



КАК ОТКРЫТЬ ОТЕЛЬ В КЫРГЫЗСТАНЕ И ТУРЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ АСПЕКТОВ

Бакыт ТУРДУМАМБЕТОВ - Канд. экон. наук, и.о. доцента

Кыргызско-Турецкий университет «Манас», Высшая школа туризма и гостиничного дела
tbakyt@yahoo.com

Ибрахим ГУНДОГДУ - Младший науч. сотр.

Кыргызско-Турецкий университет «Манас», Высшая школа туризма и гостиничного дела
ibrahim.g@windowslive.com

Аймира ИСМАИЛОВА – Магистрант

Кыргызско-Турецкий университет «Манас», Высшая школа туризма и гостиничного дела
aimira.ismailova@mail.ru

Аннотация

В данной работе сделана попытка обобщить опыт развития гостиничного сектора двух братских, но разных в туристическом развитии стран как Турция и Кыргызстан с тем, чтобы помочь, в первую очередь отечественным инвесторам в создании бизнеса в гостиничном секторе в регионах. Во-вторых, в работе выработаны рекомендации для соответствующих государственных органов Кыргызстана с тем, чтобы перенять положительный опыт Турции. В третьих, данная работа будет полезна как для студентов и магистрантов, так и для преподавателей и ученых факультетов/отделений по туризму. Результаты исследования показывают, что рынок гостиничной индустрии Турции уже заполнен и в инвестиционном плане находится на активном пике экономической фазы, в то время как рынок Кыргызстана – в самом ее начале. Однако процесс открытия отеля в Кыргызстане и условия вхождения на рынок сравнительно легкие, в то время как в Турции все довольно сложно и бюрократично.

Ключевые слова: Туризм, Гостиничный сектор, Средства размещения, Организационно-правовые аспекты, Кыргызстан-Турция.

HOW TO START A HOTEL IN KYRGYZSTAN AND TURKEY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SECTOR DEVELOPMENT HISTORY AND ORGANIZATIONAL-LEGAL ASPECTS

Abstract

In this work, we attempt to summarize the experience of the hotel industry development of the two brotherly, but different in the tourist development, countries such as Turkey and Kyrgyzstan. First, we develop recommendations for domestic investors in establishing a business in the hotel industry. Secondly, there are recommendations for the relevant state authorities of Kyrgyzstan about adopting experience of Turkey. This work is useful both for undergraduate and graduate students, and as well as for academicians and researchers engaged in tourism studies. The results of the study illustrate that investments into Turkey's hotel industry are already abundant and that the economic performance of the industry is at its peak, whereas, the hotel industry in Kyrgyzstan is only in its infancy. Yet, the process of opening a hotel in Kyrgyzstan is quite simple and there are few barriers to entry, while, the same process in Turkey is more complicated and more bureaucratic.

Keywords: tourism, hotel industry, accommodation facilities, organizational and legal aspects, Kyrgyzstan-Turkey.

1. Введение

Гостиничный сектор в Кыргызстане развивается в последние годы более динамично, чем раньше, что конечно в первую очередь связано с увеличением количества иностранных и внутренних туристов, путешествующих по стране. Поэтому все более возрастает заинтересованность определенной части иностранных инвесторов данным сектором (Oktaу и др., 2016). Однако международные гостиничные операторы не рассматривают Кыргызстан в качестве привлекательного места для развития бизнеса (Турдумамбетов, 2005). Они считают, например, что Бишкекский гостиничный сектор на уровне пяти звезд уже заполнен в достаточной мере. В связи с этим, по их мнению, в Кыргызстане может иметь развитие международные гостиницы 3-4 звездного уровня, которые могут инвестироваться компаниями с направленностью на второстепенные города СНГ (например, «Holiday Inn», «Courtyard» от «Marriott» и т.п.). Но таких компаний до сих пор не заметно на отечественном туристическом рынке. Инвестирование же в район озера Иссык-Куль фактически направлено на региональный, а точнее казахстанский посреднический уровень, где источником инвестирования выступают казахские, российские и частично кыргызские компании (Turdumambetov, 2014).

Тем временем, международные туроператоры считают, что как дестинация Кыргызстан может быть «упакован» и «продан» в качестве ключевого элемента комплексных туров по Великому Шелковому пути (Турдумамбетов, 2005: 125). Это означает, что необходимо инвестировать именно в развитие средств размещения в регионах, где расположены основные природные и культурные достопримечательности страны и где проходят разветвления Шелкового пути. Однако, как показывает отечественный опыт, в регионах катастрофически не хватает средств размещения туристов, за исключением сектора пляжного туризма на северном побережье Иссык-Куля.

