

УДК 338.486.2.

## **ТРЕНДЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**Мадуархан Лаура Адилханкызы  
Мырзаханова Жанел Алмаскызы**

*laura.maduarxan@mail.ru*

Студенты кафедры Туризм Экономического факультета  
ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан  
Научный руководитель – Сейдуалин Д.А.

Туризм - межотраслевой хозяйственный комплекс, обладающий высоким мультипликативным эффектом. Сфера туризма успешно набирает прогрессивные обороты. Важность туристической индустрии обусловлена высоким показателем в области экономики, а в некоторых динамично развивающихся странах туризм давно стал основным источником экономической прибыли. Понятия гостеприимство и туризм напрямую взаимосвязаны, ведь туристы являются потенциальными потребителями.

В целях увеличения спроса, наращивания оборотов, а также повышения показателей туристической сферы появляется необходимость в налаживании процесса предоставления услуг, и повышения уровня сервиса. Важным условием привлечения клиентов является соблюдение актуальных трендов, а также введение эксклюзивных “ноу-хау”, не имеющих аналогов на рынке индустрий туризма, либо же создание тенденций, которые еще не достигли позиции мейнстрима.

Казахстан обладает колоссальными возможностями по развитию туризма, так как находится в центре Евразийского континента и в двух частях света, а также располагает на обширной территории с различными рельефами. Страна богата историко-культурными достояниями, отличается колоритными традициями, гостеприимством и радушием, а также обладает прекрасной гастрономией и сравнительно невысокой ценой трудовых ресурсов.

Индустрия туризма Казахстана является одним из основных финансовых кластеров и стала частью в списке 7 первенствующих не сырьевых сфер экономики республики. Государство обеспечивает поддержку индустрий туризма, а также данная сфера выбрана в качестве одной из перспективнейших сфер развития экономики страны. Индустрия туризма оценивается по различным коэффициентам, но один из наиболее основных коэффициентов в развитии данной сфере - это число туристских компаний. В Казахстане прослеживаются существенные диспропорции в формировании разнообразных отраслей туризма, наиболее доминирует формирование эмиграционного туризма, что приводит к вывозу из страны денежных средств. На данном этапе цель Казахстана в совершенствование иммиграционной политики, а также внутреннего уровня индустрии туризма: что гарантирует денежный доход в экономику государства, обеспечивает возможность населению страны возобновить собственные силы, направить финансы с туристической индустрии в местные рекреационные области, а также способствует формированию внутренней инфраструктуры страны. Внутренняя

индустрия туризма осуществляет воспитательскую задачу и способствует увеличению патриотизма также гордости людей за собственное государство.

В массовом индексе конкурентоспособности Мирового финансового форума согласно баллам политической деятельности, обеспечивающей стойкое формирование туризма, Казахстан находится на 80-й позиции из 140 государств, уступая таким странам как Уругвай, Россия, Испания, Франция, Германия [2]. Согласно разнице с 2019 годом Казахстан возвысился на 1 позицию, но существенно отодвинулся по таким позициям как благоприятная деловая среда на 15 позиций (с 36-го на 49-е место), по рынку труда на 10 позиций (с 47-го на 57-е место), по здоровью и условиям гигиены (с 6-го на 12-е место). По созданию благоприятных условий в стране для туризма страна на 98-м месте, по инфраструктуре на 89-ой строчке, по критерию международной открытости на 113-ом. Показатель по которому Казахстан является практически лидером, – это ценовая конкурентоспособность, по данному критерию находится на 4-м месте.

Главная проблема в том, что в стране говорят о развитии туристической индустрии, туристического бизнеса, но на практике оказывается, что две эти сферы развиваются самостоятельно, причем первая значительно уступает в развитии.

На долю международного туризма приходится 25-50% мировой торговли услугами. В мировом экспорте товаров и услуг на сегодняшний день туризм занимает третье место, уступая при этом продаже автомобилей и международной торговле нефтью. [3]

