намира отражение в Интегриран модел за осигуряване на конкурентоспособността. Интегрираният модел за управление се реализира чрез система от отделни механизми, обхващащи и регламентиращи всички процеси. На свой ред самият механизъм за управление на хотелиерското предприятие се явява подсистема на по-сложната система на общодържавния механизъм, формиран на основата на постиженията на научно-техническия прогрес, културните и духовни традиции;

3) Разработени са основните направления за повишаване конкурентоспособността на услугите на хотелиерския бизнес. Една от насоките за обезпечаване на конкурентоспособността се явява взаимовръзката между кълстерите за формиране на крайния продукт на туризма и хотелиерството. Резултатите от изследването намират практическо приложение в проекта по разработване на Мастер-плана на туристическия кълстър на Акмолинска област за 2013-2016 г.

4) Актуален проблем на хотелиерството се явява подготовката на кадри. Резултат от реализацията на проекта е разкриването на първото в Казахстан Висше училище по Туризъм и гостоприемство „KAZAKHSTAN”, на базата на академия „Кокше” (21 декември 2011г.). Висшето училище по туризъм и хотелиерство се явява професионално-ориентиран модел за развитие на туристическото образование, с ключеви условия за подготовка на специалисти от ново поколение. Обучението в училището е максимално близко до изискванията на пазара, при което се постига висока мотивация за получаване на знания, формират се психологически компетентности на бъдещия специалист в сферата на туризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведеното изследване позволи да се формулират редица изводи и предложения:

1. Въпросите за изучаване на конкуренцията и конкуренто-способността на продукцията (услугите) са важни и актуални, както за икономиката на страната като цяло, така и за предприятията-производители в частност. В хода на работата е проведен анализ на трактовката на понятията "конкуренция" и "конкурентоспособност", предложени от различни автори. На основата на анализ на позициите на различни автори, ние предлагаме следните дефиниции: *конкуренция* – това е състезание между субектите на пазара за постигане на цели: за производителите – печалба; за потребителите – задоволяване на потребности. Конкурентоспособност – това е резултат от конкурентни отношения при оценка на фактори на много нива, осигуряващи конкурентни предимства и способност на субектите да противостоят един на друг на пазара. *Конкурентоспособността на хотелските услуги се определя от съвкупността на потребителските и ценови характеристики, от една страна, на качеството и комфортността на предлаганите услуги, от друга страна, привлекателни за потребителя и осигуряващи търговски успех в условия на конкуренция.*

Конкуренцията може да бъде разглеждана на различни нива на конкурентни отношения: конкурентоспособност на услугата, на хотела, на отрасъла, на региона, на

страната. Между тези нива съществува достатъчно тясна вътрешна и външна взаимовръзка. При това, не съществува универсално определение за конкурентоспособност, отнасящо се за всички субекти и обекти. В работата е използвано определение за конкурентоспособност на различни нива на конкурентни отношения. Авторът предлага общо определение: *конкурентоспособност* – това е многопластово понятие, анализът и оценката на което се определя от фактори в зависимост от нивото на конкурентни отношения, осигуряващи конкурентни предимства за субектите на конкуренция.

2. За да се осигури конкурентоспособност на различни нива на конкурентни отношения са необходими съответни механизми. Анализът на трактовките на това понятие показва, че няма недостатъци в определенията за същността и съдържанието на механизма, но в тях не намира отражение същностната характеристика на механизма за осигуряване на конкурентоспособност. Недостатъчно ясно се отклоява същността на организационния и икономическия механизъм. Пазарният и правовият механизъм не се разглеждат като самостоятелна система, не се вземат предвид кълстерите. Според нас, под *механизъм за осигуряване на конкурентоспособност* следва да се разбира съвкупността от взаимосвързани законодателни или други правови актове, програми, организационни форми, икономически методи и инструменти на саморегулиращата се система на организация на производителните сили и кълстерите, насочени към постигане на конкурентни предимства за производителите и задоволяване потребностите на потребителите.