В связи с этим, в данной работе сделана попытка обобщить опыт развития гостиничного сектора двух братских, но разных в туристическом развитии стран как Турция и Кыргызстан с тем, чтобы помочь, в первую очередь отечественным инвесторам в создании бизнеса в гостиничном секторе в регионах. Во-вторых, хотели бы также выработать рекомендации для соответствующих государственных органов Кыргызстана с тем, чтобы перенять положительный опыт Турции. В третьих, данная работа будет полезна как для студентов и магистрантов, так и для преподавателей и ученых факультетов/отделений по туризму.

2. Историческое развитие индустрии гостеприимства в мире

С самого начала существования человечества люди склонны к путешествиям. Причиной стремительного роста таких путешествий стало открытие колеса в цивилизации Шумеров приблизительно 4000 лет до нашей эры. В те же годы, на обочинах дорог впервые были сформированы пристанища для путников, а также велась торговля едой и питьем. Главным событием в истории мирового туризма считается начало Олимпийских Игр в Древней Греции 700 лет до нашей эры. Римляне, построив на дорогах трактиры и таверны, внесли огромный вклад в развитие путешествий. А в христианский период монастыри у дорог предоставляли ночлег и питание (Barutçugil, 1984).

Также в течение многих тысячелетий Великий Шелковый путь был самым значительным и эффективным способом интеграции народов Азии и Европы. Именно по нему проходил обмен товарами, знаниями, технологиями, культурами, что в итоге способствовало развитию городов, регионов, государств и цивилизаций, а также инфраструктуры путешествий, включая средства размещения (Турдумамбетов, 2004).

В связи с вышеизложенным, следует полагать, что основой возникновения гостиничных хозяйств являются путешествия. Также, говоря об истории гостиничного бизнеса, важно учитывать наряду с путешествиями, так и развитие культуры и истории человечества. В связи с переходом с одного места проживания в другое, будь это по причине религии или торговли у людей возникла потребность в жилье. Появление таких потребностей у людей, живущих в различных регионах мира, с разнообразным мировоззрением и культурой, привели к возникновению разного типа средств размещения, т.е. гостиничных хозяйств.

Согласно Denizler и др. (1998), развитие гостиничной индустрии мира имеет эволюционный характер и в хронологическом порядке оно указано в табл.1.

Таблица 1. Хронология развития гостиничной индустрии в мире*

Дата:	Событие:
1760 г.	В Англии впервые было введено понятие «отель». Данный термин первыми использовали гостиницы Anne's Hotels и The Grand Hotel.
1792 г.	В результате французской революции во Франции гостиницы среднего класса стали предлагать свои услуги как простые гостевые дома. Однако, в эти годы начали открываться городские отели и в Англии.
1794 г.	В Нью-Йорке в этом году открылся первый городской отель – City Hotel.
1801-1820 гг.	Таверны стали переходить в отели.
1825 г.	В этом году отель The Canal Hotel в Нью-Йорке впервые начал использовать газ.
1834 г.	В Соединенных Штатах вблизи железнодорожных станций стали открываться бизнес отели.
1846 г.	В этом году в отелях начали использовать систему отопления с радиаторами.

1848 г.	В Бостоне впервые в отелях начали предлагать сейфы для клиентов.
1859 г.	Отели в США впервые начали использовать лифты.
1870 г.	В этом году отели впервые внедрили спортивные площадки для обслуживания клиентов.
1882 г.	В Нью-Йорке в отеле Hotel Everest впервые использовали электрическое освещение.
1908 г.	В США начал функционировать отель Buffalo Statler, который был первым средством размещения одной из первых цепочек отелей Statler.
1935 г.	Начали открываться первые отели цепочек Hilton и Sheraton.
1942-1945 гг.	В годы Второй мировой войны гостиницы и мотели были использованы в качестве военных лагерей. Тем не менее, сразу после войны были огромные улучшения в гостиничном секторе.
1950-1970 гг.	Началась популяризация малых отелей.
1960 г.	Началось распространение понимания того, что отели и мотели бывают с разными целями и функциями, что в свою очередь предопределило разные виды их классификации. Концепция большого отеля постепенно начинает оседать.

