

2. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: «Ось-89», 1997. – 160с.: ил.
3. The 2004 Travel & Tourism Economic Research, 2009 Edition, WTTC.
4. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с.
5. Закон Кыргызской Республики «О туризме» N 34 от 25 марта 1999 года, г. Бишкек.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме.– М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.

List of used literature:

1. Webster N. American Dictionary of the English Language. - New York, 1828
2. Saprunova V.B. Tourism: evolution, structure, marketing. - М.: "Os-89", 1997. - 160p.: III.
3. Travel and Tourism Economic Survey 2004, 2009 Edition, WTTC.
4. Kvartalnov V.A. Tourism: Textbook. - М.: Finance and statistics, 2000.-- 320 p.
5. Law of the Kyrgyz Republic "On Tourism" No. 34 of March 25, 1999, Bishkek.
6. Papiryan G.A. International economic relations: marketing in tourism. - М.: Finance and statistics, 2000.-- 160 p.

Рецензент: д.э.н., профессор Ишенов Б.

УДК 640241:338.81

DOI 10.33514/ВК-1694-7711-2020-1-47-56

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова
Калампыр**

э.и.д., профессору, Экономика жана башкаруу институтунун директору
Эл аралык инновациялык технологиялар университети
Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин
аспиранты
Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин
магистранты

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова
Калампыр**

д.э.н., профессор Директор Института Экономики и менеджмента
Международный Университет Инновационных Технологий
Аспирант, Международный Университет Инновационных технологий
Магистрант Международный Университет Инновационных технологий

**Birimkulova Kyial Duishenbekovna, Mamatbekov Dastan Nurbekovich, Erzhitova
Kalampyr**

Doctor of Economics, Professor, Director of the Institute of Economics and Management
International University of Innovative Technologies
Postgraduate student of the International University of Innovative Technologies
Master student of International University of Innovative Technologies

МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮН КӨЙГӨЙЛӨРҮ

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES

Аннотация: Макалада меймандостук ишканаларын өнүктүрүү көйгөйлөрү көрсөтүлгөн. Ошондой эле, заманбап туризм индустриясынын эң маанилүү жана курамдык бөлүгү катары мейманкана бизнесин өнүктүрүүнү мындан ары өркүндөтүүнүн негизги багыттары белгиленди. Бул иштин максаты - SWOT анализин жана Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарын колдонуп, 2019-жылга карата Кыргызстандагы мейманкана индустриясынын абалын баалоонун натыйжаларын талдоо.

Аннотация: В статье показаны проблемы развития предприятий гостиничного бизнеса. Также, отмечены основные направления для дальнейшего улучшения развития гостиничного бизнеса, как одной из наиболее значимой и составляющей современной индустрии туризма. Целью данной работы является показать анализ результатов оценки состояния гостиничной индустрии Кыргызстана к 2019 году при помощи SWOT-анализа и данных Национального статистического комитета Кыргызской Республики.

Abstract: The article shows the problems of development of hospitality enterprises. Also, the main directions for further improving the development of the hotel business, as one of the most significant and component of the modern tourism industry, are noted. The purpose of this work is to show an analysis of the results of assessing the state of the hotel industry in Kyrgyzstan by 2019 using SWOT analysis and data from the National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic.

Ачык сөздөр: мейманкана бизнеси, туристтик уюмдар, эс алуу жайлары, толтуруу коэффициенти, толтуруу коэффициенти, мейманкана бизнесиндеги заманбап технологиялар, мейманкана бизнесин башкаруу, мейманканаларды категориялаштыруу.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, организации туризма, учреждения отдыха, коэффициент загрузки, процент загрузки, современные технологии в гостиничном бизнесе, менеджмент гостиничного бизнеса, категоризация гостиниц.