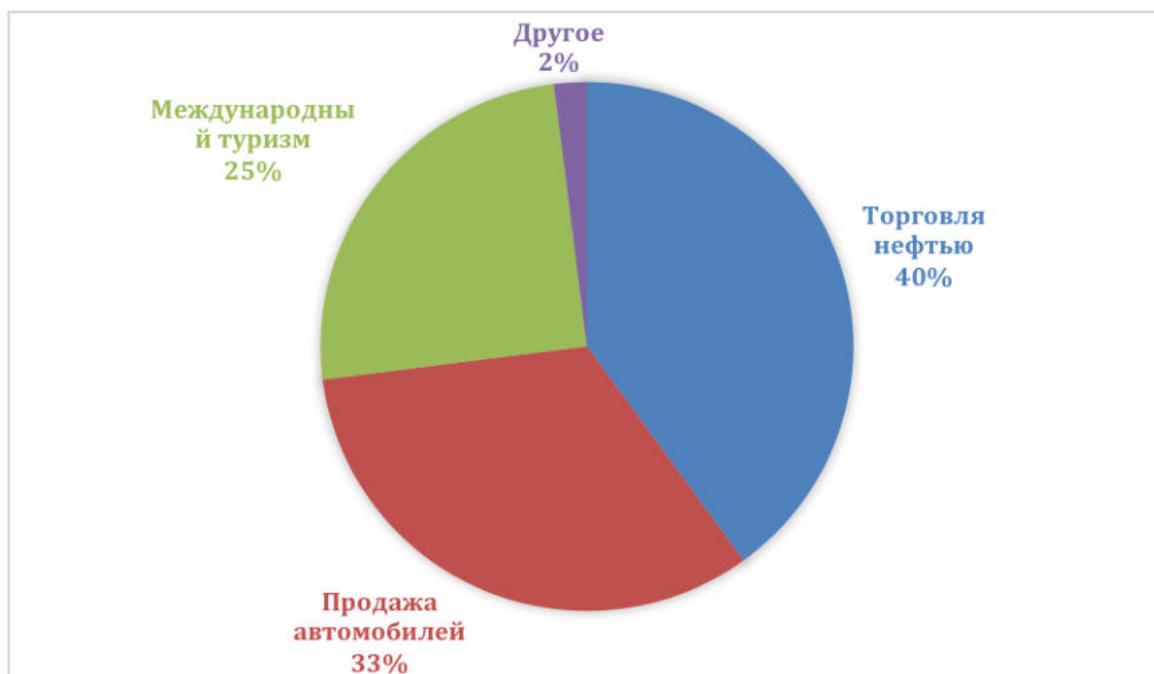


Рисунок 1. Торговля нефтью - 40%, Продажа автомобилей - 33%, Международный туризм - 25%, другое - 2%

В структуре мирового экспорта товаров и услуг, туризм занимает четвертое место. Проанализировав данные сферы услуг с учетом перманентных модификаций предпринимательского кластера, можно проследить определенную динамику сфер, пользующихся спросом во всем мире. [4]

В области иммиграционного, а также внутреннего туризма Казахстана прослеживаются направленности возникновения делового туризма, экологического туризма. Статистика внутреннего туризма постепенно увеличивается, однако это никак не говорит о том, что жители Казахстана в период отдыха остаются в стране. Эти обстоятельства свидетельствуют о том, что население предпочитает ездить только в тур поездки. Все без исключения хотят расслабиться, выбраться из городской суматохи, объединиться с

природой. Ежегодно с повышением благополучия жизни людей увеличивается более трепетное отношение к собственному самочувствию, развлечениям – рекреации.

Невзирая на то, что в посланиях народу глава Казахстана не один раз озвучивал трудности и значимость формирования местного туризма, по-прежнему мало внимания уделяется решению данного вопроса. Причинами сформировавшейся ситуации стало следующее: На Сегодняшний День в стране имеются административные препятствия, специфическое законодательство, халатность определенных муниципальных организаций в принимаемых постановлениях и неумение просчитать вероятные результаты того или иного распоряжения, закона. Вероятно, из-за малой компетентности в сфере туризма совершается ликвидирование естественных ресурсов, как, например, с курортом «Кокжайляу», который подвергается застройке, а вследствие исчезновения природных богатств страны. Устойчивые экономически сформированные государства основываются на занятости, самозанятости малого бизнеса, в частности в области услуг. Степень формирования услуг – есть степень формирования страны. Правительство очень часто затрагивает тему трудностей малого бизнеса, но, в то же время муниципальные органы власти не всегда ставят в приоритет данную сферу развития.