*Таблица составлена авторами данной статьи

Мировая индустрия гостеприимства претерпела значительные изменения со времен средневековья и до сегодняшнего дня. Сейчас же мы видим развитую и устойчивую индустрию, идущую в ногу с инновациями, имеющую план затрат, методы управления, маркетинг, концепции продвижения, организационную структуру и технологию, которые изменились с внедрением автоматизации и механизации схемы (Dinçer, 1993). Пределы развития индустрии гостеприимства на сегодняшний день таковы: в 2015 году исследовательская компания под названием “Delta Check” провела исследование «Глобальный справочник по размещению (GARD)», где исследовали отели в 254 странах. В результате исследования выяснилось, что в мире существует более 2,3 млн. отелей и других средств размещения (Delta Check, 2015).

2.1. Развитие гостиничной индустрии в Турции

Развитие гостиничной индустрии в Турции берет начало в далеком прошлом. Даже если не было современных отелей, во времена сельджуков были построены красивые караван-сарай, которые являются первыми образцами гостиниц в Турции (Kozak, 2012:64). Караван-сарай османцев также были построены для торговли и также являются первыми гостиницами османского периода (Şener, 2001).

Согласно истории страны, несколько важных шагов в развитии гостиничной индустрии было сделано еще до образования современной Турции. Среди них: открытие первой профессиональной школы, в результате работ которой в 1898 году был открыт отель Pera Palas. А в 1841 году открылся отель d'Angleter и в 1892 году открылся отель Büyük Londra (Yıldız, 2010).

Турция сделала важные достижения в области туризма в плановые периоды. В период 1963-1980 годов была разработана модель планирования инвестиций с целью развития национального социально-экономического сектора государственных инвестиций, а также в качестве маршрутизатора для частного сектора (Önen, 2008: 9). С этой моделью Турция определила важность туристического сектора в национальную экономику. Инвестиции в данный сектор положительно повлияли на общее социально-экономическое развитие и подъем экономики. Параллельно росту числа туристов и средств размещения в последние годы, доходы, полученные от туризма, дают положительную динамику в общее развитие страны (см. Табл.2).

Таблица 2: Количество средств размещения и койко-мест в Турции

Годы	Средства размещения с сертификатом туристического предприятия		Средства размещения с сертификатом инвестиционного туристического предприятия	
	Количество средств размещения	Койко-места	Количество средств размещения	Койко-места
1996	1866	301524	1309	202631
1998	1954	314215	1365	249125
2001	1980	364779	1240	230248
2005	2566	483330	772	258287
2010	2647	629465	877	278255
2015	3309	850089	1125	314194

Источник: <http://www.tursab.org.tr>

Как видно из табл.2, количество средств размещения с сертификатом туристического предприятия удвоился за последние 20 лет, однако число средств размещения с сертификатом инвестиционного туристического предприятия имеет тенденцию снижения. Последний может быть связан с тем, что рынок гостиничной индустрии Турции уже заполнен и в инвестиционном плане находится на пике экономической фазы.

2.2. Развитие гостиничной индустрии в Кыргызстане

2.2.1. Туристический сектор Кыргызстана до и после распада СССР

До обретения независимости туризм в Кыргызстане был под надзором Госкомтуриста, Международного молодежного туристического бюро (ММТБ-Спутник), Совета по Туризму и путешествиям и Международным альпинистским центром «Тянь-Шань». В этом контексте Госкомтурист отвечал за прием иностранных гостей, Международный альпинистский центр – за альпинизм, Спутник – за молодежный туризм, а Совет по Туризму и путешествиям – за организацию внутреннего туризма. До 1991 года, согласно политике советского правительства и

бюджетному субсидированию цен, туристические движения больше назывались спортивными, развлекательными и лечебными, а термин «туризм» в большинстве случаев применялось в связи с обслуживанием иностранных туристов (Акбулаев, 2004).

Серьезные изменения в области туризма были после обретения независимости. Одной из главных тенденций в постсоветский период было то, что значительно сократилось количество туристов из бывших советских республик, приезжавших в основном в пансионаты, дома отдыха и на летние каникулы в лагеря, в то время как увеличилось число туристов с деловыми целями из западных и соседних стран. Кроме того, наблюдался резкий рост числа кыргызских граждан – «челночных туристов», выезжавших в основном в близлежащее зарубежье и в Турцию. Так, например, в 1996 году в страну прибыло всего 48,6 тыс. иностранных туристов, в то время как выехало за рубеж около 50 тыс. граждан Кыргызстана. Также в 1996 году был получен доход в объеме 2,6 млн. долл. с туристов из стран СНГ, которые составляли около 35,5 тыс. человек, и 1,6 млн. долл. с туристов из других стран, численностью около 13 тыс. человек. Однако анализ показывает, что за время путешествия в Кыргызстане западный турист еще тогда расходовал почти в 2 раза больше, чем турист из стран СНГ – 122 и 73 долл. соответственно (Турдумамбетов, 2005).