3. Важна роля при осигуряване конкурентоспособността на услугите играят кълстерите. В работата са разгледани различни подходи към теорията за развитие на кълстерите. Беше изучен чуждестранният опит в развитието на кълстерите; обобщени бяха научните възгледи на учени - икономисти за определението "кълстер"; беше разгледана класификацията на кълстерите. И така, видовете кълстери се различават по териториален (географски) признак, по начините за създаване на икономически отрасли, по профила на дейността, по типа обединения, по стадия на развитие, по степента на зрялост.

Изследвани са предимствата на развитието на кълстерите за различните субекти на пазара - държава, бизнес и потребители. Разгледан е опитът от формирането и перспективите за развитие на кълстера на туризма в републиката.

4. В дисертацията са разгледани тенденциите и динамиката на развитие на хотелиерския бизнес в Република Казахстан. През последните години се е увеличил броят на хотелските предприятия - 528, от тях хотели с ресторант - 277, хотели без ресторант - 176, младежки туристически лагери и планински туристически бази - 10, къмпинги - 3, други места за настаняване - 99.

От заетостта на стаите и цените на хотелските услуги зависи доходът на хотелското предприятие. Доходите от експлоатация на хотелите през 2011 год. в сравнение с 2008 год. са се увеличили 1,46 пъти и са достигнали 98715 млн. дол. Анализът на динамиката и структурата на доходите от експлоатация на хотелите по области на републиката за 2004-2011 год. показва, че най-голям относителен дял се пада на гр. Алма Ата (46,0%), следва гр. Астана (18,1%) и Атирауска област (12%).

Изследването на съвременното състояние на хотелския пазар в Казахстан ни дава основание да смятаме, че увеличаването броя на хотелски предприятия 2,9 пъти, броя на обслужени посетители 2,9 пъти, на доходите 4,6 пъти, на обема оказани услуги 32,3 пъти и на обема инвестиции 3 пъти, свидетелстват за устойчиво и динамично развитие на хотелския сектор. За ефективното функциониране на хотелската индустрия е необходимо строителство на дву- и тризвездни хотели, предлагащи пълен спектър услуги и отговарящи на световните стандарти.

5. Съществуващата система за класификация на хотели не дава точна информация за нивото на потребителски свойства, комфорта, асортимента, качеството

на обслужване и стойността на предоставяните услуги. Резултатите от анализа на функционирането на хотелските предприятия в Акмолинска област показват, че конкурентната среда се състои от 38 хотела, които класифицираме по основни хотелски сегменти: 78% от хотелите в Акмолинска област са от долния сегмент; от средния сегмент – 27% и от горния сегмент – отсъстват. Дадената класификация позволява по-точно да се очертава конкурентното обкръжение, необходимо за определяне мястото на разглежданото хотелско предприятие на пазара, отчитайки следните характеристики: ниво на потребителски свойства (УПС), ниво на обслужване (УО), ниво на цените (Ц) и ниво на комфортност (УК).

6. В хода на сравнителен анализ на известните методи за оценка конкурентоспособността на услугите беше установено, че тези методи недостатъчно пълно отчитат факторите на конкурентоспособността. Авторът определи факторите и разработи методика за количествена оценка на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес. Установено е, че нивото на конкурентоспособност на хотелските услуги се определя от съвкупността и относителната значимост на потребителските свойства (от нивото на потребителна стойност на услугата), от цената на услугата, от нивото на обслужване и нивото на комфортност.

7. В работата се предлага ред за оценка на конкурентоспособността на хотелски услуги. Проведено е социологическо допитване на купувачи и производители. Резултатите от анкетите са използвани при оценка на конкурентоспособността на услугите в хотелиерския бизнес. И така, нивото на конкурентоспособност на услугите на хотел “Достик” в сравнение с хотел “Жекебатър” е 0,91; хотел “Алем” – 1,06. Полученият показател за конкурентоспособност свидетелства, че дадената услуга в хотел “Достик” е недостатъчно предпочита в сравнение с услугата на конкурентите и хотелът следва да обърне по-голямо внимание на потребителските свойства на услугата и на процеса на обслужване.

