«Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті» КеАҚ

ӘОЖ 338.486 (574.2) Қолжазба құқығында

**ТУКИБАЕВА КУРАЛАЙ БАЗАРБЕКОВНА**

**Туристік саланың инновациялық дамуын басқару (****Астана қаласы мен Ақмола облысының материалдары негізінде)**

6D051700 – Инновациялық менеджмент

Философия докторы (PhD)

дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Отандық ғылыми кеңесші

экономика ғылымдарының кандидаты,

доцент м.а.

Жансеитова Г.С.

Шетелдік ғылыми кеңесші

экономика ғылымдарының докторы,

профессор

Праневич А.А.

Қазақстан Республикасы

Астана, 2023

**МАЗМҰНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР**.................................................................... | | 3 |
| **АНЫҚТАМАЛАР**.............................................................................................. | | 4 |
| **БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**....................................................... | | 6 |
| **КІРІСПЕ**.............................................................................................................. | | 7 |
| **1** | **ТУРИСТІК САЛАНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ**........................................ | 11 |
| 1.1 | Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың теориялық тұжырымдамалары...................................................................................... | 11 |
| 1.2 | Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың зерттеу әдістемесі...................................................................................................... | 26 |
| 1.3 | Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың шетелдік тәжірибесі..................................................................................................... | 44 |
| **2** | **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ТУРИСТІК САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫ ТАЛДАУ**............... | 61 |
| 2.1 | Қазақстан Республикасы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың қазіргі жағдайы....................................................................... | 61 |
| 2.2 | Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын талдау.................................................................... | 87 |
| 2.3 | Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқарудың факторларын бағалау................. | 109 |
| 3 | **АСТАНА ҚАЛАСЫ ЖӘНЕ АҚМОЛА ОБЛЫСЫНЫҢ ТУРИСТІК САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ**.................................................................... | 120 |
| 3.1 | Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару механизмін жетілдіру........................... | 120 |
| 3.2 | Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың моделі............................................... | 137 |
| **ҚОРЫТЫНДЫ**................................................................................................. | | 151 |
| **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**............................................. | | 153 |
| **ҚОСЫМША А** –Енгізу актілері...................................................................... | | 163 |
| **ҚОСЫМША Ә** – Туристік саладағы инновациялардың жіктеу белгілері..... | | 166 |
| **ҚОСЫМША Б** – Туристік саладағы инновациялардың типтері.................. | | 167 |
| **ҚОСЫМША В** – Туристік саладағы инновацияның сипаттамасы.............. | | 168 |
| **ҚОСЫМША Г** − Туристік саланың инновациялық дамуына әсер ететін факторлар............................................................................................................. | | 170 |
| **ҚОСЫМША Ғ** − Туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламаларының контент-талдауы............................................................... | | 171 |
| **ҚОСЫМША Д** – Қазақстан аймақтарын туристік және инновациялық даму бойынша 2020-2021 жж. көрсеткіштері бойынша ранжирлеу............... | | 173 |

**НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР**

Ұсынылған диссертациялық жұмыста келесі стандарттарға сілтемелер қолданылған:

СТ РК 2247-2012. R&D&I менеджменті. R&D&I терминдері мен анықтамалары.

СТ РК 166001-2012. R&D&I менеджменті. R&D&I жобаларына қойылатын талаптар.

СТ РК UNE 166002-2012. R&D&I менеджменті: R&D&I менеджмент жүйесіне қойылатын талаптар.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы: 2019 жылдың 31 мамыры, №360 бекітілген.

Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2015-2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы: 2014 жылдың 1 тамызда, №874 бекітілген.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы туралы: 2017 жылдың 12 желтоқсаны, №827 бекітілген

Қазақстан Республикасының Заңы. Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы: 2001 жылдың 13 маусымы, №211 бекітілген.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы: 2017 жылдың 30 маусымы, №406 бекітілген.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Концепция развития медицинского туризма в Республике Казахстан.

«Қазақстан - 2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты»: Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы, 2012 жылғы 14 желтоқсан.

**АНЫҚТАМАЛАР**

Диссертациялық жұмыста төмендегідей анықтамаларға сәйкес терминдер қолданылды:

**Инновация –** инновациялық қызметтiң жаңа немесе жетiлдiрiлген өнiм, жаңа немесе жетiлдiрiлген технологиялық процесс түрiнде iске асырылған нәтижесi, сондай-ақ қоғамдық қатынастың әртүрлi саласында өндiрiстiң және қоғамды басқарудың әртүрлi салаларына прогрессивтi ықпал ететiн ұйымдық-техникалық, қаржы-экономикалық және басқа да шешiмдер.

**Инновациялық қызмет –** нәтижелерi экономикалық өсу мен бәсекелестiк қабiлеттiлігі үшiн пайдаланылатын, өндiрiстiң және қоғамды басқарудың әртүрлi салаларына жаңа идеяларды, ғылыми бiлiмдердi, технологиялар мен өнiм түрлерiн енгiзуге бағытталған қызмет.

**Инновациялық даму –** бұл экономикалық көрсеткіштердің абсолютті және салыстырмалы өзгеруімен (өсуімен) сипатталатын әрі максималды экономикалық, әлеуметтік және экологиялық эффект алу мақсатында ғылыми жетістіктерді жүзеге асыру негізінде әлеуметтік қажеттіліктерді барынша толық қанағаттандыруға бағытталған кәсіпорынның ғылыми, өндірістік, экономикалық, коммерциялық, қаржылық, маркетингтік, басқару қызметіне инновацияларды енгізудің мақсатты үздіксіз процесі.

**Туристік саланың инновациялық дамуын басқару –** инновациялық саясатты және оны жүзеге асыру механизмдерін әзірлеуді, инновациялық қызметтің стратегиялық мақсаттарын қалыптастыруды, жоспарларды, бағдарламаларды, жобаларды әзірлеуді және оларды орындауды, инновациялық қызметті басқарудың құрылымын құруды, инновацияларды әзірлеу процестерін ұйымдастыруды жоспарлауды, инновациялық процесс кезеңдерінің орындалуын бақылауды, инновациялық бағдарламаларды ұйымдастыруды және оларды жеделдету.

**Инновациялық белсенділік –** өнімдік, ұйымдастырушылық, технологиялық және басқарушылық инновацияларды құру, дамыту және нарыққа шығару бойынша серпінді, мақсатты қызмет.

**Инновациялық орта –** инновациялық қызметті қамтамасыз ететін экономикалық, ұйымдастырушылық, әлеуметтік және институционалдық орталардан тұратын біртұтас жүйе және инновациялық процеске қатысушының ішкі, сыртқы орталарының үйлесімі.

**Инновациялық әлеует –** нарық субъектілерінің инновациялық қызметін жүзеге асыруды және инновациялық өнімді құруды қамтамасыз ететін инновациялық ресурстардың (материалдық, қаржылық, ақпараттық, зияткерлік, технологиялық және ғылыми-техникалық) жиынтығы.

**Инновациялық стратегия** **–** бұл нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ететін өнімдерді, технологияларды, басқару нысандары мен әдістерін жаңарту бойынша таңдалған бағыттарының жиынтығы.

**Инновациялық саясат –** бұл ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің нәтижелерін кәсіпкерлік қызметке енгізуді қамтамасыз ететін басқарушылық, ұйымдастырушылық, экономикалық және технологиялық шешімдердің, әдістер мен тәсілдердің жиынтығы.

**Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігі –** бұл туристік қызметтердің қосымша құнын құру, ресурстық базаны және бәсекелестер арасында жоғары нарықтық позицияларды сақтау қабілеті болып табылады және ұзақ мерзімді перспективаға бағытталған динамикалық процесс.

**R&D&I процестері** – бұл R&D&I менеджменті жүйесін басқару мақсатында, қызметіне бөтен кәсіпорындардан мамандар тартылатын және қызметі R&D&I менеджменті бөлімшесімен орындалатын, жаңа ой-пікірлерді іздеу, білімдер мен тәжірибелерді жинау, жаңаларды құру және бар технологифяларды жетілдіру үшін тапсырма берілген R&D&I жобаларын орындау мақсатында R&D&I бірліктерімен орындалатын қызмет.

**БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**

|  |  |
| --- | --- |
| ҚР ИИДМБ | * Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың мемлекеттік бағдарламасы |
| ЖІӨ | − Жалпы ішкі өнім |
| БТА | − Басым туристік аумақтар |
| МҰТП | − Мемлекеттік ұлттық табиғи парктер |
| ШБКА | − Шортанды-Бурабай курорттық аймағы |
| R&D&I | − Research, Development and Innovation |
| ШОБ | − Шағын және орта бизнес |
| PCA | − Principal component analysis – негізгі компоненттер әдісі |
| ДТҰ | − Дүниежүзілік туристік ұйым (United Nations World Tourism Organization) |
| ҰТҰ | − Ұлттық туристік ұйымдар |
| GII | − Global Innovation Index (Жаһандық инновация индексі) |
| TTCI | − Travel and Tourism Competitiveness Indeх (Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі) |
| TTDI | − Travel and Tourism Development Index (Саяхат және туризмнің даму индексі) |
| ЕҚТА | − Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар |
| ЖӨӨ | − Жалпы өңірлік өнім |
| DMO | − Destination management organization |
| DMC | − Destination Management Company |
| ТСИДБ | − Туристік саланың инновациялық дамуын басқару |
| ТАО | − Туристік ақпараттық орталықтар |

**КІРІСПЕ**

**Зерттеу тақырыбының өзектілігі.** Жаһандық бәсекелестік жағдайында экономиканың салалары үшін инновацияларды енгізу басым бағыт болып табылады. Себебі, инновациялық бағыт экономикалық дамудың жоғары қарқындылығын қамтамасыз етеді. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару бірқатар қиындықтармен сипатталады, атап айтсақ, ресурстармен қамтамасыз ету және ұйымдастырушылық-басқарушылық сипаттағы мәселелер, аталған саланы дамыту бағдарламалары мен жобаларды жүзеге асыру барысында басқару құралдарының болмауы және т.б.

Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2015-2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында туризм шикізат нарықтарындағы құбылмалылыққа тәуелділігі аз, шынайы экономикалық құндылықты қалыптастыратын сала ретінде сипатталады. Туристік сала инновациялық даму тұрғысынан басым бағыттардың бірі болмағанымен, әр түрлі инновацияларды енгізудің бастамашысы болып табылады. Алайда, билік органдарының, туристік бизнестің, ғылыми және жергілікті қауымдастықтың өзара іс-қимылы арасында үйлестірудің төмен деңгейі байқалады. Қазақстанның туристік саласының инновациялық дамуын басқару мәселесі өзекті, алайда қазіргі уақытта жеткілікті зерттелмеген сала болып табылады. Сондықтан, бұл зерттеу тақырыбы терең теориялық зерттеулер мен кешенді талдауды, ғылыми негізделген әдістемелік және практикалық ұсыныстарды қажет етеді.

**Диссертация тақырыбының ғылыми зерттелу деңгейі.** Инновация теориясы мен инновацияларды басқару тұжырымдамаларының негізін Й. Шумпетер, П.Ф. Друкер, Б.А. Лундвалл, Р. Росвел, Дж. Купер, К. Фримен, Е. Робертс, М. Портер, И. Ансофф, К.М. Кристенсен, М.Е. Рейнор, Г. Менш, Б. Твисс, Ч. Ким, Р. Моборн және т.б. шетелдік ғалымдар қалаған. Бүгінде бұл авторлардың еңбектері ірі ұлттық компанияларда инновациялық жобаларды жүзеге асыруда зерттеулер жүргізу үшін қолданылады. Сонымен қатар, инновациялық менеджменттің теориясы мен практикасының дамуына ТМД елдерінің ғалымдары үлкен үлес қосты, олардың қатарында Л.М. Гохберг, Р.А. Фатхутдинов, В.Г. Медынский, В.Я. Горфинкель, А.Б. Титов, Н. Кондратьев, А. Анчишкин, Г. Дынкин, А.Л. Суворова, О.К. Абрамов, Г.Г. Азгальдов, А.В. Костин, В.В. Лапшов.

Компаниялардың, экономика салаларының және қызмет салаларының инновациялық дамуын басқару процестерін зерттеуге В.В. Коокуева, Ю.А. Арутюнов, М.А. Гончаренко, А.С. Шаранин, А. Николаев, Т.А. Чекулина, Е.А. Тамахина, В.П. Баранчеев, Л.М. Мартынов, Н.А. Кузьминых, О.В. Никулина, А.В. Сухоруков, В.В. Реймер, А.В. Улезько, С.Б. Пастушенко, С.С. Елецкая, Е.И. Пискун, Р.М. Батталов, Л.Ю. Ананьева, И.В. Роздольская, А.Б. Курлов, B. Crépon*,* E. Duguet*,* J*.* Mairesse үлес қосты. Сондай-ақ зерттеудің осы саласына С.Б. Абдыгапарова, Ф.М. Днишев, Ф.Г. Альжанова, Е. Амирбекулы, У.Б. Баймуратова, А.С. Габдулина, А.Н. Дауренбекова, С.Т. Купешова, Г.К. Нұрғалиева, Р.К. Сагиева, Г.Н. Сансызбаева, А.А. Таубаев, А.С. Жупарова, С.А. Рахимова, Б.С. Толысбаев, К.А. Кирдасинова, Н.А. Курманов сияқты отандық зерттеушілердің ғылыми еңбектері арналған.

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару теориясына келесі ғалымдар баға жетпес үлес қосқан: A.M. Hjalager, Doris Gomezelj Omerzela, César Camisóna, Vicente M. Monfort-Mir, Marta Nedim Yüzbaşıoğlu, Pınar Çelik, Yunus Topsakal, Sarath Divisekera, Van K. Nguyen, Najda-Janoszka, Sebastian Kopera, М.Л. Вартанова, Ю.Ю. Швец, В.С. Новиков, С.В. Валеева, Л.Р. Маклашина, И.Н. Ветров, Ю.В. Лапшин, С.С. Гвоздиков, А. Каденюк, Д.А. Рубан, Т.В. Сысоева, В.А. Молчанова, Л.Н. Давыденко, Д.В. Ялтыхов, М.М. Зуева, Е.В Яковенко, Е.А. Лапа, Г.Г. Ермоленко, Ю.В. Слива-Щерба, Э.Н. Латыпова, А.Н. Пыхарев, А.Ш. Елетова, Т.П. Левченко, В.А. Вареников, А.В. Игнатьев, оның ішінде отандық ғалымдар Т.К. Бабланов, Л.С. Нурпеисова, Б.О. Сабатаева, А.Г. Абдраманова. Сонымен қатар, туристік саланың даму мәселелерін зерттеуге С.Р. Ердәулетов, А.Ж. Садуов, М.С. Мурзамадиева, А.Т. Тлеубердинова, С.К. Сураганова, Г.М. Дуйсен, Н.А. Урузбаева, Б.У. Сыздыкбаева, А.Т. Ниязбаева, Л.М. Муталиева сияқты бірқатар отандық ғалымдар үлес қосқан.

**Диссертациялық зерттеудің мақсаты –** Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару бойынша теориялық негіздемелер және тәжірибелік ұсыныстар әзірлеу. Диссертациялық зерттеу мақсатын жүзеге асыру келесі міндеттерді шешуді қажет етті:

* туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың теориялық негіздері мен тұжырымдамаларын зерделеу;
* туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың шетелдік тәжірибесін зерделеу;
* Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын талдау;
* Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқарудың факторларын бағалау;
* Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмін жетілдіру;
* Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың моделін әзірлеу.

**Зерттеу объектісі –** Астана қаласы мен Ақмола облысындағы туристік сала кәсіпорындары.

**Зерттеу пәні –** туристік саланың инновациялық дамуын басқаруды зерттеу барысында туындайтын ұйымдастырушылық-басқарушылық қатынастар.

**Зерттеудің теориялық-әдістемелік базасы.** Диссертациялық зерттеудің теориялық негізін туристік саланы басқару мен оның инновациялық дамуы бағытындағы шетелдік және отандық ғалымдардың ғылыми еңбектері құрайды. Зерттеудің авторлық тұжырымдамалық моделін эксперименттік тестілеу үшін құрылымдық теңдеулерді модельдеу әдісі пайдаланылды, бұл ретте зерттеу нәтижелері үшін SPSS IBM 20 және SmartPLS бағдарламаларының көмегімен факторлық және дисперсиялық талдау сияқты ақпаратты өңдеудің статистикалық әдістері қолданылды. Зерттеуде қолданылған негізгі әдістер – салыстырмалы талдау, контент-талдау, SWOT-талдау, эксперттік сауалнама, ранжирлеу, Дельфи әдісі.

**Зерттеудің ақпараттық базасы** Қазақстан Республикасының туристік қызмет туралы заңнамасына, мемлекеттік бағдарламалар мен тұжырымдамаларға, монографияларға, ғылыми мақалалардың, мерзімді басылымдардың және электрондық ресурстардың ресми материалдарына, Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының статистикалық деректеріне, Қазақстан Республикасының туристік саласы бойынша анықтамалық материалдарға, Жаһандық инновациялық индексіне, Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі мен Саяхат және туризмнің даму индексіне негізделген.

**Диссертациялық зерттеудің ғылыми жаңалығы.** Зерттеу барысында алынған нәтижелердің ғылыми жаңалығы келесідей:

1. Авторлық көзқарас тұрғысынан теориялық және әдістемелік зерттеу негізінде туристік саланың инновациялық дамуы үшін оның қатысушыларының өзара әрекеттесуін қамтитын инновациялық экожүйенің ерекшеліктері нақтыланды және тұжырымдалды.
2. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуына әсер етуші факторларға талдау және бағалау жүргізілді.
3. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмі жетілдірілді, оның жаңашылдығы − бұл саладағы инновацияларды құру мен енгізу процесі яғни, қаржылық, кадрлық, өндірістік және ақпараттық қамтамасыз етуге бағытталған формалар және әдістер мен құралдарды қамтиды, атап айтқанда, туристік саладағы инновациялық қызметті дамытудың стратегиясы, бағдарламасы мен жол картасы, туристік саладағы инновациялық саясатты қалыптастыру, сонымен қатар, инновациялық қызметке туристік кәсіпорындарды тарту үшін қолайлы орта құру болып табылады.
4. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың моделі әзірленді. Модельдің жаңашылдығы туристік сала қатысушыларының инновациялық инфрақұрылымдармен байланыс орната отырып, туристік кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін арттыратын шараларды қамтуы болып табылады.
5. «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін құру ұсынылды, оның жаңашылдығы Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытудың ресурстық, консультациялық және технологиялық негізін шоғырландыруында.

**Қорғауға шығарылатын негізгі тұжырымдар:**

1. Туристік саланың инновациялық дамуы мен оны басқарудың теориялық-әдістемелік тұжырымдамалары.
2. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық даму факторларына талдау мен бағалау нәтижелерінің негізінде құрастырылған зерттеудің тұжырымдамалық моделі.
3. Туристік саладағы инновациялық қызметті жандандыру және туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың жетілдірілген ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмі.
4. Туристік ұйымдардың инновациялық белсенділігін арттыруға бағытталған Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқару моделі.
5. Туристік саланың инновациялық дамуы мен туризмдегі R&D&I-ды нығайтуға мүмкіндік беретін «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің моделі.

**Диссертациялық жұмыстың теориялық және тәжірибелік маңыздылығы.** Диссертацияда алынған нәтижелер туристік саланың инновациялық дамуын басқару саласындағы ғылыми және қолданбалы зерттеулерді одан әрі дамыту үшін пайдаланылуы мүмкін. Зерттеу нәтижелерін іске асыру 3 енгізу актісімен расталған: «Арман-Тур» ұлттық туроператорлық компаниясы, «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясы» акционерлік қоғамы және Туризм индустриясының комитеті.

**Зерттеу нәтижелерінің апробациясы:** Диссертацияның негізгі ережелері халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияларда жария талқылауға шығарылды. Диссертация тақырыбы бойынша ғылыми мақалалар жарияланды. Сондай-ақ, нәтижелерді жүзеге асыру туралы енгізу актілері алынды (Қосымша А).

**Ғылыми жарияланымдар:** зерттеу нәтижелері ҚР БҒМ БҒСБК ұсынған 5 отандық басылымдарда, 3 халықаралық конференцияларда жарияланды. Сонымен қатар 1 ғылыми мақала Q2 квартиліндегі «Journal of Environmental Management and Tourism» атты халықаралық ғылыми журналында жарияланды.

**Диссертациялық жұмыстың құрылымы мен көлемі.** Жұмыс кіріспеден, үш бөлімнен, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиет көздері мен қосымшалардың тізімінен тұрады. Жұмыстың негізгі мәтіні 163 бетте берілген. Пайдаланылған әдебиеттер тізімі 168 атаудан тұрады. Диссертацияға 35 сурет және 50 кесте, 7 қосымша, 3 енгізу актісі кіреді.

**1 ТУРИСТІК САЛАНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ**

* 1. **Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың теориялық тұжырымдамалары**

Қатаң бәсекелестік пен экономикалық тұрақсыздық, шикізат ресурстарына бағаның жоғары тұрлаусыздығы жағдайында мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық дамуының негізгі драйвері − туристік сала субъектілерінің өнімді инновациялық қызметі мен инновациялық белсенділігі болып табылады. Бұл әрбір елге әлемдік туристік нарықта қосымша бәсекелестік артықшылыққа ие болуға және халықаралық нарықта ілгерілеуге мүмкіндік береді. Мысалы, халықтың өзге өңірлердегі өмір салтымен танысуға және жаңа білім алуға деген қажеттіліктері; классикалық және дәстүрлі дестинациялардың қанығуы; келу туризміндегі нарық квотасын жоғалту қаупі; бәсекелестіктің күшеюі, стандартталған жаһандық өнімдер ұсыныстарының өсуі; азаматтардың өз елінің өңірлеріне ұқсас аймақтарға шығуын тежеу қажеттілігі; технологиялық революция; экономикадағы қызметтердің кеңеюі; ұсыныс экономикасынан сұраныс экономикасына өту сияқты бірқатар факторлар инновациялық дамуға көшу үшін қуатты серпін болып табылады.

Бүгінгі таңда Қазақстанда туризм қалыпты қарқынмен дамып келеді, оның әлеуметтік-экономикалық әсері аз және даму көрсеткіштері төмен. Туристік саланы басқарудың қолданыстағы тәжірибесі көптеген ұйымдастырушылық және басқару кезеңдерінен өтті. Мәселен, тәуелсіздік алған уақыттан бастап туристік саланы басқару функциясы бір мемлекеттік органнан екіншісіне бірнеше мәрте берілді [1]. Осының барлығы туристік қызметті басқару және ұйымдастырудың қолданылатын әдістері мен құралдарының тиімсіздігін көрсетеді және оларды жетілдіру жолдарын талап етеді.

Туристік саладағы инновациялық дамуды басқарудың жетілдіру жолдарын ұсыну үшін инновация бойынша ғалымдардың теориялық ұстанымдарына шолу жүргізу қажет. Біз бұл терминді негізгі 4 тәсіл тұрғысынан қарастырдық. *Бірінші тәсіл* инновацияны *өзгеріс* ретінде қарастырады. «Инновация» термині алғаш рет 1939 жылы австриялық экономист Й. Шумпетердің «Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process» еңбегінде көрініс тапты. Й. Шумпетер инновацияны − өнімді өндіру, жеткізу, сату процестерінде жаңа техникалық, технологиялық, ұйымдастырушылық шешімдерді коммерциялық пайдалану немесе қолданыстағы техникалық, технологиялық, ұйымдастырушылық шешімдерді жетілдіру нәтижесінде пайда болатын кез-келген өзгеріс ретінде түсіндірді.

Сонымен қатар, Й. Шумпетер инновацияға экономиканың өсуін қамтамасыз ететін өндіріс факторының бес «жаңа комбинациясын» жатқызды: жаңа техниканы, технологиялық үдерістерді немесе нарықтың жаңа талаптарын пайдалану; жаңа сипаттағы өнімдерді енгізу; жаңа шикізат көздерін пайдалану; өндіріс пен оның материалдық-техникалық қамсыздануын ұйымдастырудағы өзгерістер; жаңа өткізу нарықтарының пайда болуы [2-4].

*Екінші тәсіл* бойынша инновация − инновациялық қызметтің түпкілікті *нәтижесі* болып табылады. Бұл ұстанымды жақтаушылар Р.А. Фатхутдинов, А.Л. Суворова, Д.И. Кокурин, Титов А.Б., Шабанова М.М., Д.В. Соколов. *Үшінші тәсіл*инновацияны сапалы өзгеріс *процесі* ретінде қарастырады, бұл көзқарасты ұстанушылар – Ф.Ф. Бездудный, Г.А. Смирнова, О.Д. Нечаева, Б. Твисс, олардың пікірінше, «инновация – бұл жүйенің сапалы жаңа жағдайын және оның тиімділігін арттыруға бағытталған элементтер арасындағы байланыстарды қалыптастыру процесі» [5-7].

*Төртінші тәсіл* бойынша инновация *процесс және нәтиже* деп қарастырылады. О.К. Абрамов, А.В. Костин и Г.Г. Азгальдов, В.В. Лапшов сияқты ғалымдар инновацияны нәтиже мен процестің бірлігі ретінде қарастырады [8]. Біздің ойымызша, бұл тәсіл дәйекті болып табылады, өйткені кез-келген қызмет әр түрлі іс-шаралар мен әрекеттерден тұратын процесс және ол белгілі бір нәтиже береді.

Американдық экономист және социолог П. Друкердің еңбектерінде инновациялар нақты ойластырылған басқарушылық шешімдердің объектісі ретінде сипатталған. Ғалымның пайымдауынша басқару теориясы тұрғысынан инновациялар сыртқы орта жағдайларының өзгеруіне қатысты болатын жүйенің адаптивті реакциясы, сондай-ақ, ішкі ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыру құралы болып табылады [3, б. 13; 4, б. 13; 9].

Аталған ғалымдардың еңбектері инновациялар туралы ақпаратты жинау, өңдеу мен талдау жөніндегі бірқатар халықаралық стандарттардың пайда болуына негіз болды. Инновация статистикасы жинақталған және олардың зерттеу әдістемесі берілген алғашқы құжат «Фраскати» нұсқаулығы болды. Оны 1963 жылы Экономикалық ынтымақтастық пен даму ұйымы Италияның Фраскати қаласында қабылдады. Бұл нұсқаулықта инновация ұғымы жаңа немесе жетілдірілген өнім түрінде нарыққа шығарылған тауарлар, сонымен қатар, нарықта қолданылатын, жаңа немесе жетілдірілген технологиялық процесс түрінде жүзеге асырылатын инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі. Фраскати нұсқаулығында іргелі зерттеулер, қолданбалы зерттеулер және эксперименттік даму сияқты ғылыми-зерттеу жұмыстарының түрлері қамтылған, оның соңғы басылымы 1993 жылы халықаралық стандартқа айналды. Фраскати нұсқаулығын әзірлеушілердің бірі – ұлттық инновациялық жүйе теориясының негізін қалаушы К. Фримен болды [10].

1992 жылы Норвегияда Осло нұсқаулығының *алғашқы басылымы* шығарылды, бүгінде оның төрт басылымы жарияланған. Осло нұсқаулығының 2005 жылғы үшінші басылымында инновация дегеніміз – жаңа немесе жетілдірілген өнімді (тауарды және қызметті) немесе үдерісті, маркетингтің жаңа әдісін немесе іскерлік тәжірибеде жұмыс орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы байланыстарда жаңа ұйымдастыру әдісін енгізу деп анықтама берілген және инновация 4 түрге бөліп қарастырылған: өнім инновациясы, процестік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастыру инновациясы.

2018 жылы жарияланған Осло нұсқаулығының *төртінші басылымына* сәйкес инновация – бұл жаңа немесе жетілдірілген өнім немесе үдеріс, ол алдыңғы өнімдерден немесе үдерістерден айтарлықтай ерекшеленетін әлеуетті пайдаланушыларға берілген өнім немесе пайдалануға енгізілген үдеріс. Осло нұсқаулығының төртінші басылымының ерекшелігі – жаңа ақпараттық технологиялардың пайда болуы және олардың жаңа бизнес-модельдерге әсері, білімге негізделген капитал маңызының артуы, инновациялық үдерістер мен олардың экономикалық салдарын түсінудегі прогресс сияқты негізгі үрдіс ескерілген. Сонымен қатар, инновациялардың түрлері ықшамдалып, өнімдік инновация және бизнес процестер инновациясы деп 2-ге бөліп қарастырылған [11].

Туристік саладағы инновацияларды зерттеу 1980 жылдары инновациялық мәселелерді зерттеудің жеке саласы ретінде пайда болды және 2000-шы жылдары әлемдік туристік сала мұнай-химия, машина жасау өнеркәсібінен кейінгі маңыздылығы бойынша үшінші және қызмет көрсету саласында бірінші орында болуына байланысты бұл саладағы инновациялар ғылыми қоғамдастықтың басты назарында болды [12]. Бұл саладағы инновациялар туралы алғашқы ескертпелердің бірі − Қызметтер саудасы туралы Бас келісім (GATS) ережесінде қамтылған. Құжатта туристік саладағы инновациялық қызметтің үш бағыты көрсетілген, оларға ұйымдастырушылық инновация, маркетингтік инновация, өнім инновациясы жатады [13].