Согласно данным Нацстаткома в 2015 году в Кыргызстан прибыло 3050,6 тыс. человек и экспорт туристических услуг составил 410,1 млн. долл., т.е. каждый турист, прибывший в Кыргызстан, за время своего путешествия в стране в среднем тратит 134 долларов. Много ли это или мало? Для сравнения общемировой показатель – 1062 долл., т.е. у нас в Кыргызстане турист тратит в 8 раз меньше чем по всему миру. Неужели в Кыргызстане все настолько дешево? Или же предложение настолько ограничено, что туристу негде тратить свои деньги, и он обратно увозит их? Дешевизна и ограниченность предложения хоть и имеют место быть, не являются основными причинами малопродуктивности отрасли. Дело в том, что из-за отсутствия стратегической и конкретной маркетингово-туристической политики на уровне Правительства наша страна превратилась в экономическом плане в периферийную туристическую дестинацию с двумя основными направлениями:

- пляжное – для граждан стран СНГ со средними по нашим меркам доходами и;
- познавательно-культурное – для граждан Запада с относительно низкими доходами, т.е. в страну путешествия для так называемых бэкпекеров-рюкзачников (на англ. «backpacker»). Другими словами в Кыргызстан приезжают в основном самые бедные туристы (Турдумамбетов, 2015).

Туристический сектор имеет особую важность в развивающейся экономике Кыргызстана. Но сейчас трудно утверждать, что он обеспечивает достаточный вклад в национальную экономику. Тем не менее, есть все основания полагать, что Кыргызстан в будущем станет на уровне таких стран как Сингапур, Малайзия, Южная Корея или Турция, так как является страной с богатым туристическим потенциалом из-за очаровательной природы Тянь-Шанских гор с ее жемчужиной – озером Иссык-Куль и остатками исчезающей кочевой культуры как уникального исторического наследия. Единственное, что необходимо, это политическая стабильность, удовлетворение потребностей инвесторов и безопасность жизни и имущества туристов (Şenol & Turdumambetov, 2014).

2.2.2. Развитие гостиничной индустрии в Кыргызстане

Вкупе с развитием туристического сектора в Кыргызстане наблюдается и развитие гостиничного сегмента. Так, за последние несколько лет открылось множество отелей и других средств размещения. Однако многие существующие гостиницы были построены в советское время и поэтому были направлены на удовлетворение потребностей советского путешественника (Oktaу и др., 2016).

Как известно, на сегодняшний день потребности и ожидания туристов от услуг гостиничного сектора совсем другие, чем в советское время. Поэтому, необходимо удерживать соответствие качества гостиничных услуг согласно ожиданиям современного туриста. На данный момент ассортимент предприятий гостиничного сектора существенно изменился как в плане количества, так и в плане разнообразия. В связи с чем, увеличилась и разновидность предлагаемых туристам услуг. В то же время туристы стали более мобильными и разборчивыми в услугах, и теперь при выборе гостиницы обращают внимание на многие критерии.

Можно сказать, что в настоящее время классификация гостиниц в Кыргызстане делится на две категории: отели и специализированные средства размещения. В категорию последних входят следующие предприятия (Oktaу и др., 2016: 50):

- 1) Туристские базы;
- 2) Кемпинги;
- 3) Санатории;
- а) Детские санатории;

- б) Санатории-профилактории;
- 4) Дома отдыха;
- 5) Пансионаты;
- а) Пансионаты отдыха;
- б) Пансионаты с лечением;
- 6) Базы отдыха;
- 7) Спортивно-оздоровительные лагеря;
- 8) Детские оздоровительные комплексы.

Как видно из табл.3, в Кыргызстане, как и в Турции, за последние 20 лет удвоилось количество средств размещения. Однако из-за территориальной разницы этих двух стран сравнение простого количества средств размещения несопоставимо, поскольку в данном случае цифры разнятся аж в 25 раз, хотя по площади Турция больше Кыргызстана только в 4 раза.

