

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

<https://doi.org/10.32014/2020.2224-5294.31>

Volume 2, Number 330 (2020), 11 – 18

УДК 338.48

МРНТИ 71.35.75

I.V. Yardykova, A.N. Omarkozhaeva, S. Valiyeva, G.B. Akhmetova, S.K. Kanatova

The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan
e-mail: yard_ira@mail.ru, asya_7510@mail.ru, Saltanat.valieva.75@mail.ru.
E-mail: Galiya_hanum@mail.ru, Kanatova83@mail.ru

HOSPITALITY INDUSTRY IN KAZAKHSTAN: STATE AND PROBLEMS OF MANAGEMENT

Abstract. The purpose of the article is an assessment of the state of development of the hospitality industry in Kazakhstan and the identification of management problems at domestic industry enterprises. The research question is that the emergence of new hotels on the market of Kazakhstan, owned by global hotel chains, along with the low level of demand for accommodation services, increasingly puts pressure on the economic activity of domestic independent enterprises of the hospitality industry. This circumstance forces domestic hotel facilities to operate in conditions of strict competition, while losing their clients. Domestic enterprises of the hotel industry practically do not use reserves to increase their attractiveness for customers, and the level of prices for their services does not correspond to the quality. These circumstances indicate the underdevelopment of domestic management in the hospitality industry as a whole. Thereby, the authors of the article tried to identify problems of management of the investigated sphere, identified the main directions of stabilization and expansion of activity of independent hotel facilities of the country. The research results can be used as a basis for more in-depth research on this topic.

Keywords: hospitality industry, management, guest accommodation, independent hospitality industry enterprises.

Introduction. The first hotel chains began to form in the Western countries of the world at the end of the XIX century, at the same time the territory of Kazakhstan remained a relatively closed space with a backward economy. After the October revolution, due to the development of production and non-production spheres, the construction of hotels closer to their modern appearance began. By the end of the 20th century, hotels of the improved sample were put into operation which functioned in the conditions of planned managing that caused absence of competitive struggle between them. If some hotels enjoyed significant funding advantages and others worked under difficult financial conditions. The demand and supply of hotel services has not been explored, let alone accounted for and regulated [1]. The hotel industry operated in a closed economy without entering the international arena and outside the achievements of other countries in this field. Moreover, it did not have and virtually does not have scientific support for development.

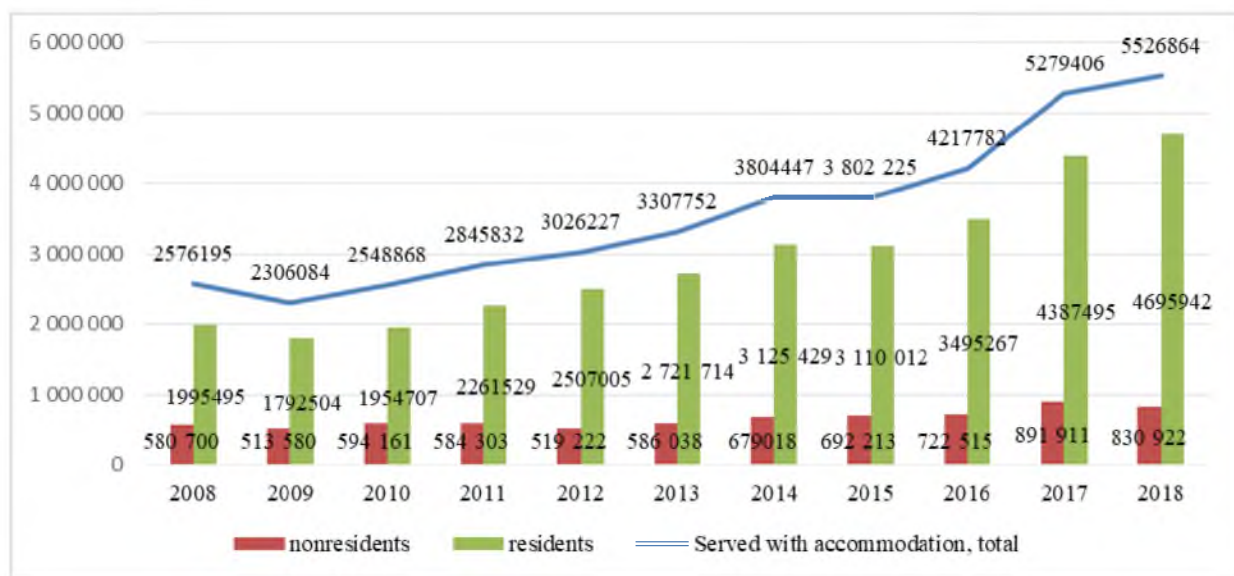
Therefore, the heritage of the hotel economy of Kazakhstan in its modern state is the imbalance of planned management, lack of information about the world hotel industry and links with it, lack of scientific support for development and training, generally underdeveloped hotel chain with their complete absence in some backward areas [2].