Л.Р. Маклашинаның айтуынша, туристік саладағы инновациялар − бұл ғылым, техника, IT-технологиялар жетістіктерін, басқару мен маркетинг салаларындағы озық тәжірибелерді қолдана отырып, жаңа туристік маршруттар мен жобаларды әзірлеу болып табылады. Оларды қолданысқа енгізу халықтың жұмыспен қамтылу деңгейін арттыруға, кірістерінің өсуін қамтамасыз етуге, әлеуметтік-экономикалық дамуды жеделдетуге, елдің және облыстардың туристік беделін жақсартуға мүмкіндік береді [14]. М.М. Зуева туристік саладағы инновацияға туристік ағындарды ұлғайтуға, жеке сұранысты қанағаттандыруға және одан асып түсетін ұсыныс жасауға бағытталған туристік ұйымдар, қоғамдық бірлестіктер мен мемлекеттер деңгейінде жоспарланған, мақсатты, басқарылатын өзгерістер мен жаңалықтар деп анықтама берді [15]. Л.Н. Давыденко туристік саладағы инновациялардың әдіснамалық негіздерін зерттеп, инновацияның әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретіндегі айрықша сипаттамаларын бөліп көрсетті[12, с. 60-64] (1-кесте).

Кесте 1 − Әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде инновацияның айрықша сипаттамалары

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Белгілер | Сипаттама | Зерттеушілер |
| 1 | 2 | 3 |
| Радикалдылық | Ескірген жүйемен салыстырғанда инновациялық жүйе жұмысының сапалы жаңа деңгейі | Й. Шумпетер |
| Игерілуі | Сапалы жаңа нәтиже алу үшін инновацияларды енгізу және игеру қажеттілігі |
| Циклдік | Инновация даму процесінде өмірлік циклдің 4 кезеңінен өтеді | Б. Санто |
| Процестілік | Жүйенің жұмыс істеуінің сапалы жаңа тәсілін құру |  |

1-кестенің жалғасы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
|  | процесі |  |
| Табыстылық | Еңбек өнімділігін арттыру, өнімнің өзіндік құнын төмендету, ерекше сипаттамалары бар өнім шығару арқылы қосымша пайда алу | П. Друкер |
| Нарықтық сұраныс | Нарықта бәсекелестік артықшылыққа ие болу мүмкіндігі | М. Портер |
| Бірқатар жетістіктердің жинақталуына негізделген | Инновация бір ғана технологиялық серпіліске емес, аздаған жақсартулар мен жетістіктерді жинақтауға негізделген. |  |
| Даму трендтерінің өркениеттілігі | Өркениеттік өзгерістер (адамзаттың жеміс-жидек жинау мен аңшылықтан аграрлық, индустриялық, постиндустриалдық кезеңге, ал 21 ғасырда білім экономикасына көшуі) инновациялық технологиялар арқылы тұрақты даму тенденцияларына қол жеткізуге мүмкіндік береді. | Э. Тоффлер,  Х. Тоффлер,  А. Кинг,  Б. Шнайдер,  В. Поскробко, Р. Тиборовски |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [12, с. 62] | | |

Авторлардың пікірімен толық келісуге болады, себебі, туристік саладағы инновациялар біртіндеп дамуға әкелетін және кері байланыс процесін қамтамасыз ететін шағын қадамдар тізбегі арқылы жүзеге асырылады. Бір инновация міндетті түрде екінші инновацияның туындауына себепкер болады және бүкіл саланың жағдайына әсер етеді [14, с. 179; 16]. Туристік саладағы инновацияларды кешенді игерудің үрдістері мен заңдылықтарын зерттеу, оң нәтижелерді жоспарлау және оларды басқару − инновациялардың типологиясымен тікелей байланысты күрделі әдістемелік мәселе болып табылады. Біз Е.В. Яковенко мен Е.А. Лапаның ғылыми еңбектерінде туристік сала бойынша қарастырылған инновация типологиясын зерделедік. Бұл типология жаңалықтың дәрежесі мен ауқымы, қолдану жиілігі және инновацияны жүзеге асыру қарқыны сияқты бірқатар репрезентативті өлшемдерді қамтиды және инновацияны әзірлеу, енгізу және қолдану нәтижесінде экономикалық, әлеуметтік, экологиялық, интегралды тиімділік алуға болатыны анықталған, сонымен қатар, нәтижелер төмен, орташа және жоғары деңгей көрсеткіштерімен сипатталады [17-18].

A.M. Hjalager де туристік саладағы инновацияның типологиясын ұсынды [19]. Ғалым Абернати-Кларк моделін туризм саласына бейімдеп, оны Transilience map деп атады. Transilience map компаниялардың қолданыстағы ресурстарына инновацияның әсер ету мүмкіндігін көрсетеді, инновацияларды енгізу және дамыту − кәсіпорынның нарықтық мүмкіндіктеріне оларды сақтау немесе жою түрінде тікелей әсер етеді. Бұл модель компанияның ағымдағы стратегиясын талдауға, болашақ стратегияны жоспарлауға және сала үшін маңызды ұйымдастырушылық өзгерістерді бақылауға мүмкіндік береді. Ә, Б, В қосымшаларында туристік саладағы инновациялардың жіктемесі және оларға қысқаша сипаттама берілген [13, с. 98; 17, с. 105; 18, с. 18; 19, р. 465; 20-25].

Саланың инновациялық дамуы – басқарудың ішкі жүйесін жетілдірумен байланысты сапалы өзгерістерге негізделеді. А. Николаев инновациялық даму – бұл инновациялық процесс қана емес, сонымен қатар, инновациялық әлеуетті дамыту деп есептейді. Инновациялық даму процесінің 2 негізгі құрамдас бөлігі бар − инновациялық жобаларды жүзеге асыру және инновациялық әлеуетті дамыту (1-сурет).

Инновациялық жобаларды жүзеге асыру

Инновациялық әлеуетті дамыту

Инновациялық даму процесі

Сурет 1 − Инновациялық даму схемасы

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [26]

А. Николаев инновациялық дамуды жалпы нәтижеге әсер ететін жүзеге асырылған инновациялар тізбегі ретінде қарастырады, оған менеджмент, маркетинг, қызметкерлерді оқыту, қаржы, сату және т.б. кіреді. Сонымен қатар ғалым, инновациялық тоқыраудың басты себептерінің бірі – қоғамның инновациялық мәдениетінің болмауы деп атайды [26]. Инновациялық даму экономикалық көрсеткіштермен тікелей байланысты, мысалы, О.В. Никулинаның ғылыми көзқарасы бойынша инновациялық даму – бұл экономикалық көрсеткіштердің абсолютті және салыстырмалы өзгеруімен, өсуімен сипатталатын ғылыми жетістіктерді жүзеге асыру болып табылады және кәсіпорынның ғылыми, өндірістік, экономикалық, коммерциялық, қаржылық, маркетингтік, басқару қызметіне инновацияларды енгізудің мақсатты үздіксіз процесі [27].

С.А. Рахимованың пайымдауынша, инновациялық даму инновациялық процесті басқару арқылы мүмкін болады және ол бір кезеңнен екінші кезеңге өтуді ұйымдастыру бойынша шаралар мен іс-әрекеттер жиынтығын құрайды. Инновациялық дамудың басты нәтижесі – жоспарлау, инновациялық саясатты қалыптастыру, инновациялық стратегияны жүзеге асыру және инновациялық әлеуетті пайдалану арқылы нарықта сұранысқа ие жаңа өнімді алу болып табылады. Инновациялық процестің барлық элементтері мен кезеңдерін іске асыру мүмкіндіктерін бақылау, инновациялық инфрақұрылыммен өзара іс-қимылды ұйымдастыру – бұл инновациялық даму деңгейін болжауға және бақылауға мүмкіндік береді [28].

Инновациялық дамуды кәсіпорынның, саланың басқару жүйесінде жеке тізбекті бөлуді талап ететін басқару объектісі ретінде қарастырған А.В. Сухоруковтың ғылыми көзқарасы тұрғысынан, инновациялық даму кәсіпорынның немесе саланың экономикалық, техникалық, ұйымдастырушылық және әлеуметтік тиімділігін арттыратын көрсеткіштермен сипатталады [29]. Жоғарыда келтірілген теориялық көзқарастардың негізінде туристік саланың инновациялық даму сипатын ашатын анықтамаларды қарастыру қажеттілігі туындап отыр, мәселен, В.П. Баранчеев бойынша инновациялық дамудың мәні − басқарылатын объектінің әр түрлі бағыттағы даму мақсаттарына жету үшін инновациялық мүмкіндіктерді кеңінен пайдалану болып табылады, мақсаты − кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін күшейту, оған табысты инновациялық жобалар портфелі есебінен қол жеткізуге болады [30]. С.В. Валеева туристік саланың инновациялық дамуы – бұл жаңалығымен ерекшеленетін және саланың дамуында оң өзгерістерге әкелетін жүйелі іс-шаралар деп қарастырады [31]. Автор аталған саланың инновациялық дамуының ерекшелігі – көптеген салалар мен процестерді қамтуында деп тұжырымдайды. Бұл ғылыми көзқарастар зерттеу мәселесінің бір ғана аспектісін қарастырады.

Л.Р. Маклашина туристік саланың инновациялық дамуын азаматтар, тұтынушылар, мемлекеттік басқару органдары, туристік фирмалар мен туристік индустрия кәсіпорындары қатысатын күрделі процесс ретінде қарастырады [14]. Осындай ұқсас ғылыми көзқарасты A.M. Hialager мен D.G. Omerzel ұстанады, олар туристік саланың инновациялық қызметінің тиімділігіне тұтынушылармен, бәсекелестермен, зерттеу ұйымдарымен, компаниялармен және туристік сала субъектілерімен ынтымақтастық және нетворкинг оң әсер етеді деп санайды [19, р. 469; 20, р. 8; 32].

И.Н. Ветров туристік саладағы инновациялық менеджменттің негізгі кемшіліктерін анықтады. Ол, бір жағынан туристік кәсіпорындардың инновациялық қызмет процесін толық қабылдамауын, екінші жағынан инновациялық қызметпен айналысатын туристік кәсіпорындарға мемлекеттің қолдаудың аз екендігін атап өтті [33]. Кез келген саланың инновациялық дамуы үшін оны дұрыс басқара білу қажет. Инновациялық дамуды басқару бойынша С.С. Елецкаяның ғылыми көзқарасы келесідей: инновациялық дамуды басқару – инновациялық қызметті стратегиялық, тактикалық және жедел басқару тұрғысынан жүзеге асыруды қамтамасыз ететін басқару механизмін қалыптастырумен байланысты [34]. Е.И. Пискунның пікірінше, инновациялық дамуды басқару – бұл стратегиялық және тактикалық мақсаттарды дамытуға және белгісіздік пен сыртқы ортаның әсерін тегістеу үшін жүйеге әсер етудің векторлары мен бағыттарын анықтауға негізделген процесс болып табылады [35]. Р. Батталов, инновациялық дамуды басқару — бұл басқару органдарының ұйымдастырушылық, экономикалық, технологиялық және әлеуметтік инновациялардың дамуын мақсат қоюға, болжауға, жоспарлауға бағытталған қызметі деп анықтайды [36]. Л.Ю. Ананьева инновациялық дамуды басқару – тез өзгеретін жағдайлар мен сыртқы орта факторларына сәйкес шаруашылық жүргізуші субъектінің негізгі құзыреттерін әзірлеу және түрлендіру арқылы инновациялық өнімдерді, технологиялар мен процестерді құру саласындағы күш-жігерді біріктіру бағыттарын анықтауға арналған деп есептейді [37].

И.В. Роздольская инновациялық дамуды басқару – бұл ұйымның өміршеңдігі мен тиімділігін арттыруға ықпал ететін және оған жаңа сапа беретін өзгерістерді енгізу процесіне мақсатты әсер ету деп мәлімдейді [38]. Ғалымның ғылыми көзқарасы Реймер В. анықтамасында тереңірек қарастырылған, автор инновациялық дамуды басқару – бұл сандық және сапалық өзгерістер енгізу стратегиясы мен тактикасын іске асыру аясында басқарылатын ішкі жүйенің мақсатты әсерін қамтамасыз ететін шаралар жиынтығы деп қарастырады. Автор басқару объектісі ретінде барлық деңгейдегі инновациялық жүйелер, инновациялық процестер мен олардың жеке элементтері, инновациялық қызмет және оның субъектілері, инновацияларға сұраныс пен олардың ұсынысы, инновациялық жобалар және т.б. бола алады деп тұжырымдайды [34, с. 28].

А.Б. Курловтың пікірінше, инновациялық дамуды басқару – жеке субъектілердің инновациялық үдеріс шеңберіндегі күш-жігерін біріктіруге және инновациялық қызметті тартымды етуге бағытталған шаралар жиынтығы. Ғалым инновацияларды басқаруда тек сызықтық байланыстарға негізделген менеджменттің директивті әдістерін қолдануға жол бермеу керек, себебі, инновацияларды енгізу нәтижелері арасында кері байланыс жоғалады деп тұжырымдайды. Оған қоса, А.Б. Курлов инновациялық процестерді басқару мен стратегиялық шешімдер әзірлеудегі басымдық билік органдарына емес, сарапшыларға берілуі тиіс деп санайды [34, с. 29]. Инновациялық дамуды және оның ресурстық қамтамасыз етілуін басқарудың заманауи жүйесі келесі функционалды элементтерді қамтуы тиіс (2-сурет).

Сурет 2 – Инновациялық даму мен оның ресурстық қамтамасыз етілуін басқарудың заманауи жүйесінің функционалды элементтері

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [34, с. 29]

Осылайша, *саланың инновациялық дамуын басқару* – бұл инновациялық әлеуетті ұтымды пайдалану арқылы экономикалық өсуге бағытталған инновациялық қызметті жүйелі басқару болып табылады. Инновациялық әлеуетке материалдық, еңбек, қаржы, ақпараттық ресурстар сипатындағы инновациялық капитал жатады [39-53]. Туристік сала экономиканың басқа салаларынан өзіне тән бірқатар ерекшеліктерімен дараланады. *Біріншіден,* туристік сала материалдық емес сипатымен, қызметтер мен тұтынудың өзара байланыстылығымен, ақпарат қарқындылығымен, адам факторының маңыздылығымен және ұйымдастырушылық факторлардың шешуші рөл атқаратындығымен ерекшеленеді. *Екіншіден,* бұл саладағы инновацияларды басқарудың дәстүрлі менеджменттен айырмашылығы – ол тұрақсыз ішкі және сыртқы жағдайлармен, белгісіздік және тәуекелдің жоғары деңгейімен байланысты[54-65].

С.С. Гвоздиков бойынша туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың негізгі мақсаттарына инновациялық басқаруды ұтымды ұйымдастыру, қаржылық және экономикалық, әлеуметтік қиындықтарды жеңу, бос уақытты өткізудің инновациялық формаларын ұйымдастыру, инновацияларды құру, туристік салаға инновациялық қызмет түрлерін енгізу жатады [66]. А. Каденюк пікірінше, туристік саланың инновациялық дамуын басқару бойынша негізгі міндеттер – инновациялық саясатты және оны іске асыру механизмдерін әзірлеу, инновациялық қызметтің стратегиялық мақсаттарын қалыптастыру, жоспарлар мен бағдарламаларды, жобаларды әзірлеу және оларды орындау, инновациялық қызметті басқарудың құрылымын құру, инновацияларды әзірлеу процестерін ұйымдастыруды жоспарлау, инновациялық процесс кезеңдерінің орындалуын бақылау, инновациялық бағдарламаларды ұйымдастыру және олардың дамуын жеделдету болып табылады [67].

Д.А. Рубан туристік саланың инновациялық дамуын басқару – өнімдер мен қызметтерге қатысты инновацияларды басқаруды, туризм мен рекреацияның инновациялық нысандарын дамытуды, аймақтық, ұлттық немесе халықаралық деңгейлерде өтетін инновациялық процестерге қатысуды қамтиды деп тұжырымдайды [68]. Т.В. Сысоева туристік саланың инновациялық дамуын басқаруда макро және микро деңгейлердегі инновациялық процестерді ынталандыру мен инновациялық менеджмент механизмін қалыптастыру керек деп есептейді [65, с.33]. ДТҰ анықтамасына сәйкес туристік саланың инновациялық дамуын басқару – бұл үкіметтердің, ғылыми ортаның, корпорациялардың, шағын және орта кәсіпорындардың, іскерлік серіктестерді қолдайтын стартаптардың, инвесторлардың және басқа да мүдделі тараптардың бірлескен іс-қимылдарын білдіреді. Туристік саланың экожүйесінде инновацияларды ілгерілету – барлық мүдделі тараптардың ынтымақтастығын қажет етеді. Мысалы, академиялық орта «ақылды бағыттар» мен туристік саладағы тұрақты инновациялар үшін модельдер әзірлеп, үкіметке, ШОБ және стартаптарға білім береді және бизнес-серіктестерге қолдау көрсетеді. Корпорациялар жаңа технологияларды әзірлеп, инновациялар туралы ішкі хабардарлықты арттырады, технологиялық көзқарасты жүзеге асырады және ашық инновацияға инвестиция салады. Стартаптар мен ШОБ туристік саладағы технологияларды әзірлейді және енгізеді, саяхатшылардың қажеттіліктері мен сұраныстарын анықтап, қанағаттандырады және инновациялық туристік шешімдер табады. Инвесторлар тұрақты жобаларға инвестиция салады. Бизнес-серіктестер құндылықтар тізбегіне тікелей немесе жанама әсер ететін стартаптарды қолдайды [69].

Бірқатар ғалымдар, *біріншіден,* туристік саланың инновациялық дамуын басқарудағы басты мәселе – ұйымдардың зерттеу қабілеті мен R&D&I-ға деген ұмтылысын анықтау және технологиялық мүмкіндіктерін пайдалану деп санайды. *Екіншіден,* туристік саланың инновациялық дамуын басқару бойынша эмпирикалық зерттеулердің аздығы осы саладағы тиісті инновациялық стратегиялар мен саясатты әзірлеуге айтарлықтай кедергі келтіреді. Алайда, дәл осы мәселе саланың ұзақ мерзімді өсуі мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін өте маңызды. Оның басты себебі, туристік саладағы инновациялардың тиімділігін өлшеу және бағалау қиын, өйткені, бастапқы және қайталама деректер инновациялық үдерістің барлық өзекті аспектілерін қамтымайды, салалық статистика ауқымды эмпирикалық талдаулар жүргізу үшін сапалы деп айтуға келмейді, сол себепті, туристік саладағы инновацияны өлшеуді R&D&I көрсеткіштеріне, патенттік ақпаратқа немесе басқа да өлшемдерге негіздеу бірқатар қиындықтар туғызады. *Үшіншіден,* туристік кәсіпорындар үздіксіз білімді дамытуға, патент алуға қаржылай ресурстар бөлмейді, олар өнертабыстарға қарағанда ұйымдастырушылық және маркетингтік инновацияларға назар аударады, туристік кәсіпорындарда R&D&I бөлімдері немесе инновациялық қызметті жүзеге асыруға арналған басқа да ресурстар сирек кездеседі [19, р. 473; 20, р. 5; 32, р. 753; 70-73].

Жоғарыда атап өтілген мәселелер «туристік саладағы инновациялық даму», «туристік саланың инновациялық дамуын басқару» терминдері мен тақырыпқа сай элементтер арасындағы байланысты зерделеуді қажет етеді (3-сурет).

*Басқарылатын ішкі жүйе (бас- қару объектісі)*

*Инновациялық процесс*

Иннова- циялық жобаларды жүзеге асыру

Инновациялық ортаны қалып- тастыру, инно- вациялық әле-

уетті дамыту(интеллектуал-ды, материал-дық,қаржылық, адами, ғылыми, ақпараттық, инфрақұрылым дық, институ- ционалдық ресурстар)

Инновациялық процеске қаты сушылармен (туристік нарық өкілдері, мемлекеттік орган дар, ғылыми орта, стартаптар, инвесторлар)

Жаңалығы бар, саланың дамуына оң өзгерістер әкелетін жүйелі іс-шаралар

*Туризм саласының инновациялық дамуы*

*Туризмдегі инновациялар*

*Туризмдегі инновациялық қызмет*

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару

Инновациялық қызметті жүйелі басқару

Туристік саланың инновациялық дамуын қамтамасыз етуге қабілетті инновациялық әлеуетті ұтымды пайдалану арқылы экономикалық өсуге бағытталған инновациялық қызметті жүйелі басқару

Туризмдегі инно- вациялық жүйе- лер, инновация- лық процестер мен олардың жеке элементтері, инно- вациялық қызмет және оның субъек- тілері, инновация- лық жобалар

*Басқарудың ішкі жүйесі (басқару субъектісі)*

Инновациялық процеске қаты- сушылар (туристік нарық өкілдері, мемлекеттік органдар, ғылыми орта, стартаптар, инвесторлар)

*Өнімдік*

*Процестік/технологиялық*

*Басқарушылық*

*Бизнес-модель инновациясы*

*Маркетингтік*

*Ресурстық*

*Тұжырымдамалық*

*Логистикалық*

*Институционалдық/*

*ұйымдастырушылық*

*Тұрақты*

*Революциялық*

*Тауаша*

*Архитектуралық*

Турөнімнің жаңа түрлерін шығару, жаңа технологияларды қолдану, жаңа туристік ресурс- тарды пайдалану, бизнес-процестерді ұйымдастырудың жаңа тәсілдері мен әдістерін қолдану, жаңа бағыттар мен жаңа өткізу нарықтарын ашу

Кадрлардың зияткерлік

әлеуетін жүзеге асыру, жаңарту

Есепке алу мен есептіліктің

қазіргі заманғы нысандарын

енгізу, ірі инновациялық орта- лықтар құру, туризм саласын дағы R&D&I-ды қолдау, венчурлық инновациялық қорлар құру, инновациялық орталықтар құру, зияткерлік әлеуетті басқару жүйесін жетілдіру, туризм саласындағы кешенді ғылыми зерттеулер

Сурет 3 − Туристік саланың инновациялық даму тұжырымдамасы

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [19, р. 473; 20, р. 5; 32, р. 753; 70-73]

3-суреттен көрініп тұрғандай, туристік саланың инновациялық дамуы инновациялық процеспен тікелей байланысты, оның инновациялық даму тұжырымдамасын осы салаға бейімделген CDMdis (Crepon, Duguet и Mairesse) моделі негізінде қарастырамыз. Модельге сәйкес туристік сала субъектілерінің инновациялық қызметі екі кезеңді процесс ретінде сипатталады және инновациялық белсенділікті ынталандыратын факторларды қамтиды. Бұл туристік саланың инновациялық дамуын басқарудағы негізгі мәселелерді анықтауға мүмкіндік береді [72, р. 159] (4-сурет).

Инновацияларды енгізу туралы шешімдер қабылдау

* компанияның көлемі
* меншік құрылымы
* бәсекелестік дәрежесі
* қоршаған орта
* туризм саясаты

Инновацияның «кіру» ресурсы

Инновациялық процеске әсер етуші факторлар

Институционал-дық факторлар

* желі құру, ынтымақтастық
* білім және адами капитал
* технологиялық құзыреттілік және IT шығындары
* қаржыландыру, R&D&I

Инновациялық процесс

Инновацияның нәтижесі

Сурет 4 – Туристік саладағы инновациялық процеске әсер ететін факторлардың тұжырымдамалық негізі

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [72, р. 159]

Бұл тұжырымға сәйкес бірінші кезең *компанияның инновациялық процеске қатысу туралы шешіміне қатысты*, бұл – ұйымды инновациялық қызметті жүзеге асыруға немесе оны инвестициялау туралы шешім қабылдауға әкеледі. Инновациялық қызметпен айналысу туралы шешім қабылдауға институционалдық факторлар әсер етеді. Инновацияларды енгізу туралы шешім қабылданғаннан кейінгі кезең ұйымның *инновациялық процеске тартылуымен* сипатталады, оған жаңа немесе жетілдірілген өнімдер мен процестерді, басқару немесе операциялық жүйелерді зерттеу және дамыту кіреді. Инновациялық қызметтен қажетті нәтиже алу үшін ұйым ақпараттық технологиялар, адами капитал және т.б. сияқты тиісті инновациялық ресурстарға инвестиция салуы тиіс. Ұйымның мақсаттарына байланысты инновациялық қызметтің нәтижесі – жаңа туристік өнім немесе қызмет, компанияның тиімділігін арттыратын жаңа процесс, жаңа немесе жетілдірілген ұйымдастырушылық, басқарушылық, маркетингтік әдістер болуы мүмкін.

Инновациялық процесс басталмай тұрып, *инновацияны немесе инновациялық қызметті ынталандыратын факторларды анықтау қажет. Инновациялық қызметті жүзеге асыруда* «кіру ресурсы» ретінде нетворкинг, коллаборация, білім және адами капитал, технологиялық құзыреттілік, R&D&I, компанияның көлемі, меншік құрылымы, бәсекелестік дәрежесі, қоршаған орта, туристік саладағы саясат қарастырылады.

Жоғарыда келтірілген модель ұйымның жеткізушілер, тұтынушылар, бәсекелестер және зерттеу ұйымдары сияқты әр түрлі мүдделі тараптармен өзара ынтымақтасу арқылы өз инновацияларын жылжыта алатындығын білдіреді. Мысалы, жеткізушілермен бірлесе отырып, фирмалар ықтимал проблемаларды оңай анықтай алады, сол арқылы жаңа өнімдердің дамуын жеделдетіп, нарық талаптарына тез жауап береді, ал, тұтынушылар нарық мүмкіндіктерін анықтауға көмектессе, бәсекелестермен ынтымақтастық туралы келісім технологиялық білімді желі арқылы алмасуға мүмкіндік береді, ғылыми-зерттеу ұйымдарымен ынтымақтастық инновациялар үлесіне шаққанда оң нәтиже алуға және зерттеулер есебінен инновацияның тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

CDMdis моделі жаңа идеяларды генерациялайтын және инновациялық қызметті жүзеге асыратын *адами капиталға* бағытталған. Қызметкерлердің ауысуының жоғары коэффициенті – кадрлық проблемаларға, жаңа кадрларды даярлаудың жеткіліксіздігіне, компанияның білімін қорғауға, технологиялық білім мен оқуға, инновацияны ілгерілетуге және жүзеге асыруға деген мотивацияның болмауына қауіп төндіреді. Шетелдік авторлардың басым бөлігі нетворкинг пен адами фактордың қосындысы – туристік саладағы тиімді инновациялық саясаттың қуатты негізі бола алатынын ерекше атап өтеді және оның бір мысалы − Силикон алқабы [19, р. 470]. Қарастырылып отырған модельде *технологиялар мен технологиялық құзыреттілік* туристік саладағы өзгерістердің драйвері болып табылады, оғанішкі және сыртқы үйлестіру, коммуникация, электрондық маркетинг және қызметтерді онлайн сату жатады.

Сонымен қатар, бұл модельде туристік саладағы инновациялық процесті тежейтін *институционалдық факторлар* қамтылған, оған инновацияларды қолдау бойынша мемлекеттік бағдарламалардың жоқтығын жатқызуға болады. Мысалы, аталған салада туристік технологияларды әзірлеуге және оларды әлемдік нарықта жылжытуға мамандандырылған венчурлық кәсіпорындар кең таралмаған. Туристік сала R&D&I-ға инвестиция салудан гөрі, компаниядан тыс технологияны сатып алуға бейім.

Саланың инновациялық дамуында ұйымның *меншік құрылымы* мен *көлемі* маңызды рөл атқарады. Ірі кәсіпорындардың инновацияға бейімділігі жоғары, алайда, туристік нарықта шағын бизнес түрі басым. Сондықтан тәуекелді қабылдамау, өзгерістерге қарсы тұру, инновацияға уақыттың болмауы және оның маңыздылығын жете түсінбеу, ресурстардың шектеулігі сияқты мәселелер саланың инновациялық тұрғыдан дамуын тежейді. Шағын туристік фирмаларда ресурстардың жетіспеушілігі оның несиеге қол жетімділігінің болмауымен, қысқа мерзімділігімен және жоғары пайыздық мөлшерлемесімен сипатталады. Сәйкесінше, бұл өздігінен инновацияны құруға немесе оларды коммерциялық құрылымдардан сатып алуға мүмкіндік бермейді.

Осылайша, фирмалардың *қаржылық мүмкіндіктері* инновациялық процесте шешуші рөл атқарады және үлкен қаржы жұмсалымы мен инвестицияларды қажет етеді [73, р. 159]. Туристік фирмаларды инновациялық процеске тартуға ынталандыру үшін сыртқы қаржыландыру қажеттілігі өзекті мәселе болып табылады. Бұл саладағы инновацияларды қолдаудың неғұрлым тиімді қаржыландыру көзіне мемлекеттік қаржыландыруды жатқызуға болады.

Модель авторлары *қоршаған орта* факторларын сыртқы және ішкі факторларға бөліп қарастырады. Мәселен, динамикалық сыртқы орта фирмаларды нарықтағы бәсекелестік позициясын сақтау немесе жақсарту мақсатында инновациялық ойлау мен бизнеске итермелейді. Сыртқы факторда нарықтағы бәсекелестік инновацияны жандандыруға әкеледі, бұл тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және сұранысқа жауап беруде икемділікті арттыруға көмектеседі. Ішкі ортаға байланыс, әртараптандыру, өзгеруге ашықтық пен ресурстарды, компанияның корпоративтік мәдениетін жатқызуға болады. Туристік саланың инновациялық дамуына өзге де факторлар әсер етеді [74] (Қосымша Г).

Инновациялық үдеріс аясындағы барлық іс-шараларды инновациялық қызмет қамтиды. Біріншіден, инновациялық қызмет жаңа идеялар мен ғылыми білімді, технологиялар мен өнім түрлерін экономиканың әр түрлі салаларына енгізуге бағытталған [25, с. 230]. Екіншіден, инновациялық қызмет – бұл инновацияларға алып келетін технологиялық, ғылыми, коммерциялық, ұйымдастырушылық іс-шаралар кешені.