8. В дисертацията се прави икономическа обосновка на предложените алтернативни стратегии. Анализът показва, че най-ефективна е стратегията за повишаване нивото на комфорт, въпреки че във втория и третия вариант обемът на оказани услуги значително се увеличава, можем да отбележим, че печалбата в този случай достига 133дол. При това рентабилността на разходите е висока - 2,62%, индексът на рентабилност – 3,97. Това е доказателство, че взетото решение е рационално.

9. Авторът на дисертацията предлага модел за осигуряване конкурентоспособността на услугите според формата на управление на хотела: с външно управление и независимо хотелско предприятие. Ключов елемент от структурата, който интегрира дейността на различни управленски служби, трябва да стане отдел “Маркетинг” за обезпечаване на конкурентоспособността.

Интегрираният механизъм за управление на хотелско предприятие е представен и се реализира посредством система от отделни механизми, която обхваща и регламентира всички процеси, а също така съчетава в себе си организационни, икономически, правови, технически и технологични механизми.

10. В дисертацията се обосновава потенциалът за развитие на кълъстера „Туризъм и хотелиерство“ в Акмолинска област с оглед интересите на взаимосвързаните отрасли (кълъстери). Разглежданият кълъстер дава възможност за развитие на туристическия, хотелиерския, курортния, ресторантърския бизнес и формира един краен продукт.

11. Във връзка с навлизането на Европейския пазар в рамките на Болонския процес, в съответствие с международните стандарти е разработен и се реализира съвместен европейски проект по програма Темпус-4 ESHA ETF JP 00276 2009 “Създаване на четири висши училища за хотелиерски бизнес”. Получените резултати дават основание уверено да заявим, че е налице необходимост от създаване на специализирани училища, лицеи, колежи и ВУЗове, които да осъществяват

подготовката на висококвалифицирани специалисти в сферата на хотелиерския и ресторантърския бизнес, а също така необходимост от разпространение на международните норми и стандарти в сферата на туризма и използването им в подготовката на конкурентоспособни специалисти.

12. С цел да се осигури ръст на конкурентоспособността на хотелските услуги е необходима съществена и действена държавна подкрепа. Приоритети на държавното регулиране трябва да станат международният активен туризъм, разработването и инициирането на местни и държавни програми, тяхното правово, финансово, кадрово и информационно осигуряване. Следователно, регулирането в сферата на обслужване изисква комплексен системен подход, включващ, както законодателни, така и икономически мерки на държавните и регионални институти на Казахстан, а също така инициатива от страна на топ-менеджърите на хотели за създаване на собствени стандарти в обслужването, които да отговарят както на отрасловия стандарт, така и на световния.

За информационна база на изследването послужиха указите на Президента и постановленията на Правителството на Република Казахстан, програмни документи на Министерство на туризма и спорта, сборници на Агенция на Република Казахстан по статистика, материали на Казахстанската асоциация на хотели и ресторантите (КАГиР) и Казахстанската туристическа асоциация (КТА), публикации в научни издания, официални материали, публикувани в периодичния печат, информация от www-сървъри, данни за хотелите „Жекебатър“, „Достик“, „Алем“ и частни мини хотели, а също така резултати от експертни оценки, анкети и интервюта, проведени от автора.

Резултатите от изследването, предложени от автора, се използват в учебния процес на практически занятия по специалността „Хотелиерство“, а също и при обучението по избираеми дисциплини на избрана специализация – „Оценка на конкурентоспособността на услугите“, специалност „Туризъм“ в Кокшетауски държавен университет „Ш. Уалиханов“ (Справка за внедряване №1093 от 04.09.09г.).