Keywords: hotel business, tourism organizations, recreation facilities, occupancy rate, percentage of occupancy, modern technologies in the hotel business, hotel management, hotel categorization

Гостиничный бизнес можно условно разделить на две группы: национальный гостиничный бизнес, который охватывает гостиничный сектор внутри страны; международный гостиничный бизнес, включающий мировой гостиничный сектор. В зависимости от конкретного вида деятельности и особенностей предоставляемых услуг в составе гостиниц различают гостиницы широкого профиля, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные гостиницы, курортные гостиницы, клубы с проживанием и прочие. Гостиничный бизнес представляет собой большую экономическую систему с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как отдельно взятой страны, так и связей национальной экономики с мировым гостиничным хозяйством в целом. Хотя данное определение, на первый взгляд, можно отнести к функциональным определениям, так как оно рассматривает гостиничный бизнес с позиций экономики, но оно свидетельствует о таком важнейшем атрибуте гостиничного бизнеса как системность,

предлагая рассматривать все многообразие связей гостиничного бизнеса, что позволяет отнести это определение к разряду системных.

Гостиничное хозяйство является отраслью народного хозяйства, где существует совокупность предприятий, организаций и учреждений, выполняющих однотипные экономические функции или социальные виды деятельности. Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг. Несмотря на трудное становление этой отрасли за последние годы открылось немало малых гостиниц. Новые малые предприятия создаются, но через некоторое время, часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. Конкуренция – сильный стимул для улучшения работы гостиницы. Чтобы выстоять в конкурентной борьбе и расширяться, гостиничному предприятию необходимы средства: доход и прибыль. Поэтому возрастает потребность в использовании эффективных методов управления гостиницей, позволяющих добиться высоких результатов и создать конкурентные преимущества. В современном мире залогом достижения успеха предприятия является определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенности потребителя более эффективными, привлекательными чем у конкурентов, методами способами.

В течение последних лет Кыргызстан утратил свою привлекательность для иностранных гостей, малым развитием туристской инфраструктуры и достаточно слабой материально-технической базой гостиничной отрасли. Имеющиеся на современном этапе средства размещения отличаются малым уровнем комфортабельности и технического оснащения, что ведет к потере неконкурентоспособности. Некоторые отели высокого класса в Бишкеке: гостиницы 5-звезд, такие как: «Hyatt Regency», «Orion Hotel Bishkek», «Jannat Regency», «Golden Dragon», «Maryotel Bishkek» и «Sheraton Bishkek» отличаются сервисом, и могут обеспечить обслуживанием международного уровня, однако, услуги данных отелей отличается дороговизной и только незначительная часть зарубежных гостей могут им воспользоваться. Однако, как показывает исследования, которые отличаются территориальным расположением гостиничных секторов, показывает, что Бишкек не относится к городам, где качество отелей соответствует количеству звезд и цене. В Кыргызстане, а в частности в Бишкеке, гостиничная отрасль предлагает либо услуги более низкого класса, либо запрашиваются завышенные цены, хотя число отдыхающих из года в год растет.

Таблица 1 – Динамика отдыхающих за 2010-2019гг.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|-------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Число отдохнувших туристов (тыс. человек) | 584.3 | 816.9 | 1199.4 | 1132.2 | 1245 | 1265.1 | 1273.2 | 1375.1 | 1380.4 | 1778.9 |
| Число коек/мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха (единиц) | 25732 | 26836 | 19742 | 23321 | 29333 | 31328 | 27786 | 27776 | 27584 | 28081 |

Пол Гетти, американский промышленник отметил: “В городе всегда есть лучшая гостиница, и в этой лучшей гостинице есть лучший номер, и там всегда кто-то есть. И есть худшая гостиница, и худший номер в худшей гостинице, и в нем тоже всегда кто-то есть”. Зачастую гостям республики приходится сталкиваться с массой проблем, которые возникают в некоторых отелях. Как показывает опрос туристов проводимых в восьми наиболее популярных отелях города Бишкек, в гостиницах, где изучены отзывы клиентов относительно качества отелей категории "три - пять звезд" удовлетворенность услугами приводится в диаграмме.