Үшіншіден, инновациялық қызмет туристік өнімдер мен көрсетілетін қызметтер аясын кеңейтуге, ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің нәтижелерін пайдалануға және коммерцияландыруға бағытталған. Инновациялық қызметтің дамуы – экономикалық тиімділіктің өсуі мен бәсекелестіктің күшеюіне ықпал етеді. Туристік саладағы инновациялық қызметтің негізгі бағыттарын туристік өнім, субъект, объект, ұйымдастырушылар және қатысушылар тұрғысынан қарастырайық (2-кесте).

Кесте 2 – Туристік саладағы инновациялық қызметтің бағыттары

|  |  |
| --- | --- |
| Бағыты | Сипаттамасы |
| 1 | 2 |
| *Турөнім* | a) туристік өнімнің жаңа түрлерін шығару; ә) дәстүрлі туристік өнімге жаңа қасиеттері бар қызметтерді енгізу; б) дәстүрлі туристік өнімдерді өндіруді ұйымдастырудағы өзгерістер және т.б.; в) жаңа туристік маршруттарды енгізу; г) жаңа технологияларды қолдану; ғ) жаңа туристік ресурстарды пайдалану; д) бизнес-процесті ұйымдастырудың жаңа тәсілдері мен әдісте- рін қолдану; е) жаңа бағыттар мен жаңа өткізу нарықтарын ашу және т.б. |
| *Субъект* | a) есепке алу мен есептіліктің қазіргі заманғы нысандарын енгізу; ә) инновациялар мен ынтымақтастықты ынталандыру арқылы туризм мен маркетингті қолдау; б) елдің тартымды бейнесін қалыптастыру; в) инно- |

2-кестенің жалғасы

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
|  | вациялық бағдарламаларды жүзеге асыруға мемлекеттің тікелей қатысуы; e) ірі инновациялық орталықтар құру; г) туризм саласындағы ҒЗТКЖ қолдау; ғ) венчурлік инновациялық қорлар құру; д) технополистер, технопарктер желісін құру және т.б.; е) туризм саласындағы кешенді ғылыми зерттеулер; ж) сала субъектілерінің зияткерлік әлеуетін басқару жүйесін жетілдіру; и) ақпарат алмасуға жәрдемдесу, дамыған және дамушы елдер арасындағы дағдылар мен технологиялар және т.б. |
| *Объект* | a) инновациялық өнімдер мен қызметтерді өндіру; ә) инновациялық өнімдер мен қызметтерді өндіру кезінде бұрын пайдаланылмаған жаңа туристік ресурстарды пайдалану; б) кадрларды олардың зияткерлік әлеуетін жүзеге асыру мен жаңарту, қызмет көрсету процесін технологиялық пысықтау үшін оқыту; в) жаңа әзірлемелер мен технологияларды пайдалану және т.б. |
| *Ұйымдасты-рушы* | a) инновациялық турөнімге кіретін жекелеген жаңа немесе жетілдірілген қызметтер көрсететін үшінші тұлғалармен келісімшарт жасау және оны орындау жөніндегі туроператордың қызметі; ә) инновациялық туристік өнімді жарнамалау мен сатуды ұйымдастыру (арнайы көрмелерге, жәрмеңкелерге қатысу, туристік ақпараттық орталықтарды ұйымдастыру және т.б.); б) нарықтық позицияларды сақтау және күшейту; в) қарым-қатынастарды сапалы жаңа деңгейге көтеруге ықпал ететін басқару жүйесін |
|  | жетілдіру; г) телекоммуникацияларды тереңдетіп пайдалану, деректер базасын құру және өңдеу және т.б. |
| *Қатысушы* | жаңа тұтынушыны және туристік қызметтерді өткізудің жаңа нарығын анықтау және пайдалану, т.б. |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [15, с. 24; 25, с. 237] | |

2-кестедегі мәліметтерге сәйкес, өткізу нарықтарын маркетингтік зерттеу және жаңа тұтынушыларды тарту, туристік өнімнің тұтынушылық қасиеттері мен бәсекелес фирмалардың қызметтеріне және ықтимал бәсекелестік ортаға қатысты ақпараттық қамтамасыз ету, инновацияларды қаржыландыру бойынша серіктестерді іздеу, инновациялық идеялар мен шешімдерді, инновациялық жобаны жүзеге асыру және сияқты бірқатар инновациялық қызмет нәтижесі ретінде әр түрлі инновациялар пайда болады. Мысалы, өнімдік, процестік/технологиялық, басқарушылық, маркетингтік, ресурстық, тұжырымдамалық, логистикалық, ұйымдастырушылық және т.б.

Бұл тұжырым туристік саланың инновациялық дамуы — инновациялық менеджменттің тиісті бағытын қолдана отырып, тиімді басқаруды қажет ететінін көрсетеді. Д.А. Рубан бойынша туристік саладағы инновациялық менеджменттің типологиясын қарастырайық, ол туристік ұйымдардың қызметінде инновациялық тәсілдерді табысты қолдану бойынша ықтимал басқару әрекеттерін қамтиды (3-кесте).

Кесте 3 − Туризмдегі инновациялық менеджменттің типологиясы (ұйымдастырушылық деңгей)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Инновациялық менеджменттің бағыты | Нысан/басқару саласы | Басқарушылық әрекеттер (шешімдер) |
| 1 | 2 | 3 |
| *Тактикалық* | Инновациялық туристік өнімдер / қызметтер | Инновациялық өнімдер мен қызметтерді әзірлеу, талқылау және практикалық жүзеге асыру үшін арнайы топтар құру, инновациялық маркетинг құралдарын пайдалану, стандартты емес шешімдер қабылдау үшін ұйымішілік ортаны қалыптастыру |
| *Стратегиялық* | Туристік-рекреация лық қызметтің инно вациялық нысандары | Туристік-рекреациялық қызметтің жаңа нысандарын жүзеге асыру тәжірибесін зерделеу және пайдалану, осындай нысандарды өз бетінше әзірлеу және ілгерілету |
| *Жүйелік* | Өңірлік, ұлттық/жаһандық инновациялық процестермен байланыс | Ұйымдастырушылық инновациялық ортаны жүйелі талдау (сыртқы ортаны талдау шеңберінде, басқа инновациялық-бағдарланған туристік ұйымдармен өзара іс-әрекетті қамтамасыз ету, инновациялық дамуды қолдау жөніндегі өңірлік, ұлттық немесе халықаралық бағдарламаларға қатысу) |
| *Спецификалық-функционалдық* | Нақты туристік ұйым деңгейінде әзірленетін басқару дағы инновациялар | Ұйымның құрылымын және персоналдың функцияларын түзету, туристік-рекреациялық қызметтің нақты бағыты бойынша мамандармен ынтымақтастықты қамтамасыз ету |
| *Әмбебап функционалдық* | Басқарудың жаңа әмбебап идеяларын қолдану | Көлденең байланыстарды дамыта отырып, ұйымдық басқару жүйесін жаңғырту, қызметкерлердің шығармашылық белсенділігін ынталандыру, ұйымішілік өзара әрекеттестік модераторлары ретінде әрекет ететін қызметкерлерді басшылық лауазымдарға көтеру. |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [68, с. 119] | | |

Басқару объектісіне немесе саласына байланысты автор туристік ұйымдар деңгейінде инновациялық менеджменттің 5 бағытын бөлуді ұсынды: инновациялық шешімдерді әзірлеу мен енгізуді басқару – *тактикалық бағыттың* пәнін құрайды. Туристік саладағы инновациялық менеджменттің *стратегиялық бағыты* – туристік-рекреациялық қызметтің инновациялық түрлерін дамытуды қамтиды.

Жүйелік бағыт – ұйымның инновациялық процеске қатысуын және оның инновациялық әлеуетін күшейтуді, инвестиция тартуды (оның ішінде венчурлық капитал) көздейді және ол аймақтық, ұлттық, халықаралық деңгейде жүзеге асырылады. Бұл инновациялық даму жолындағы әкімшілік және өзге де кедергілерді еңсеруге мүмкіндік береді. Туристік ұйымның қызметі мен ұйымнан тыс деңгейде жүретін инновациялық процестер арасындағы байланысты қамтамасыз ету – туристік сала аймақтық экономиканың маңызды құрамдас бөлігі болған кезде ерекше маңызға ие болады, тіпті бір елдің ішінде облыстар инновациялық белсенділік тұрғысынан айтарлықтай әр түрлі деңгейде болуы мүмкін. Осыған байланысты инновацияларды пайдалану үшін барынша қолайлы жағдайларды қамтамасыз ететін жүйеге (ортаға) қол жеткізуде туристік ұйымдар арасындағы бәсекелестік мәселесі өзекті болып табылады.

*Спецификалық-функционалдық бағыт* – нақты мақсаттарға қол жеткізу немесе ұйымның қызметін оңтайландыру, басқару тиімділігін немесе бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында стандартты емес басқару шешімдерін қабылдауды, басқарудың инновациялық механизмдерін құруды көздейді. *Әмбебап-функционалдық бағыт* – басқаруда ұйымның түріне және оның нақты міндеттеріне қарамастан әмбебап сипаттағы жаңа әзірлемелерді пайдалануды қарастырады [68, с. 115-117].

Қорытындылай келе, туристік саланың инновациялық дамуы мен оның басқаруына қатысты берілген әр түрлі ғалымдардың анықтамаларын зерттей келе, біз келесідей тұжырымға келдік: *Туристік саланың инновациялық дамуы* – бұл туристік нарық қатысушыларын инновациялық процеске тарта отырып, туристік инновациялық өнім, жаңа әзірлемелер мен технологиялар сипатындағы инновациялық қызмет нәтижелерін енгізудің үздіксіз процесі. *Туристік саланың инновациялық дамуын басқару* – бұл саланың инновациялық белсенділігін арттыруды көздейтін инновациялық ортаны қалыптастыруға бағытталған туристік сала субъектілерінің инновациялық қызметін басқарудың жүйесін құру болып табылады. бұл зерттеу тақырыбы әлемдік ғылыми қоғамдастықта өзекті болып табылады, осыған байланысты авторлық зерттеу туристік саланың инновациялық дамуын басқару мәселелерін одан әрі зерделеуге бағытталған.

**1.2 Туристік саланың инновациялық дамуын басқаруды зерттеу әдістемесі**

Бүгінде инновациялар болжанатын және бақыланатын бюрократиялық процеске айналған әрі кез-келген саладағы өндірістің объективті қосымша факторы болып табылады. Сондықтан, әр түрлі кәсіпорындардың басқару тізбегінде R&D&I процесінде R&D&I менеджменті жүйесін қолдайтын және орындайтын жоғары басшылық пен қызметкерлердің болуы маңызды және оған келесі ерекшеліктер тән: инновациялардың дамуын болжау, мониторинг жасау, технологиялық мүмкіндіктерді пайдалану, тәуекелдер мен белгісіздікті басқару, R&D&I процесінің ашықтығы, инновациялық қызметпен айналысатын қызметкерлерді ынталандыру, технологиялық үдерісте мүдделі тараптармен тұрақты өзара байланыс орнату.

R&D&I процесі өзгермелі әрі күтпеген жағдайлармен сипатталады және ол PDCI (Plan-Do-Check-Act) әдіснамасын қолдана отырып, R&D&I менеджмент жүйесі арқылы ұйымдастырылады. Мұндағы PDCA әдіснамасы «Жоспарлау – Жасау – Тексеру – Әрекет ету» дегенді білдіреді [75-77]:

– *жоспарлау:* жоғары басшылықпен және әлеуетті нарық талаптарымен белгіленген технологиялық стратегияға сәйкес R&D&I нәтижелеріне жету үшін оның мақсаттарын белгілеу керек;

– *жасау:* R&D&I жүйелеу рәсімін енгізу;

– *тексеру:* R&D&I мақсаттарын есепке ала отырып, R&D&I процесін басқару, бақылау және нәтижелер туралы хабардар ету;

– *әрекет ету:* кәсіпорында R&D&I процесін тұрақты жақсарту үшін шешім қабылдау.

R&D&I процесін жүзеге асыру бір-бірімен өзара байланысты болғанымен, 5 әр түрлі бағытта жүзеге асырылуы мүмкін:

*Бірінші бағыт* нарықтың жаңа қажеттіліктерін қанағаттандыру және бар өнімді немесе процестерді жақсарту үшін технологиялық қадағалау мен болжаудың, ішкі және сыртқы талдау мен идеяларды жүзеге асыру барысындағы әлеуетті нарықты зерттеудің нәтижесі болып табылады. Бірнеше идеяның ішінен технологиялық және экономикалық тиімділігі бары таңдалады және олар R&D&I жобаларын дайындаудың негізін құрайды, әрі қарай олар бірінші кезеңге, яғни, негізді жобалауға өтеді, одан кейін тестілеу кезеңіне жіберіледі. Егер технологиялық өндіріс сатысында пайда болған мәселелер өз шешімін тапса, жоба жаңа өнімнің маркетингі және технологиялық қызметіне беріледі.

*Екінші бағыт* біріншімен тығыз байланысты, ол R&D&I процесінің әр түрлі кезеңдері арасындағы үздіксіз кері байланысты анықтауды көрсетеді, мысалы, маркетинг, жобалау және сынау, жобалауды жақсарту және жасалатын өнімнің сапасын жоғарылату үшін тұтынушы және оның талаптары, нарық қажеттіліктері туралы ақпарат пайдалануы керек.

*Үшінші бағыт* инновациялар мен зерттеулер арасындағы байланысты ескереді, туындаған мәселелердің шешімін табу үшін R&D&I процесінің негізгі кезеңдерінде технологияларды дамытудың ішкі және сыртқы тәжірибесі талап етілуі мүмкін. Бірақ, мәселелердің шешімі табылмаған жағдайда, тиісті ғылыми зерттеулер жүргізу керек. *Төртінші бағыт* R&D&I жобаларын пайдалануды көрсетеді. *Бесінші бағыт* R&D&I процестері мен зерттеу нәтижелерінің арасындағы кері байланысты қамтамасыз етуді көздейді.

Басшылық R&D&I менеджмент жүйесін әзірлеу және енгізуде келесі талаптарды орындауы қажет: R&D&I саясатын әзірлеу, R&D&I мақсаттарын анықтау, талдау жүргізу, R&D&I менеджменті бөлімшесін құру, қажетті ресурстармен қамтамасыз ету, R&D&I бюджетін қарастыру және бекіту, алынған нәтижелерді қорғау және пайдалану бойынша саясатты анықтау.

Әзірленген R&D&I саясаты, біріншіден, кәсіпорын мақсаты мен бірқатар талаптарға сәйкес болуы керек, екіншіден, R&D&I менеджмент жүйесінің нәтижелілігін тұрақты арттыруға бағытталуы тиіс, үшіншіден, сапа саласындағы мақсаттар өлшенетін болуы шарт, төртіншіден, R&D&I саясаты сапа саласындағы саясатпен келісілуі міндетті болып табылады, бесіншіден, R&D&I бойынша мақсаттардың орындалуына талдау жасау қажет. R&D&I саясаты кәсіпорын қызметкерлеріне дейін жеткізілуі және түсінікті болуы тиіс, себебі, адам ресурстары бұл жүйеде шешуші рөл атқарады. Әсіресе, қызметкерлер белсенділігін арттыру мен R&D&I-ға қатысушы қызметкерлерді ынталандыру мәселелері өзекті. Бұл ретте қызметкерлердің қажетті құзыреттілігін анықтау және R&D&I процесіне қатысатын әр түрлі кәсіпорындармен ақпарат алмасу маңызды.

Кәсіпорын R&D&I процесіне қойылатын талаптардың сәйкестігіне жету мақсатында тиісті инфрақұрылымды жұмыс күйінде ұстап, қолдап отыруы шарт, оларға ғимарат, жұмыс кеңістігі мен олармен байланысты еңбек құралдары, R&D&I процестерін орындауға арналған жабдық (техникалық, бағдарламалық құралдар); көлік, байланыс, ақпараттық жүйелер сипатындағы қамтамасыз ету қызметтері жатады. R&D&I менеджмент бөлімшесінің қызметі R&D&I құралдарын пайдалана отырып, мәселелер мен мүмкіндіктерді сәйкестендіруді, идеяларды талдау мен іріктеуді, жобалар портфельдерін жоспарлау, бақылау және басқаруды, нәтижелерді басқару, бақылау, құжаттауды және оларды қорғау мен қолдануды, өлшеу, талдау және жетілдіруді қамтиды (5-сурет).

*R&D&I өнімінің орындалу кезеңдері*

*Сатып алу*

*R&D&I процес-терінің нәтиже-лері*

*R&D&I қызметі нәтижелерін қорғау және пайдалану*

*Технологиялар-ды технология-лық қадағалау*

*Мәселелер мен мүмкіндіктерді теңестіру* *және талдау*

*R&D&I идеяларын талдау және таңдау*

*Жобалау портфелін жоспарлау, бақылау, басқару*

*Технологияларды өткізу*

технологияны табыстау үшін ішкі тетіктерді, келісімдердің құрамын анықтау

нәтижелерді қорғау үшін баламаларды теңестіру

жаңа ашуларға патенттер алу

нәтижелердің құпиялылығын қамтамасыз ету шараларын анықтау

R&D&I саясатында жоспарланған мақсаттардың тиімді атқарыл-ғандығын бағалау

R&D&I нәтижелері туралы хабарлау

бақылау және өлшеу

сатып алуды тексеру

сатып алу процесі

сатып алу туралы ақпарат

негізгі жоба

арнайы жоба

тәжірибелік сынақтар

қайта жобалау, көрсету және өндіріс

маркетинг

өзгертулерді бақылау

бірлескен кәсіпорындарды құру

зияткерлік меншік, өнеркәсіптік меншік

сатып алу, сату шарттары бойынша технологияларды алу

R&D&I жобаларын орындау үшін нетворкинг

басым ұсыныстар

ғылыми-техникалық ілгерілеу нәтижелері, есептер

құжатты талдау және бекіту

қаржыландыру көзін іздестіру

ішкі, сыртқы ынтымақтастық үшін серіктестер тарту

бағалау жүргізу

даму сценарийі

қажетті ресурстар

басты мәселелер

құндылық, R&D&I үлесіне, нарықтағы жағдайға қатысты әсер

тәуекел факторы

жетістік ықтималдығы

күтілетін артықшылықтар

ғылыми, технологиялық нәтижелерді талдау, бақылау

кедергілерді анықтау

үздіксіз білім алуды жетілдіру

жетістік жоспарын қалыптастыру

нетворкинг

ақпарат қажеттілігін анықтау

іздеу, өңдеу, ақпаратты тарату

ақпаратты бағалау

технологиялық болжау

шығармашылық тәсіл

сыртқы талдау

ішкі талдау

R&D&I процестері

Басқару құралдары

Сурет 5 – R&D&I процесін басқару құралдары

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [75-77]

5-суретке сәйкес, R&D&I менеджментінің бөлімшесі өз қызметінде келесі басқару құралдарын қолдануы тиіс:

1. *Технологиялық қадағалау.* R&D&I менеджментінің жүйесі келесідей мақсаттарды жүзеге асыру үшін технологияларды бақылау процесін қамтуы керек:

* кәсіпорын үшін пайдалы болатын ақпаратты құрастыру, талдау, тарату және қолдану бойынша жұмыстарды жүйелі орындау;
* қажетті немесе қауіпті болатын инновациялар туралы ескерту.
* сыртқы талдауға қатысты, кәсіпорыннан тыс жерде технологиялық жобаларды жүзеге асыру тиімділігі мен жүзеге асыру мүмкін емес жағдайларды сәйкестендіру, нарықты дамыту бойынша деректерді алу, бәсекелестердің өнімін салыстыратын зерттеулер жүргізу;
* ішкі талдауға қатысты R&D&I мәселелерін шешуге қажетті адами және материалдық ресурстарды түгендеу, инновациялық қызметпен айналысатын қызметкерлердің дағдысы мен білімін саралау, жобалардың тиімділігі мен сәтсіздік факторларын талдау;

1. *Мәселелер мен мүмкіндіктерді теңестіру* үшін келесі аспектілерді қарастыру қажет: кәсіпорынның R&D&I саясатына сәйкес мүмкін болатын қателіктерді болдырмау мақсатында нәтижелерді бағалау, кедергілерді анықтау, үздіксіз білім алуды жетілдіру, жетістік жоспарын қалыптастыру, нетворкингті нығайту, инновациялық жобалардың құнын бағалаудағы және маркетингтегі нетворкинг, кәсіпорынның бизнес-стратегиялары мен R&D&I жобалары арасындағы келісушілікті талдау.
2. *R&D&I идеяларын талдау және таңдау* үшін критерийлердің болуы шарт және идеяларды талдау әдісін таңдау маңызды, оның көмегімен идеялардың жетістігіне кепілдік беретін факторларды анықтап, бағалау керек. Таңдау әдісіне даму сценарийі, қажетті ресурстар, басты мәселелер, құндылық, R&D&I үлесіне, нарықтағы жағдайға қатысты әсер, тәуекел факторы, жетістік ықтималдығы, күтілетін артықшылықтар жатады.
3. *Жобалар портфелін жоспарлау, басқару және бағалау* келесі рәсімдерді қамтиды: құжатты талдау және бекіту, басым ұсыныстар, ғылыми-техникалық ілгерілеу нәтижелері және есептер, қаржыландыру көзін іздестіру, ішкі, сыртқы ынтымақтастық үшін серіктестер тарту, бағалау жүргізу.
4. *Технологияларды беру* рәсімдерін құжаттау және қолдау тәсілі келесілерді қамтиды: зияткерлік меншік, өнеркәсіптік меншік, сатып алу, сату шарттары бойынша технологияларды алу, бірлескен кәсіпорындарды құру, R&D&I жобаларын орындау үшін нетворкинг.
5. *R&D&I өнімін құру* үшін тиісті процестерді жоспарлау және әзірлеу керек және ол келесі кезеңдерді қамтуы тиіс: негізгі жоба (өнім сипаттамасы, ресурстарды жоспарлау, технологиялық карталар жобасын әзірлеу); арнайы жоба (жобаның сипаттамасының, инфрақұрылымның, жобалық топтың, коммуникациялық құрылымның болуы шарт, сонымен қатар, жобалау процесін қалай енгізу туралы мәлімет қажет), тәжірибелік сынақтар (бұл кезеңде алынған ақпарат көрсеткіштерді жақсарту үшін барлық жобалау кезеңдерінде пайдаланылуы мүмкін), қайта жобалау, көрсету және өндіріс (түпкі өнімді әбден жетілдіру үшін пайдаланылуы мүмкін), маркетинг (нарықта өнімнің керектігі және мүдделі тараптарға сәйкестігі анықталады, өнім сапасына және құрылымға өзгертулер, одан әрі түрлендірулер енгізілуі мүмкін).
6. *Сатып алу мәселесі* R&D&I менеджменті бөлімшесінің талаптарына сай болуы керек: сатып алу процесі, сатып алу туралы ақпарат, сатып алуды тексеру туралы рәсімдер мен келісімшарттарға отыру.
7. *R&D&I процестерінің нәтижелері* біріншіден, R&D&I саясатында жоспарланған мақсаттар тиімді атқарылғанын бағалауға мүмкіндік беретіндей ұсынылуы керек. Екіншіден, R&D&I нәтижелері туралы хабарлауды қамтиды, оған жобалар бойынша соңғы есептер кіруі тиіс. Үшіншіден, бақылау және өлшеуді қажет етеді, ол талдау, таңдау және нәтижелерді бекіту критерийлерін анықтауды, қол жеткізген нәтижелерді тексеру үшін қажетті тетіктерді анықтауды, сонымен қатар, R&D&I саясатында жоспарланған мақсаттармен оларды салыстыруды, тиімділік алуды, қажет болған жағдайда түзетулер енгізуді көздейді.
8. *R&D&I қызметі нәтижелерін қорғау және пайдалану* − технологияны табыстау үшін ішкі тетіктерді, келісімдердің құрамын анықтауды, нәтижелерді қорғау үшін баламаларды теңестіруді, жаңа ашуларға патенттер алуды, нәтижелердің құпиялылығын қамтамасыз ету шараларын анықтауды талап етеді [80, с. 1; 81, с. 4; 82, с. 3].

Бұл R&D&I менеджмент жүйесі кез келген саланың инновациялық дамуы үшін негіз болып табылады. Инновациялық дамуға қол жеткізу – үкімет, бизнес, жоғары оқу орындары, қауымдастықтар мен нарық қатысушылары және т.б. субъектілердің тиімді өзара әрекеттесу қабілетіне байланысты. Ұжымдық әрекеті белгілі бір даму нәтижесіне әкелетін өзара байланысты субъектілердің жиынтығы – экожүйе болып табылады.

Сапалы экономикалық өсу инновациялық компонентті белсендіретін және күшейтетін факторлар болған кезде ғана мүмкін болады, яғни ол үшін инновациялық экожүйенің болуы және жұмыс істеуі маңызды. Инновациялық идеяларды тиімді генерациялау, әзірлеу және масштабтау үшін инновациялық экожүйені қалыптастыратын жоғарыда аталған субъектілердің үйлестірілген, бірлескен іс-қимылдары мен ресурстары талап етіледі. Инновациялық экожүйенің бір бөлігіндегі өзгеріс оның басқа бөліктеріндегі өзгерістерге әкеледі.

Экожүйелер теориясы соңғы үш онжылдықта Р. Аднер., М. Якобидес, С. Сеннамо, А. Гавер, П.Дж. Уильямсон, А. Де Мейер, С. Дерст, P. Путанен сияқты шетелдік зерттеушілердің, сондай-ақ ТМД ғалымдары Клейнер Г.Б., Карпинской В.А., Дорошенко С.В., Шеломенцева А.Г., С.Д. Проскурнин, Н.А. Маслюк, Н.В. Медведева, Б.А. Ахмадеев, Н.А. Моисеев, В.В. Акбердина, Е.В. Василенконың және Н.А. Айнақұл, С.К. Нурымова, А.Т. Бекназарова, т.б. отандық ғалымдардың еңбектерінде дамып келеді [78-79].

«Инновациялық экожүйе» ұғымының ізашары – Джеймс Мур енгізген «бизнес экожүйесі» ұғымы болып табылады. Бизнес экожүйесі бәсекелестік пен ынтымақтастық негізінде белгілі бір өнімді немесе қызметті жасауға, өндіруге және жеткізуге қатысатын жеткізушілердің, дистрибьюторлардың, тұтынушылардың, бәсекелестердің жиынтығы ретінде қарастырылады. Демек, бизнес экожүйесі өзара қолдау жүйесін құрай отырып, жаңа өнім, қызмет, инновация төңірегінде бірлесіп дамитын ұйымдар желісі ретінде сипатталады.

«Инновациялық экожүйенің» тұжырымдамасын 2004 жылы алғаш ұсынған Ч. Веснер болды, ол инновациялық экожүйе – инновацияны құру мен дамытуды қамтамасыз ететін инновациялық процесс қатысушыларының өзара әрекеттесу сипаты деп қарастырады. Проскурнин С.Д. инновациялық экожүйеге идеялардың, құндылықтардың, адамдардың, ақпараттың, ресурстардың кіріс ағындарымен сипатталатын өзін-өзі ұйымдастыратын, өзін-өзі реттейтін және өзін-өзі дамытатын ашық жүйесі деп анықтама береді [80].

Л. Копейкинаның анықтамасына сәйкес, инновациялық экожүйе – инновациялық ұйымдардың құрылуы мен тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ететін жағдайлардың жиынтығы болып табылады. Ол идея тасымалдаушылары, инновациялық менеджерлер, инвесторлар және ғылыми қауымдастық сияқты төрт негізгі құрамдас бөліктен тұрады. Бұларды инновациялық орталық біріктіреді, аталған орталықта өміршең идеялар таңдалып, қаржыландырылады.

Джексон Д. «Инновациялық экожүйе дегеніміз не?» атты еңбегінде, инновациялық экожүйе ғылыми-зерттеу және коммерциялық сипаттағы екі түрлі жүйенің жиынтығы болып табылады деп сипаттаған. Бірінші жағдайда іргелі зерттеулер қозғаушы күш болса, екіншісінде нарықтық факторлар болып табылады. Инновациялық жетістіктер арқылы пайданың өсуі R&D&I-ға жұмсалған бастапқы инвестициядан асып кетсе, экожүйеде тепе-теңдіктің орнына өсу жүреді. Демек, егер зерттеуге мемлекеттік, жеке немесе корпоративтік көздерден инвестицияланған ресурстар кейін инновациялық өнімдерді енгізу арқылы ұлғайған пайдамен өтелген жағдайда инновацияның екі секторы да (зерттеу және коммерциялық) тепе-теңдікке жетеді [79, с.193].

А.Т. Бекназарованың көзқарасынша инновациялық экожүйенің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету үшін біріншіден, идеяларды генерациялайтын адамдардың өзара пікір алмасуы үшін орталықтың болуы, екіншіден, зерттеу процесін ұйымдастыру арқылы идеялардың жүйелі түрде болуы, үшіншіден, кәсіпкерлік, басқарушылық қабілеті мен бизнес құрылымдарды құру тәжірибесі бар мамандар тобының болуы қажет. Төртіншіден, инновациялық идеяларды қаржыландырудың тиімді жүйесін қамтамасыз ету маңызды. Бесіншіден, мемлекеттік, консалтингтік, сақтандыру және басқа да ұйымдардың сапалы ақпараттық қолдауы және қажетті қызметтерінің толық спектрін қамтамасыз ету маңызды. Алтыншыдан, инновацияларды қолдау және ынталандыру бойынша мемлекет тарапынан нақты шаралар жүзеге асырылуы тиіс. Инновациялық қызметтің осы аспектілерінің оңтайлы үйлесімі мен өзара әрекеттесуін қамтамасыз ету арқылы ғана инновациялық жобаларды әзірлеу мен енгізуден табыс көруге болады.