Резултатите от изследването са използвани при разработване на стратегия за развитие на хотел „Достик“ (Акт за внедряване №64 от 03.07.08г.); ООД „Жекебатър“ (Акт за внедряване №02/07-174 от 03.07.2008г.); съвместен проект по програма Темпус - 4 ETF-JP-144790 – 2008 – RU – JPCR „Създаване на четири висши хотелиерски училища“ ESHA, GIP – FIPAG при Академията на Гренобъл (Франция) (Акт за внедряване №1 от 25.10.2009г.); първото училище за туризъм и хотелиерство при академия „Кокше“ (Акт за внедряване № 13 от 21.12.2011г.)

Практическата значимост на проведеното изследване се състои в това, че теоретичните положения, методическите и практически предложения и препоръки на автора вече се използват и могат да бъдат широко прилагани в предприятията от средния и горния сегмент на пазара не само в Акмолинска област, но и в други региони на Казахстан.

Основните положения в работата могат да послужат като основа за осигуряване на конкурентоспособност не само на услугите от хотелиерския бизнес, но и на други стоки и услуги с битово, информационно и инновационно предназначение.

III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Научно- приложни:

- 1) На базата на анализ и обобщение на теоретичните основи за осигуряване конкурентоспособността на услугите са изведени дефиниции на такива термини като „конкуренция”, „конкурентоспособност”, „кълстер”;
- 2) Разработена е методика за количествена оценка на конкурентоспособността на хотелските услуги на основата на анализ на съществуващите методи за оценка на конкурентоспособността;
- 3) Разработен е интегриран модел, който включва отделни механизми за осигуряване конкурентоспособността на предприятията от хотелиерския бизнес в зависимост от формата на управление на обектите, и са определени особеностите на използването им.

2. Приложни:

- 1) Представени са алтернативни стратегии за развитие на хотелиерския бизнес и е направен опит да се даде икономическа обосновка на ефективната конкурентна стратегия за развитие на хотелиерския бизнес в Акмолинска област на базата на маркетингови изследвания;
- 2) Набелязани са основните направления в повишаването конкурентоспособността на хотелските предприятия в региона.

Актове за внедряване

- 1) Разработени дисциплини по „Оценка конкурентоспособности услуг” специальность «Туризм» Кокшетауского государственного университета имени Ш. Уалиханова (Справка о внедрении №1093 от 04.09.09г.).
- 2) Разработка на стратегия за развитие на хотел «Достык» (Акт внедрения №64 от 03.07.08г.);
- 3) Разработка на стратегия развитие хотел ТОО «Жекебатыр» (Акт внедрения №02/07-174 от 03.07.2008г.);
- 4) Акт внедрения №1 от 25.10.2009г.: GIP – FIPAG Академии Гренобля (Франция) совместного проекта программы Темпус -4 ETF-JP-144790 – 2008 – RU – JPCR «Создание 4-х Высших гостиничных школ» ESHA, академии «Кокш»
- 5) Открытое е Первото училище по туризму и гостеприимство (акт внедрения № 13 от 21.12.2011г.)

V. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Абишева, Г. Формирование и развитие кластера туризма в Акмолинской области. Международная научно-практическая конференция „Проблемы социальной, экономической, технологической и политической модернизации государства”, Кокшетауский университет 12.01.2006 г.
2. Абишева, Г. Современное состояние гостиничного бизнеса в Казахстане» международная научно-практическая конференция «Основные направления и