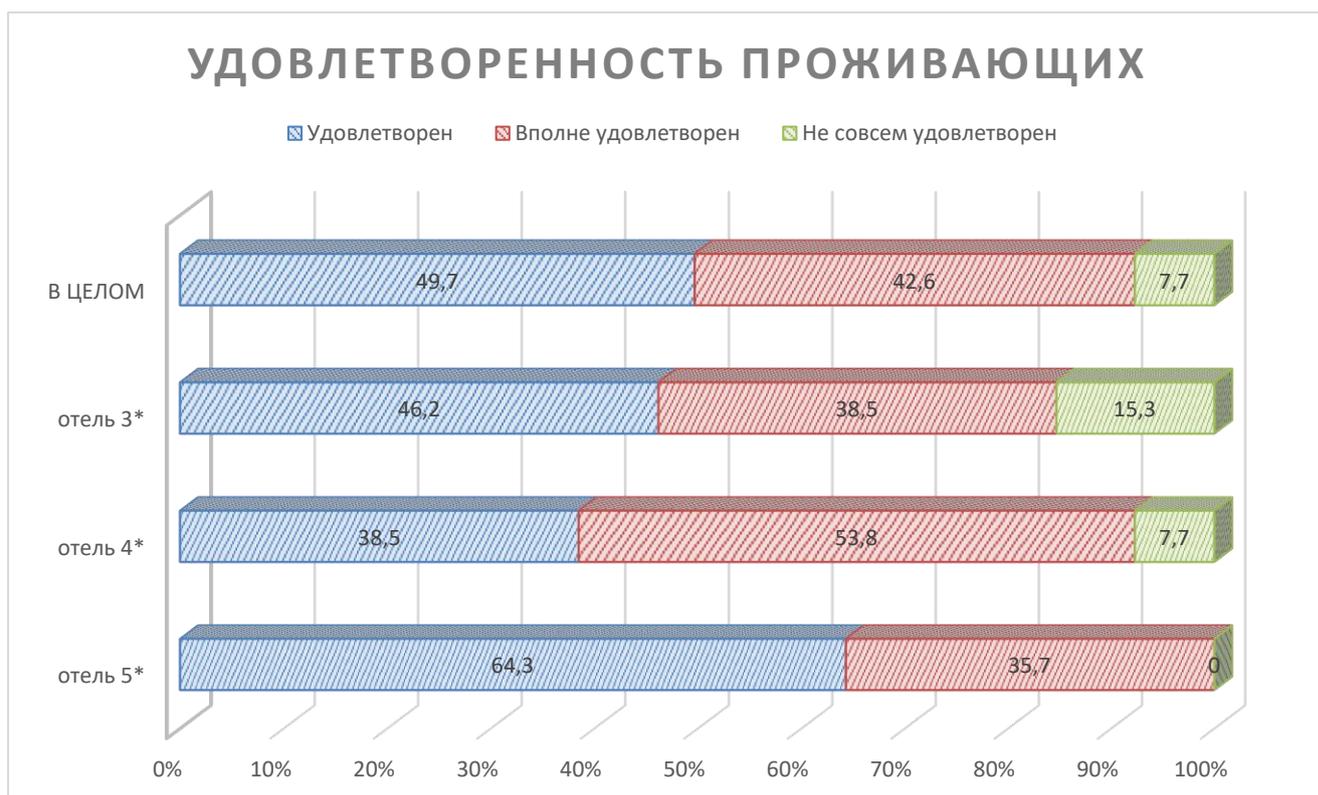


Диаграмма 1. Динамика удовлетворенности проживающих

Как видно из диаграммы 1, большая часть постояльцев вполне довольна своими гостиничными номерами, но и имеется завышения цен по поводу "звездности гостиниц". Эта проблема характерна не только для гостиниц в Кыргызстане. Практика показывает, что не существует единой международной системы присваивания "звезд" гостиницам, и уровень комфорта в гостиницах с одинаковым количеством "звезд" может оказаться разным. Например, французская гостиница "три звезды" соответствует финской гостинице "четыре звезды". Порой 4-х и 5-ти звездные гостиницы Бишкека отличаются условно более высоким уровнем комфорта - комната большего размера, в большей части есть ванна (не душ), полотенце больше, есть фен. Портье ответит на ваши вопросы с большим старанием, поможет забронировать для вас билеты на транспорт и концерты. Однако отличия гостиниц "четырёх звезд" и пяти звёздной совершенно незначительно, либо она чисто номинальная. Часто гостиницам с пятью звездами предпочитают маленькие уютные гостиничные дома четырех-трех звезд.