Инновациялық экожүйе келесідей элементтердің болуымен сипатталады [81]:

1. *Аймақтық мемлекеттік институттар.*
2. *Ғылым:* жоғары оқу орындары, R&D&I, ғылыми-зерттеу институттары, сондай-ақ шығармашылық, зияткерлік, инновациялық кеңістіктермен (коворкинг орталықтары, лофт-кеңістіктер, бизнес-кеңістіктер) ұсынылған «идеяларды қалыптастыру нүктелері» және т.б. Мұнда білім береді, инновациялық экожүйені сапалы адам ресурстарымен байыта отырып, кәсіби дайындықты қамтамасыз етеді.
3. *Бизнес-бірліктер:* холдингтер, кәсіпорындар, қаржылық және өндірістік топтар, банктер, инвестициялық қорлар және т.б. Құрылымдық бөлімшелердің тізімін жасау кезінде алдағы интеграцияның бағыттарын ескеру қажет, экожүйедегі нақты құрылымдық бөлімшелер үшін жауапкершілік салаларын анықтау маңызды болып табылады;
4. *Әлеуметтік орта* аймақта инновациялық ойлауды қалыптастыруды, халықтың экожүйеге деген қажетті адалдығын, өнімдер мен қызметтерге сұранысты және т.б. қамтамасыз етеді.
5. *Венчурлық инвестициялар нарығы.* Инновациялық экожүйеде пайда болатын және дамып келе жатқан инновациялық жобалар, әдетте, жоғары тәуекелмен сипатталады, оларды венчурлық қаржыландыру нарығының қатысушылары қаржыландырады. Венчурлік капитал нарығы екі сектордан тұрады: венчурлік қорлар және бизнес-періштелер.
6. *Кәсіпкерлікті қолдаудың инфрақұрылымы* материалдық және материалдық емес болып бөлінеді. Материалдық емес инфрақұрылымға келесілер жатады: консалтинг, жоба экспертизасы, сыртқы нарықтарға шығуға көмек, сондай-ақ технологиялар трансфері саласындағы қызметтер, зияткерлік меншікті қорғауға және бағалауға көмек, компаниялардың инновациялық қызметін сүйемелдейтін инновациялық қызмет түрлерінің аутсорсингі, веб-сайттар мен арнайы бағдарламалық қамтамасыз етуді, мобильді қосымшаларды әзірлеу және жобалау; нарыққа жаңа өнімдерді жылжыту саласындағы қызметтер және басқалар.

Экожүйенің қалыптасуы инновациялық ортаның дамуымен байланысты [78, с. 32]. Инновациялық экожүйенің тиімді жұмыс істеуінің негізгі шарттарының бірі – инновацияларды басқару әдістерін қолдану. Сюзан Дёрст бойынша табысты инновациялық экожүйені дамытудың негізгі нүктелері келесідей [82] (4-кесте).

Кесте 4 – Табысты инновациялық экожүйенің негізгі параметрлері

|  |  |
| --- | --- |
| Параметрлер | Шағын топтар |
| 1 | 2 |
| *Ресурстар* | Ресурстарды басқару |
| Ресурстарды орналастыру | |
| Ресурстардың қолжетімділігі | |
| Әр түрлі ақша қорларына қол жеткізу (мемлекеттік, жеке) | |
| *Басқару* | Инфрақұрылымға ұзақ мерзімді инвестициялар | |
| Ақпаратты мұқият талдау арқылы шешім қабылдау | |

|  |  |
| --- | --- |
| 4-кестенің жалғасы | |
| 1 | 2 |
|  | Жүйенің барлық мүшелеріне қатысты сауатты тайм-менеджмент |
| Тәуекелдерді жүйелі бағалау |
| Серіктестер арасындағы өзара әрекеттесуді қолдау үшін интернет қосымшаларын пайдалану |
| Рөлдерді басқарудың түсінікті жүйесі |
| *Кадрларды басқару* | Инновация жұмыс сипаттамасының міндетті бөлігі ретінде |
| Ғылыми қызметкерлерді зерттеушілердің халықаралық қоғамдастығына жіберу |
| *Серіктестер* | Әріптестердің кең ауқымын пайдалану |
| Университеттер – экономикалық саладағы ынтымақтастықтың өзегі |
| *Стратегия және көшбасшылық* | Шдамдылық |
| Мақсат қоюдың айқындылығы |
| Инновацияға абстрактілі көзқарас |
| Ұйымдастырушылық мәдениет |
| Тұрақтылық және сәтсіздіктер мен хаостан сабақ алу мүмкіндігі |
| Инновациялық мәдениет |
| Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [82, p. 32] | |

Инновациялық экожүйені қалыптастыруды бастамас бұрын оның болашақтағы ресурстармен қамтамасыз етілуін ескеру қажет. Мәселен, көптеген жағдайларда ТМД елдерінде бұл жағдай ескеріле бермейді және келесідей келеңсіз жағдайлармен сипатталады: экожүйенің барлық агенттерінің жұмысына қажетті кеңістіктің болмауы, экожүйеге кіретін агенттердің тізімінің толық дайын болмауы, кадрлардың жетіспеушілігі, экожүйені құру мен оны басқарудағы тәжірибенің жеткіліксіздігі. Инновациялық экожүйені басқарудың тиімділігін қамтамасыз ету үшін оны қалыптастырудың бастапқы кезеңінде келесі іс-әрекеттер орындалуы шарт:

* экожүйеге енгізілетін агенттердің географиялық жақындығына (мәселен, Силикон алқабы) бағалау жүргізу;
* қашықтағы агенттер үшін ақпараттық өзара іс-қимыл модельдерін әзірлеу;
* қағидаттар мен технологиялардың, базаның ортақтығын айқындау;
* бизнес-бірлік сипатындағы кәсіпорындарды, банктерді, қорларды және т.б. интеграциялау бағыттарын әзірлеу қажет;
* инфрақұрылымды бағалауды жүзеге асыру;
* өндірістік және маркетингтік салалардағы экожүйе кәсіпорындарының өзара әрекеттесу бағыттарын әзірлеу;
* экожүйенің инновациялық компонентін бағалау, мысалы, қандай инновациялар енгізіледі, тұтынушылық сұраныс қандай болады, олар қалай жүзеге асырылады және т.б.;
* экожүйенің кадрлық құрамын талдау;
* экожүйеге кадрларды даярлау мен инновацияларды шоғырландыруды қамтамасыз ететін білім беру, ғылыми-зерттеу, тәжірибелік-конструкторлық ұйымдардың қосылуын қамтамасыз ету.

Инновациялық экожүйені құру мен оны басқару инновациялық экожүйені басқару орталығына жүктеліп, ол келесідей негізгі функцияларды қамтуы тиіс:

* инновациялық дамуды үйлестіру, экожүйеге кіретін барлық агенттер мен құрылымдық бөлімшелердің қызметін үйлестіру жүзеге асырылады;
* кеңес беру, мониторинг;
* мемлекеттік бағдарламаларды инновациялық экожүйе қызметінде пайдалануға бейімдеу;
* экожүйенің құрылымына жаңа бизнес-бірліктер мен инвестицияларды тарту арқылы оның қызметін кеңейту;
* экожүйеге кіретін бизнес-бірліктерге нарыққа жаңа өнімдерді шығаруға жәрдемдесу;
* экожүйе кадрларын даярлау мен қайта даярлауды ұйымдастыру және т.б.;
* тұтынушылық сұранысты қалыптастыру бойынша идеяларды генерациялау және әзірлеу және т.б.

Инновациялық экожүйеге серіктестерді тарту және дұрыс таңдау, олармен тығыз байланыс орнату үздіксіз дамуды қамтамасыз етеді. Біріншіден, инновациялық экожүйе мықты стратегия мен көшбасшылықты қажет етеді. Себебі, инновациялық стратегия жаңа ғылыми-техникалық жетістіктерді және бұрын қолданылмаған басқару әдістерін пайдалана отырып, дамудың перспективалық бағыттарын қалыптастырады. Екіншіден, инновациялық экожүйенің тиімді дамуына себепші болатын факторларды қарастырған жөн (5-кесте).

Кесте 5 – Инновациялық экожүйенің тиімді дамуына себепші болатын факторлар

|  |  |
| --- | --- |
| Анықтаушы фактор | Факторлар тобының сипаттамасы |
| *Инновациялық* | Технологиялар мен ресурстарды төмен шығындармен жаңа өнімдерге үнемі өзгерту, өзгеретін ортаға бейімделу және жаңа тауашалар құру. |
| *Стратегиялық* | Процестерді дамыту, серіктестермен, ізбасарлармен жұмыс істеу, экожүйеге тән тәуекелдерді ескеретін инновациялық стратегия құру |
| *Инфра-құрылымдық* | Кластерлік дамудың, университеттер мен өнеркәсіп арасындағы ынтымақтастықтың жай-күйі, инновациялар мәдениетінің болуы |
| *Адами* | Дарынды адамдардың болуы; зерттеушілердің, кәсіпкерлердің, әр түрлі институттардың шоғырлануы; кәсіпкерлік мәдениеттің болуы, капиталға және қолайлы ортаға қол жеткізу |
| Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [82] | |

Инновациялық фактор нарыққа инновациялық өнімдер мен қызметтерді енгізуге ықпал ететін балама тәсілдердің болуымен сипатталады. Дегенмен, ұзақ мерзімді перспективада тұрақты даму және табысты инновациялық қызмет стратегиялық менеджментсіз (стратегиялық фактор) мүмкін емес. Инновациялық экожүйеде инновацияларды құру үшін арнайы инфрақұрылым қажет. Экожүйелік тәсіл адамдарға, яғни, өндірістің, мемлекеттік басқарудың, ғылымның немесе азаматтық қоғамның өкілдері болсын, жаңа талаптар қояды. Сондықтан, инновациялық экожүйе қатысушыларының арасындағы өзара байланысты қамтамасыз ету маңызды. Мысалы, инновациялық экожүйе құрамындағы қатысушылар келесідей байланыс бағыттарын орнатады:

1. C2C (Consumer-to-Consumer) - тұтынушылар, яғни туристер арасында пікір алмасу).
2. B2B (Business-to-Business) - турбизнес субъектілері арасындағы кооперация.
3. C2B (Consumer-to-Business) – туристердің турбизнеске қоятын талаптары мен тілектері.
4. B2C (Business-to-Consumer) – туристердің турбизнеске жауабы.
5. С2G – (Consumer-to-Government) – туристердің билікке қоятын талаптары мен тілектері.
6. B2G - (Business-to-Government) – бизнес өкілдерінің билікке қоятын талаптары мен тілектері.
7. G2B - (Government-to-Business) – биліктің бизнес өкілдеріне қоятын талаптары.
8. C2S – (Consumer-to-Science) – зерттеушілерге бастапқы ақпаратты тікелей туристерден алуға мүмкіндік береді.
9. B2S – (Business-to-Science) - зерттеушілерге бастапқы ақпаратты тікелей бизнес-өкілдерінен алуға мүмкіндік береді.
10. G2S - (Government-to-Science) - зерттеушілерге бастапқы ақпаратты тікелей бизнес-өкілдерінен алуға мүмкіндік береді.
11. S2B - (Science-to-Business) – ғылым өкілдері зерттеу нәтижелерін жүзеге асыру үшін туристік сала кәсіпорындарына тікелей өткізе алады.
12. S2G - (Science-to- Government) - ғылым өкілдері зерттеу нәтижелерін жүзеге асыру үшін билік органдарына өткізе алады.

Бұндай байланыс бағыттары кері байланыс орнату және делдалдарсыз ортақ міндеттер мен мәселелерді шешуге мүмкіндіктер береді. Оларды инновациялық инфрақұрылымдар біріктіре алады. Себебі, бүгінде барлық инновацияларды болжауға және инновациялық қызметті белгілі бір дәрежеде жеделдетуге болады, ол үшін ресурстық, кадрлық, материалдық-техникалық, ақпараттық, қаржылық және кадрлық база болуы шарт [22, с. 14 ] (6-сурет).

*R&D&I қызмет*

*нәтижелерін қорғау, пайдалану*

Әлеуметтік тапсырыс

*Туристік-рекреациялық қызметтің даму факторлары*

Табиғи-геогра фиялық

Экономикалық

Әлеуметтік

Саяси

Мәдени

Экологиялық

Демографиялық

*ИННОВАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТ*

Ресурстық

Қаржылық

Кадрлық

Материалдық-техникалық

Ақпараттық

Әдістемелік

Туристік қызметтерді тұтынушылар

Инновацияға деген қажеттілік

Иннова циялық қызмет тұжырым-дамасы

Туризмдегі R&D&I деңгейі

Мемлекеттің инновациялық стратегиясы

Инновациялық тәуекелдерді бағалау

Туризмдегі бәсекелес-тік орта

Инновациялық инфрақұрылым

*R&D&I процесс*

*нәтиже лері*

Іздеу, өңдеу, ақпаратты тарату

Ішкі талдау

Ғылыми, технология-лық нәтижелерді талдау, бақылау

Сурет 6 – Туристік саладағы инновациялық процестің моделі

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [22, с. 14]

Бұл модель инновациялық жобаларды жүзеге асыруға, олардың орындалуын үйлестіруге, бақылауға, туроператорлармен, мемлекеттік органдармен ынтымақтастық арқылы инновациялық өнімдерді жасауға, өзара тиімді алмасуға мүмкіндік береді. Осы бөлімшеде қарастырылған теорияға негізінде туристік саланың инновациялық экожүйесін келесідей сызба түрінде көрсетуге болады (7-сурет).

Білім, құндылықтармен алмасу

Бірлескен нәтижелер жасау

*Туристік саланың инновациялық экожүйесі*

Ресурстар- дың шоғырлануы

Туристік саланы транс- формациялау, иннова-циялық экожүйені қалыптастыру

Инновациялық, технологиялық серпіліс кезеңі

Жетілу кезеңі, инновациялық экожүйе брендін дамыту

Ақпараттық ресурстар

*Инновациялық экожүйенің элементтері*

Ғылым

ЖОО

Венчурлық инвестиция

Қаржылық ресурстар

Материалдық, материалдық емес инфрақұрылым

Инновациялық орта лықтар /туризмдегі

R &D& I орталықтар

Инновациялық сұраныс

ШОБ, мемл.орган, туристік нарық қатысушылары

Заңнамалық акті- лер, инновация- лық стратегия, инновациялық саясат

Мемлекеттік органдар

Адам ресурстары

Туризм, IT,

маркетологтар

Ұлттық статистика бюросы, ТАО, «Kazakh Tourism»

Интеллектуал- ды ресурстар

Ұлттық зияткерлік меншік институты

Туризмдегі инновациялық ортаны қалыптастыру

Туризмдегі инновациялық белсенділікті арттыру

Туризмдегі инновациялық жобаларды ұлғайту

Құндылықтан жеке пайда

Рентабельділікті арттыру

Турөнімнің нарыққа шығу уақытын қысқарту

Инновациялық мүмкіндіктерді жетілдіру

Инновациялар нарығына қолжетімділікті кеңейту

Туризмдегі инновациялық қызметті ынталандыру

Жасанды интеллект, Big Data көмегімен туристердің мінез-құлқын талдау, туристерді эмоционалды бақылау арқылы келушілер ағынын ұлғайту

Сурет 7 – Туристік саланың инновациялық экожүйесі

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [78, с. 32; 79, с. 194; 80, с. 15-16; 81; 82, р. 32; 83, с. 466]

7-суретке cәйкес инновациялық экожүйе және оның қатысушылары өзара байланыс негізінде жұмыс істейді және ол бүкіл құрылымның сәтті жұмыс істеуі үшін маңызды. Бұл жердегі басты мәселе – туристік саладағы R&D&I нәтижелерін коммерцияландыруға қолайлы болатын инновациялық ортаны қалыптастастыру және инновациялық әлеуетті дамыту. Инновациялық экожүйені қалыптастырудың бірінші кезеңі ресурстарды шоғырландырудан басталады. Бұл кезеңде ғылыми әлеуетті қалыптастыру маңызды. Туристік саланы трансформациялау мен инновациялық экожүйені қалыптастыру кезеңіне шағын инновациялық кәсіпорындар мен жоғары технологиялық бизнес жобаларының бірігуі тән. Инновациялық-технологиялық серпіліс кезеңі технологиялық жобалар санының өсуімен сипатталса, инновациялық экожүйенің жетілу кезеңінде инновациялық инфрақұрылым күшейіп, инновациялық экожүйенің бренді қалыптасады [84].

Бұл кезеңдерді өткеру барысында экожүйе мүшелері біліммен, құндылықтармен бөлісе отырып, әр түрлі ресурстарды бірлесіп пайдалана алады. Инновациялық экожүйе оның барлық мүшелерінің мүдделерін ескеруі керек және келесідей элементтерді қамтуы тиіс: ғылым; венчурлік инвестициялар; заттай және материалдық емес инфрақұрылым; инновациялық сұраныс; заңнамалық актілер, құқықтық жағдайлар, адам ресурстары, ақпараттық ресурстар, интеллектуалды ресурстар. Оның ғылыми негізін жоғары оқу орындары құрайды. Венчурлық инвестициялар экожүйені қажетті қаржылық ресурстармен қамтамасыз етеді. Инфрақұрылым инновациялық өнімдерді әзірлеп, оларды нарыққа шығарады. Жоғары технологиялық өнімді жасау үшін оған бизнес, мемлекет және туристік нарық тарапынан сұраныс бар екеніне көз жеткізу керек. Заңнамалық актілер нарық ойыншылары арасындағы қатынастарды реттеуге мүмкіндік береді. Адам ресурстары инновациялық идеяларды қалыптастыру мен жүзеге асыруды қамтамасыз ететін инновациялық даму субъектісі ретінде маңызды рөл атқарады. Ақпараттық ресурстар нарықтағы жағдайды талдау мен эмпирикалық зерттеулер жүргізуде маңызды рөл атқарады. Интеллектуалды ресурстар инновациялық экожүйенің интеллектуалды капиталы болып табылады, оған интеллектуалды меншікті жатқызуға болады.

*Инновациялық экожүйе қатысушылары келесідей пайда өндіре алады:* құндылықтан жеке пайда, рентабельділікті арттыру*,* инновациялық мүмкіндіктерді жетілдіру, инновациялық қызметті ынталандыру, инновациялық жобаларды ұлғайту, инновациялық белсенділікті арттыру, жасанды интеллект және Big Data көмегімен туристерді эмоционалды бақылау арқылы келушілер ағынын ұлғайту.

*Туристік саладағы инновацияның басым түрлері*

1. Өнімдік инновациялар
2. Процестік/инновациялар
3. Ұйымдастырушылық/институционал дық инновациялар
4. Маркетингтік инновациялар
5. Басқарушылық инновациялар
6. Ресурстық инновациялар
7. Тұжырымдамалық инновациялар
8. Бизнес-модель инновациясы
9. Туризм логистикасындағы инновация лар

*Туристік саланың инновациялық дамуының тұжырымдамалық моделін әзірлеу*

1. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару
2. Туристік саладағы инновациялық белсенділік
3. Инновациялық орта
4. Инновациялық әлеует
5. Инновациялық саясат
6. Инновациялық стратегия
7. Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігі»

Стратегиялық талдау

Статистикалық талдау

SWOT талдау

*Туристік саланың инновациялық дамуының көрсеткіштері*

1. Туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлер саны
2. Инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкерлердің жалпы саны
3. Жалпы өңірлік өнім
4. Өнер, ойын-сауық және демалыс сала сындағы негізгі капиталға инвес тициялар
5. Орналастыру орындарының саны
6. Турагенттер реестрі
7. Туристік ақпараттық орталықтар
8. Орналастыру орындары көрсеткен қызметтер көлемі
9. Облыстар бойынша қызмет көрсе тілген кіру және ішкі келушілер саны
10. Облыстар бойынша «Өздігінен ұйымдастырылған» кіру және ішкі келушілер саны
11. Турмаршруттар саны
12. Инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны
13. Инновация саласындағы белсен ділік деңгейі
14. Инновацияға жұмсалған шығындар
15. Өз қаражатынан инновацияларға арналған шығындар

Факторлық талдау (FA)

Негізгі компоненттерді талдау (PCA)

*Туристік саланың инновациялық дамуын басқаруға әсер ететін факторлар*

1. туристік саладағы инновациялар құру жөніндегі коллаборациялар;
2. кедергілер;
3. мемлекеттік қолдау;
4. инновацияларды жүзеге асырудың табыстылығы;
5. инновацияның дамуын шектейтін компания ішіндегі ұйымдастырушылық қиындықтар;
6. шектеу факторлары;
7. құн факторы;
8. білім факторы;
9. туристік саладағы әлсіз инновация лық белсенділіктің негізгі себептері;
10. жаңа идеялар мен тұжырымдама ларға ашықтық;
11. инновацияларға ұмтылу

Туристік саланың инновациялық дамуын зерттеу әдістемесі

Сурет 8 – Туристік саланың инновациялық дамуын зерттеу әдістемесі

Ескерту – Автормен құрастырылған

Екі бөлімшеде қарастырылған теориялық тұжырымдарды негізге ала отырып, туристік саланың инновациялық даму әдістемесін ұсынамыз, 8-суретте зерттеуді жүзеге асыру бағыттары қарастырылған. Зерттеудің әдістемелік тұрғысына келетін болсақ, алдағы бөлімдерде экономикалық-статистикалық талдау және бағалау жүргізу мен олардың негізінде ұсыныстар әзірлеу үшін туристік саланың инновациялық дамуын бағалау кезеңдері мен қолданылатын әдістерін келесідей сызба ретінде ұсынып отырмыз (9-сурет).

1-кезең. Қазақстан Республикасындағы туристік саланың инновациялық дамуының сандық көрсеткіштерін кешенді талдау

Әдістері: статистикалық өңдеу әдісі, ранжирлеу әдісі, SWOT-талдау әдісі

2-кезең. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқаруды бағалау

Әдістері: SWOT-талдау, статистикалық өңдеу әдісі, радарлық әдіс

3-кезең. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқаруды факторлық талдау, негізгі компоненттерді талдау әдісі (PCA)

Әдістері: топтау әдісі, факторлық талдау әдісі, сараптамалық бағалау әдісі, дисперсиялық талдау әдісі

4-кезең. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару механизмін жетілдіру бойынша ұсыныстар.

Әдістері: сараптамалық бағалау әдісі, құрылымдық теңдеулерді модельдеу әдісі (SEM), дисперсиялық әдіс

5-кезең. Астана қаласы мен Ақмола облысының инновациялық дамуын басқару бойынша ұсыныстар

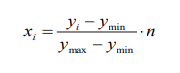
Әдістері: жалпылау әдісі

Сурет 9 – Туристік саланың инновациялық дамуын бағалау әдістемесі

Ескерту – Автормен құрастырылған

Талдаудың *бірінші кезеңінде* Қазақстандағы туристік саланың инновациялық дамуының қазіргі жағдайын анықтау үшін салалық статистикалық көрсеткіштер пайдаланылып, негізгі талдау әдістері ретінде статистикалық өңдеу әдісі, SWOT-талдау мен ранжирлеу әдісі қолданылатын болады. SWOT-талдау – стратегиялық жоспарлау әдісі болып табылады. Бұл әдіс зерттеу объектісін сипаттайтын факторларды төрт санатқа бөліп қарастырады: күшті жақтар (Strengths), әлсіз жақтар (Weaknesses), мүмкіндіктер (Opportunities) және қауіптер (Threats). Күштер мен әлсіздіктер ішкі орта факторлары болып табылады (яғни, объектінің өзі әсер ете алатындығымен ерекшеленеді); мүмкіндіктер мен қауіптер сыртқы орта факторлары болып табылады (яғни, объектіге сыртқы факторлар әсер етуі мүмкін). Бұндай талдау әдісі туристік саланың дамуына әсер етуші әр түрлі ішкі және сыртқы факторлардың ықпалын анықтауға мүмкіндік береді.

Ранжирлеу әдісі бойынша аймақтардың көрсеткіштер бойынша рангтері мен жиынтық рангтері кесте және тиісті диаграмма арқылы көрсетіліп, олардың алған орындары бойынша тиісті қорытындылар жасалады. Ранжирлеу әдісі бойынша әрбір көрсеткіштің максималды және минималды мәндерін табамыз. Әрі қарай, нормаланған жаңа көрсеткіштердің қабылдаған мәндерін есептеу ыңғайлы болу үшін, көрсеткіштерді 0-ден n дейін болатындай етіп n көбейтеміз, (1) формуласы төменде көрсетілген [4, б. 33]:

 (1)

мұнда x*i* − *i*-аймақтың жаңа ранг мәні;

y*i* − *i*-аймақтардың соңғы жылдағы көрсеткіші;

ymin − аймақ көрсеткіштері ішіндегі миниал сан;

ymax − аймақ көрсеткіштері ішіндегі максимал сан;

n – айнымалы сан.

Зерттеудің *2-ші кезеңінде* статистикалық өңдеу және радарлық әдіс пайдалану арқылы Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқаруды бағалау мен SWOT-талдау жүргізіледі. *Радар әдісі* аймақтардың дамуы мен бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштерін бағалау үшін қолданылады. Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару радарын құру үшін келесі қағидаларды ұстану маңызды:

– көрсеткіштер блоктарының болуы;

– критерийлерді бағалау шкаласы орталықтан таралады (-1-ден 1-ге дейін);

– радиалды түзу сызықтардағы шкалалар критерийлердің барлық мәндері бағалау шеңберінің ішінде орналасатындай етіп градацияланады [85]. Бірінші кезеңде бағалау көрсеткіштері анықталып, екінші кезеңде таңдалған индикаторларды қалыпқа келтіру жүргізіледі.

Зерттеудің *3-ші кезеңінде* Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқаруды талдауда келесі әдістер қолданылады: дельфи әдісі, факторлық талдау (FA), негізгі компоненттерді талдау әдісі (PCA), дисперсиялық талдау әдісі. Бастапқыда, бірнеше кезеңнен тұратын сараптамалық бағалауды қамтитын Delphi әдісі пайдаланылады, оған туристік саладағы сарапшылар мен жоғары оқу орындарының профессорлық-оқытушылық құрамын қатыстыру көзделген. Талдау үш кезеңде жүргізіледі: алдын ала, негізгі және аналитикалық кезең. Алдын ала кезеңде Google формада анонимді онлайн сауалнама құрастырылып, сарапшылармен келісіледі. Екінші кезеңде сауалнама туристік саладағы мамандарға жіберіледі. Бұл кезеңде сауалнама екі раундта жүргізіледі. Бірінші раундтан кейін ең аз бал жинаған сұрақтар алынып тасталады, осылайша, бірінші раундқа қатысқан сарапшылар тобына қайтадан жаңа сауалнама жіберіледі. Екі раундтың негізінде бірізділікке қол жеткізіледі және Delphi талдауының аналитикалық кезеңінде іріктелген сұрақтар анықталып, негізгі компоненттерді талдау (PCA – Principal Component Analysis) әдісі қолданылады. Зерттеу нәтижелері үшін SPSS IBM 20 және SmartPLS бағдарламаларының көмегімен факторлық және дисперсиялық талдау сияқты ақпаратты өңдеудің статистикалық әдістері қолданылады [86].

*Туристік саланың инновациялық дамуына әсер ететін факторларды анықтау үшін* негізгі компоненттерді талдау әдісі (PCA) және факторлық талдау қолданылады. *Факторлық талдау* – бұл айнымалы мәндер арасындағы қатынасты зерттейтін көп өлшемді әдіс. *Негізгі компоненттерді талдау* – айнымалылар арасындағы байланыстарды талдаудың сипаттамалық әдістеріне жатады. Сондықтан тәуелді айнымалылар мен тәуелсіз айнымалылардың байланысы, талданатын айнымалылардың бір мезгілде үйлесуі (өзара тәуелділік) өте маңызды. Негізгі компоненттерді талдау айнымалылар жиынтығына негізделген бірнеше факторларды анықтаудан тұрады. PCA бір немесе бірнеше сапалық айнымалылардың бір тәуелді сандық айнымалыға әсерін зерттеу үшін қолданылатын *дисперсиялық талдауды* қамтиды, яғни, ол компоненттер арасындағы маңызды айырмашылықты анықтауға, әр фактордың мөлшерін, негізгі факторларды анықтауға бағытталған [87].

Зерттеудің *4-ші кезеңінде* Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару механизмін жетілдіру бойынша ұсыныстар беру жоспарланған. Ол үшін зерттеулерді зерделеу негізінде туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың тұжырымдамалық моделі жасалып, оны талдау – құрылымдық теңдеулерді модельдеу әдісі арқылы жүзеге асырылады (Structural Equation modeling - SEM). SEM-де құбылыстың әр түрлі аспектілері бір-бірімен құрылым арқылы байланысты деп қарастырылады [88]. Эксперименттік деректерді жинау үшін Google Forms құралы арқылы анонимді онлайн сауалнама жүргізіледі және оның нәтижелері Smart PLS бағдарламасында өңделеді.

Зерттеудің *бесінші кезеңінде* Астана қаласы мен Ақмола облысының инновациялық дамуын басқару бойынша ұсыныстар беру көзделген. Бұл ұсыныстар теориялық және талдау бөлімдерінің, сонымен қатар, зерттеудің тұжырымдалық моделінің нәтижелері негізінде жасалады.