- механизмы реализации стратегии устойчивого развития национальной экономики», 19-20 апреля 2007г., КИЭМ;
3. Абишева, Г. Актуальные проблемы управления персоналом гостиничного бизнеса. Международная научно-практическая конференция «Туризм. Экология. Бизнес» КГУ им. Ш. Уалиханова 23-25.05 2007г.;
 4. Абишева, Г. Оценка конкурентоспособности гостиничных услуг. Международная научно-практическая конференция «Валихановские чтения-13» 20.04.2008г.;
 5. Абишева, Г. Тенденции становления и развития гостиничного бизнеса в Республике Казахстан. Вестник КарГУ им. Букетова, №3(51), серия «Экономика», 2008г.
 6. Абишева, Г. Анализ методических подходов к оценке конкурентоспособности услуг гостиничного бизнеса в Казахстане. Журнал «Вестник науки Евразийского гуманитарного института» рекомендованный Комитетом по надзору и аттестации в сфере образования и науки МОН РК. 2008г;
 7. Абишева, Г. Качество гостиничных услуг как фактор повышения конкурентоспособности. Международная научно-практическая конференция «Сервис и туризм: инновации, теория и практика» Государственный комитет по туризму Республики Хакасия и Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова. 2009г.
 8. Абишева, Г. Методология оценки конкурентоспособности услуг гостиничного бизнеса. Международная научно-практическая конференция «Мировой туризм: основные тенденции в условиях экономической нестабильности» Карагандинский экономический университет Казпотребсоюз. 2009г.
 9. Абишева, Г.О. Результаты анализа потребности кадров отельного и ресторанных бизнеса по компетентностному подходу. II Международная научно-практическая конференция «Формирование профессиональной компетенции будущих специалистов в условиях кредитной технологии. Технологии обучения: опыт, проблемы и перспективы». 2010г.
 10. Абишева, Г.О. Предпосылки развития малых гостиниц и их особенности. Международная научно-практическая конференция посвященный 70 летию профессора Нурмаганбетова К.Р., Кокшетау. 2010г.
 11. Абишева, Г.О. Менеджмент гостеприимства – система управления туркомплексом. Международная научно-практическая конференция «Сейтеновские чтения».2011г.
 12. Абишева Г. Компетентностный подход при подготовке туристских кадров в рамках Болонского процесса. Международный обучающей семинар: «Международная аккредитация: проблемы и перспективы» Государственный университет им. И.Жансугурова. 2011г.
 13. Абишева, Г., Сакупова, Г. Конкуренция и конкурентоспособность туристских предприятий в рыночной экономике. Международную научно-практическую конференцию в Омский аграрный государственный университет имени Столыпина А. 2012 г.
 14. Абишева, Г. Анализ методических подходов к оценке конкурентоспособности услуг гостиничного бизнеса. Международная научно - практическая конференция «Организационные аспекты управленческой деятельности: теория и практика», Воронеж (Россия).2012 г.
 15. Абишева, Г. Методика оценки конкурентоспособности услуг гостиничного бизнеса. «Международная академия теории и практики организации производства» (МАОП). Международная научно - практическая конференция проводится при поддержке представительств «Международной академии теории и практики организации производства»: «ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА» (Россия). 2012 г.
 16. Абишева, Г., Нургалиев, А. Ш. Первая школа туризма и гостеприимства в Казахстане. Журнал «Мир путешествия», 2012 г.

17. Абишева, Г. Повышение качества подготовки специалистов в условиях интеграции в мировое образовательное пространство. Журнал Skutecznosc w biznesie 2012 «EUROPRZEDSIEBIORSTWO – WYZWANIA NA MIARE WSPOLCZESNYCH CZASOW» Института экономических исследований г. Великопольск, Варшава. 2012г.
18. Абишева, Г. Модель интегрированного механизма обеспечения конкурентоспособности гостиничного предприятия. Международный журнал «Устойчивое развитие» Ассоциации «Экология, земледелие, образование и наука» (Болгария). 2012 г.
19. Абишева, Г. Кластерный подход к позиционированию в туризме. (Болгария). 2012г
20. Абишева, Г., Овчарова, Сн. Модель формирования профессиональных компетенций специалиста турииндустрии. Международная научно-практическая конференция «Управленческие компетенции преподавателя высшей школы» НПУ имени М.П. Драгоманова (Украина). 2013 г.

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

Декларирам, че настоящият дисертационен труд е изцяло авторски продукт и в неговото разработване не са ползвани в нарушение на авторските им права чужди публикации и разработки.