Measures taken by the government and local authorities for the development of tourism in Kazakhstan at the present time, greatly contribute to the increase in demand for the services of the hospitality industry, which naturally entails an increase in the number of enterprises in this sphere.

Herewith, the contribution of the hospitality industry to the country's economy will be expressed as a share in the country's GDP, and the social effect will be expressed in the number of works created in this industry. Thus, the share of the hospitality industry in the global gross domestic product (GDP) is 6 % [3], in Kazakhstan – almost 1 %. Furthermore, development of the hotel business actively stimulates the development of other industries and activities: international business, transport industry, trade, information technology, construction, agriculture, services in the field of health and beauty, production of consumer goods, technology development in the field of ecology and security, innovation and many others [4].

On the basis of the above-mentioned dividends, received through the development of the hospitality industry, it becomes necessary to develop measures aimed at increasing the competitiveness of the domestic hospitality industry in Kazakhstan.

Results and discussion. Today, the hospitality industry is an important component of the tourism economy of the Republic of Kazakhstan, is developing rapidly, every year the number of visitors to accommodation is growing. Thus, over the past 11 years, their number has increased by more than 2 times or by (from 2576195 to 5526864 units) (figure 1).



Note – compiled from the data [5]

Figure 1 – Number of served visitors of accommodation facilities in Kazakhstan in 2008-2018

While in 2008 in the structure of visitors to guest accommodation, the share of non-residents of the Republic of Kazakhstan was only 77.5 %, then in 2018 this figure dropped significantly to 15.1 % due to the outstripping growth in the number of resident visitors.

Table 1 – Indicators of development of the hotel industry in Kazakhstan in 2014-2018

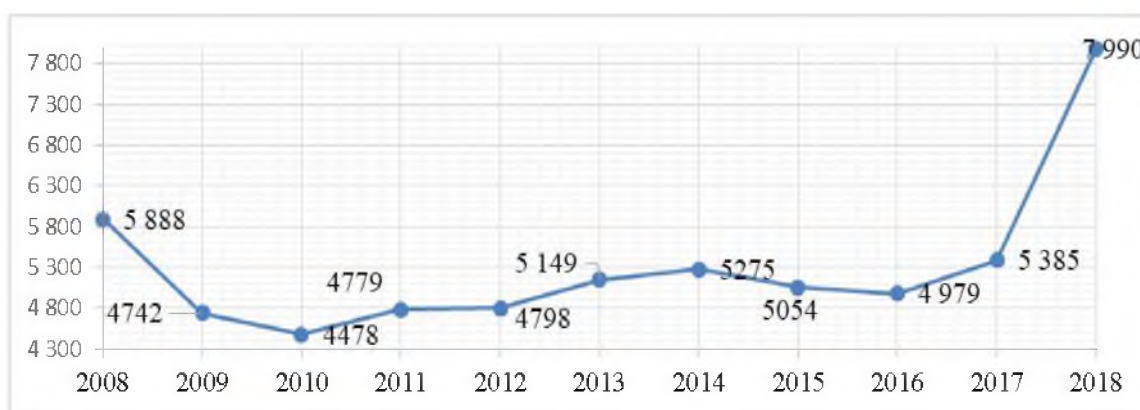
	2014	2015	2016	2017	2018	Change in 2018 to 2017	
						Absolute change	Growth rate,%
Single capacity, beds	109094	118355	138062	152601	168603	16002	110,5
Bed nights provided	7165232	6925106	7582785	9544646	9602762	58116	100,6
Hotel bed occupancy, in percentage	23,1	22,8	22,7	25	23,2	-2	92,8
Volume of services provided by places of accommodation, million tenge	72401,9	72597,2	82853,4	108359,8	103948,3	-4411,5	95,9