Қорытындылай келе, қарастырылған зерттеудің әдістемелік негіздері оның мақсатына жетіп, қойылған міндеттерді шешу арқылы басты ғылыми нәтижелерге жетуге бағытталған. Бүгінде саланың инновациялық дамуын басқаруда оның инфрақұрылымдық қамтамасыз етілуі, ресурстық және технологиялық базасын қалыптастыру өте маңызды. Әсіресе, инновациялық процесс қатысушыларының идеяларды генерациялауға және оларды барлық инновациялық цикл бойынша коммерцияландыру процесін жүзеге асыруға мүмкіндік беретін біртұтас инновациялық экожүйеде жұмыс істеуі маңызды.

**1.3 Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың шетелдік тәжірибесі**

**ДТҰ мәліметтері бойынша** 2021 жылы халықаралық туризмнің экспорт көлемі 1,9 трлн. долларды құрады, бұл әлемдік экспорттың 21,7%-ын қамтиды, жалпы ішкі өнімдегі туристік саланың үлесі – 6,1%**. 2021 жылы әлемдік туристік сала көрсеткіштері 2020 жылмен салыстырғанда 4%-ға өсті. Алайда, ДТҰ бағалауы бойынша, халықаралық туристік сапарлардың жалпы саны пандемияға дейінгі кезеңге қарағанда 72%-ға,** халықаралық туризмнің экспорт көлемі 3,5 трлн. долларға **төмен [89-90].**

**Басқарудың тиімділігін арттыру және өзгерістерге жылдам бейімделу үшін туристік саланы басқарудың икемді тәсілдерін пайдалану маңызды.** Зерттеу көрсеткендей, туристік саланың дамуы бұл оның мемлекеттік деңгейде қалай қабылданатынына тікелей байланысты. Қазіргі уақытта сарапшылар шет елдердегі туристік саланы басқарудың үш моделін бөліп қарастырады [91-92].

Бірінші модель бүкіл саланы реттейтін қуатты министрліктің болуын көздейді, ол туристік сала мен инфрақұрылымға, сондай-ақ ұлттық туристік өнімдерді шетелдерде жылжытуға арналған қаржылық салымдарды талап етеді. Басқарудың бұл моделі Түркия (Мәдениет және туризм министрлігі), Египет (Туризм және көне жәдігерлер министрлігі) және Таиланд (Туризм және спорт министрлігі) сияқты елдерге тән.

Екінші модель орталық мемлекеттік басқарудың жоқтығымен сипатталады, барлық сұрақтар мен мәселелер нарықтың өзін-өзі ұйымдастыруы негізінде шешіледі. Бұл үлгі туристік сала жоғары орталықсыздандырылған АҚШ сияқты нарықтық экономикасы жоғары дамыған елдерге тән, яғни, АҚШ-та Ұлттық саяхат және туризм бюросы федералды үкімет үшін байланыс орталығы болып табылады.

Үшінші модель Еуропа елдерінде басым. Туристік саланы дамыту мәселелері ведомствоаралық министрлік деңгейінде шешіледі, мұндай министрліктер әдетте екі бағытта жұмыс істейді: құқықтық қамтамасыз ету мен туристік саладағы халықаралық ынтымақтастықты қоса алғанда, мемлекеттік реттеу мәселелерін шешеді және маркетингтік қызметті жүргізеді, яғни, көрмелерге қатысады, шетелдердегі өкілдіктерді басқарады. Бұл модель Франция, Испания, Италия, Ұлыбритания сияқты елдерге тән (6-кесте).

Кесте 6 – Шет елдердегі туристік саланы басқару модельдері

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Атқарылатын функциялар | Франция | Испания | Ұлыбритания | Италия |
| *Бөлімнің атауы* | Францияның Еуропа және Сыртқы істер министрлігі | Өнеркәсіп, сауда және туризм министрлігі | Цифрлық технологиялар, мәдениет, медиа және спорт департаменті | Мәдени мұра, қызмет және туризм министрлігі |
| *Туристік қызметті үйлестіретін органдар* | Туризм жөніндегі ведомствоаралық кеңес және туризм жөніндегі басқарушы Кеңес | Туризм жөніндегі мемлекеттік хатшылық | Visit Britain (бұрынғы BTA) | Туризм жөніндегі бас директорат |
| *Мемлекет бақылауындағы туризмге жауапты ұйымдар* | Atout France, демалыс ваучерлерінің ұлттық агенттігі | Turespaña, Paradores de Turismo, SEGITTUR |  | ENIT, Italian Alpine Club, Туризмнің инвестиция-лық қоры |
| *Маркетингтік саясатты ұйымдастыру* | Atout France | Turespana | Visit Britain (ex BTA) | EN1T |
| *Шетелдік өкілдіктер* | 32 | 33 | 20 | 28 |
| *Туристік саланы мемлекеттік қаржыландыру* | € 5 биллион | €336 миллион | £ 19,5 миллион | €490 миллион |
| Ескерту − Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [91, р. 172; 92, р. 107] | | | | |

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару бойынша Испанияның шетелдік тәжірибесі басқа елдерден ұйымдастыру-басқару жүйесімен ерекшеленеді. Испания 2019 жылы «Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілетілік индексінде» 1-ші орынды, 2021 жылы «Саяхат және туризмнің даму индексінде» 3 орынды иеленді (10-сурет) [93-94].

Үйлестіру кеңесі

Өнеркәсіп, сауда және туризм министрлігі

Туризм жөніндегі мемлекеттік хатшылық («TURESPANA» Президенті)

Туризм жөніндегі ведомствоаралық комитет

Испан Туризм кеңесі

«TURESPANA» консультативтік кеңесі

Туризмді үйлестіру және бәсекеге қабілеттілік департаменті

Туризмді дамыту және тұрақтылық департаменті

Инновациялық және туризм технологияларын басқару жөніндегі мемлекеттік ұйым (SEGITTUR)

Испания туризм институты «TURESPANA»

Мемлекеттік қонақ үйлер желісі PARADORES DE TURISMO DE ESPANA

Шетелдегі испан туристік кеңселері

Сурет 10 − Испаниядағы туристік органдардың ұйымдастыру-басқару схемасы

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [91, р. 279; 92, p.108]

Испаниядағы туристік саясат испандық туристік модельді тұрақтылық, инновация және білім қағидаттары бағытында дамытып отыр. Өнеркәсіп, сауда және туризм министрлігі Туризм жөніндегі мемлекеттік хатшылықпен бірлесіп, ұлттық деңгейдегі 3 ұйымның қызметін үйлестіреді: «Turespana», «Paradores de Turismo», «SEGITTUR» [91, р. 279; 92, р. 108]:

1. «Turespana» ұйымы халықаралық туристік маркетингке жауап береді, оның 33 туристік кеңседен тұратын халықаралық желісі бар.

2. «Paradores de Turismo» ұйымы тарихи орындарда, ұлттық саябақтар мен ерекше қорғалатын аумақтарда орналасқан мемлекеттік қонақ үй желісін басқарады, оған 97 қонақ үй және 4000-нан астам қызметкер кіреді.

3. «SEGITTUR» ұйымы Испанияның туристік саласындағы жаңа технологияларды кеңінен таратуға және қолданысқа енгізуге жауапты, яғни, туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін, сапасы мен тұрақтылығын арттыру үшін технологияларды, білім мен инновацияларды жете зерттеп, басқарады.

Бүгінгі таңда туристік сала мемлекет оны экономиканың басым саласы ретінде қарастыратын және инновациялық бағдарланған туристік саясатты ұстанатын, сондай-ақ туризмді басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық моделін үнемі жетілдіріп отыратын елдерде дамып келеді. Мысалы, Канада, Финляндия, Исландия, Литва, Жаңа Зеландия, Норвегия, Испания, Швейцария сияқты бірқатар елдер мақсатты аудиторияны кеңейтуге ықпал ететін инновацияларды дамыту және саланы басқарудың цифрлық модельдерін енгізу бойынша белсенді жұмыс атқарып келеді.

Қазіргі кезде туристік бағыттарды дамыту болашақ қажеттіліктер мен үрдістерді алдын ала болжауға және бақылау мүмкіндігін беретін технологияларды пайдалану қабілетіне тікелей байланысты. Мысалы, «Туризм 4.0» цифрлық платформасының моделіне көшу барлық буындарды автоматтандыруды, R&D&I әлеуетін күшейтуді, «Заттар интернетін», үлкен деректер мен жасанды интеллектті, блокчейн технологиясын және т.б. қолдану арқылы туристік өнімнің барлық ішкі жүйелері мен буындарын басқаруды көздейді. Практикада мұндай тәсілдерді қолдану бүкіл әлем бойынша туристік саланың инновациялық дамуының мәселелерімен айналысатын туристік инновациялық орталықтардың құрылып, белсенді жұмыс істеуіне себепкер болды. Бүгінде дүниежүзі бойынша туристік инновациялық орталықтардың 3 моделі кеңінен таралған [95-117] (7-кесте).

1. Туристік саладағы инновациялар жөніндегі департаменті немесе бөлімі бар инновациялық орталықтар және хабтар, олар ДТҰ-мен, технологиялық компаниялармен және ұлттық туристік ұйымдармен ынтымақтастықта жұмыс істейді.
2. Университеттерде жұмыс істейтін туристік инновациялық орталықтар және зертханалар (министрліктермен, әуежайлармен, әуе компаниялармен, технологиялық компаниялармен, қауымдастықтармен ынтымақтасады).
3. Дербес жұмыс істейтін туристік инновациялық орталықтар, хабтар мен зертханалар, олардың негізін қалаушылар немесе серіктестері – әлемге әйгілі және ірі компаниялар, ұйымдар, корпорациялар, министрліктер, университеттер, ұлттық туристік ұйымдар, үкімет, банктер, инвестициялық және технологиялық компаниялар, әуежайлар, әуе компаниялары, қонақ үй желілері, олардың қатарында ДТҰ, ЕС Erasmus +, VINNOVA, Google, Microsoft, Amadeus, Mastercard, Austria Tourism National Organisation, Visit Britain, the Department for Digital, Culture, Media and and Sport, Emirates Group, Dubai Tourism, Accenture, Turismo de Portugal, Singapore Airlines, Changi Airport Singapore, Marina Bay Singapore, The Ritz Carlton Millenia Singapore және т.б. бар.

Кесте 7 – Туристік саладағы инновациялық орталықтардың, хабтардың және зертханалардың модельдері

|  |  |
| --- | --- |
| Форма | Туристік инновациялық орталықтар мен хабтардың атауы |
| 1 | 2 |
| Туризм саласын дағы инновациялар | IDB Lab (Латын Америкасы және Кариб бассейні елдері), Innovation Norway (Норвегия), Eurecat (Испания). |

7-кестенің жалғасы

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| бойынша бөлімдері бар (1993 жылдан бастап) |  |
| Университет жа нында (2007 жыл дан бастап) | «Туристік саладағы инновациялар орталығы» (UNIMAS, Малайзия), «INNOTOUR» (Оңтүстік Дания Университеті), «The Centre for Research and Innovation in Tourism» (CRiT) (Тейлор университеті, Малайзия), «Digital Innovation Observatories» (Политехникалық университет – Менеджмент мектебі, Италия), «MT Lab» (Квебек университеті және оның Менеджмент мектебі), «Ontario Tourism Innovation Lab» (Виндзор университеті), «Innovation Hub – Les Roches» (Les Roches Халықаралық қонақ үй менеджменті мектебі, Швейцария), Туризм, өнер және мұра инновациялық орталығы (Ulysseus European University) |
| Дербес жұмыс істейтін (2012 жыл дан бастап) | The Swedish Tourism Innovation Center (Швеция), Welcome City Lab (Франция), Tourism Innovation Center (Гаити), Next Level Tourism Austria (Австрия), Independent Tourism Data Hub (Біріккен Корольдік), Integrated Digital Tourist Information System (Болгария), Tourism Innovation Center – NEST (Португалия), Wakalua Tourism Innovation Hub (Испания, Латын Америка елдері), Lazio Open Innovation Centre (Италия), «Sabre» корпорациясының туристік саладағы инновациялық зертханасы (Бостон), Туристік саладағы инновациялар бойынша Еуропа Кеңесі (Испания), Singapore Tourism Accelerator (Сингапур), Dubai Tourism Innovation Hub - Intelak Hub (Дубай) |
| Ескерту − Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [95-117] | |

Аталған инновациялық орталықтар даму мен ноу-хауды қаржыландырудың жетекші көздері болып табылады, ДТҰ-мен ынтымақтастықта жұмыс істейді және жаңа білім мен үздік практикаларды ашуда, туристік саладағы инновацияларды қолдауда, инновациялық экожүйені қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Олардың қызметтері қолданбалы зерттеулер мен әзірлемелерге, технологиялық консалтингке, инновациялық өнімдер мен қызметтерді дамытуға, технологиялық инновацияларды жылжытуға және таратуға бағытталған. Бірқатар туристік компаниялар, қонақ үйлер мен әуе компаниялары, мемлекеттік органдар жыл сайын ауқымды зерттеулер жүргізу барысында осындай инновациялық орталықтардың қызметіне жүгінеді. Бұл орталықтардың негізгі мақсаты – туристік сала мен технология секторлары арасындағы ынтымақтастықты дамыту және ілгерілету, туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету, саланың қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын жаңа инновациялар мен ұсыныстарды ынталандыру. Мәселен, Париждегі «Welcome City Lab» инновациялық орталығындағы жүзеге асырылған инновациялық жобаларды қарастырайық (8-кесте).

Кесте 8 – Париждегі «Welcome City Lab» инновациялық орталығындағы жүзеге асырылған инновациялық жобалар

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Жылы | Саны | Жобалардың аты |
| 2014 | 26 | Weezevent , Worldia, smArtapps, SMOOOVEBOX, TemptingPlaces, VIDATA, OpenAgenda, Panthea, PARISIANIST, PayinTech, La Belle Assiette, LES PIAULES, LOUNGEUP, MARIN D'EAU DOUCE, Happydemics, Home exchange, HÔTELS PRIVÉS, Interactive Mobility, City-Locke, Event maker, Family Twist, Groupeer Technologies,  ArchiTrip, Bluenod , BNBSITTER, CAPTAG |
| 2015 | 17 | TOOT SWEET, Privateaser, Sky Boy Productions, Speecheo, StoreFront , NDMAC Systems, Optionizr , PARIS.SHOPPING, Peeble, Eelway, Fluo's, Meetrip.com, NAVYA, **360&1, ADDOCK,** Andjaro, Bird Office. |
| 2016 | 20 | Trive , VICTOR & CHARLES, Winglet.io, YAAZZZ, SENSEGO, SHAREGROOP, The City Helpline, The Taximètre, Hubtobee, MilesBooster, Mindsay, MON BEAU TERROIR, EVENTTIA, Fotonower, FRANCE HOSTELS, Geovelo, At The Corner, BubbleGlobe, CARLILI, EuroPass. |
| 2017 | 16 | Ubudu, ZIFY, THE BAR CORNER, Tourism Innovation CenterTacTrip, TRACKTL, Tradefest, Q°EMOTION, Smartrenting, Staycation, STUDENT POP, INTRIPID, Moneyeti, NANNY BAG, Qik Objects, BLUE VALET, CLAPNCLIP, FOKUS MAP, HOPSTAY |
| 2018 | 9 | **AllonsBonTrain,** Dotmap, eCentime, H64 is a "Blockchain as a Service", Memento, **Monkey Kwest,** Postmii, Realcast, SKYdeals, Universal Voucher |
| 2019 | 9 | DILOTEL, Eliro, Memories Magic Selfies, Patrivia, QUESTO, Tookki,  Vizeer, Weekome |
| 2020 | 10 | Bakuun, COD SOLUTIONS, DAYA, Escapad, Groopiz, Kwel, LES DÉCOUVREURS, Ôzento, We Peps, The WiXar, Ximalia |
| Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [107] | | |

8-кестеден көрініп тұрғандай, «Welcome City Lab» 2014 -2020 жылдар аралығында 107 стартапты жүзеге асырған. Бүгінде олардың әрқайсысы туристік саланың дамуына өз үлесін қосып келеді. Мұндай сипаттағы инновациялық орталықтар бір жағынан, тұтынушылармен тығыз байланыс орнатады, екінші жағынан, инновациялардың жиі пайда болуына себепкер болатын компаниялар, тұтынушылар, жеткізушілер, бәсекелестер мен ғылыми мекемелер арасындағы нетворкингті нығайтады.

Зерттеу пәніне қатысты дербес жұмыс істейтін Швециядағы «*The Swedish Tourism Innovation Center*» туристік инновациялық орталығының жұмысын қарастырайық (11-сурет).

№1. Литва,

Ұлыбритания, Исландия, Швеция, Ирландия серіктес-тері, сарапшылары қатысатын ЕО Erasmus+OUTPACE жобасы, оның жалпы мақсаты инновация-лық өнімдер мен қызметтерді дамыта-тын туристік кәсіпорындардың

санын көбейту, икемді және серпінді аймақтық туризм экономикасын құру.

№2. «ЕО Eras mus туристік саладағы жас кәсіпкерлерге арналған»

Трансшекара-лық алмасу бағдарламасы, ол кәсіпкер-лерге басқа елдердің кәсіп- керлеріне практикалық білім алуға, тәжірибе жинауға мүмкіндік береді.

*Швециядағы «The Swedish Tourism Innovation Center»*

*Мақсаты:*шет елдердегі бағдарла- маның мүдделі тараптарымен және серіктестерімен ынтымақтастықта туристік саладағы инновациялық қызмет пен инновациялық климатты кеңейту және ынталандыру; туристік саланы дамытуға көмектесетін инновациялық, пәнаралық ынтымақтастықты құру үшін кедергілердіжою

*Негізгі бағыттары:* дестина- цияны дамыту, product development, тұрақты даму, дестинацияны басқарудың ақпараттық жүйесі, технологиялар трансфері, жылжымайтын мүлікті дамыту, ұлттық брендинг және т.б.

№3. «Kurbits» - шағын туристік кәсіпорындарды дамытудың алғашқы ұлттық бағдарламасы. Бүкіл ел бойынша (Швеция) 450-ден астам кәсіпкер бағдарламаны аяқтап, бизнес табыстылығын арттырды. Бағдарламаға туристік нарықта 3 жылға дейін жұмыс істейтін компаниялар, сондай-ақ жеке бизнесі бар немесе тәжірибелі басқарушы кәсіпкерлер қатысты. Бастапқыда Курбис Даларнада, Швецияда пилоттық жоба ретінде басталып, кейіннен өзге шет елдерде туристік саланың дамуына ықпал ететін Ұлттық инновациялық жүйе моделіне айналды. Бағдарламаны Еуропалық Комиссия ЕО-ның «Еуропа-әлемдегі №1 туристік бағыт» стратегиясы шең- беріндегі үздік тәжірибе ретінде ұсынды.

*Жүзеге асырылған жобалар*

Сурет 11 – Швециядағы «The Swedish Tourism Innovation Center» жұмыс істеу бағыты

Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [106]

Швециядағы «The Swedish Tourism Innovation Center» жұмыс істеу бағыты инновацияларды жоспарлауға, басқаруға, ұйымдастыруға, бақылауға, жылжытуға және таратуға, туристік саладағы R&D&I арқылы бағыттар мен компаниялардың тұрақтылығын және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге бағытталған. Сонымен қатар, халықаралық деңгейде жетекші компаниялармен және ұйымдармен ынтымақтастық арқылы инновациялық жобаларды жүзеге асыруды және әзірленген инновациялық шешімдерді интернационалдандыруды, бағдарламалар мен трансшекаралық желілер арқылы жаңа әріптестік қатынастар және стратегиялық одақтарды дамытуды көздейді. Туристік инновациялық орталықтардың қызметі технологиялық провайдерлерге және жаһандық платформаларға тәуелділікті азайтуға мүмкіндік береді, сол арқылы осы саладағы инновацияларды дамытуға ықпал етеді (9-кесте).

Кесте 9 – Әлем бойынша туристік-инновациялық орталықтар

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ел, ТИО атауы, жылы | ТИО мақсаты | Жұмыстың негізгі бағыттары және жоба критерийлері |
| 1 | 2 | 3 |
| Париж, Франция,  Лаборатория *Welcome City Lab* by Paris & Co, 2012 ж. | Парижді туристік инновациялардың көшбасшысына айналдыру, туристік саладағы инновация мәдениетін құру. | Жобаның инновациялық сипаты, экономикалық даму әлеуеті, Париждің туристік тартымдылығына қосқан үлесі, инновацияларды халықаралық деңгейде тарату әлеуеті, жоба жетекшілерінің кәсіби қасиеттері, саяхатшылардың білімі мен тәжірибесін кейс ретінде пайдалану, бағыттарды басқаруды оңтайландыру, туристік саладағы жаңа технологияларды қолдану. |
| Каталония, *Eurecat инновациялық орталығының Туризм жөнін дегі иннова циялық бөлі мі,* 1993 ж. | Туристік саланың құн тізбегіндегі және басқа да байланысты салалардағы кәсіпорындар мен бағыттар үшін инновациялар және тұрақтылықты насихаттау. | 3 бағытта қызмет атқарады: *Технологиялық қосымшалар бөлімі* деректерді талдау, үлкен деректермен жұмыс, жасанды интеллектпен жабдықталған басқару құралдары мен технологиялық шешімдерді ұсыну, келушілер ағынын, ұтқырлықты және көлікті басқаруды, келушілерге қызмет көрсету сапасын жақсартуға арналған технологиялық қосымшаларды әзірлейді. *Туризм обсерваториясы* туристік ақпараттық жүйелермен, индикаторлармен жұмыс, туристік салаға сұранысты зерттеу, туристерді эмоционалды бақылауды қамтиды. *Туристік саладағы инновациялар және интеллект зертханасы* туристік маркетинг, басқару және өнімдерді құрудағы стратегиялық жоспарлау, туристік инновациялар мен трендтер бойынша жарияланымдар, өнімді бағалау мен нарықты талдау бағытында жұмыс істейді. |
| Ұлыбритания, *Independent Tourism Data Hub,* 2019 ж. | Үкіметке нақты уақыт режимінде келушілердің орна- ласқан жерін, қызметін, қалауын түсінуге көмектесу | Бастапқыда Ұлыбританияны демалыс орны ретінде іздейтін, бірақ нәтижесінде басқа орынды таң- дайтын туристерді зерттеуден басталды. Алынған ақпарат маркетингтік қызметті оңтайландыруға, келушілердің аймақтық, маусымдық таралуын егжей-тегжейлі түсінуге көмектеседі. |
| Болгария, *Integrated Digital Tourist Information System,*  2019 ж. | Күнделікті және апта сайын келушілер санының өсуін қадағалауға мүмкіндік береді. | Бұл жүйе ұлттық, аймақтық және жергілікті мүдделі тараптар арасындағы байланыс құралы болып табылады, «бір терезе»қағидасы бойынша әрекет етеді. Платформа мекемелер арасында деректермен алмасуды қамтамасыз етеді. |

9-кестенің жалғасы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| Португалия, *«NEST» ТИО,* 2017 ж. | Туристік саладағы инновациялар мен зерттеулерге, жаңа компаниялар мен бизнес-модельдерді құруға жәрдемдесу, инновациялық көзқарасты дамытуда бизнеске қолдау көрсету | Инновациялық қызметтің негізгі бағыттары демонстрациялық және «тірі» зертханалық кезеңдерге бөлінеді. *Демонстрациялық кезең* - бұл жаңа өнімдер және технологияларды әзірлеумен байланысты жұмыстар. *Living Lab stage* - университеттермен, инкубаторлармен, туристік кәсіпорындармен ынтымақтастықта тәжірибе алмасуды, стартаптар мен инновацияларды ілгерілетуді, цифрлық туризмнің жаһандық үрдістерін мониторингтеуді жүзеге асырады. |
| Мадрид, Испания,  *«Wakalua Tourism Innovation Hub* 2019 ж. | Туристік саладағы инновациялық экожүйені жаһандық масштабтау, стартаптар мен инновациялық жобаларды қолдау | 150-ден астам елде бірегей мемлекеттік-жекешелік әріптестік есебінен инновацияларды ынталандыру, оның қазір 7000 стартапы бар. Басты серіктестері-Google, Amadeus, Mastercard, IE University, IDB, IDB Lab. |
| Сингапур, *«Singapore Tourism Accelerator»,* 2019 ж. | Инновациялық шешімдерді әзірлеу ді ынталандыру және корпоративтік пилоттық жобаларды іске қосу | Gardens by the Bay, Singapore Airlines, Jewel Changi, жетекші қонақ үй желілері сияқты ірі компаниялардың қатысуымен ынтымақтаса отырып, әр түрлі инновациялық жобаларды жүзеге асырады. Негізін қалаушылар: Сингапурдың Туризм кеңесі және екі венчурлық қоры бар Found8 аймақтық инновациялық платформасы |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [91, р. 300; 97; 107; 110; 111; 112, 116] | | |

Бүгінде әлем бойынша мұндай инновациялық орталықтардың кеңінен таралуы нәтижесінде ДТҰ туристік саладағы инновациялар орталықтарының желісін құру жобасын ұсынды. Бұл хаб саланың жоғарғы мүдделі тараптарын (үкімет, ғылыми орта, корпорациялар, ШОБ және стартаптар, инвесторлар, бизнес-періштелер, венчурлық компаниялар) біріктіру арқылы ДТҰ-ға мүше мемлекеттердегі жетекші инновациялық хабтарды бір желіге біріктіруді мақсат етеді [118]. 10-кестеде туристік инновациялық орталықтардың бенчмаркингтік талдауы келтірілген.

Кесте 10 – Туристік инновациялық орталықтардың бенчмаркингі

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Негізгі факторлар | | «Welcome City Lab» Париж, Франция (2012) | «MT Lab» Монреаль, Канада (2017) | «NEST» Tourism Innovation Center Portugal, Лиссабон Португалия (2017) |
| Басқару | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Шешім қабылдауға серіктестердің қатысу деңгейі | Комитет арқылы басшылық шешімдер қабылдауға қатысу | Комитет арқылы басшылық шешімдер қабыл дауға қатысу | Басшылық шешімдерді тек NEST қабылдайды |
| Тұрақтылық | Жылдық капитал | 1 млн. евро | 500 мың кана далық доллар | 425 мың евро |
| Кіріс көзі | 10% мемлекеттік және 90% жеке, оның ішінде, 40%-ы серік- тестерден, 50%-ы 30-ға жуық стартаптан (18 мың евро/жылы на 1 стартапқа шаққанда) | 25% мемлекеттік және 75% жеке | 8% мемлекеттік және 92% жеке |
| Кірістер мен шығыстар | Кіріс: коворкинг және стартаптар; Шығыс: жалақы және жалдау құны | Кіріс:коворкинг; Шығыс: жарияланбаған | Жарияланбаған |
| Меншікті капитал | Жоқ | Жоқ | Жоқ |
| Cтартаптарды қаржыландыру | Жылына 30 мың евро | Жоқ | Жоқ |
| Қаржыландыру | Әлеуметтік, эколо-гиялық критерий лерге сай келетін, даму, инновациялық әлеуеті жоғары жобаларға 90 мың евроға дейін қаржы алуға жәрдемдесу | Жоқ | Жоқ |
| Операцияландыру | Физикалық құрылым | Нысанның көлемі туралы ақпарат жоқ,  төлем әдісі: жалға алу | 500 м2  5 жылға жалға берілді. | 620 м2 |
| Команда | 4 қызметкер: бас менеджер, 2 жоба менеджері, коучтар | 4 қызметкер: атқарушы директор, event директор, байланыс директоры, қызметкерлер | 14 қызметкер: директор, туризмолог, қаржы менеджері, әкімшілік менеджер, жоспарлау жөніндегі менеджер, операция бөлімінің менеджері, т.б. |
| Әзірленген іс-шаралар | Инкубация, академия, коворкинг, экспери- мент, ивент, обсерва- тория | Инкубация, ивент, тренинг, конфе-ренция, ковор-кинг, демокүндер | Инкубация, стартап ака- демиялар, челлиндждер, хакатондар, кадрлардың біліктілігін арттыру академиясы, экспери- |

10-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  | менттерді ынталандыру, ивенттер |
| Басқалар | Үшінші тараптардың контрагенттері | Әрекет стратегиясын анықтау, басым бағыт тар, бизнеске иннова- цияларды енгізуге ұмтылу | Нарық сұраны- сын қанағаттан- дыру арқылы сек торды нығайту, инновацияларды енгізу | Жарияланбаған |
| Индикаторлар | Инкубацияланған компаниялар (100), құрылған жұмыс орын дары, коллаборация- лар (100), серіктестер 5**>** 16 | Бағдарламаға қатысу үшін қойылатын талаптар | Лиссабондағы туризм нің өсуі, R&D&-ға, құйылған ақшаның қайтуы |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [119] | | | | |

10-кестеде қарастырылған туристік инновациялық орталықтардың бенчмаркингтік талдауы бүгінде жаһандық деңгейде туристік сала инновация мен технологиялық дамудың үздіксіз динамикасына ықпал ететін сала екендігін растайды. Сондықтан, инновацияға баса назар аударылған туристік саладағы бірқатар жұмыс бағдарламалары зерттелген болатын. 11-кестеде 2008 жылғы «Innovation systems in Nordic tourism» зерттеу жобасынан мәліметтер келтірілген, бұл кросс-скандинавтық бірлескен зерттеуде Норвегия, Швеция, Финляндия, Дания, Исландия елдерінің инновациялық саясаты талданып, туристік саланың жалпы ұлттық экономикалық жүйедегі орны нақтыланып, 10 кейс сараланған [120].