Таблица 3: Количество официально зарегистрированных средств размещения и койко-мест в Кыргызской Республике

Годы	Количество средств размещения*	Количество койко-мест**
1996	88	21997
1998	75	15353
2001	177	34723
2005	150	27689
2010	161	25732
2015	192	31476

Источник: Национальный статистический комитет КР, 2016

* <http://www.stat.kg/kg/statistics/download/dynamic/844/>

** <http://www.stat.kg/kg/statistics/download/dynamic/845/>

Что касается вместимости, то большая часть объема койко-мест в Кыргызстане приходится на Чуйскую и Иссык-Кульскую области. Самые лучшие и соответствующие международным стандартам отели расположены в Бишкеке, которые существуют за счет частных и иностранных инвестиций. Также наряду с крупными отелями существуют и маленькие гостиницы, гостевые дома, которые были открыты в основном частными лицами. Несмотря на то, что в других регионах страны недостаточно гостиниц, особенно в сельской и горной местности, местное население предоставляет альтернативное размещение для туристов – проживание в традиционных кыргызских юртах. Также у туристов, приезжающих в города формируется спрос на апартаменты как альтернатива дорогим отелям (Oktay и др., 2016: 51).

Несмотря на многочисленные положительные показатели, предприятия, осуществляющие свою деятельность в данном секторе, все еще сталкиваются с рядом

трудностей. Несоответствие предоставляемых услуг ожиданиям международных туристов является самой существенной проблемой. Причиной этого является недостаток высококвалифицированного персонала и дорогие услуги и товары поставщиков. Из-за недостатка местного сырья, появляется необходимость закупки импортного, что повышает затраты и отрицательно влияет на конкурентоспособность. В связи с коротким туристическим сезоном, длительностью всего лишь в два-три месяца, большинство гостиниц расположенных на побережье Иссык-Куля, старается заработать за один сезон как можно больше, чтобы обеспечивать себя в течение всего года. По мнению некоторых ученых, это и является причиной завышенных цен и отрицательно влияет на ценовую конкурентоспособность (Oktay и др., 2016: 64).

3. Организационно-правовые аспекты открытия отеля в Кыргызстане и Турции

3.1. Организационно-правовые аспекты Кыргызской Республики

В связи с вышеизложенным туристический сектор на данный момент находится на этапе активного развития, и гостиничный бизнес является актуальным и прибыльным бизнесом. Ниже приводится информация о том, какие предстоит пройти правовые инстанции, чтобы открыть гостиницу в Кыргызской Республике.

1) Разработка бизнес-плана. Как и любой бизнес, гостиничный бизнес имеет свои особенности, риски и требует немалых инвестиций, а также достаточно долгий срок окупаемости. Поэтому прежде чем входить в этот сектор, рекомендуется составить подробный бизнес-план с учетом анализа всех рисков, объемом инвестиций и сроком окупаемости.

2) Регистрация юридического лица. Следующим этапом после составления бизнес-плана является определение организационно-правовой формы предприятия, т.е. регистрация юридического лица.

При наличии 1 учредителя гражданина КР – Открытие Общества с Ограниченной Ответственностью (далее ОсОО). При наличии нескольких учредителей кроме ОсОО возможны и другие варианты: Закрытое Акционерное Общество (ЗАО), Открытое Акционерное Общество (ОАО) или Акционерное Общество (АО).

Рассмотрим вариант наличия 1 учредителя и регистрацию предприятия как ОсОО. В этом случае для регистрации юридического лица необходимо подготовить следующее:

- Решение о создании ОсОО;

- Заполнить официальный бланк заявления для регистрации юридического лица;
- Копия паспорта учредителя;
- Подготовить и предъявить папку с документами в соответствующее Управление Министерства Юстиции (по месту регистрации юридического лица);
- По истечению 3 дней получить свидетельство о государственной регистрации юридического лица.

3) При наличии 1 учредителя необходимо подготовить Устав организации. При наличии нескольких учредителей – Устав и Учредительный договор;

4) Заказать печать;

5) Встать на учет в Государственной налоговой инспекции (ГНИ), Социальном фонде и Статистическом Комитете. При этом необходимо:

- Заполнить форму в налоговой;
- Предъявить заверенную копию Устава;
- Предъявить заверенную копию Свидетельства ОсОО;
- Предъявить копию паспорта учредителя.

ОсОО облагается налогами в зависимости от деятельности и оборотов. Ниже рассматривается налогообложение ОсОО по стандартному режиму:

- Подоходный налог – 10% (от заработной платы и всех выплат в пользу сотрудников);
- Налог на добавленную стоимость – 12%;
- Налог с продаж: при оплате наличными – 2%, при оплате перечислением – 0%;
- Налог на прибыль – 10% от прибыли;
- Вывоз мусора, налог на недвижимость, земельный налог – (индивидуально).

б) Строительство объекта:

- Договор на аренду земельного участка на 49 лет с разрешением на строительство;
- Договор со строительной компанией имеющей лицензию 1 класса;
- Создание проекта;
- Получение разрешения в Отделении архитектуры.