Note - compiled from the data [5]

According to the table, there is a positive trend in the number of beds in guest accommodation facilities. However, the indicators of their occupancy in general have not changed, except for the indicator of 2017, which is due to the holding of the international specialized exhibition Astana Expo 2019. In 2018, hotel occupancy decreased by 7.2 % to 23.2 %. The volume of services rendered by places of accommodation in 2018 amounted to 103948.3 million tenge, which is 4.1 % less than in 2017.

Due to the low load of the room fund, the question of the pricing policy of hotel complexes arises. Consider the average prices for accommodation services (figure 2).

According to the data of figure 3, the average cost of a bed-day in the places of accommodation in the considered period of time did not have one-digit dynamics of change. In 2008 it amounted to 5,888 tenge, in the following years sharply decreased and increased by minor fluctuations until 2017, amounting to 5,385 tenge. Thus, the level of weighted average prices for beds in accommodation in 2009-2017 did not reach the level of 2008. As we can see, the price policy of accommodation places does not affect the loading of the room fund, because the problem lies in the low level of demand for their services. At the same time, in 2018, the average cost of a bed in the Republic of Kazakhstan sharply increased to 7990 tenge. According to our assumption, the reason could be the emergence of new high-price hotels in the market of Kazakhstan.



Note - compiled from the data [5]

Figure 2 – Average cost of a bed-day, tenge

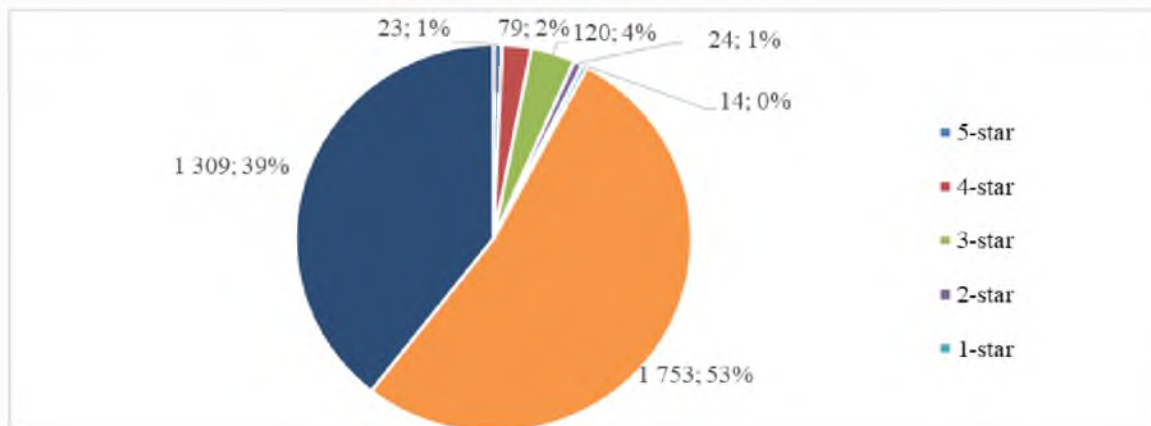
The hospitality industry consists of various means of collective and individual accommodation: hotels, guesthouse, motels, youth hostels and dormitory, apartments, tourist shelters, as well as the private sector involved in the accommodation of tourists [6, 7].

According to the Statistics Committee of the Ministry of National Economy of Kazakhstan, the hotel industry of Kazakhstan is represented by 3,322 guest accommodation facilities, more than half of which do not belong to any category. Additionally, 39 % of the total number of accommodation facilities are other places of accommodation, which include daily rental apartments, hostels, campsites, tourist resorts, boarding houses and others. Only 8 % of facilities or 260 hotels in Kazakhstan have star categories, including the number of five-star hotels – 23, four-star hotels – 79, three-star hotels – 120, two-star hotels – 24, one-star hotels – 14 (figure 3).