Кесте 11 – Туристік саланы инновациялық саясатқа енгізген елдер

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Елдер | Құжаттың атауы | Негізгі органдар\* |
| 1 | 2 | 3 |
| *Финляндия* | Туризм стратегиясы, 2006 ж. | Сауда және өнеркәсіп министрлігі, CET - туризмді сараптаудың ұлттық желілік орталығы, Савонлиннаның инновациялық орталығы, FUNTS (17 университет желісі), «TEKEL» Фин ғылыми парктер қауымдастығы |
| *Швеция* | Инновациялар бағдарламасы (3 жыл) | Швед туризм басқармасы\*, Nutek - Швед экономикалық және аймақтық даму агенттігі, «VINNOVA Vinnväxt» Швецияның Инновациялық жүйелер жөніндегі мемлекеттік агенттігі |
| *Дания* | Туристік саладағы мемлекеттік саясат (2006), «Пайдалану шыға бағытталған ин новациялар» зерттеу бағдарламасы | Visit Denmark |

11-кестенің жалғасы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| *Исландия* | Туристік саладағы мемлекеттік саясат (2005) | Инновациялар және туризмді дамыту қоры, Исландиялық туризмді зерттеу орталығы (ITRC - The Icelandic Tourism Research Centre), Исландияның сауда кеңесі |
| \* – Бүгінгі күні ұйым жоқ  Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [120] | | |

Бұл зерттеу нәтижелері туристік саладағы инновацияның қозғаушы күштері мен кедергілерін анықтауға, туристік саланы дамытуға көмектесетін Скандинавия елдеріне ортақ инновациялық саясаттың негізін қалауға мүмкіндік берді. Осы мақсатпен келесі шаралар қабылданды [120, р. 54].

* инновация үшін жаңа білім көздерін дамыту;
* туристік саладағы иинновациялық хабардарлықты және инновациялық құзыреттілікті дамыту;
* туристік саладағы R&D&I-ды қалыптастыру және R&D&I нәтижелерін туризмге енгізу;
* туристік саладағы инновациялық жобалар үшін венчурлық қаржыландыруды күшейту, венчурлық капитал жүйесін жетілдіру;
* инновациялық қызметпен айналысуға ынталы ШОБ өкілдерін қаржылай қолдау, әсіресе, тәуекелі жоғары немесе әлеуетті перспективалық жобаларға көмектесу;
* маусымдықпен күрес жүргізу;
* инновациялық кәсіпорындар үшін әкімшілік жүктеме мен бюрократияны азайту;
* тәуекелі жоғары немесе ықтимал перспективалық жобаларға және инновациялық қызметке қаржылық қолдау көрсету;
* озық тәжірибе орталықтарын дамыту, инновациялық қызметті жүзеге асыру бойынша консультациялық қызметтер жүргізу;
* кәсіпорындар арасында инновация мәселелері бойынша ынтымақтастық пен байланыс орнатуға жәрдемдесу;
* инновацияға бағдарланған кәсіпкерлік дағдылар мен жаңа кәсіпорындарды, оның ішінде университеттер мен мемлекеттік мекемелердің еншілес кәсіпорындарын дамыту;
* технологиялар мен тұжырымдамаларды зерделеу және ақпарат пен білімді жүйелі түрде тарату, нарықты талдау жүйелерін құру;
* білім беруді жеңілдету үшін бизнес пен университеттер арасындағы байланысты нығайту;
* барлық деңгейлерде адами капитал мен дағдыларды қалыптастыру;
* инновациялық кәсіпорындар үшін әкімшілік жүктеме мен бюрократияны азайту.

Сонымен қатар, Испанияның тәжірибесін толығырақ қарастырайық: Испания үшін туристік саланы дамытудың инновациялық жолына көшудің алғашқы әрекеті «2008-2011 жылдарға арналған ҒЗТКЖ ұлттық жоспарында» жүзеге асырылды, онда басқа салалармен қатар туристік сала да ұлттық инновациялық саясатта инновация мен технологиялық дамудың үздіксіз серпініне ықпал етуі тиіс сала ретінде таңдалды. Одан бөлек, мақсатты түрде тек туристік саладағы инновацияларға бағытталған «The Spanish Tourism Plan Horizon 2020» бағдарламасы қабылданған болатын. Басты назар шағын және орта кәсіпорындардың басым болуы, инвестициялардың төмен деңгейі, креативтіліктің болмауы, сондай-ақ адами капитал проблемалары сияқты туристік саланың инновациялар жолындағы болжамды кедергілерді өткеруге аударылды. Сондай-ақ, туристік сала мен инновациялық саясат салалары арасында айтарлықтай алшақтық болғанына қарамастан, бұл саланы басқару органдары 30-ға жуық түрлі салалармен қатар инновациялық қызметті ынталандыруға бағытталған Agencia Estatal de Investigación (бұдан әрі – AEI) пилоттық жобасына қатысты. Нәтижесінде, туристік сала жалпы ұлттық инновациялық жобаға кіріктірілді, «SEGITTUR» туристік саладағы инновациялар қорын басқаратын ұйым ретінде тағайындалды. Жоба аяқталғаннан кейін келесі нәтижелерге қол жеткізілді (12-кесте).

Кесте 12 − AEI бағдарламасының «Spanish Tourism Plan Horizon 2020» бағдарламасына әсері

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *AEI-гі «The Spanish Tourism Plan Horizon 2020»* | | | |
| оң жақтары | кемшіліктері | нәтижелері | бағдарламаны аяқтау бойынша жасалған қорытындылар |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| CDMdis моделіне сәйкес инновация- лық саясатта маңызды рөл атқа- ратын инновация-ның 2 кезеңі бойынша жұмыстар атқарылды: біріншіден, инновация- ларды енгі- зу туралы шешім, екіншіден, инновация-  ның қар-қындылы-ғы. | Инновациялық бастама төмен- нен жоғарыға қарай жүргізілуі керек еді, бірақ инновациялық процесті жүзеге асыру иннова-циялық саясат критерийлерінің айқын еместігі мен жобаларды бағалау бойын- ша орталықтан дырылған қар- жыландырудың болмағандығы- нан тиісті дең- гейде жүзеге аспады. Жергі лікті субъекті- лердің қатысуы біркелкі емес және тұрақсыз болды, әсіресе, | AEI бағдарла масы иннова цияның қарқын дылығына қарағанда инновацияға бейімділікті ынталандыруда тиімді болды. 11 жоба бағдарламадан шығып, 21 жоба қалды. Инновациялар инкременттік, ұйымдастыру- шылық, өнім-дік, техно-логиялық сипатта болды. | Нәтижелерге қол жеткізу мақсатында қатысушыларды инновациялық саясатты қалыптастыруға да, оны жүзеге асыруға да тарту қажет, өйткені әрбір сала мен өңірдің ерекшелігін ескеру керек. Туристік саладағы инновациялық саясаттың тиімділігі оның инновациялық жүйедегі орнын және туристік кәсіпорындардың әр түрлі қажеттіліктерін, ескеретін мақсатты инновациялық шараларды жүргізуге тікелей байланысты. Туристік саланың ерекшеліктеріне байланысты кедергілерді инновациялық саясатты әзірлеу кезеңінде жою керек. Басты мәселе – үздік модельді енгізе салу емес, керісінше, әр түрлі аймақтардағы нақты инновациялық кедергілердің алдын алумен және оларды жоюға бағытталған сараланған инновациялық саясат қажет. *Инновациялық саясат + инновациялық процесс+инновациялар нәтижелерін* қамтитын зерттеулерді біріктіру өте маңызды. Нәтижесінде, болашақ жобаларда осындай қателіктерді |

12-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|  | ол орталық- тандырылған қаржыландыру тоқтатылғаннан кейін қатты байқалды. |  | жібермес үшін білім беру, қаржы, басқару, адами капитал мен сұранысқа қатысты жүйелі тәсілді қолдану ұсынылды және көлденең инновациялық саясаттың қажеттілігі атап өтілді. |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [121] | | | |

Осылайша, Еуропа, әсіресе, Скандинавия елдері, туристік саланың инновациялық дамуын басқару мәселелеріне 2000 жылдардың басында ұлттық деңгейде назар аудара бастады, бұл туристік саланың жалпы ұлттық инновациялық жүйеге қосылуына және инновациялық дамыту тұрғысынан зерттеулер жүргізуге мүмкіндік берді. Бірқатар елдер өздерінің R&D&I орталықтарын құрып, ғылым саласымен ынтымақтастық орнатып, инновациялық жобаларды жүзеге асыру мен оларды басқаруды үйренді және осы процестерді басқаратын арнайы қызметкерлерді жалдап, тиісті бөлімшелер құрды. Зерттеліп отырған мәселеде туристік сала мен инновацияның өзара байланысы басты назарда, сондықтан «Саяхат және туризмнің даму индексінің» (бұдан әрі - TTDI) нәтижелерін «Жаһандық инновациялар индексі-2021» (бұдан әрі - GII) нәтижелерімен салыстырайық (13-кесте).

Кесте 13 − TTDI-2021 және GII-2021 салыстырмалы талдауы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Елдер | TTDI-2021 | GII-2021 | ЖІӨ-гі туризм үлесі %, 2021 ж. | Халық.  туристік келулер, млн. | Халықаралық туризмнен түсетін түсімдер, usd | Бір келу үшін орташа чек, usd | Халықаралық туризм экспорты | | Туристік саладағы жұмыс орындар | |
| usd | % | саны | % |
| Жапония (Top 10 TTDI ) | 1 | 13 | 4,2 | 0,25 млн. | 4.7 млрд. | 19 239 | 5 млрд. | 1 | 5,50 млн. | 8,2 |
| АҚШ (Top 10 TTDI ) & (Top 10 GII ) | 2 | 3 | 5,5 | 22 млн. | 70,2 млрд. | 3 177 | 83 млрд. | 3 | 1 050 млн. | 6,9 |
| Испания (Top 10 TTDI ) | 3 | 30 | 8,5 | 31 млн. | 34,5 млрд. | 1 108 | 35 млрд. | 7 | 2,51 млн. | 12,7 |
| Франция (Top 10 TTDI ) | 4 | 11 | 6,5 | 5 млн. | 40,8 млрд. | 1 500 | 45 млрд. | 5 | 2,60 млн. | 9 |
| Германия (Top 10 TTDI) & (Top 10 GII) | 5 | 10 | 6,4 | 12 млн. | 22,2 млрд. | 1 903 | 22 млрд. | 1 | 5,10 млн. | 11,4 |
| Швейцария (Top 10 TTDI) & (Top 10 GII) | 6 | 1 | 5,5 | 4 млн. | 10,3 млрд. | 2 356 | 10 млрд. | 2 | 442,4 мың | 8,7 |
| Австралия (Top 10 TTDI ) | 7 | 25 | 4,7 | 138 мың | 17 млрд. | 68 990 | 17 млрд. | 4 | 1,34 млн. | 10,3 |
| Ұлыбритания (Top 10 TTDI ) & (Top 10 GII ) | 8 | 4 | 6,4 | 7 млн. | 22,7 млрд. | 3 044 | 23 млрд. | 3 | 4,11 млн. | 11.7 |
| Сингапур (Top 10 TTDI ) & (Top 10 GII ) | 9 | 8 | 3,9 | 0,33 млн. | 3,8 млрд. | 45 427 | 4 млрд. | 1 | 492 мың | 13,6 |
| Италия (Top 10 TTDI ) | 10 | 29 | 9,1 | 27 млн. | 25,2 млрд. | 935 | 26 млрд. | 4 | 2,64 млн. | 11,6 |
| Швеция (Top 10 TTDI ) | 20 | 2 | 5,3 | ~1 млн. | 6,1 млрд. | ~3 067 | 6 млрд. | 2 | 323,5 мың | 6,4 |
| Корея (Top 10 TTDI ) | 15 | 5 | 2,7 | 1 млн. | 10,5 млрд. | 10 814 | 11 млрд. | 1 | 1, 26 млн. | 4,6 |
| Нидерланды (Top 10 TTDI) | 14 | 6 | 8,1 | 6 млн. | 9,4 млрд. | 1 509 | 10 млрд. | 1 | 1,45 млн. | 18,3 |
| Финляндия (Top 10 TTDI ) | 18 | 7 | 5,5 | 1 млн. | 1.1 млрд. | 1 359 | 2 млрд. | 1 | 186,9 мың | 7 |
| Дания (Top 10 TTDI ) | 17 | 9 | 4,6 | ~6 млн. | 4,5 млрд. | ~668 | 5 млрд. | 2 | 173,9 мың | 6,2 |
| Қытай Халық Республикасы | 12 | 12 | 4,6 | ~8 млн. | 11,3 млрд. | ~1 249 | 11 млрд. | 0,3 | 73,31 млн. | 9.7 |
| Біріккен Араб Әмірліктері | 25 | 33 | 6,4 | ~19 млн. | 34,4 млрд. | 3 435 | 34 млрд. | 8 | 644,3 мың | 10,6 |
| Таиланд | 36 | 43 | 5,8 | 400 мың | 4,8 млрд. | 11 247 | 5 млрд. | 2 | 6.86 млн. | 18,1 |
| Түркия | 45 | 41 | 7,3 | 30 млн. | ~24 млрд. | 834 | 3 млрд. | ~7 | 2.42 млн. | 8,4 |
| Сауд Аравиясы | 33 | 66 | 6,5 | 3 млн. | 3,8 млрд. | 1 098 | 5 млрд. | 2 | 1,30 млн. | 10 |
| Катар | 43 | 68 | 10,3 | 1 млн. | 4,3 млрд. | 6 980 | 15 млрд. | 14 | 249,5 мың | 12 |
| Израиль | 47 | 15 | 2,9 | ~1 млн. | 2,2 млрд. | 5 529 | 2 млрд. | 2 | 221,2 мың | 5,6 |
| Үндістан | 54 | 46 | 5,8 | ~6 млн. | 13 млрд. | ~2 059 | 14 млрд. | 2 | 32,10 млн. | 6.9 |
| Бахрейн | 57 | 78 | 8,2 | 4 млн. | 1,8 млрд. | 502 | 2 млрд. | 8 | 82 мың | 13,3 |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [94; 122-125] | | | | | | | | | | |

13-кестедегі мәліметтерге сәйкес, TTDI-2021 бойынша үздік 10 елдер GII-2021 индексінде 1-ден 30-ға дейінгі орындарды иеленген. Мысалы, АҚШ, Германия, Швейцария, Ұлыбритания, Сингапур елдері әлемдегі инновациялық және туристер ең көп баратын елдер қатарына кіреді, көріп тұрғанымыздай, олар TTDI-2021 және GII-2021 индекстерінің екеуінде де үздік 10 елдер құрамына енген. Сондай-ақ, Қазақстан әлі де туризм доноры болып табылатын және Қазақстан үшін мақсатты нарық ретінде танылған Қытай Халық Республикасы, Біріккен Араб Әмірліктері, Таиланд, Түркия, Сауд Аравиясы, Катар, Израиль, Үндістан, Бахрейн сияқты елдер де қарастырылды. Біз қарастырған елдердің ЖІӨ-гі туризм үлесі бойынша ең жоғары көрсеткіштер Катар (10,3%), Италия (9,1%), Испания (8,5%), Байхрейн (8,2%), Нидерландыға (8,1%), ең төмен көрсеткіш Корея (2,7%), Израильге (2,9%) тиесілі. Халықаралық туристік келулер бойынша көшбасшылар − Испания (31 млн.), Түркия (30 млн.), Италия (27 млн.), ең аз халықаралық туристік келулер Австралия (138 мың) мен Таиланд Корольдігіне (400 мың) тиесілі. Халықаралық туризмнен түсетін түсімдер бойынша бірінші орында − АҚШ (70,2 млрд.), соңғы орындарда – Финляндия (1,1 млрд.) мен Бахрейн (1,8 млрд.) елдері. Бір келу үшін орташа чек Австралия (68 990 usd.), Сингапур (45 427 usd.), Жапония (19 239 usd.), Таиланд (11 247 usd.) Корея (10 814 usd.) елдерінде жоғары, ең төмен бір келу үшін орташа Бахрейн (502 usd.), Дания (668 usd.), Түркия (834 usd.) және Италия (935 usd.) елдеріне тиесілі. Халықаралық туризм экспорты бойынша %-дық көрсеткіштер Катар (14%), Бахрейн және Біріккен Араб Әмірлігі (8%), Испания мен Түркия (7%) елдерінде жоғары, ең төмен көрсеткіш − Қытай Халық Республикасында (0,3%). Туристік саладағы жұмыс орындарының жоғары %-дық үлесі Нидерланды (18,3%) мен Таиланд Корольдіктеріне (18,1%) тиесілі, ең аз көрсеткіш Кореяда (4,6%). Бұл елдер бірнеше жыл ішінде туристік саладағы инновациялық қызметтің белсенді дамуы үшін барлық жағдай жасап, инновацияларға деген үлкен қызығушылықты туғызды, нәтижесінде, келу және ішкі туризм ағыны ұлғайды.

Екі рейтинг бойынша деректер туризм саласының дамуы инновациялармен өзара байланысты екендігін көрсетеді, сондықтан туризмнің инновациялық дамуын кешенді түрде қарастыру қажет [126]. Озық шетелдік тәжірибені қолдану мақсатында туристік саланы дамыту бағдарламалары зерттеліп, контент-талдау жүргізілді. Ол үшін Испания, Франция, Италия, Канада, Швейцария, Тайланд, Ресей Федерациясы елдерінің бағдарламалары зерделенді. Бұл бағдарламаларды инновация, туристік өнім, цифрландыру, бәсекеге қабілеттілік, инвестиция, менеджмент және сапа сияқты ұғымдар біріктіреді (Қосымша Ғ).

«Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020» бағдарламасында *инновация* сөзі 111 рет, «Nordic Tourism Policy Analysis – Norway, 2019» құжатында 97 рет кездеседі. *Турөнім* сөзі «Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020»-да 210 рет, «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» бағдарламасында 78 рет айтылған. *Цифрландыру* сөзі ең көп Швейцария Конфедерациясының туристік стратегиясында 89 рет, *бәсекелестік* «Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020» бағдарламасында 77 рет, Жапонияның «Tourism Nation Promotion Basic Plan till 2017-2020» бағдарламасында 41 рет ескерілген. *Инвестиция с*өзі Ирландияның «People, Place And Policy Growing Tourism To 2025» бағдарламасында 95 рет және канадалық «Creating middle class jobs:A federal tourism growth Strategy» стратегиясында 47 рет жазылған. *Басқару* сөзі «Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020» құжатында 58 рет, *сапа* сөзі «The Second National Tourism Development Plan of Thailand на 2017-2021 годы» құжатында 151 рет, «People, Place And Policy Growing Tourism To 2025» бағдарламасында 58 рет, «Tourism Strategy of Turkey-2023» құжатында 54 рет кездеседі [92, с. 109].

Тұтастай алғанда, контент-талдаудың көмегімен туристік саланың дамуының жалпы көрінісін және оны қай бағытта дамыту керектігін анықтауға болады. Испанияның инновация, туристік өнім, бәсекеге қабілеттілік және басқару мәселелерін қамтитын «Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020» бағдарламасын ерекше атап өткен жөн, өйткені, бұл бағдарламаның Испанияға оң нәтиже бергенін көруге болады, 2019 жылы TTCI рейтингінде Испания 140 елдің арасында 1-ші орынды, 2021 жылы TTDI рейтингінде 117 елдің ішінде 3-ші орын, GII-2021 бойынша әлемнің 132 елінің арасында 30-шы орынды иеленді [93; 94, p.13; 122, р. 152]. Осылайша, контент-талдау нәтижелері бойынша инновациялардың инвестициялар және цифрландырумен тығыз байланысты екендігі туралы қорытынды жасаймыз, ал, туристік өнімдер бәсекеге қабілетті және сапалы болуы керек және барлық процестер тиімді басқарылуы тиіс [92, c. 111].

Біздің зерттеуіміз жоғары экономикалық көрсеткіштерге қол жеткізуде туристік саланы басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық құрылымының орталық маңызы бар екенін көрсетті. Мысалы, трансұлттық туристік компаниялар бұл саланың инновациялық дамуына назар аудара отырып, қызмет аясын кеңейтуге, ұйымдық-басқару құрылымын күшейтуге тырысады. Сондай-ақ, ұзақ мерзімді өсу перспективасы мен туристік қызметтен пайда алу мүмкіндігін беретін орындар мен бағыттардағы рекреациялық, инвестициялық және басқа да ресурстарды тиімді пайдалануға тырысады [126, с. 111].

Қорытындылай келе, туристік саланың инновациялық дамуын басқару, инновацияны жүзеге асыруға әкелетін және бәсекеге қабілеттілікті арттыруға ықпал ететін менеджменттің жаңа бағытын білдіреді. Екіншіден, туристік қызметте инновацияларды қалыптастыру, ынталандыру, игеру, жүзеге асыру және тарату үшін тиімді әдістер мен құралдар жүйесі қажет. Диссертациялық жұмыста қарастырылған шетелдік тәжірибе туристік саладағы инновациялық-бағдарланған саясат пен стратегияның маңыздылығын көрсетті.

**2 ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ТУРИСТІК САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫ ТАЛДАУ**

**2.1** **Қазақстан Республикасы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың қазіргі жағдайы**

Қазақстанда бәсекеге қабілетті және бір ғана шикізат секторының шеңберімен шектеліп қалмайтын нарық экономикасын қалыптастыру үшін туристік саланың инновациялық дамуы маңызды болып табылады. Туристік саладағы инновациялар көрсетілетін қызметтердің сапасын жетілдіруге, ұсынылатын қызметтер спектрін кеңейтуге, жаңа қажеттіліктерді қалыптастыруға, туристік өнімдерді жүзеге асыру мен туристердің қанағаттану дәрежесін арттыруға, неғұрлым тиімді тәсілдер мен басқару стратегияларын құруға және практикада қолдануға, жаңа нарықты ашуға және басып алуға бағытталған шығармашылық идеяларды, тұжырымдамалар мен технологияларды қалыптастыруды және дамыту қамтиды. Нәтижесінде, елге тартылған туристік ағын есебінен ел экономикасына қаражат түсіп, жалпы ішкі өнімдегі туризмнің үлесі артады.

Қазақстан 2022 жылғы жаһандық инновация индексінің (GII) нәтижелері бойынша 132 елдің ішінен 83-ші орынды иеленді, жаһандық инновациялық индексі 24,7 құрады, бұл елдің тіпті әлемнің үздік-50 инновациялық елдеріне кірмегендігін көрсетеді. Инновациялық индекс жеті аналитикалық блокты қамтиды, оның ішінде, адам капиталы мен зерттеулер бойынша 60-шы, инфрақұрылым бойынша 58-ші, инновация нарығының даму жағдайы бойынша 90-шы, бизнестің дамуы бойынша 68-ші, білім мен технология нәтижелері бойынша 81-ші, шығармашылық қызмет нәтижелері бойынша 118-ші орынды иеленді. Сонымен қатар, бағдарламалық қамсыздандыруға бөлінетін қаржы көлемі бойынша 119-шы орын, зияткерлік меншіктен түсетін кіріс бойынша 99-шы орын, R&D-да университет пен өндірістің ынтымақтастығы бойынша 117-ші орынды иеленді [127] (14-кесте).

Кесте 14. Қазақстанның 2008-2022 жылдар аралығындағы Жаһандық инновация индексіндегі нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| GII жылы | Қазақстанның алған орны | Қатысқан елдер саны | GII жылы | Қазақстанның алған орны | Қатысқан елдер саны |
| 2008-2009 | 72 | 130 | 2016 | 75 | 128 |
| 2009-2010 | 63 | 132 | 2017 | 78 | 127 |
| 2011 | 84 | 125 | 2018 | 74 | 126 |
| 2012 | 83 | 141 | 2019 | 79 | 129 |
| 2013 | 84 | 142 | 2020 | 77 | 131 |
| 2014 | 79 | 143 | 2021 | 79 | 132 |
| 2015 | 82 | 141 | 2022 | 83 | 132 |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [122, 127] | | | | | |

14-кестедегі мәліметтер 2022 жылы Жаһандық инновация индексінде Қазақстанның 2021 жылмен салыстырғанда 4 сатыға және соңғы 5 жылда 9 сатыға, соңғы 14 жылда 11 сатыға төмендегенін көрсетеді. Статистикалық деректерге сәйкес, 2021 жылы елдегі инновация саласындағы белсенділік деңгейі 10,5%-ды құрады, дамыған мемлекеттерде бұл көрсеткіш 50-70%-ды құрайды, 2026 жылға қарай Қазақстандағы инновацияның үлесі 7 %-ға жетуі мүмкін. Туристік саладағы нновациялық белсенділік инновациялық процеспен сипатталады және экономикалық өсу мен өмір сапасын арттырудың, тұтынушылар нарығын кеңейтудің қажетті шарты болып табылады. Бұл ретте, өндірісті ғылыммен ұштастыру, шеттен дайын технология сатып алудың орнына жергілікті ғалымдармен, туристік сала қызметкерлерімен бірлесіп жұмыс жасау маңызды [128].

Бүгінгі таңда Қазақстанда туристік саланың инновациялық тұрғыдан алатын орны цифрландырумен, технологиялық шешімдермен тікелей байланысты, оның ішінде, заттар интернеті (IoT), smart-шешімдер, «ақылды» қалалар, блокчейн технологиялары, жасанды интеллект, толықтырылған және виртуалды шындық, электрондық коммерция. Қазақстанда туристік саладағы бәсекелестіктің төмен деңгейіне байланысты инновациялар ұзақ мерзімді артықшылық ретінде және бәсекеге қабілеттіліктің басты құралы ретінде қарастырылмайды. Мысалы, корпоративтік инновациялар стандартты бизнес-тәжірибеге айналуы үшін ірі туристік кәсіпорындардың кем дегенде 20%-ы инновациялық қызметті белсенді жүзеге асыра отырып, инновация құралдарымен жүйелі түрде жұмыс істеуі шарт, сонда өзге де туристік нарық қатысушылары инновациялық процеске тартылады.

Еліміздегі туристік саламен байланысты сәтті жүзеге асырылған бірқатар стартаптар қызметін қарастырайық. Ерте сатыдағы стартаптар үлесін жергілікті корпорациялардың шектеулі саны ғана сатып алуға шешім қабылдайды, кез келген кәсіпорын венчурлық тәуекелді қабылдауға дайын болмайды және тәжірибенің жоқтығына байланысты жобаны әрі қарай дамыта алмайды. Алайда, «Kaspi» компаниясы теміржол және әуе көліктерін онлайн сатуды ұсыну мақсатында «Santufei» стартапын (онлайн туристік агенттік) сатып алып, 2020 жылдың соңында «Kaspi Travel» қызметін іске қосты, экономикалық қызмет түрлерінің жалпы жіктеуішінде ол туристік агенттіктер қызметі деп тіркелген. 2022 жылы «Kaspi Travel» Қазақстанда әуе және теміржол билеттерін брондау бойынша үздік сервиске айналды, II тоқсанның қорытындысы бойынша 3,1 млн. билет сатылды және 40 ірі интернет-сауда алаңдарының ішінде 2-ші орынды иеленді, 2021 жылғы табысы - 191,6 млн. АҚШ доллары. «Kaspi Travel» 18 айдың ішінде стартаптан маркетплейстің маңызды бөлігіне айналды, бүгінде оның Қазақстан маркетплейсіндегі үлесі 9%-ды құрайды және оған туристік нарықтың төрттен бір бөлігі тиесілі. Сонымен қатар, әуе билеттері мен қонақ үйлерді броньдауға мүмкіндік беретін өзге де онлайн туристік порталдардың қызметін қарастырайық: «Aviata.kz» компаниясының 2021 жылғы табысы 160 млн. АҚШ долларын, табыс динамикасы 20%-ды құрады, 2022 жылы 40 ірі интернет-сауда алаңдарының ішінде 3-ші орынға ие болса, «Chocotravel» компаниясының 2021 жылғы табысы 37,5 млн. АҚШ долларын, табыс динамикасы 7%-ды құрады және 2022 жылы 40 ірі интернет-сауда алаңдарының ішінде 15-ші орында [129].

Туристік саладағы инновацияларды сәтті енгізу арқылы инновациялық өнім көлемін ұлғайту үшін инновациялық идеялармен және стартап-командалармен жұмыс істеу, әр түрлі хабтармен және акселерациялық алаңдармен ынтымақтасу, инновацияларды жүзеге асыруға арнайы қор бөлу және ұзақ мерзімге жақсы кадрларды тарту, өз инновациялық инфрақұрылымын құру маңызды. Қазақстан Республикасындағы 2017-2021 жж. аралығындағы инновациялық өнімдер көлемін қарастырайық [128] (12-сурет).

Сурет 12 − Қазақстан Республикасындағы 2017-2021 жж. аралығындағы инновациялық өнімдер көлемі, млн. теңге

Бұл диаграммадағы мәліметтер Қазақстан Республикасында соңғы 5 жылда, яғни, 2017-2021 жылдар аралығында инновациялық өнімдер көлемі 70,3%-ға өсім көрсеткен, бірақ, соңғы 2 жылдағы (2020-2021) көрсеткіш бойынша 16,1%-ға төмендеген. Қазақстанның облыстары мен республикалық маңызы бар қалалардағы инновациялық өнімдер көлемінің 2021 жылғы үлесін салыстыратын болсақ, жоғары көрсеткіштер Қостанай (26,3%), Қарағанды (17,1%), орташа көрсеткіш Ақмола (7,8%), Павлодар (6,8%), Шымкент қ., (6,6%), Ақтөбе (6%), Жамбыл (5,4%), Алматы облысы (4,6%), мен Алматы қаласына (4,4%), төмен көрсеткіштер Солтүстік Қазақстан (1,8%), Батыс Қазақстан (1,4%), Түркістан (1%), Маңғыстау (0.3%) облыстарына тиесілі.