Казахстан – подходящая локация для отдыха и развлечений, которая владеет оригинальным естеством, выделяется отличительными чертами рельефа, флоры, фауны и увлекательными зонами, аналогов которым нет во всем мире. Наиболее привлекательными для зарубежных путешественников являются такие локации как горный каток «Медео», предгорья хребта Заилийского Алатау, азиатский облик существования, а также уклад жизни кочевников. Иностранцы проводят время в аулах, живут в кибитках и юртах, обучаются пасти животных, употребляют национальные напитки и блюда, принимают участия в скачках на лошадях, в общем увлекаются национальным колоритным туризмом. При содействии Казахстанской туристской ассоциации (КТА) в селах Алматинского, Акмолинского также Южно-Казахстанского регионов обширно формируются гостевые здания. Европейцев и американцев по большей части привлекает сущность Казахстана, природа, ее первобытность и безукоризненность культуры, эти факторы оказывают непосредственное влияние на развитие экотуризма. Жители других стран оценивают Казахстан, как экономически выгодного партнера, подходящего для деловых инвестиций – в промыслы нефти, газа, полезных ископаемых, без внимания не остается и обширная местность. За последние годы возрос спрос на алкогольный (винный) туризм. Туристы приезжают на Иссыкское предприятие, для экскурсий и дегустации напитков. Прослеживается потребность в экстремальном, горном туризме: путешествия на вертолетах, воздушных шарах, рафтинг, горнолыжная индустрия. Согласно данным туристских фирм также интересна индустрия рыболовства и охоты. Местные фирмы создают проекты с выездом на безлюдные локации, где путешественники имеют все шансы провести отдых в экстремальных обстоятельствах, поохотиться, а также порыбачить.

Изучение неустойчивого формирования туризма на локальном уровне в развивающихся государствах, демонстрирует условия, содействующие непрочному развитию туристической сферы, которые оказываются вне контроля органов власти и населения [5]. Данные условия объединены с проблемами государственного масштаба, в том числе финансовая политическая деятельность, значимость туризма, взаимоотношения с важными личностями, принимающими постановления (министрами, начальниками департаментов) также связанными с интернациональными туроператорами в концепции интернационального туризма. Главным заключением изучения стал результат стабильного формирования туризма в региональной степени развивающихся государств, который требует твердых общественно-политических заключений, надзор над их осуществлением, а также совместная работа международных туроператоров и районных турагентств [6]. Со стороны же нашего государства постоянно оказываются различные виды помощи и поддержки: выделение субсидий, льгот, розыгрыш тендеров и пр.

Проанализировав политическую деятельность и события, проводимые в области

регулировки туризма зарубежных государств, можно про акцентировать некоторые базисные комбинации, схожие с более цивилизованными в туристском взаимоотношении государствами:

- Главная значимость в регулировке развития туризма муниципальных организаций управления, и формированием в государственной степени общего распоряжающегося органа, вплоть до придания ему статуса министерства;

- основой целью регулировки туризма считаются долговременные стратегии, способные обеспечить устойчивое формирование туризма, а также разрабатываемые в их базе проекты создания туристических сфер в регионах, либо единичных элементов туриндустрии;

- существенная значимость туризма в осуществлении общественной политической деятельности: такая же, как и в области формирования дополнительных рабочих мест, социальной охраны малоимущих пластов населения, привнесение первоочередной значимости формирования общественного туризма;

- поощрение несезонного туризма, с целью уравнивания туристских прибытий также, в соответствии с этим, снижение давления в инфраструктуре - аэропорты, авиалинии, автотранспортные коммуникации, ресурсы размещения;

- выражение со стороны организаций государственной регулировки туризма высокой заинтересованности к учебно-экспериментальным трудам в данной области, рассмотрению направленностей формирования, использованию рекламных технологий;

- использование, применение новых технологий, как ресурса увеличения конкурентоспособности своего туристского провианта и повышения уровня доступности производительности применения туристских ресурсов;

Подводя итоги проделанной работы, авторы приходят к выводу, что развитие внутреннего и въездного туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики. В Казахстане идет активная работа по формированию имиджа и привлекательности местной туристской среды. В свою очередь, предпринимательская деятельность - это способ развития экономической структуры путем создания бизнес-проектов и различных инициатив, потенциально имеющих спрос у потребителей. Сфера гостеприимства и общественного питания за последние годы достигла высокого уровня развития и качества предоставляемого сервиса. Но несмотря на это, есть еще масса неосвоенных видов бизнеса. Сфера туризма занимает сегодня лидирующие позиции в структурах торговли и экономики, учитывая показатели, такая ситуация пойдет на спад совсем не скоро. А предоставление услуг гостеприимства и общественного питания, в частности, станут настоящей артерией в области туризма.

#### **Список использованных источников**

1. Лавлок Кристофер. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. - Издательский дом «Вильямс», 2005. - 982 с.

2. Lauren Uppink Calderwood, Maksim Soshkin/ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

3. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т. А. Сфера услуг в современном обществе: экономика, менеджмент, маркетинг. - Иркутск: БГУЭП, 2004. - 281 с.

4. Белл Дэниэл. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования. - М.: Академия, 1999. - 578 с.

5. Reference to Urgup in the region of Cappadocia, Turkey

6. Tosun, G. Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey, 22(3).- P. 134-142.