The main form of organization of hotel business in Kazakhstan is an independent enterprise. Independent hotel is a such hotel which is in independent possession, the manage and use of the owner receiving profit from such property [8]. The existence of contractual obligations with other companies in matters of management or use of someone else 's trademark or service mark does not entail a change in the status of the hotel as independent of other market entities [9].

Independent enterprises for the most part are represented by the "family" business of small and medium sizes, a characteristic feature of which is the seasonality of operations. A huge majority of independent enterprises can be found in small towns and resort villages. These are areas where

independent hotels can exist normally without fear of competition from hotel chains, as most businesses in small towns and seasonal resorts are viewed by hotel corporations as unviable or relatively viable. The clientele of an independent hotel or independent restaurant in most cases is completely different than that of the same enterprises included in the chain [10, 11].



Note - compiled from the data [4]

Figure 3 – Structure of guest accommodation facilities in Kazakhstan

Independent hotels in Kazakhstan are characterized by the absence of a unified booking system, lack of knowledge about the achievements of the hotel industry in the world and lack of speed of their implementation, as a result, lagging behind world standards. It is important to know for many foreign tourists that the hotel in which he will live, corresponds to the world level. Hence, we can conclude why inbound tourism in Kazakhstan is not developed.

Recently, with increased competition from integrated and franchise chains, independent hotels in Russia are merged into hotel consortium [12, 13]. Kazakhstan's hotel entrepreneurs can adopt such a method, as it will significantly increase the financial stability and profitability of hotel participants of the consortium.

It should be noted that large five-star and four-star hotels included in the well-known world chains control the hotel market in Kazakhstan. They are stable because they have a higher occupancy rate than the industry average. The latter is due to the compliance of service quality with international standards. In addition, such hotels have the opportunity to save on procurement and training. Most foreigners choose hotel chains, as they clearly imagine what can be expected in a particular enterprise of the same chain.

Investors in Kazakhstan prefer to invest in the construction of hotels of the upper price segment, which require high costs, but in sufficiently compressed lines paying good dividends, including at the expense of revenues from additional services - presentations, corporate and business events, combination of hotel space with trading space [14].

The highest investment attractiveness of five-star hotels in Kazakhstan was noted in a study by A. Shaternikova. According to her, the costs of building one room of four-star and five-star hotels are almost comparable, but the latter pay off shorter terms [15].

In Kazakhstan, as in the whole world, five-star hotels possess large number funds. The construction of large-capacity hotels is primarily driven by economic considerations: with increasing capacity, it is expedient to use more powerful and modern technological and engineering equipment, increase the ratio of working area to total area, reduce the auxiliary area, as well as the area of corridors, halls in relation to the area provided directly to the location of guests, which leads to reduction of specific construction costs [16].

The hotel services market is more developed in Kazakhstan only in Almaty and Astana. The structure of the hotel market in these cities is mainly represented by local low-ranking hotels and high-end

international brands of business hotels, which leads to an unbalanced situation in the market. The hotel industry in the regions is characterized by a high degree of moral and physical deterioration: a low level of comfort of rooms, technological backwardness, poorly trained staff and a narrow range of services.

Conclusion. Development of the domestic hospitality industry requires a reduction in costs per employee and an increase in service to the total area. Therefore, there is a need to increase productivity, which is almost impossible without investment in new hotel technologies and equipment. In addition, it is necessary to strengthen management in this direction, and, first of all, financial and organizational management in the issue of return on invested funds on the basis of the actually developed business plan.

Undoubtedly, the weakness of the hospitality industry management in Kazakhstan is the low quality of the services provided, poor planning of the enterprise, lack of high-quality long-term development programs and strategies, and a weak corporate culture of companies. Nevertheless, the level of management in the hospitality industry in Kazakhstan is just beginning to stabilize and the problems of reducing costs and increasing efficiency are common to almost all forms of ownership and management of guest accommodation facilities.