Итак, в ходе исследования выяснилось, что несмотря на отсутствие богатой инфраструктуры, характерной для отелей "высшего уровня", гостиницы с четырьмя звездами обладают более радушным обслуживающим персоналом. Как выяснилось в ходе исследования, чуть меньше половины участников опроса (49,7%) заявили о том, что они абсолютно довольны качеством предоставляемого питания. Причинами недовольства были самые разнообразные вопросы. Одним из важных вопросов отсутствие критерия определения класса той или иной гостиницы в Кыргызстане. И многого другого, что просто обязательно присутствует в европейских гостиницах с четырьмя звездами. Конечно же нельзя сравнивать наши пятизвездочные отели с номерами пятизвездочного отеля The Ritz-Carlton, где во всех номерах имеются ванная, фен, спутниковое и кабельное TV, многоканальный телефон, сейф, розетки для компьютера и факсимильного аппарата, барный уголок с полным баром, гладильная доска, уют, доступ в интернет, ежедневно в номера доставляются свежие утренние газеты, дважды в день производится уборка номеров. Положительным в Кыргызстане является присутствие отелей-лидеров в каждой звездной категории, из всех пятизвездочных отелей такие как Hyatt Regency Bishkek. Пальму первенства по положительным отзывам среди отелей уровня "4 звезды" завоевал Club Hotel Dostuk. Среди мини-гостиниц с тремя звездами наилучшие отзывы были у отеля Альпинист. Хотя отечественный гостиничный бизнес отличается очень низким уровнем сервиса, особенно в Иссык-Кульской области. Ассоциация гостиничного бизнеса Кыргызстан для многих развитых стран обозначен как страна неблагоприятная для посещения, что приводит к малодоходности сопровождающая низким качеством гостиничного бизнеса. Организация труда в отелях приводит к многочисленным проблемам по уровню обслуживания. В результате получается низкая популярность услуг отелей Кыргызстана среди потенциальных клиентов. Однако проведение Всемирных Игр Кочевника с 2014 по 2018 год оказало положительное влияние на развитие отечественного туризма и гостиничного бизнеса в целом. Как отметила вице-премьер-министр Алтынай Омурбекова: "Всемирные игры кочевников создали благоприятный имидж Кыргызской Республике как перспективной туристической страны в центрально-азиатском регионе. Такие международные издательства, как The Guardian и Lonely Planet включили нашу республику в топ-10 и топ-5 рекомендуемых стран мира для посещения в 2019 году. Согласно данным Всемирной туристской организации ООН, Кыргызская Республика возглавила список стран, в которых в ближайшие 10 лет ожидается туристический бум. Без налоговых льгот отелям Кыргызстана невозможно развиваться. Также отсутствуют долгосрочные финансовые источники. Также можно обозначить проблемы, которые привели к упадку в гостиничном бизнесе: политические обстановки в 2005 и 2010 года, COVID-2019 года, из-за которой туристический сезон 2020 года будет очень слабым. По данным Национального статистического комитета КР в 2019 году республику посетили 1 778,9 тыс. человек, в то время как число коек/мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха составляло 28081 единиц. Из этого следует, что коэффициент загрузки гостиниц Кыргызской Республики в среднем составляет 17%, который был аналогичен в 2012 году. Однако количество коек/мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха на 2012 год был равен 19942 единиц, а число отдохнувших туристов в 2012 году было на 579,5 тыс. человек меньше по сравнению с 2019 годом. И этот показатель коэффициента загрузки самый высокий начиная с 2010 года, когда коэффициент

загруженности был равен 6%. Далее в 2011 году - 8%, и с 2013 года по 2018 год коэффициент загруженности колеблется с 11% до 14% как видно в таблице 1.