7) Прием объекта в эксплуатацию. После окончания строительства объекта проводится акт приема объекта в эксплуатацию. Приглашаются для проверки комиссии со следующих служб:

- Пожарная служба – проверка противопожарной системы, схемы пожарной эвакуации, входы и выходы, оснащения противопожарными баллонами;
- Городской водный канал (Горводоканал) – проверка водной системы, канализации, в т.ч. и проверка санитарных узлов;
- Бишкек теплосеть – проверка отопительной системы;
- Государственная экологически-техническая инспекция (Госэкотехинспекция) – проверка качества строительных материалов, использованных в строительстве объекта и технического соответствия объекта согласно нормам безопасности.

Все эти службы после проверки выдают разрешение на эксплуатацию объекта.

Также существуют поэтапные проверки, где службы поэтапно выдают разрешение на разные этапы работ по объекту, только после получения разрешения предприятие приступает к следующему этапу.

8) Подготовка объекта к открытию. В зависимости от концепции, дизайна и вместительности отеля, необходимо подобрать соответствующий инвентарь – мебель, посуду, технику, озеленение и т.д.

9) Проверка санитарно-эпидемиологической станции. Необходимо пройти проверку Санитарно-эпидемиологической станции (санэпидемстанция), которая осуществляет санитарно-эпидемический надзор за окружающей средой, за безопасностью питания, за производством, транспортировкой и реализацией пищевых продуктов в соответствии с санитарными требованиями с целью профилактики пищевых отравлений.

10) Защита прав интеллектуальной собственности. Для защиты интеллектуальных прав в Кыргызпатент КР направляется пакет документов и регистрируется товарный знак предприятия – отеля как его интеллектуальная собственность – его логотип, фирменный стиль, название и выдается сертификат о регистрации интеллектуальной собственности (Кыргызпатент, 2016).

3.2. Организационно-правовые аспекты Турецкой Республики

Законодательство Турецкой Республики по гостиничному бизнесу достаточно развито. На данный момент существует много законов и требований, согласно которым сегодня существуют тысячи гостиниц. Ниже следует список обязательных сертификатов, необходимых для открытия гостиницы, а также описания требований, проверок и наказаний со стороны муниципалитета.

Сертификат по туризму – это сертификат позволяющий пользоваться предусмотренными в законодательстве правами туристического сектора (приоритетное поощрение, относительное исключение и освобождение от налогов и т.п.). Сертификат по туризму выдается Министерством культуры и туризма как на этапах открытия бизнеса, так и вложения инвестиций. Сертификат по туризму состоит из следующих сертификатов - инвестиционный сертификат по туризму и сертификат туристического предприятия. Предприятие обязано в указанные министерством сроки вложить инвестиции и начать производство и предоставление туристических услуг.

В связи с вышеизложенным, существует четыре вида сертификатов выдаваемых Министерством культуры и туризма Турецкой Республики:

- Инвестиционный сертификат по туризму;
- Сертификат прямого туристического бизнеса;
- Сертификат туристического предприятия или;
- Сертификат дополнительной (частичной) деятельности в туристическом бизнесе.

Ниже рассмотрим особенности получения каждого из этих сертификатов.

Требования для получения инвестиционного сертификата по туризму.

Согласно Закону о туризме (Статья 5) для получения инвестиционного сертификата по туризму необходимо сдать в Министерство оригиналы документов и их нотариально заверенные копии согласно нижеследующему перечню документов:

- а) Заявление;
- б) Отчет со сведениями об инвестициях (место, вид, категория и объем инвестиций, финансовый и маркетинговый отчеты);
- в) При наличии нескольких инвесторов или при запросе министерством - подписанное соглашение между инвесторами;
- г) При запросе министерства: проект поэтапной реализации идеи с указанием таких особенностей как – вид бизнеса, его регион, масштабы и расположение, а также размер требуемых инвестиций,
- д) Разрешение на строительство или регистрация недвижимости, если предприятие находится на территории культурного наследия.

Сертификат туристического бизнеса выдается министерством на стадии организации бизнеса с определением квалификации объекта. По Статье 6 – Учредитель предприятия подает заявку на получение сертификата туристического бизнеса после получения инвестиционного сертификата по туризму. Для этого необходимо сдать в

министерство оригиналы документов и их нотариально заверенные копии, согласно нижеследующему списку:

- а) Заявление;
- б) Лицензия на открытие и эксплуатацию предприятия.

Сертификат прямого туристического бизнеса. Вместо Инвестиционного Сертификата по туризму, возможно получить Сертификат прямого туристического бизнеса. Для этого необходимо сдать документы в министерство согласно Статье 5 (кроме пункта д.) и Статье 6.