Constantly changing market mechanisms in Kazakhstan do not allow hotels to have a peaceful existence at the top reached, primarily due to the emergence of competition from foreign companies and domestic investors, as well as due to an increase in the supply market with a decrease in demand. This factor requires a strong search to attract customers. Therefore, one of the most important features of the essential characteristic of the hospitality industry in Kazakhstan is its adaptability to changing conditions. The transition of the economy to the market most clearly shows how the process of adaptation of the industry to new realities is going on.

High-priority task of management in the hospitality industry is to develop attractive business proposals for the market, which operates a hotel facility. Also, the degree of success in the market depends on various factors that make up its microenvironment, which may include suppliers, personnel, etc.

Independent enterprises of the hospitality industry of Kazakhstan need cooperation with other market participants in the development of event tourism. Domestic hotels should pay attention to the development of marketing programs to encourage regular guests and permanent partners - tour operators. Also, following the example of hotel chains, it is necessary to master the niche of corporate events.

The modern development of the hospitality industry involves the widespread use of the latest technologies, both in the field of introducing new hotel services, as well as new ways of promotion. It is obvious that the introduction of innovative technologies has become an indispensable condition for improving the competitiveness of the hotel enterprise and improving the quality of service. Here, independent domestic hospitality industry enterprises should automate the process of providing services, integrate their offers and advertising in the world's electronic hotel booking services, implement a quality assessment system to improve service standards. In addition, independent hotel companies can improve the service by including transfer services and three meals a day, following the example of hotels of the highest price segment, while offering much lower prices compared to them.

И.В. Ярдякова, А.Н. Омарқожаева, С. Валиева, Ф.Б. Ахметова, С.К. Қанагова

Қазақ технология және бизнес университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫ:
АХУАЛЫ ЖӘНЕ МЕНЕДЖМЕНТ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Аннотация. Мақаланың мақсаты – Қазақстандағы қонақжайлылық индустриясының ахуалын бағалау және индустриядағы отандық кәсіпорындар менеджментіндегі мәселелерді анықтау. Зерттеу мәселесі қонақтарды жайғастыру қызметтеріне сұраныс деңгейінің төмендігімен қатар, Қазақстан нарығында дүниежүзілік қонақүйлер желісіне енетін жаңа қонақүйлердің пайда болуының отандық қонақжайлылық индустриясының тәуелсіз кәсіпорындарының шаруашылық қызметіне қысым жасауымен түсіндіріледі. Қалыптасқан жағдай отандық қонақүйлік объектілердің өз клиенттерін жоғалтуына әкелін, олардың қатан

бәсекелік шарттарда жұмыс істеуіне мәжбүрлеп отыр. Солай бола тұра, қонақжайлылық индустриясының отандық кәсіпорындары клиенттер үшін өз тартымдылығын жоғарылату резервтерін толық пайдаланбайды, ал олардың қызметтерінің бағасы қызмет көрсету сапасына сәйкес келмейді. Аталған жайттар қонақжайлылық индустриясындағы отандық менеджменттің дамымағандығын көрсетеді. Осыған байланысты, мақала авторлары зерттеліп отырған саладағы менеджмент мәселелерін анықтауға талпыныс жасап, елдегі қонақтарды жайғастырудың тәуелсіз объектілерінің қызметін тұрақтандыру және кеңейтудің негізгі бағыттарын көрсеткен.