Диаграмма 2. Динамика загруженности коек

И это несмотря на то, что ассоциация вносит предложения по улучшению деятельности гостиничного бизнеса правительству, они не были приняты к сведению. Кыргызские чиновники не понимают, что именно сегодня надо создавать условия для сферы туризма. Также отсутствует необходимая инфраструктура, которая бы позволила удержать поток туристов. Необходимо развивать дипломатический корпус. В стране четко наблюдается необходимость в ускорении процесса категоризации всей гостиничной отрасли по средствам сертификации и создания национальной системы классификации национальных гостиничных предприятий. Оценка развития гостиничного хозяйства в республике Кыргызстан, дала возможность в целом по стране, разработать рекомендации по усовершенствованию оценки качества гостиничных услуг, выявить приоритетные векторы их развития, а также, развития и усовершенствования гостиничной индустрии республики в будущем, продемонстрировать в ней SWOT-анализ по состоянию гостиничных услуг, приведенный в таблице 2.

Таблица 2 - SWOT-анализ результатов оценки состояния гостиничной индустрии Кыргызстана в 2019 г.

| Слабые стороны | Сильные стороны |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – отсутствие эффективного менеджмента в средних и малых гостиницах; – низкая заполняемость гостиниц; – неразвитость компьютерной базы или ее отсутствие в средних и малых гостиницах; – нехватка специалистов из логистической сферы; – высокая стоимость размещения для местного населения; | <ul style="list-style-type: none"> – наличие образцов эффективного менеджмента у крупных предприятий; – наличие постоянного резерва мест размещения; – наличие опыта логистических операций в лучших гостиницах; – наличие маркетинговой стратегии развития во многих гостиницах республики; |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> – множество убыточных предприятий; – большое число некатегоризированных гостиниц; – слабо развито гостиничное хозяйство в сельской местности; – неразвитость хостелов и авто кемпингов; – неэффективность рекламы и маркетинговых исследований; – отсутствие полной статистической информации; – необходимость реконструировать многие гостиницы и инвестировать средства в гостиничное хозяйство; | <ul style="list-style-type: none"> – постоянный поиск новых путей усовершенствования менеджмента в гостиничном бизнесе; – стабильная обстановка в стране; – быстрые темпы развития рынка страховщиков; – увеличение конкуренции на рынке гостиничных услуг; – стабильные темпы ремонта и реконструирования гостиничных зданий и сооружений по стране. |
| <ul style="list-style-type: none"> – отсутствие во многих системы безопасности; – отсутствие во многих гостиницах полноценных кластерных услуг – рост убыточности гостиничной отрасли; – объединение гостиниц, что может привести к монополизму в сфере гостиничного хозяйства в некоторых областях страны; – преобладание выездного туризма над въездным и внутри территории, постоянно приводящие в упадок положение гостиничной отрасли и ведущее предприятия к банкротству и снижению отчислений от работы гостиниц в госбюджет; – слабая законодательная база, отсутствие четких приоритетов для отрасли; – отсутствие специализированных программ государственной поддержки; – недостаток рекламы за рубежом и внутри страны приводит к увеличению не информированности потребителей | <ul style="list-style-type: none"> – усовершенствование законодательной базы и системы налогообложения, дающее основу для увеличения количества малых и средних предприятий; – усовершенствование управленческой системы (менеджмента) позволяющее создать условия для привлекательности работников в гостиничную отрасль и их обучения общению с клиентом, то есть несущее в себе определенное воспитательное воздействие на население; – усовершенствование развития гостиничных цепей, создающее базу для совершенствования качества обслуживания; – развитие маркетинговой системы, повышающей привлекательность и конкурентоспособность национальных гостиничных услуг; – забота о безопасности клиентов; – создание организационной культуры, что выделяет гостиницу в конкурентной среде и приводит к созданию бренда; – повсеместная категоризация гостиниц, определяющая перспективы ожиданий клиентов; – кластерный подход к развитию сопутствующих услуг, значительно повышающее их конкурентоспособность. |