21 июня 2005 года в выпуске Государственной газеты №25852 были опубликованы правила входящие в закон о Туризме, по сертификации и квалификации туристических предприятий. Согласно которому, все туристические предприятия должны следовать этим требованиям и получать соответствующие сертификаты от министерства на стадии организации бизнеса.

Все туристические предприятия, сдают документы в министерство согласно всем требованиям. Министерство в течении 60 дней со дня подачи заявления, принимает решение о выдаче сертификата. При положительном решении – предприятие проходит проверку, при успешном прохождении проверки – получает Сертификат прямого туристического бизнеса.

Сертификат дополнительного туристического бизнеса. Статья 19 (Изменена: 16/5/1996 - 96/8209 К.) гласит: «Если туристическое предприятие функционирует согласно всем своим квалификациям и планирует дополнительное развитие, министерство рассматривает возможности его расширения». В случае положительного решения – предприятие получает Сертификат дополнительного туристического бизнеса, при условии сохранения вложения инвестиций не предоставляя неудобства постояльцам гостиницы. Сроки получения сертификата определяются министерством.

3.2.1. Контроль туристического предприятия-гостиницы в Турции.

Все туристические предприятия, включая гостиницы, находятся под контролем Министерства культуры и туризма, а также другими комитетами или советами на стадии вложения инвестиций и организации бизнеса путем прохождения периодических проверок. Однако эти государственные органы оповещают руководство предприятия о предстоящей проверке. Помимо представителей министерства в состав проверочной комиссии входят представители комитетов и советов, выдающих

различные разрешения в организации бизнеса. Например, предприятия на стадии инвестирования могут получать разрешения в местных представительствах министерств и комитетов. Согласно статьям 18-22 проверки на стадии инвестирования и организации бизнеса, должны осуществляться со стороны министерства и других комитетов. Предприятия не имеющие каких-либо сертификатов находятся под управлением местных государственных органов.

Журналы учета жалоб и проверок. Во всех сертифицированных туристических предприятиях должны быть журналы учета жалоб и проверок. Эти журналы должны быть пронумерованы, прошиты и представлены печатью местного представительства министерства. Проверочная комиссия после каждой проверки заполняет журнал с указанием даты и этапов проверки, а также проверяет работу с жалобами. Данный журнал должен храниться на видном месте, чтобы каждый имел возможность указать в ней свои жалобы и предложения. Руководитель предприятия должен каждый день проверять жалобы и решать их. При обнаружении в журнале информации касающейся нарушения закона (воровство, драка, сомнительные гости) он должен сообщить полиции о данной жалобе в течении 24 часов.

Отчеты. Сотрудники министерства ответственные за проверку, сдают отчеты в так называемое Управление проверочной комиссии. В отчете указываются данные о вложениях предприятия, рекомендации и заключения. Согласно принятому министерством решению, у предприятия фиксируются нарушения и регулируются Законом (Статья 37, пункт С. подпункт №2).

Штрафы. Если по результатам проверок зафиксированы множественные или серьезные нарушения, то это предприятие налагается штрафными выплатами. Но, в Законодательстве Турецкой Республики, присутствует общий принцип «Нет вины, нет и наказания» и нарушения такого рода указаны в Законе № 2634, статьи 31,32 и 33. Более детальная информация по штрафным выплатам опубликована в Государственной газете в выпуске №23529 в разделе «Правила регулирования туристических предприятий» от 20 ноября 1998 года. При этом практикуемые виды наказаний: выговор, штраф и лишение сертификата.

Возражения и судебные разбирательства. Согласно статье 9 (изменена: RG-21/05/2005-25821) выговор обычно обязателен. В случае же предъявления предприятию штрафа, возможно письменное возражение со стороны предприятия с обращением в министерство в течении семи рабочих дней. Эти возражения рассматриваются Наблюдательным советом. Решение выносится в течении месяца. Наблюдательный

совет может принимать, изменять или отменять штрафы. Окончательное решение принимается министерством. По факту нарушений, указанных в настоящих правилах, могут быть возбуждены судебные процессы, устанавливаемые административным судом, вплоть до отзыва лицензии.