Сондай-ақ, 2021 жылы инновацияның барлық түрлері бойынша кәсіпорындардың инновациялық белсенділік деңгейі жоғары облыстар мен қалаларға Астана қаласы (13,5%), Қарағанды (13 %) және Ақтөбе облыстары (12,5%) кірсе, инновациялық белсенділік деңгейі төмен облыстар қатарында − Павлодар (5,2%), Ақмола облысы (5,8%), Батыс Қазақстан (6,9%), Шымкент қаласы (7%) бар. Ендігі кезекте меншік нысандары бойынша өнімдік және процестік инновацияларға жұмсалған шығындар статистикасын қарастырайық [128] (13-сурет).

Сурет 13 – Меншік нысандары бойынша өнімдік және процестік инновацияларға жұмсалған шығындар, млн. теңге

2021 жылы меншік нысандары бойынша өнімдік және процестік инновацияларға жұмсалған шығындар 2017 жылға қарағанда 12,7%-ға азайған, соның ішінде, мемлекеттік меншік тарапынан 7,6%-ға, жеке меншік тарапынан 11,5%-ға азайған. Бүгінде инновациялық қызмет саласында серіктестермен байланыс орната отырып, бірлескен жобалармен жұмыс істеу өзекті мәселе болып табылады (15-кесте).

Кесте 15. Инновациялық қызмет саласында серіктестермен жұмыс істеген кәсіпорындар саны

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер, бірлік | Өз облысын  дағы | ҚР облыс тарындағы | ТМД елдерін дегі | Одан | Басқа елдер дегі |
| ЕАЭО елдерін  дегі |
| Жабдықтар, материалдар, жинақ- таушылар мен бағдарламалық қамтамасыз етуді жеткізушілер | 149 | 573 | 252 | 172 | 206 |
| Жеке сектордағы тұтынушылар | 147 | 303 | 50 | 34 | 22 |
| Мемлекеттік сектордағы тұтынушылар | 115 | 241 | 20 | 8 | 4 |
| Бәсекелестер, басқа да ұйымдар | 88 | 256 | 68 | 40 | 34 |
| Кеңесшілер, коммерциялық зерт- ханалар, жеке ғылыми институттар | 54 | 266 | 64 | 33 | 44 |
| Университеттер | 40 | 175 | 43 | 21 | 26 |
| Мемлекеттік, жеке ғылыми-зерттеу институттары | 35 | 212 | 52 | 23 | 25 |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | |

15-кестедегі мәліметтерге сәйкес бірқатар кәсіпорындар инновациялық қызмет саласында бағдарламалық қамтамасыз етуді жеткізушілер, жеке тұтынушылар, бәсекелестер, кеңесшілер, коммерциялық зертханалар, университеттер, мемлекеттік және жеке ғылыми-зерттеу институттары сияқты серіктестермен жұмыс жасаған. Олар тек өз облысының немесе Қазақстанның деңгейімен шектеліп қана қоймай, ТМД, оның ішінде, ЕАЭО елдерімен, сонымен қатар өзге шет елдермен бірлесіп, қызмет атқарды. 2021 жылы Қазақстанда инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындар 28 203 бірлікті құрады, олардың 23,1%-ы Астана қаласына, 13%-ы Алматы қаласына, 7,8%-ы Қарағанды облысына, 6,6%-ы Шығыс Қазақстан облысына тиесілі. Инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындардың ең төмен үлесі 2,3%-ы Қызылорда, 2,6%-ы Жамбыл, 2,8%-ы Батыс Қазақстан, 2,9%-ы Түркістан облысында тіркелген. Инновациялары бар 2960 кәсіпорынның басым бөлігі 25,2%-ы Алматы қаласында, 16,7%-ы Астана қаласында, 9,6%-ы Қарағанды облысында, 7 %-ы Шығыс Қазақстан облысында тіркелген. Ең аз инновациялары бар кәсіпорындар келесі қалалар мен облыстарда орналасқан: 1,9% - Батыс Қазақстан мен Павлодар, 2,3%-ы Ақмола, Жамбыл, Маңғыстау облыстарында. 2021 жылдың Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес кәсіпорындарда инновациялық қызметтің жүзеге асырылмау себептерінің пайызға шаққандағы үлесі 14-суреттегі диаграммада көрсетілген [133].

Сурет 14 – 2021 жылы кәсіпорындарда инновациялық қызметтің жүзеге асырылмау себептері

Жоғарыдағы диаграммаға сәйкес инновациялық қызметтің жүзеге асырылмау себептері ретінде инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындардың 27,4%-ы – сұраныстың болмауынан инновацияға қажеттіліктің жоқтығын, 20,7%-ы қаржы қаражатының жетіспеушілігін, 8,7%-ы – бұрынғы инновациялар салдарынан қажеттіліктің туындамауын, 5,9%-ы инновациялық тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге сұраныстың белгісіздігін, 5,3%-ы - инновациялық шығындардың өте жоғары болуын, 1,6%-ы – білікті маманның жетіспеушілігін және нарық туралы ақпараттың жоқтығын, 1,3%-ы сыртқы қаржыландырудың жетіспеушілігін, 1,1%-ы – технологиялар жөнінде ақпараттың жоқтығын, 0,9%-ы – инновация үшін серіктестік табудың күрделілігін, 0,7%-ы нарықтағы бар кәсіпорынның үстемдігін атап өткен болатын.

Бүгінгі таңда туристік саланың инновациялық дамуы үшін оның басқару тиімділігін арттыру қажет. Қазақстан Республикасының туристік саласын басқару құрылымын қарастырайық [130] (15-сурет).

ҚР Үкіметі

Туризм бойынша Кеңес

Жергілікті атқарушы органдар

ҚР Мәдениет және спорт министрлігі

«Атамекен» ҰКП

Туризм индустриясы комитеті

«Kazakh Tourism»ҰҚ АҚ

Жергілікті кәсіпкерлер палатасы

ТОП-10 компаниялары

ЕҚТА бойынша басқару компаниялары

Халықаралық ынтымақ тастық департаменті

инвесторлар

Тур- оператор

Тасымал-даушылар

Орналас-тыру орын-дары

Санато- рийлер

Ойын-сауық ор- талықтары

Бизнес

Қосым-

ша сервистер

Шетелдік туристер

Ішкі туристер

Сурет 15 – ҚР туристік саласын басқару құрылымы

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [130]

Аталған жүйенің негізгі элементі әрі туристік саланың ұлттық операторы ретінде «Kazakh Tourism» ҰК АҚ таңдалып, оған келесідей уәкілеттіліктер берілді:

1) инвестициялық жобалардың жүзеге асырылуына қатысуға тарту мақсатында әлеуетті инвесторларды іздеуді жүзеге асыру және олармен келіссөздер жүргізу;

2) жаңадан құрылатын жобалау компанияларының капиталына және мемлекеттік-жекешелік әріптестік жобаларына бақылаусыз қатысу арқылы инвестициялық жобаларға инвестицияларды жүзеге асыру;

3) туристік саланы дамытуды ынталандыру үшін ақпараттық, білім беру және қаржы ресурстарын тарту мақсатында халықаралық және шетелдік ұйымдармен ынтымақтастық жасау;

4) халықаралық және отандық туристік нарықтарда елдік туристік бренд пен туристік өнімдерді пайдалану және ілгерілету;

5) туристік қызмет саласындағы мамандарды оқыту және олардың біліктілігін арттыру;

6) өзге заңды тұлғаларды құруға және олардың қызметіне қатысу;

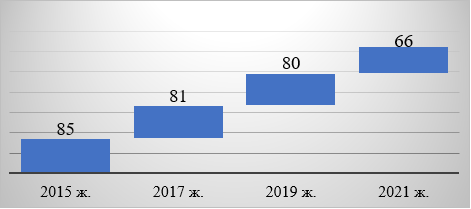
7) басым туристік аумақтарды басқаруға қатысу.

Бұдан басқа, республикалық деңгейдегі үздік-10 БТА-ның дамуын басқару «KazakhTourism» ҰК АҚ-ны, жергілікті атқарушы органдарды, «KazakhInvest» ҰК-ны және халықаралық консультанттарды тарта отырып, Қазақстан Республикасының Үкіметі айқындаған арнайы басқарушы компаниялаға жүктелген. Басқарушы компанияларға жер учаскелерін резервтеу және үлестіру құқығы беріледі. Сондай-ақ ЕҚТА туристік әлеуетін арттыру мақсатында жүзеге асыру шеңберінде туризм бөлігіндегі басқарушы компанияға (үздік-10 БТА шеңберінде) беруді көздейтін ұлттық парктерді басқарудың жаңа моделі пилоттық режимде енгізілді.

Өңірлік туристік әлеуетті және туристік объектілерді ілгерілетуді дамыту үшін бизнес өкілдерін Destination management organization және Destination Management Company тетігін енгізу арқылы саланы басқару процесіне интеграциялау маңызды. DMO – бұл маркетингке, ілгерілетуге, кейде инфрақұрылымды дамытуға және дестинацияны басқаруға жауапты компания. Оның басқарушы органдарының құрамына мемлекеттік органның өкілдері ғана емес, бизнесмендер де, яғни, отельерлер, тасымалдаушылар, рестораторлар, тиісті нарықта жұмыс істейтін туроператорлар да кіреді. Бизнестің дестинацияны дамыту бойынша, оның ішінде бюджет қаражатына иелік етуде дауыс беру құқығына ие бола отырып, шешімдер қабылдау процесіне тікелей қатысуы негізгі болып табылады. DMO қызметін қаржыландыру бюджет қаражаты, нарық қатысушыларының мақсатты жарналары, маркетингтік қызметтерді көрсету есебінен жүзеге асырылады [130].

Дегенмен, бұл басқару жүйесі туристік саланың инновациялық дамуын басқару мәселелерін қамтымайды. Біріншіден, туристік саланың инновациялық дамуын басқару – бұл осы саладағы кең ауқымды инновацияларды құруды, игеруді және таратуды ынталандыру бойынша туристік саланың уәкілетті органдары пайдаланатын әдістер мен құралдар жүйесі болып табылады. Екіншіден, туристік саладағы инновациялық процестерді тиімді жоспарлау және болжау негізінде олардың инфрақұрылымдық қамтамасыз етілуі мен ресурстық-технологиялық базасын құру және туристік саланың инновациялық даму мақсаттарына қол жеткізу жөніндегі жоспарланған іс-шараларды жүзеге асыру. Үшіншіден, таңдап алынған басқару процестері мен әдістері инновациялық қызметтің өзгеру серпінін, инновациялық әлеуетті қолдану дәрежесін және инновациялық инфрақұрылымның дамуын оңтайландыруға, сондай-ақ саланың инновациялық тартымдылығы мен инновациялық тұрақтылығын арттыруға бағытталуы тиіс.

2021 жылы Саяхат және туризмді дамыту индексінде Қазақстан 117 елдің ішінде туристік саланың дамуы бойынша 66-шы орынды иеленді. 2019 жылы Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілігі индексінде 140 елдің ішінен 80-шы орынды иеленді (16-сурет).



Сурет 16 − Қазақстанның Дүниежүзілік экономикалық форумның әлемдік туризм рейтингіндегі позициясы

Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [98, 99]

Біз диссертациялық жұмыста негізгі 5 индекс пен 17 субиндекстер көрсеткіштерін 2019 және 2021 жыл бойынша қарастыратын боламыз (16-кесте) [93-94].

Кесте 16 – TTCI-2019 және TTDI-2021 индекстері бойынша Қазақстандағы туристік саланың дамуына салыстырмалы талдау

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Индикаторлар | TTCI-2019 жыл | TTDI-2021 жыл | 2019 жыл / 2021 жыл ауытқу %-ы |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| *Туристк саланың дамуына қолайлы жағдайлар жасау индексі* | 51 | 59 | -8 ↓ |
| Қауіпсіздік | 65 | 77 | -12 ↓ |
| Денсаулық және гигиена | 29 | 33 | -4 ↓ |

16-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Адам ресурстары және еңбек нарығы | 50 | 59 | -9 ↓ |
| Ақпараттық-коммуникациялық технолоияларға дайындық деңгейі | 58 | 62 | -4 ↓ |
| Саяхат және туризм саясаты мен қолайлы жағдайлар индексі | 85 | 72 | +13 ↑ |
| Саяхат және туристік саладағы басымдықтарды анықтау | 3 | 68 | +15 ↑ |
| Халықаралық ашықтық | 107 | 103 | +4 ↑ |
| Бағаның бәсекеге қабілеттілігі | 1 | 1 | 0 |
| Инфрақұрылым индексі | 78 | 80 | -2 ↓ |
| Әуе көлігі инфрақұрылымы | 71 | 73 | -2 ↓ |
| Жер үсті және порт инфрақұрылымы | 78 | 80 | -2 ↓ |
| Туристік қызмет көрсету инфрақұрылымы | 78 | 76 | +2 ↑ |
| Саяхат пен туристік салаға сұраныс драйверлері индексі | 55 | 50 | +5 ↑ |
| Табиғи ресурстар | 35 | 33 | +2 ↑ |
| Мәдение ресурстар | 61 | 63 | -2 ↓ |
| Бос уақытқа байланысты емес (non-leisure) ресурстар | 65 | 61 | +4 ↑ |
| Саяхат пен туристік саланы тұрақты дамыту | 53 | 52 | +1 ↑ |
| Экологиялық тұрақтылық | 107 | 104 | +3 ↑ |
| Әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық және жағдайлар | 33 | 34 | -1 ↑ |
| Сұраныс қысымы және саяхат пен туризмнің әсері | 50 | 52 | -2 ↑ |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [93-94] | | | |

16-кестедегі салыстырмалы талдау нәтижелері бойынша Қазақстанда соңғы 2 жылда саяхат және туризм саясаты мен қолайлы жағдайлар индексі, саяхат пен туристік салаға сұраныс драйверлері индексі, саяхат пен туристік саланы тұрақты дамыту индекстерібойынша алға жылжу байқалады. Туристік саланың дамуына қолайлы жағдайлар жасау мен инфрақұрылым индекстері бойынша көрсеткіштер нашарлап кеткенін байқауға болады. Мәселен, туристік саланың дамуына қолайлы жағдайлар жасау индексі бойынша барлық субиндекстер төмен нәтиже көрсетіп тұр, оларға туристік саладағы бизнес орта, қауіпсіздік, денсаулық және гигиена, адам ресурстары және еңбек нарығы, ақпараттық-коммуникациялық технологияларға дайындық деңгейі жатады. Саяхат және туризм саясаты мен қолайлы жағдайлар индексі бойынша керісінше, көрсеткіштер жоғарылаған, бұл көрсеткіштерге саяхат және туристік саладағы басымдықтарды анықтау мен халықаралық ашықтық жатады. Инфрақұрылым индексі бойынша әуе көлігі инфрақұрылымы мен жер үсті және порт инфрақұрылымының көрсеткіштері 2 сатыға төмендесе, туристік қызмет көрсету инфрақұрылымы 2 сатыға жоғарылады. Саяхат пен туристік салаға сұраныс драйверлері индексіндемәдени ресурстар көрсеткіші төмендесе, табиғи ресурстар мен бос уақытқа байланысты емес (non-leisure) ресурстар көрсеткіші оң динамиканы көрсетіп тұр. Саяхат пен туристік саланы тұрақты дамыту индексі бойынша экологиялық тұрақтылық 3 сатыға жоғарылады, бірақ, әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық және жағдайлар, сонымен қатар, сұраныс қысымы және саяхат пен туризмнің әсері деген көрсеткіштер 1-2 сатыға төмендеген. Бұдан Қазақстанға туристік саланың дамуына қолайлы жағдайлар жасау бойынша тиімді әдіс-тәсілдердің керектігі және инфрақұрылым мәселесін жедел шешу қажеттілігі туралы қорытынды шығады.

Жалпы 2022 жылы 78 елдің азаматтары үшін визасыз режим қайта жаңартылды, оның ішінде Қытай, Үндістан, Иран үшін 14 күн визасыз режим енгізілді. Сонымен қатар, әуе қолжетімділігі кеңейді, 30 ел бойынша 108 маршрут, 477 рейс жүзеге асырылды. Мемлекеттік бағдарлама арқылы 2021 жылы 63,5 млрд теңге сомасына 50 жоба, 2022 жылы 53,4 млрд теңге сомасына 23 жоба қаржыландырылды. Инвестициялық жобаларды қарастыратын болсақ, 2022 жылы Қазақстанда туристік салада 40 млрд. теңге сомасына 138 инвестициялық жоба іске асырылды. Ең бастысы, Қазақстан ірі халықаралық басылымдарда туристік дестинация ретінде атап өтілді. Қазіргі таңда Қазақстандағы туризм инфрақұрылымының жалпы қажеттілігі 870,5 млрд теңге болатын 244 жобаны, басым туристік дестинациялар инфрақұрылымдық жобаларының қажеттілігі 422,8 млрд теңге болатын 178 жобаны құрайды. Мемлекет қабылдаған шаралар бизнестің инвестициялық белсенділігін арттыруға мүмкіндік жасады. Мәселен, 2019 жылдан бастап 2022 жылға дейінгі кезеңде 400 млрд. теңгеден астам сомаға 290 инвестициялық жоба жүзеге асырылды. 2021 жылы 226 млрд. теңге болатын 100-ден астам инвестициялық жоба енгізілді, ал 2022 жылдың 1 маусымындағы мерзіміне дейін 5,2 млрд теңге болатын 14 инвестициялық жоба жүзеге асырылды. 2021 жылы туристік саладағы негізгі капиталға салынған инвестициялар көлемі 564,4 млрд теңгені құрады. Жоспарланған көрсеткіштерге 8 өңірде қол жеткізілді. 2022 жылдың қаңтар-сәуір айларында салаға 75,6 млрд теңге тартылды, 2022 жылға арналған жоспарлы көрсеткіш – 1 трлн теңгені құраған [131].

Туристердің жайлылығы мен ыңғайлылығын қамтамасыз ету үшін, дестинацияларда инфрақұрылым салудан басқа, маршруттар бойындағы инфрақұрылымның дамуына назар аудару, сондай-ақ туристік өнімнің материалдық емес компоненттерін дамыту маңызды. Сондықтан, еліміз бойынша «Қазақстанның Гранд-туры» негізіне кіретін бес басым туристік маршрут айқындалды: Алматы – 4 мезгіл, Ұлы Жібек Жолы, Маңғыстау, Сарыарқа, Алтай және мұндағы экскурсиялық қызметтердің сапасын арттыру мақсатында электрондық кітапхананың құрылуы басталды [132]. Бұл ретте «Жібек жолы» туристік маршруты қолданыстағы трансшекаралық маршруттың бір бөлігі саналады және болашақта Қытаймен шекарада басталып, Өзбекстанда жалғастырылуы мүмкін. «Сарыарқа» туристік маршруты Бурабай, Имантау-Шалқар, Баянауыл және Қарқаралыны біріктіреді. Аталған 5 гранд-маршруттар қазірдің өзінде сұранысқа ие туристік маршруттар болып табылады [133]. Алайда, сұранысқа қарамастан, барлық маршрут көптеген туристі қабылдауға бірдей дайын емес екенін атап өткен жөн. Бұл туристік маршруттарды жоспарлы түрде дамыту маңызды, әсіресе, гранд маршруттар айналасындағы туристік өнімдерді дамыту қажет.

Одан бөлек, 2021 жылы «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне туристік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» заң жобасының негізінде бірқатар маңызды өзгерістер енгізілді, соның арқасында ағымдағы жылдың 1 қаңтарынан бастап мемлекеттік қолдау шаралары іске қосылды:

* + шетелдік турист үшін туроператорлардың шығындарын субсидиялау (15 000 тг);
  + тау шаңғысы курорттары үшін жабдықтар мен техника сатып алу бойынша кәсіпкерлік субъектілері шығындарының бір бөлігін өтеу (25%);
  + туристік қызмет объектілерін салу, реконструкциялау кезінде кәсіпкерлік субъектілері шығындарының бір бөлігін өтеу (10%);
  + кәсіпкерлік субъектілерінің жол бойындағы сервис объектілерін салу бойынша шығындарының бір бөлігін өтеу (10%);
  + туравтобустарды сатып алу бойынша шығындардың бір бөлігін өтеу (25%);
  + туристік саланың инвестициялық ахуалын жақсарту мақсатында БТА шегінде жүзеге асырылатын туристік саладағы инвестициялық жобаны басым деп тану үшін шек 2 млн АЕК-тен 200 мың АЕК-ке дейін төмендетілді, бұл инвестициялық преференциялар алуға мүмкіндік береді;
  + Қазақстанды шетелде ілгерілетуді қаржыландыру көздерінің бірі «bed tax» қағидаты бойынша жүзеге асырылатын шетелдік туристің туристік жарнасын енгізу (туристік алым). Бұл тетік әлемде кеңінен таралған, бейрезиденттер үшін қонақ үй шотына арнайы алым енгізуді болжайды. Бұл алым ішкі және сыртқы туристік нарықтарда аймақтық туристік әлеуетті ілгерілету үшін жергілікті бюджеттің қосымша көздерін қалыптастырады. Туристік алым мөлшерлемесінің өзін мәслихат, ал төлеу тәртібін Үкімет бекітеді. Туристік жарна жергілікті бюджеттің салықтық емес түсімі ретінде қарастырылған.
  + туристік саладағы реттеу саясатын жетілдіру және оны кәсіпкерлік кодексіне сәйкестендіру. Туроператорлық қызметке лицензия туризмнің жеке түрлері бойынша берілетін болады, мысалы, кіру, ішкі, шығу туризмі [131-133].

Қазақстан Республикасындағы туристік саланың қазіргі даму жағдайын анықтау мақсатында біз келесідей индикаторларды пайдаланатын боламыз: туризмнің ЖІӨ-гі үлесі, мақсаттарына қарай шығу туризмі бойынша келушілер саны, мақсатына қарай келу туризмі бойынша келушілер саны, ішкі келушілерді сапар мақсаттары бойынша бөлу.

Кез келген елдің туризмінің дамуы ең алдымен шығу, келу және ішкі туризмнің арақатынасымен, сонымен қатар, туризмнің ЖІӨ-гі үлесі сияқты көрсеткіштермен анықталады. *Шығу туризмi* – Қазақстан Республикасының азаматтары мен Қазақстан Республикасында тұрақты тұратын адамдардың басқа елге саяхаттары. *Келу туризмi* – Қазақстан Республикасының аумағында

тұрақты тұрмайтын адамдардың оның шегiндегi саяхаттары. *Ішкі туризм* − Қазақстан Республикасының азаматтары мен оның аумағында тұрақты тұратын адамдардың Қазақстан Республикасының шегiндегi саяхаттары. *ЖІӨ-де туризмнің үлесінің өсімі* шетелдік туристердің шығыстары, ішкі туристердің шығыстары, туристік салаға инвестиция салу сияқты негізгі 3 драйвер есебінен қамтамасыз етіледі.

2000 жылы туризмнің ЖІӨ-гі үлесі 0,02%, 2005 жылы - 1,2%, 2006 жылы – 1,6%-ды, 2021 жылы Дүниежүзілік саяхат және туризм кеңесінің мәліметтері бойынша Қазақстанның жалпы ішкі өніміндегі туризм үлесі 6,2%-ды, оның ақшалай құны 7,9 млрд. долларды құрады және бұл көрсеткіш бойынша 129-шы орынды иеленді [90; 128, 134]. Туризмнің ЖІӨ-гі үлесін арттыру үшін келу және ішкі туризмді дамыту маңызды, себебі, олар мемлекет экономикасы үшін әлдеқайда тиімді. Келу туризміне байланысты қызметтерді көрсету туристік қызметтерді экспорттау, ал шығу туризміне байланысты болса импорттау болып табылады. Мәселен, келу және ішкі туризмінің дамуы келесідей экономикалық тиімділік әкеледі: капитал мен валюталық жинақтар артады, салық есебінен мемлекеттік бюджет толықтырылады, елдің төлем балансы жақсарады, туристік салада бос жұмыс орындары пайда болады, туристер тарапынан қолөнер бұйымдарына деген сұраныстың болуы да қаржылай тиімділік әкеледі, елдің инвестициялық тартымдылығы артады және т.б. Шығу туризмінің кіру және ішкі туризмнен басым болуы, керісінше, валюта ағынының шет елге жұмсалуы салдарынан елдің төлем балансының нашарлауына әкеледі, яғни, экономикадағы табыс туристерді сапарға жіберетін туристік фирмалар төлейтін салықтардан ғана пайда болады. Қазақстандағы 2018 жылдан 2022 жылға дейінгі мақсаттарына қарай шығу туризмі бойынша келушілер санын қарастырайық (17-кесте).

Кесте 17 − Қазақстан бойынша 2018 жылдан 2022 жылға дейінгі туризм түрі бойынша туристер саны

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туризм түрі,  млн. адам | 2018 ж. | 2018 ж. (қаңтар-қыркүйек) | 2019 ж. | 2019 ж.  (қаңтар-қыркүйек) | 2020 ж. | 2020 ж.  (қаңтар-қыркүйек) | 2021 ж. | 2021 ж.  (қаңтар-қыркүйек) | 2022 ж.  (қаңтар-қыркүйек) | 2018 ж. / 2022 ж. ауытқу  (%) |
| шығу | 10 646,2 | 8 233,6 | 10 707,3 | 8 222,5 | 2 865,0 | 2 397,6 | 3 501,4 | 2 515,2 | 5 557,5 | 32,5 %- |
| келу | 8 789,3 | 6 808,0 | 8 515,0 | 6 440,6 | 2 034,8 | 1 783,6 | 1 330,2 | 949,4 | 3 416,6 | 49,8 %- |
| ішкі | 5 864,7 | 4623,3 | 6657,5 | 5074,4 | 4463,2 | 3058,7 | 6 910,1 | 3 882,9 | 4 858,3 | 5,1 % |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | | | | | |

17-ші кестедегі мәліметтерге сәйкес шығу, келу, ішкі туризм түрлері бойынша көрсеткіштер соңғы 5 жылда пандемияға дейінгі кезеңдегі көрсеткіштерден асқан жоқ, керісінше, 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларындағы көрсеткіштерін 2018 жылмен салыстырсақ, шығу туризмі 32,5 %-ға, келу туризмі 49,8 %-ға төмендеген, ішкі туризм 5,1 %-ға артқан.

Пандемиядан кейінгі кезеңде 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларындағы көрсеткіштер 2020 жылмен салыстырғанда біршама өскен, мысалы, шығу туризмі 131,8 %-ға, келу туризмі 91,6 %-ға, ішкі туризм 58,8 %-ға артқан. Сондай-ақ, соңғы 1 жылдағы қаңтар-қыркүйек айларындағы көрсеткіштерді салыстырайық: шығу туризмі 2022 жылы (5,5 млн. адам) 2021 жылға қарағанда (2,5 млн. адам) шамамен 2,2 есеге өскен, ішкі туризм 2022 жылы (4,8 млн. адам) 2021 жылға қарағанда (3,8 млн. адам) шамамен 1,2 есеге ұлғайып, 25 %-ға өсім көрсеткен, келу туризмі 2022 жылы (3,4 млн. адам) 2021 жылға қарағанда (949 400 адам) шамамен 3,5 есеге артқан. Қазақстанға келген адамдар санының айтарлықтай өсуін 2 фактормен сипаттауға болады. Біріншіден, коронавирустық пандемияға байланысты жағдайдың жақсаруы мен карантиндік шектеулердің жойылуы. Екіншіден, Украинадағы соғыс пен Ресейде жарияланған мобилизацияға байланысты адамдардың келуі. Алайда, бұған қарамастан, 2022 жылғы көрсеткіштер әлі де шығу туризмінің келу және ішкі туризмінен басым екендігін көрсетіп отыр. Бірақ, бұлардың арасында туризм мақсатымен келушілер басты назарда болуы тиіс, себебі, бүгінгі таңда жеке мақсатпен келушілердің арасындағы туристердің үлесі аз болып тұр, мысалы, 2016 жылы «таза» туристердің саны - 0,9%, 2017 жылы -1,1%, 2018 жылы - 0,7%, 2019 жылы - 0,9%, 2020 жылы 0,8%-ды құрады, өкінішке орай 2021 және 2022 жылдар бойынша ресми статистикалық деректер туризм мақсатымен келушілерді жеке бөліп қарастырмайды [128]. Ендігі кезекте ішкі және келу туризмі бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер санын қарастырайық. Зерттеу кезінде 2022 жыл бойынша толық ресми статистикалық деректердің жарияланбағандығына байланысты, статистикалық деректерді өңдеу қаңтар-қыркүйек айлары бойынша жүргізілетін болады (18-кесте).