Практика показывает гостиничного хозяйства в достаточной степени развиты в Кыргызстане, в частности в Бишкеке и в Оше. Структура рынка гостиничных услуг в этих городах представлена в большей мере местными отелями низкого уровня и брендами высокого качества, что приводит к нестабильной ситуации на рынке. В настоящий момент отечественный рынок гостиничных услуг нуждаются в комфортных и недорогих отелях с концепцией «апартаменты с обслуживанием» (как небольшая квартира, относящаяся к структуре гостиницы с собственной кухней, санузлом и спальней комнатой), а также в отелях невысокой ценовой категории, но исключительно для бизнес-туристов.

Гостиницам требуется объединение с другими участниками рынка для того, чтобы дать толчок развитию событийного туризма. Отечественным отелям особенно следует обратить внимание на разработку маркетинговых программ поощрению постоянных клиентов и партнеров - туроператоров, корпоративных клиентов.

Довольно слабой стороной менеджмента гостиничного бизнеса является недостаточно высокое качество предоставляемых услуг, высокая текучесть кадров, довольно слабое планирование деятельности предприятия, отсутствие долгосрочных качественных программ развития, неразвитая корпоративная культура предприятий. В условиях современного рынка гостиничного бизнеса предполагается широкое применение новейших технологий, как в области внедрения новых гостиничных услуг, так и новые способы продвижения. Становится очевидным, что введение инновационных технологий стало важным условием для увеличения конкурентоспособности гостиничного предприятия и усовершенствования качества обслуживания. На данный момент в гостиничном бизнесе используют достаточно большое количество новых компьютерных технологий: мировые компьютерные системы бронирования, коммуникационные сети, мультимедийные системы, Smart Cards, системы информационного менеджмента и другие. На отечественном рынке в основном представлены такие системы резервирования как: ЯРОС-Отель, R-KEEPER. Такая разработка рабочих программ для автоматизации гостиничной деятельности, ресторанов и других гостиничных подразделений ведет к значительным изменениям в управлении, а также дает возможность повысить качество обслуживания. Проблема обеспечения безопасности гостиничного предприятия можно решить при помощи современных технологий.

Современные технологии, как системы резервирования используют весь спектр возможностей современных информационных технологий и управленческих подходов для решения задач своих клиентов, повышения эффективности их бизнеса, создания надежной платформы для их дальнейшего развития. Многие из систем, являясь партнером ведущих мировых корпораций в области информационных технологий, компания идет в ногу со временем, всегда имея в своем арсенале новейшие разработки таких лидеров IT направления, как Microsoft, Oracle, IBM, Cisco, Citrix, Avaya и многих других. Так как довольно активное влияние компьютерные технологии нынешнего поколения оказывают на продвижение гостиничного продукта.

Также стоит отметить, что в современных системах резервирования номеров, есть функция установки системы электронных замков, которая является одним из самых эффективных средств профилактики защиты против краж. Минимальна возможность подделки конкретного ключа, а также возможно определить, какой конкретно карточкой был открыт номер, в какое время, и кто выдавал карту.

Также на сегодняшний день безопасное проживание клиента возможно обеспечить: видеосистемой наблюдения; системой контроля доступа; системой защиты, применение электронных сейфов внутри номеров. Особенно важным является вопрос оснащения гостиничных предприятий электронными системами безопасности.

Одним из ведущих приоритетных направлений современных технологий в гостиничном деле является активное внедрение мультимедийных технологий, в том числе информационных справочников, буклетов, каталогов, а также в области рекламы большое распространение получила рассылка гостиничной информации напрямую по электронной почте и создание своих собственных официальных сайтов в Интернете. Использование мультимедийных программ, почт и официальных сайтов дает возможность в срочном порядке предоставлять потенциальному гостю информацию о гостинице и, тем таким образом, позволяет оперативно и с наибольшей точностью выбрать тот самый гостиничный продукт, который необходим гостю.

В течение последних лет современные компьютерные технологии дают возможность существенно снизить затраты средств на междугородные и международные переговоры, без которых не обходится в наше время ни одно гостиничное предприятие.