Зерттеу барысында Қазақстандағы қонақжайлылық индустриясының ахуалына талдау жүргізілген. Талдау нәтижелері көрсеткендей, жайғастыру орындарының бағалық саясаты номерлік қордың толтырымдылығына әсер етпейді, яғни мәселе олардың қызметтеріне деген сұраныс деңгейінің төмендігінде жатыр. Бір жатын орынның орташа тәуліктің құнының артуы Қазақстан нарығында жоғары баға сегментіндегі қонақүйлердің пайда болуымен түсіндіріледі. Қонақжайлылық индустриясының құрылымын талдау ондағы тәуелсіз кәсіпорын-қонақүйлер санының басымдығын көрсетті. Қонақүй бизнесін ұйымдастырудың бұл формасының сипаттамалық артықшылықтары мен ерекшеліктері зерттелген. Белгілі болғандай, Қазақстандағы тәуелсіз қонақүйлердегі қызмет көрсету сапасы әлемдік деңгейдегі стандарттарға сай келмейді, соның нәтижесінде әлемдік желілерге енетін 4 немесе 5 жұлдызды отельдер Қазақстандағы қонақжайлылық индустриясы нарығын бақылайды. Одан басқа, соңғыларының позицияларының нығаюына ықпал ететін басқа факторлар ретінде: сатып алулар мен мамандарды даярлауда ақша үнемдеу мүмкіндігі; олардың инвестицияларының тез қайтарымдылығы мен жоғары табыстылығы, яғни инвестициялық тартымдылығы көрсетілген. Солай бола тұра, мұндай қонақүйлердің жоғарғы деңгейдегі табысы тек үлкен номерлік қор мен жоғары бағадан ғана емес, сондай ақ олардың презентациялар, корпоративтік және іскерлік іс-шаралар өткізуден және бос аумақтарда сауда жасау сияқты қосымша табыс таба алуына да байланысты.

Мақалада сонымен қатар аймақтар кескініндегі қонақжайлылық индустриясының дамуына баға берілген. Зерттеу көрсеткендей, қонақүйлік қызметтер нарығы Алматы және Нұр-Сұлтан қалаларында жақсырақ дамыған. Бұл қалалар нарығындағы тенгерімсіздік айқындалған, ол жайғастыру орындарының көп бөлігінің төмен рангтегі жергілікті отельдер мен жоғары сыныпты халықаралық брендтік бизнес-отельдерден тұруынан байқалады. Мақалада Қазақстанның басқа аймақтарындағы қонақжайлылық индустриясы технологиялық артта қалуымен, персонал даярлаудың төмен деңгейімен, номерлер ыңғайлығы деңгейінің нашарлығымен және қызмет көрсету ассортиментінің тарлығымен сипатталған.

Отандық қонақжайлылық индустриясын дамыту үшін авторлар бір жұмысшыға келетін шығындар көлемін қысқарту және оның қызмет көрсету аумағын ұлғайтуды ұсынады. Авторлардың пайымдауынша, бұл өндіріс өнімділігін арттыруды қажет етеді, өз кезегінде ол жаңа технологиялар мен арнайы құрылғыларға инвестициялаусыз іске асырыла алмайды. Одан басқа, нақты әзірленген бизнес-жоспар негізінде салынған қаражатты қайтару мәселесіндегі қаржылық және ұйымдық менеджментті күшейту қажеттілігі негізделген.

Зерттеу нәтижелері Қазақстандағы қонақжайлылық индустриясы менеджменттің осал тұстарын анықтауға мүмкіндік берді. Оларды жою мақсатында үш міндетті шешу ұсынылды: біріншісі – нарық үшін тартымды іскерлік ұсыныстар әзірлеу; екіншісі – оқиғалық туризмді дамытуда нарықтың басқа қатысушыларымен бірлесе әрекет ету; үшіншісі – қызмет көрсету үрдістерін автоматтандыру, қонақүйлерді жалдау бойынша әлемдік электрондық сервистерге өз ұсыныстары мен жарнамаларын енгізу арқылы ақпараттық-байланыстық, инновациялық технологияларды қолдану.

Түйін сөздер: Қонақжайлылық индустриясы, менеджмент, қонақтардың орналасуы, қонақжайлылық индустриясының тәуелсіз кәсіпорындары.