4. Выводы и рекомендации

Таким образом, результаты исследования показывают, что рынок гостиничной индустрии Турции уже заполнен и в инвестиционном плане находится на активном пике экономической фазы, в то время как рынок Кыргызстана – в самом ее начале. Однако процесс открытия отеля в Кыргызстане и условия вхождения на рынок сравнительно легкие, в то время как в Турции все довольно сложно и бюрократично. Но, несмотря на это инвестиции в гостиничный сектор Кыргызстана и, особенно в его регионах незначительны, а в Турции напротив – наблюдается гостиничный бум. Так, например, количество средств размещения в Турции больше чем в Кыргызстане в 25 раз, хотя по занимаемой площади стран – только в 4 раза.

Такое положение может быть связано с тем, что Кыргызстан не проводит систематическую работу по продвижению страны как дестинации на международном рынке, а в Турции эта работа налажена должным образом. И как следствие инвесторы вкладываются в гостиничный сектор Турции, а в Кыргызстан практически нет. Хотя следует отметить, что Правительство Кыргызстана, хотя и не поддерживает сектор как следует, морально заинтересовано в его развитии.

Поэтому Правительству Кыргызстана в обязательном порядке следует разработать долгосрочную маркетинговую и инвестиционную стратегию развития как туризма в целом, так и гостиничного сектора в отдельности. В налаживании систематической работы по продвижению страны на международном рынке необходимо активизировать работу многочисленных посольств и консульств по линии Министерства иностранных дел.

Между тем, все еще важными и скорее всего объективными проблемами сектора остаются отсутствие мощного объединения между гостиницами, способного лоббировать свои интересы; отдаленное географическое расположение страны от крупных мировых рынков, таких как США и Западная Европа; а также мощная конкуренция между странами на мировом туристическом рынке. В решении этих и других проблем сектора немаловажна подготовка соответствующих кадров.

И наконец, в развитии гостиничного сектора Кыргызстана нужно перенять положительный опыт Турции, особенно в части разработки модели планирования инвестиций с тем, чтобы правильно направлять ограниченные государственные средства, а также в качестве маршрутизатора для частного сектора.

Список использованных источников и литературы:

- Akbulaev, N. (2004). Kırgızistan Ekonomisinde Turizm Sektörünün Yeri Ve Önemi, *Endüstüri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, Sıra:9.
- Barutçugil, S. (1984). Turizm İşletmeciliği, 2.baskı, Uludağ Basımevi, Mayıs.
- Delta Check (2015). *Global Accommodation Reference Database (GARD)*. <http://www.delta-check.com/en/> (02.02.2017).
- Denizer, D., Tetik, N., Akoğlan, M., Yeşiltaş, M., & Kozak, M., (1998). Otel İşletmeciliği Kavramlar-Uygulamalar, Edt.: KOZAK, N., Turhan Kitabevi, Ankara, s.11-15.
- Dinçer, D. & Dinçer, F. (1993) Türkiye'de Konaklama Sektörünün Gelişimi ve Başlıca Sorunları Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi.
- Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:2472, Eskişehir.
- Oktay, K., Gulcan, B., Tokmak, C., Asanova, K., & Margazieva, N. (2016). Kırgızistan ve Türkiye konaklama sektörleri analizi. *Uluslararası Düünden Bugüne Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 22-24 Mayıs 2015, Kastamonu, 46-67.
- Önen, M. (2008). Dünya ve Türkiye'de Turizm, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Temmuz, Ankara.
- Şener, Burhan Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, DetayYayınevi, Ankara, 2001.
- Şenol, F. & Turdumambetov, B. (2014). Toplumsal Olaylar Ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Vol:4 Issue: 2, June 2014.
- Turdumambetov, B. (2014). Tourism Development in the Post-Soviet and Post-Revolutionary Country: A Case Study of Kyrgyzstan. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*. Vol. 2 No. 6, August, 2014.
- Yıldız, T. (2010). Konaklama İşletmelerinde Yenileşim Yönetimi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Кыргызпатент (2016). Государственная служба интеллектуальной собственности и инноваций при Правительстве Кыргызской Республики. <http://patent.kg/index.php/ru/trademarks-and-service-marks.html>
- Турдумамбетов Б.У. (2005). *Проблемы и перспективы развития туризма в горных условиях Кыргызской Республики (монография)*. Бишкек, «Алтын-Тамга», 2005.
- Турдумамбетов, Б. (2004). Великий Шелковый путь и культурное наследие древних кыргызов как ключевые ресурсы туризма Кыргызстана. *Известия Национальной Академии наук Кыргызской Республики*, 2004, № 1.
- Турдумамбетов, Б. (2015). Миллионы туристов в Кыргызстане: победа или беда? Часть 1. *Аналитика Акипресс*, 2015, <http://analitika.akipress.org/news:5331>
- ТУРСАБ <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri> (02.02.2017).