Использование компьютерной телефонии значительно ускоряет процесс управления, повышая его эффективность и качество, приводит к минимизации затрат. В данный момент представленные на рынке продукты программного обеспечения в области компьютеризации гостиничной индустрии превосходно смогли зарекомендовать себя на практике, активно совершенствуются и обновляются в соответствии с изменениями потребностей пользователей. Внедрение инновационных компьютерных систем во все сферы деятельности гостиничного предприятия позволяет гостям получить обслуживание, достойное их внимания.

Анализ на сегодняшний день гостиничного хозяйства в Кыргызстане, разрешает прийти к выводам о том, что в данной области ожидают активное развитие и рост. Несмотря на это эффективность и прибыльность бизнеса будет тесно пересекаться с качественным управленческим звеном, применением современных технологий в Кыргызстанских гостиничных предприятиях, организацией маркетинговых исследований. Менеджмент и маркетинг – это две взаимосвязанных и дополняющих друг друга сферы деловой активности. В настоящее время эволюция маркетинга связана с тенденциями развития современного рынка, в частности, с ростом значения таких факторов, как качество товара и услуг, приверженность потребителей к торговой марке и фирме, развитие глобальных систем бронирования услуг, ориентация на высокие технологии, создание стратегических альянсов, этические стандарты в деятельности предприятия и т.д. Современная концепция маркетинга определяет задачу производственно-сбытовой деятельности предприятия, направленной на достижение конечного результата – прибыли при сохранении или укреплении благополучия потребителя и общества в целом. Эта концепция требует сбалансированности трех факторов: стремления к прибыли, учёт покупательских потребностей и интересов обществ.

Список использованной 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: Общее состояние рынка гостиничных услуг в Кыргызской Республике.

[https://studbooks.net/802781/turizm/obschee_sostoyanie_rynka_gostinichnyh_uslug_kyrgyzskoy_ respublike].

5. Электронный ресурс: Разработки и применение инноваций в практике мировых гостиничных комплексов

[https://vuzlit.ru/384868/razrabotki_primenenie_innovatsiy_praktike_mirovyh_gostinichnyh_kompl eksov].

6. Электронный ресурс: Гостиничный бизнес в Кыргызской Республике [https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635a2ad69b4c43b89421216d36_0.html].

7. Электронный ресурс: Туризм в Кыргызстане. [<http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>].

8. Электронный ресурс: Официальная статистика. Туризм. [<http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/>].

9. Электронный ресурс: Кактус Медиа [https://kaktus.media/doc/387396_vice_premier_kyrgyzstan_vozglavil_spisok_stran_v_kotoryh_oji daetsia_tyristicheskiy_bym.html].

List of used literature:

1. Development Strategy of the Kyrgyz Republic until 2040 "Zhany doorgokyrk kadam"
2. National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic "Kyrgyzstan in Figures" Б., 2010-18.
3. Decree of the President "On the National Development Strategy of the Kyrgyz Republic for 2018-2040", Bishkek, dated October 31, 2018, UP No. 221;
4. Electronic resource: General state of the hotel services market in the Kyrgyz Republic. [https://studbooks.net/802781/turizm/obschee_sostoyanie_rynka_gostinichnyh_uslug_kyrgyzskoy_ respublike].
5. Electronic resource: Development and application of innovations in the practice of world hotel complexes [https://vuzlit.ru/384868/razrabotki_primenenie_innovatsiy_praktike_mirovyh_gostinichnyh_kompl eksov].
6. Electronic resource: Hotel business in the Kyrgyz Republic [https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635a2ad69b4c43b89421216d36_0.html].
7. Electronic resource: Tourism in Kyrgyzstan. [<http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>].
8. Electronic resource: Official statistics. Tourism. [<http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/>].
9. Electronic resource: Cactus Media [https://kaktus.media/doc/387396_vice_premier_kyrgyzstan_vozglavil_spisok_stran_v_kotoryh_ojidaetsia_tyristicheskiy_bym.html].

Рецензент: д.э.н., профессор Ишенов Б.