И.В. Ярдякова, А.Н. Омаркожаева, С. Валиева, Г.Б. Ахметова, С.К. Канагова

Казахский университет технологии и бизнеса, Нур-Султан, Казахстан

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В КАЗАХСТАНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. Целью статьи является оценка состояния развития индустрии гостеприимства в Казахстане и выявление проблем менеджмента на отечественных предприятиях индустрии. Вопрос исследования заключается в том, что появление на рынке Казахстана новых гостиниц, принадлежащих мировым гостиничным сетям, наряду с низким уровнем спроса на услуги размещения, все больше оказывает давление на хозяйственную деятельность отечественных независимых предприятий индустрии гостеприимства. Сложившиеся обстоятельства вынуждают отечественные гостиничные объекты функционировать в условиях жесткой конкуренции, при этом теряя своих клиентов. Резервы повышения своей привлекательности для

клиентов отечественные предприятия гостиничной индустрии практически не используют, а уровень цен на их услуги не соответствует качеству. Это свидетельствует о неразвитости отечественного менеджмента в сфере индустрии гостеприимства в целом. В связи с этим, авторами статьи сделана попытка выявления проблем менеджмента исследуемой сферы, обозначены основные направления стабилизации и расширения деятельности независимых гостиничных объектов страны.

В рамках исследования проведен анализ состояния индустрии гостеприимства в Казахстане. Результаты анализа позволили выявить, что ценовая политика мест размещения не влияет на загрузку номерного фонда, ибо проблема заключается в низком уровне спроса на их услуги. В то же время повышение средней стоимости койко-места авторы обуславливают появлением на рынке Казахстана новых гостиниц высокого ценового сегмента. Анализ структуры индустрии гостеприимства показал количественное доминирование в ней независимых предприятий-гостиниц. Изучены характерные особенности и отличия данной формы организации гостиничного бизнеса от гостиниц, входящих в «гостиничные сети». Установлено, что стандарты обслуживания в независимых гостиницах Казахстана не соответствуют мировым, вследствие чего пятизвездочные и четырехзвездочные отели, входящие в известные мировые сети, контролируют гостиничный рынок Казахстана. Помимо этого, в качестве других факторов, влияющих на укрепление позиций последних, отмечены: возможность экономить на закупках и подготовке специалистов; их инвестиционная привлекательность, обусловленная более быстрой окупаемостью и рентабельностью инвестиций. При этом высокая доходность подобных гостиниц обусловлена не только большим номерным фондом и высокими ценами, но их возможностью получения выручки от дополнительных услуг – презентаций, корпоративных и деловых мероприятий, совмещения гостиничной площади с торговой.

В статье также проведен анализ состояния индустрии гостеприимства в региональном разрезе. Исследование показало, что рынок гостиничных услуг в Казахстане более развит только в городах Алматы и Нур-Султан. Отмечена несбалансированность ситуации на рынке гостиничной индустрии в этих городах, которая проявляется в преобладании на рынке местных отелей низкого ранга и высококлассных международных брендов бизнес-отелей. Кроме того, результаты анализа показали, что индустрия гостеприимства в регионах Казахстана характеризуется низким уровнем комфортности номеров, технологической отсталостью, плохо обученным персоналом и узким ассортиментом предоставляемых услуг.

Для развития отечественной индустрии гостеприимства авторы отмечают необходимость снижения затрат, приходящихся на одного работающего, и увеличения обслуживания им общей площади. Вместе с тем, по мнению авторов, это требует увеличения производительности труда, что без инвестирования в новые гостиничные технологии и оборудование практически невозможно. Кроме того, обоснована необходимость усиления финансового и организационного менеджмента в вопросе отдачи вложенных средств на основе реально разработанного бизнес-плана.

Результаты исследования позволили выявить слабые стороны менеджмента индустрии гостеприимства в Казахстане. Первоочередной задачей менеджмента в индустрии гостеприимства отмечена выработка привлекательных для рынка деловых предложений, на который работает гостиничный объект. Вторая задача – кооперация с другими участниками рынка в развитии событийного туризма, третья – введение информационно-коммуникационных, инновационных технологий путем автоматизации процесса оказания услуг, интегрирования своих предложений и рекламу в мировые электронные сервисы бронирования гостиниц, внедрения системы оценки качества для улучшения стандартов обслуживания.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, менеджмент, размещение гостей, независимые предприятия индустрии гостеприимства.

Information about authors:

Yardykhova I.V. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management and Tourism, The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan, E-mail: yard_ira@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0983-0145>

Omarkozhaeva A.N. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management and Tourism, The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan, E-mail: asya_7510@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0001-9539-2294>

Valiyeva S. – Doctor of Business Administration, Senior Lecturer at the Department of Management and Tourism, The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan, E-mail: Saltanat.valieva.75@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-2837-4066>

Akhmetova G.B. – master of Economic Sciences, Senior Lecturer at the Department of Management and Tourism, The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan, E-mail: Galiya_hanum@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-5818-4098>

Kanatova S.K. – master of Economic Sciences, Senior Lecturer at the Department of Management and Tourism, The University of Technology and Business, Nur-Sultan, Kazakhstan, E-mail: Kanatova83@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0001-5334-0373>

REFERENCES

- [1] Nazarenko Ju.A., Barhatova T.P. (2006). Gostinichnyj biznes v Kazahstane. *Vestnik PGU*. № 4.P. 51. (in Russ.).
- [2] Rahmetullaev A. K. (2017). Gostinichnyj rynek RK i perspektivy ego razvitija. *Vestnik nauki i obrazovanija*, 1 (6 (30)), 46-49. (in Russ.).
- [3] Fedorov, R. G. (2013). Gostinichnyj biznes kak sostavljajushhaja sovremennoj industrii turizma. *Molodoj uchenyj*, №4. P. 307-311. (in Russ.).
- [4] Gomilevskaja G.A. (2016). *Innovacii v gostinichnom biznese Primorskogo kraja: monografija*. Vladivostok: Izdatel'stvo VGUJeS, 118 p. (in Russ.).
- [5] Turizm Kazahstana. *Statisticheskij sbornik (2019)*. Nur-Sultan: Komitet po statistike Ministerstva nacional'noj jekonomiki Republiki Kazahstan, 65 p. (in Russ.).
- [6] Lojko O.T. (2007). *Turizm i gostinichnoe hozjajstvo*. Tomsk: TPU.. 321 p. (in Russ.).
- [7] Walker John R. (2004). *Introduction to Hospitality Management*. Prentice Hall, Business & Economics, 769 p. (in Eng.).
- [8] Raeva R. (2002). Industrija gostepriimstva v Kazahstane: problemy i perspektivy. *Kazahstan*, №1. URL: <http://www.investkz.com/journals/30/356.html> (Accessed: 11.10.2019).
- [9] Balashova E.A. (2006). *Gostinichnyj biznes*. M.: Vershina, 200 p. (in Russ.).
- [10] Gostenina T.N. (2005). Osobennosti razvitija gostinichnogo biznesa. *Vestnik Rossijskogo jekonomicheskogo universiteta im. G.V Plehanova*, (3), 64-73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-gostinichnogo-biznesa> (data obrashhenija: 13.12.2019). (in Russ.).
- [11] Oslo Manual (2005). *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd Edition, The Measurement of Scientific and Technological Activities, OECD Publishing, Paris, 166 p. (in Eng.).
- [12] Nikol'skaja E. Ju. Titievskaja E. M. (2014). Aktual'nye voprosy razvitija gostinichnogo biznesa. *Put' nauki*, №6. P.54-57. (in Russ.).
- [13] Moreva S.N., Zobova E.V., Jakovleva L.A. (2017). Osnovnye tendencii razvitija industrii gostepriimstva v Rossii. *Social'no-jekonomicheskie javlenija i processy*, № 8. P. 85-94 (in Russ.).
- [14] Makenova G.U., Daurenbekova A.N., Tuleubayeva M.K. (2019). The international tourism market and its role in the development of the national economy. *News of the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. Series of social and human sciences*. ISSN 2224-5294. Volume 5, Number 327, 186 – 198 (in Eng.). <https://doi.org/10.32014/2019.2224-5294.187>
- [15] Shaternikova A. (2007). Perekosy v razvitii gostinichnoj infrastruktury mogut negativno skazat'sja na stremlenii pozicionirovat' Kazahstan kak novoe turisticeskoe napravlenie. *Panorama*, № 17. (in Russ.).
- [16] Kitaeva L.V. (2017). Makroekonomicheskie aspekty razvitija industrii gostepriimstva. *Vestnik jekspertnogo soveta*. №9. P. 85-98. (in Russ.).