Кесте 18. Ішкі (резиденттер) және келу (резиденттер емес) туризмі бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туризм түрі, адам | 2018 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2019 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2020 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2021 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2022 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2018 ж. / 2022 ж.  ауытқу (%) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ішкі туризм | 3 654 869 | 4 113 033 | 2 359 291 | 3 882 858 | 4 858 251 | 32,9% |
| оның ішінде: | | | | | | |
| жеке | 2 304 380 | 2 656 525 | 1 510 562 | 2 439 162 | 3 253 557 | 41,2 |
| іскерлік, кәсіби | 1 350 489 | 1 456 508 | 848 729 | 1 443 696 | 1 604 694 | 18,8 |
| келу туризмі | 608 094 | 752 757 | 196 705 | 208 536 | 609 803 | 0,3% |
| оның ішінде: | | | | | | |
| жеке | 152 627 | 235 942 | 45 975 | 49 941 | 262 891 | 72,2 |
| іскерлік, кәсіби | 455 467 | 516 815 | 150 730 | 158 595 | 346 912 | -23,8 |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | |

18-кестеден көрініп тұрғандай, Қазақстанда пандемиядан кейін туристік сала 2021 жылы қалпына келе бастады, әсіресе, ішкі туризм көрсеткіштері екінші жыл қатарынан тұрақты өсім көрсетіп отыр. Ресми статистикалық деректерге сәйкес, 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек қорытындысы бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген ішкі туристер саны пандемиядан кейінгі жылдары 105,9 %-ға ұлғайғанымен, соңғы 5 жылмен салыстырғанда 32,9%-ға ғана өсім көрсеткен. Орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келу туристер саны пандемиядан кейінгі жылдары 210-%-ға (шамамен 3 есе) ұлғайса да, соңғы 5 жылмен салыстырғанда 0,3%-ға ғана өскен. Демек, туристік сала, пандемиядан кейін жандана бастағанымен, оған дейінгі кезеңдегі көрсеткіштер бойынша ілгерілеуді көрсете алмай отыр.

Орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген резидент емес келушілер соңғы 5 жылда қаңтар-қыркүйек аралықтарында келесідей үлесті құрады: 2018 жылы - 14,3 %, 2019 жылы - 15,5 %, 2020 жылы - 7,7 %, 2021 жылы - 5,1 %, 2022 жылы - 11,2 %. Алдағы уақытта бұл туристердің үлесін арттыру мәселесі өзекті болып табылады. Осы мақсатта әрбір шетелдік қонақты тартқаны үшін туроператорларды субсидиялау туралы қабылданған ұлттық жобаның маңызы зор, 2021 жылы оған 75 млн. теңге көлемінде қаражат бөлінген болатын, ол бойынша әрбір шетелдік қонаққа 15 мың теңгеден берілуі тиіс. 2022 жылдың 1 қаңтары мен 17 қарашасы аралығында туроператорлар тарапынан 26 өтініш түсіп, оның ішінде 94 туристке 10 өтінім мақұлданды, олар үшін 1,4 млн теңге төленді, жалпы 2022 жылы әрбір шетелдік турист үшін келу туризмі саласындағы туроператорлардың шығындарын субсидиялау жөніндегі жоспардың орындалуы 10,3 %-ды ғана құрады [135]. 17-суретте 2022 жылдың қаңтар-шілде айларында Қазақстанға келген шетелдік туристердің шыққан елдері бойынша деректер келтірілген [136].

Сурет 17 − 2022 жылдың қаңтар-шілде айларында Қазақстанға келген шетелдік туристердің шыққан елдері

Жоғарыдағы диаграммаға сәйкес, елге келген туристердің 67% - ы Ресей Федерациясынан, 16% - ы Өзбекстаннан, 6% - ы Түркиядан, 4% - ы ҚХР-дан және 7% - ы басқа мемлекеттерден келген азаматтар. Осы кезеңде Ресейден келген туристер ең көп тоқтады – 130,2 мың адам, ал 2021 жылдың осы кезеңінде елге 51,6 мың орыс азаматтары келіп, өсім 2,5 есені көрсетті. Сондай-ақ, Қазақстанға Түркиядан 29 мың адам, бұл өткен жылмен салыстырғанда 2,1 есе, ал Қытайдан – 27,2 мың адам (6,8 есе көп) келді. 2022 жылдың 1 шілде мен 11 қараша аралығында «eQonaq» жүйесінде 359 000-ға жуық шетелдік турист тіркелген. 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек аралығында орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген 4 858 251 ішкі келушілердің 21 %-ы Алматы қаласына, 14 %-ы Астана қаласына, 6,9 %-ы Ақмола облысына тиесілі, ең төменгі көрсеткіштер Ұлытау – 0,4% мен Батыс Қазақстан – 1,4%, Қызылорда – 1,5% облыстарына тән. Осы 2022 жылдың сәйкес мерзіміндегі орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген 609 803 резидент емес келуші туристер санының басым бөлігі, яғни, 44,3%-ы Алматы қаласында, 25,6%-ы Астана қаласында, ең аз бөлігі, 0,3%-ы Алматы облысында, 0,2%-ы Жетісу мен Жамбыл, 0,1%-ы Ұлытау облыстарында тіркелген. 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек аралығындағы ресми статистикалық мәліметтерді қоса алғанда, Қазақстанда соңғы 5 жылда орналастыру орындарының саны 620 бірлікке артып, 18,5 % өсім көрсеткен, ал олардағы біржолғы сыйымдылық 22,2%-ға ұлғайған, жаңадан 13 136 нөмір іске қосылып, олардың саны 18,4%-ға артқан, орналастыру орындарында 5,4 млн. келушілерге (28,3% өсім) 129, 1 млрд. теңге көлемінде қызмет көрсетілген, бұл 2018 жылмен салыстырғанда 63,6%-ға артқан (19-кесте).

Кесте 19. Қазақстандағы 2018-2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларындағы орналастыру орындары бойынша көрсеткіштер

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер | 2018 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2019 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2020 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2021 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2022 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2018 ж. / 2022 ж.  (%) |
| Орналастыру орындарының саны, бірлік | 3345 | 3630 | 3488 | 3670 | 3965 | 18,5 % |
| Біржолғы сыйымдылық, төсек-орын | 167106 | 181153 | 182519 | 191653 | 204247 | 22,2% |
| Нөмірлер саны | 71280 | 75779 | 76424 | 79957 | 84416 | 18,4% |
| Орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілердің саны, адам | 4262963 | 4865790 | 2555996 | 4091394 | 5468054 | 28,3% |
| Орналастыру орындарымен көрсетілген қызмет көлемі | 78938789,7 | 92077557,1 | 47420906,5 | 78905117,5 | 129183176,7 | 63,6% |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | |

Егер пандемиядан кейінгі кезеңді қарастырсақ, бұл жерде де оң динамика байқалады, яғни, біршама өсім бар. Мысалы, 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларындағы көрсеткіштерді 2020 жылдың сәйкес айларындағы көрсеткіштермен салыстыратын болсақ, орналастыру орындарының саны 477 бірлікке, яғни, 13,7 %-ға артқан, біржолғы сыйымдылық 11,9%-ға өскен және жаңадан 7 992 нөмірлер іске қосылған, ол 10,5 % өсімді құрайды. Әсіресе, пандемиядан кейінгі шектеулердің алынып тасталуына байланысты орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілердің саны 113,9%-ға, оларға көрсетілген қызмет көлемі 172,4%-ға артқан.

2022 жылдың қаңтар-қыркүйек аралығындағы Қазақстан бойынша 3965 орналастыру орындарының 9,7%-ы Алматы қаласына, 8,9 %-ы Ақмола, 8,8%-ы Жетісу, 8,2 %-ы Абай, 7,8 %-ы Шығыс Қазақстан облыстарына, ең аз орналастыру орындарының 2,5 %-ы Ақтөбе мен 0,7 %-ы Ұлытау облыстарына тиесілі. Орналастыру орындарының бір уакыттағы толтырымдылығы бойынша Алматы қаласы – 11,9 %, Шығыс Қазақстан облысы – 9,5 %, Абай облысы – 8,6 %, Жетісу облысы – 8,2 %, Астана қаласы – 7,6 %, Ақмола облысы – 7,4 %, Алматы облысы – 6,4 % жоғары көрсеткіштерге ие, ең төмен көрсеткіштер Қызылорда - 1,9 % және Ұлытау облыстарында - 0,3 % тіркелген. Қарастырылып отырған мерзімдегі орналастыру орындарындағы 84 416 нөмірдің басым бөлігі Алматы - 15,4 % және Астана қалаларында - 10,5 % болса, ең аз нөмірлер саны Солтүстік Қазақстан - 2,2 %, Қызылорда - 1,9 % және Ұлытау - 0,4 % облыстарында. Орналастыру орындарымен 129,1 млрд. теңгеге көрсетілген қызмет көлемі бойынша алдыңғы орындарда Алматы қаласы – 28,7 % және Астана қаласы – 18,3 %, соңғы орындарда Қызылорда - 0,7 %, Ұлытау – 0,2 % облыстары. Орналастыру орындарында 5 468 054 қызмет көрсетілген келушілердің ең көп саны Алматы қаласында - 23,6 %, ең аз бөлігі – Қызылорда мен Батыс Қазақстан (1,4 %) және Ұлытау (0,4 %) облыстарында тіркелген.

Сонымен қатар, ағымдағы жылдың қаңтар-қыркүйек аралығында Қазақстандағы курорттық аймақтар бойынша орналастыру орындарының негізгі көрсеткіштерін қарастырайық (20-кесте).

Кесте 20. Қазақстандағы курорттық аймақтар бойынша орналастыру орындарының негізгі көрсеткіштері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер | 2018 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2019 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2020 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2021 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2022 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2018 ж. / 2022 ж.  ауытқу (%) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Курорттық орналастыру орындарының саны, бірлік | 970 | 1052 | 1466 | 1573 | 1685 | 73,7% |
| Біржолғы сыйымдылық, төсек-орын | 60 295 | 64 175 | 97 593 | 102 085 | 107 773 | 78,7% |

20-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Нөмірлер саны | 19 743 | 21 007 | 38 218 | 40 002 | 42 164 | 113,6% |
| Курорттық орналастыру орындарында көрсетілген келушілердің саны, адам | 1011233 | 1092526 | 1263017 | 2027321 | 2728622 | 169,8% |
| Курорттық орналастыру орындарымен көрсетілген қызмет көлемі | 14025404 | 14868983 | 24511847,1 | 42764871,3 | 73907543 | 427% |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | |

20-кестеге сәйкес соңғы 5 жылда курорттық орналастыру орындарының саны 715 бірлікке көбейіп, 73,7%-ға артқан, біржолғы сыйымдылық 78,7%-ға өсім көрсеткен, нөмірлер саны 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларында 42 164 бірлікті құрап, 113,6%-ға артқан, бұл курорттық орналастыру орындарында 2,7 млн. келушілерге қызмет көрсетілгендігін және олардың санының 2018 жылға қарағанда 169,8%-ға артқандығын әрі көрсетілген қызмет көлемінің шамамен 5 есеге ұлғайғандығын көрсетеді. Пандемиядан кейінгі кезеңмен салыстыратын болсақ, курорттық орналастыру орындарының саны 14,9%-ға артқан, ондағы біржолғы сыйымдылық 10,4 %-ға, нөмірлер саны 10,3 %-ға өсім көрсеткен, курорттық орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілердің саны 116 %-ға өсіп, көрсетілген қызмет көлемі де шамамен 3 есеге өскен.

2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларында 1685 курорттық орналастыру орындарының 30 %-ы Алматы тау кластеріне, 13,2%-ы Жетісу облысына қарасты Алакөл курорттық аймағына, 12,7%-ы Абай облысына қарасты Алакөл курорттық аймағына, 11%-ы ШБКА курорттық аймақтарына тиесілі, ең аз орналастыру орындары Қостанай - 0,2% және Байқоңыр - 0,1% курорттық аймақтарында тіркелген. Осы мерзімде 2,7 млн.туристердің басым бөлігі, яғни, 54,1%-ы Алматы тау кластерінде, 8,2% -ы ШБКА-да, 7,7%-ы Маңғыстау, 6,5%-ы Жетісу облысына қарасты Алакөл курорттық аймағында, 5,9%-ы Абай облысына қарасты Алакөл курорттық аймағында демалған, ең аз туристер демалған курорттық аймақтар келесідей: Байқоңыр туристік аймағы - 0,005 %, Қатон-Қарағай - 0,17 %, Қостанай курорттық аймағы - 0,24 %. Ағымдағы жылдың қарастырылып отырған мерзім аралығында 73,9 млрд. теңгеге көрсетілген қызмет көлемінің басым бөлігі келесі курорттық аймақтарға тиесілі: 1 476 015 адам демалған Алматы тау кластері - 41,2 млрд. теңге (55,9%), 223 904 келушілері бар ШБКА -11,2 млрд. теңге (15,2%), 210 497 адам демалған Маңғыстау курорттық аймағы - 8,7 млрд. теңге (11, 9%), 160 954 келушілер тіркелген Абай облысына қарасты Алакөл курорттық аймағы – 2,7 млрд. теңге (3,7%), 177 592 келушілері бар Жетісу облысына қарасты Алакөл курорттық аймағы – 2,4 млрд. теңге (3,4%), 93 856 адам демалған Түркістан туристік аймағы – 2,1 млрд. теңге– 2,9 %.

Бұл ресми статистикалық деректер бүгінде Қазақстанның облыстары мен қалаларында туристік сала қаншалықты және қандай бағытта дамып жатқанын анықтауға мүмкіндік берді. Өкінішке орай, шығу туризмінің келу туризмінен әлі де басым болуы, сонымен қатар, келу туризмінің көрсеткіштерінің өспеуі, оның ішінде, таза туристердің үлесінің 1%-ға да жетпеуі, туризмнің ЖІӨ-гі үлесінің төмен болуы, республикалық бюджеттен бөлінген қаражаттың игерілмеуі деген сияқты өзекті мәселелер туристік саланы дамытуды және оны тиімді басқаруды қажет етеді. Мысалы, Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігінің 2022 жылғы бюджеттік бағдарламаларын жүзеге асыру мониторингінің нәтижелері туралы есепке сәйкес, «туристік сала мен туристік қызметті дамытуды ынталандыру» санатында ведомствоға 402 млн теңге бөлінген болатын. Бұл үлкен қаражат емес, алайда осының өзінде оның орындалу пайызы небәрі 21,3% -ды, ал игерілмеген сома-316,2 млн теңгені құрады [137].

Бүгінде туристік саланың инновациялық дамуын басқаруда саланы цифрландыру маңызды орын алатынын атап өткен жөн, сондықтан 21-кестеде Қазақстан Республикасындағы туристік саланы цифрландыру жөніндегі бірқатар жобаларға шолу жасалған.

Кесте 21 – Қазақстан Республикасындағы туристік саланы цифрландыру жөніндегі жобалар

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Атауы | Сипаттамасы | Кемшіліктері |
| «Kazakhstan.  travel»  ұлттық  туристік порталы | Техникалық қолдау, контент, дизайн, әлеу- меттік желілерде және іздеу жүйелерінде жылжыту, MICE-бөлімін құру, «Фото банк» бөлімін қосу, қосымша функциялар мен модульдер әзірленген. Бизнес өкілдеріне аймақ пен туризм түрлері бойынша сүзгілеу мүмкіндігі бар турагенттіктердің, гид-экскурсоводтардың, қолөнершілердің тізілімдері, маркетплейс пен коммер- циялық платформа өнімдері іске қосылған. | Зерттеу кезінде толық әзір- ленбеген, туристік маршрут тар мен экскурсияларды бірден брондау мүмкіндігі жоқ. |
| «eQonaq» ақпараттық жүйесі (АЖ) | Орналастыру орындарының бірыңғай тізілімін құруға, туристік ағындар, туристер портреті және көші-қонды бақылау бойынша деректерді жинау мен өңдеу мақсатында жүйе «Бүркіт» ҚР ҰҚК АЖ-мен, ҚР ІІМ Көші-қон қызметінің АЖ-мен интеграцияланған. Заңға сәйкес, қабылдаушы тұлғалар (орналастыру орындары, жеке тұлғалар) келген шетелдіктер туралы Ішкі істер органдарын олар келген күннен бастап 3 жұмыс күні ішінде хабардар етуі міндетті. Бұл «eQonaq» қосымшасы арқылы мүмкін. | Сәтті жұмыс істейді. Жүйенің қамтылуы 40 есеге артты, жүйеде шетелдіктерді орналастыратын жеке тұлғаларды қоса алғанда 65 000 орналастыру орны тіркелген. |

21-кестенің жалғасы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| «Tourstat.kz» ақпараттық  жүйесі (АЖ) | Туристік саладағы статистикалық деректерді жинау және талдау жүйесі. Ұлттық статистика бюросымен интегра- цияланған, елдегі нақты туристік ағымдар туралы ақпарат береді, орналастыру орындарының қызметін көлеңкелі айналымнан шығаруға мүмкіндік береді. | Барлық статистика қамтылмаған. |
| «Туризм онлайн»  ақпараттық жүйесі (АЖ) | Бірыңғай коммуникациялық платформа көмегімен нарық қатысушыларын біріктіретін туристік экожүйе, оның функцияларына туристік маршруттардың цифрлық картасын жасау, туристік операторлар мен туристік қызметтерді жеткізушілердің рейтингін жүргізу кіреді. | Зерттеу кезінде платформа ақпараттық сипатқа ғана ие, монетизация үшін жұмыс істемейді, нарық қатысушы- лары арасында нақты уақыт режимінде нетворкинг байқалмайды |
| «View Project» ақпараттық  жүйесі (АЖ) | Туристік дестинацияларда инфрақұрылым дық және инновациялық жобаларды жүзеге асыру кезінде әкімдіктермен онлайн мони- торинг жүргізу және өзара іс-қимыл жасау | Зерттеу кезінде платформа жұмысына қолжетімділік болмады. |
| «eShagym»  электрондық сервисі | Туризм объектілерінің, гидтердің, туркомпаниялардың, жол бойындағы сервистердің жұмыс сапасын бағалау үшін әзірленген қосымша . | 2022 жылдың тамыз айында іске қосылды, шағымдар қабылданып, жұмыс басталды. |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [138-141] | | |

Бұл жобалардан бөлек, гидтердің бірыңғай тізілімін цифрландыру бойынша арнайы платформа жұмыс істейтін болады, ол гидті тіркеуге, сертификаттауды растауға, QR код пен бейдж алуға өтініш беруге мүмкіндік жасайды. Бұл жүйе – гидтер мен экскурсия жетекшілерін іздеу мүмкіндігі бар толыққанды деректер базасы болады деп жоспарланып отыр, ал QR-кодтар жүйесі белсенді емес гидтерді анықтауға және тізілімнен шығаруға мүмкіндік береді. Зерттеу барысында 21-кестедегі цифрлық жобалардың басым бөлігінің соңына дейін пысықталмағандығы мен көрсетілген маркетплейстерде қаржылық пайда табуының іске қосылмағандығы туралы қорытынды жасадық. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының туристік саласындағы стратегиялық жоспарлаудың бірқатар құжаттарын талдау барысында тікелей туристік саладағы инновацияларды дамытуды реттейтін жеке стратегиялық құжат жоқ екені анықталды [130; 142; 143].

Сонымен, туристік саланың инновациялық даму жағдайын бағалау үшін (Қосымша Д)-да келтірілген бағалау көрсеткіштерін 2020 және 2021 жылғы деректер бойынша Қазақстанның аймақтарын ранжирлеп, туристік саланы инновациялық дамытудың ранжирленген жиынтық тізімін жасадық. Статистикалық мәліметтердің болуы, көрсеткіштің объективтілігі және оның динамикасын зерттеудің қарапайымдылығы төмендегі көрсеткіштерді таңдауға негіз болды:

1. *Туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлер саны мен инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкерлердің жалпы санын* сипаттайтын көрсеткіш неғұрлым көп болса, аймақтың туристік саласының кадрлық әлеуеті соғұрлым жоғары болады. Әсіресе, туристік кадрлардың біліктілігін арттыру еңбек өнімділігін ұлғайтуға, туристік нарықтың жай-күйі туралы өзекті ақпарат алуға ықпал етеді.
2. *Жалпы өңірлік өнім* – аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуының жалпылама көрсеткіші болып табылады.
3. *Өнер, ойын-сауық және демалыс саласындағы негізгі капиталға инвестициялар* – туризмге салынатын инвестициялар туристік сала мен ел экономикасын дамытудың, отандық және шетелдік азаматтардың туристік қызметтерге қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктер беретін заманауи бәсекеге қабілетті туристік кешендер құру мен туристік өнімдер ұсынудың қажетті факторы болып табылады.
4. *Орналастыру орындарының саны мен олардың көрсеткен қызметтер көлемі және турагенттер реестрі* – туристерге қызмет көрсетуде орналастыру орындары мен турагенттіктер маңызды рөл атқарады, өйткені, орналастыру орындары туристік пакеттің ажырамас бөлігі болып саналса, турагенттіктер және туроператорлар – туристер мен дестинация арасындағы маңызды көпір болып табылады, олардың көмегімен туристік маршруттар және әрбір аймақ дайындаған турөнім сатылады, сәйкесінше, ел экономикасына айтарлықтай қаражат түседі.
5. *Туристік ақпараттық орталықтар* − туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыруға әсер етеді және ондағы қызмет көрсету сапасының жоғары деңгейі туристер мен облыс, қала тұрғындары арасында туристік тартымдылықты одан әрі арттыруға ықпал етеді және қосымша туристік ағынды қалыптастыруға үлкен септігін тигізеді. Туристік ақпараттық орталықтар туристік саланың даму стратегиясында және туристік өнімдер мен брендтерді дамытуға ықпал ететін құнды статистикалық деректерді жинауды жүзеге асырады, мысалы, олар ресми статистикалық жинақтарға енбеген көптеген маңызды көрсеткіштер мен сауалнама нәтижелерін қамтиды. Алайда, бүгінгі таңда Қазақстандағы туристік ақпараттық орталықтардың нарықта нақты ұстанымы жоқ және қызметін монетизациялау бойынша жұмыс атқарылмайды, басым жағдайда ақпараттық қамтамасыз етумен шектеледі.
6. *Турмаршруттар саны.* Туристік маршруттардың дамуы – туристер географиясын кеңейтуге және дестинацияның кірісін арттыруға, аз танымал жерлерді кешенді турөнімге қосуға, дестинацияның жалпы тартымдылығын арттыруға, туристердің ұзақ демалуына және сәйкесінше олардың шығындарын арттыруға, жаңа туристерді тартуға және тұрақты қонақтар санын көбейтуге, туристік өнімнің тұрақтылығын арттыруға ықпал етеді. Сондықтан, туристік маршруттардың бәсекелестік артықшылықтарын, ерекшеліктері мен бірегейлігін сақтай отырып, жаңа инновациялық элементтермен толықтыру маңызды. Сонымен қатар, турөнімді құрудың, дамытудың және жылжытудың барлық деңгейлерінде инновацияларды енгізумен қатар, туристер арасында бұрын-соңды танымал болмаған экскурсиялар мен турмаршруттарды инновациялық деңгейде жандандыру маңызды мәселе болып табылады.
7. *Инновация саласындағы белсенділік деңгейі мен инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны* – бұл көрсеткіштер туристік саланың инновациялық даму бағыты мен жаңа сапалы деңгейге шығуына мүмкіндік береді. Мысалы, инновациялық белсенділік инновациялық процесс арқылы көрінеді және экономикалық өсу мен өмір сүру сапасын арттырудың қажетті шарты болып табылады.
8. *Инновацияға жұмсалған шығындар мен өз қаражатынан инновацияларға арналған шығындар.* Жаңа әзірлемелерге инвестициялар неғұрлым көп болса, табыс соғұрлым жоғары болады деген тұжырым қалыптасқан. Теориялық тұрғыдан алғанда, R&D&I шығындары мен компанияның коммерциялық табысы арасында сенімді корреляция байқалмайды, жалпы R&D&I-ға қаражатты мұқият және ұтымды сала білу өте маңызды. R&D&I-ды ұйымдастыру — сауатты маркетингтік стратегияның бөлігі болып табылады.

Бұл көрсеткіштерді жекелеп ранжирлеу кестесі (Қосымша Д)-да келтірілген. 1.2 бөлімшеде келтірілген ранжирлеу әдістемесіне сәйкес, 22- кестеде Қазақстан аймақтарының көрсеткіштер бойынша рангтері мен жиынтық балл келтірілген, сонымен қатар, олардың жиынтық балы мен рангтері 18-суреттегі диаграммада көрсетілген.

Кесте 22 – Қазақстан аймақтары туристік саласының инновациялық дамуы бойынша 2020-2021 жылдардағы көрсеткіштер бойынша ранжирлеу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақтар | Х1 | | Х2 | | Х3 | | Х4 | | Х5 | | Х6 | | Х7 | | Х8 | | Х9 | |
| 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 |
| Алматы қ. | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 3,9 | 3,8 | 1,0 | 1,8 | 5,4 | 5,4 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 9,3 | 5,2 |
| Астана қ. | 6,2 | 6,2 | 4,7 | 4,2 | 7,5 | 4,0 | ,8 | 0,5 | 2,8 | 2,7 | 7,0 | 8,0 | 5,0 | 5,0 | 6,7 | 7,3 | 4,9 | 5,1 |
| ШҚО | 3,7 | 3,7 | 4,0 | 3,3 | 7,3 | 3,6 | 0,5 | 1,1 | 10,0 | 10,0 | 0,5 | 0,5 | 5,0 | 5,0 | 1,6 | 1,2 | 5,1 | 4,6 |
| Алматы обл. | 3,9 | 3,9 | 2,7 | 1,7 | 5,9 | 3,6 | 2,3 | 1,6 | 9,5 | 9,6 | 0,6 | 0,4 | 10,0 | 10,0 | 2,9 | 1,6 | 10,0 | 10,0 |
| Қарағанды | 4,1 | 4,1 | 5,3 | 5,1 | 6,9 | 3,7 | 0,4 | 0,2 | 3,6 | 3,3 | 1,6 | 1,5 | 5,0 | 5,0 | 1,4 | 1,4 | 2,5 | 4,9 |
| Ақмола | 3,3 | 3.3 | 2,3 | 1,1 | 8,6 | 7,6 | 0,4 | 0,2 | 4,9 | 5,2 | 0,3 | 0,4 | 10,0 | 10,0 | 3,6 | 3,7 | 9,7 | 2,5 |
| Түркістан | 1,9 | 1,9 | 1,7 | 0,5 | 10,0 | 1,2 | 10,0 | 10,0 | 2,1 | 2,5 | 0 | 0 | 5,0 | 5,0 | 0,4 | 1,2 | 2,1 | 6,6 |
| Ақтөбе | 1,0 | 1,0 | 0 | 1,7 | 6,8 | 0 | 0,3 | 0,1 | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 0,9 | 5,0 | 5,0 | 0,3 | 0,4 | 0,6 | 3,3 |
| Атырау | 0,9 | 0,9 | 2,6 | 1,9 | 2,7 | 10,0 | 0,7 | 1,1 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0 | 0 | 1,6 | 0,3 | 0,5 | 0 |
| Павлодар | 1,9 | 1,9 | 2,9 | 1,8 | 4,9 | 0,7 | 0,2 | 0 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 5,0 | 5,0 | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 2,0 |
| Жамбыл | 0,8 | 0,8 | 1,5 | 0,1 | 7,6 | 4,4 | 0,5 | 0,3 | 2,3 | 2,3 | 0,2 | 0,2 | 5,0 | 5,0 | 0,2 | 0,2 | 0,8 | 3,4 |
| Қостанай | 1,2 | 1,2 | 2,9 | 1,7 | 8,8 | 3,0 | 0,8 | 0,4 | 1,3 | 1,3 | 0,7 | 0,8 | 0 | 0 | 0,2 | 0,2 | 1,4 | 3,0 |
| СҚО | 0 | 0 | 1,5 | 0,2 | 6,8 | 3,1 | 0,1 | 0 | 0,8 | 0,8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,1 | 0,8 | 1,2 |
| Шымкент қ. | 0,4 | 0,4 | 2,4 | 1,2 | 7,5 | 3,6 | 0 | 0,1 | 0,7 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | 5,0 | 5,0 | 1,9 | 2,1 | 2,2 | 3,2 |
| Маңғыстау | 0,7 | 0,7 | 2,1 | 1,0 | 3,4 | 1,9 | 0,4 | 1,2 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0 | 0 | 2,3 | 2,5 | 1,5 | 1,8 |
| БҚО | 2,2 | 2,2 | 1,5 | 0 | 6,4 | 2,1 | 0,8 | 0,5 | 0 | 0 | 0,8 | 0,6 | 5,0 | 5,0 | 0,8 | 0,8 | 0 | 2,0 |
| Қызылорда | 0,7 | 0,7 | 1,5 | 0,1 | 0 | 2,2 | 0,1 | 0,1 | 0,8 | 0,8 | 0,1 | 0 | 5,0 | 5,0 | 0 | 0 | 0,2 | 2,7 |

21-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақтар | Х10 | | Х11 | | Х12 | | Х13 | | Х14 | | | ∑ балл, жыл | ∑ балл, жыл | ∑ балл, жыл | Ранг |
| 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | 20 | 21 | | 20 | 21 | 20-21 | 1 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | | 12 | 13 | 14 | 15 |
| Алматы қ. | 1,5 | 1,4 | 10,0 | 10,0 | 8,5 | 7,5 | 6,5 | 6,3 | 9,7 | 4,4 | | 105,7 | 95,5 | 201,3 | 2 |
| Астана қ. | 0,5 | 0,4 | 2,0 | 5,3 | 8,0 | 10,0 | 5,7 | 8,3 | 10,0 | 9,0 | | 76,9 | 75,9 | 152,8 | 3 |
| ШҚО | 3,9 | 3,8 | 2,5 | 4,6 | 8,3 | 7,2 | 7,7 | 5,1 | 9,3 | 4,6 | | 69,4 | 58,4 | 127,8 | 4 |
| Алматы обл. | 7,6 | 7,6 | 0,7 | 2,1 | 4,6 | 3,5 | 2,0 | 0,8 | 1,4 | 0,3 | | 64,1 | 56,6 | 120,7 | 5 |
| 21-кестенің жалғасы | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| Қарағанды | 0,2 | 0,2 | 3,5 | 5,4 | 8,2 | 9,4 | 3,6 | 10,0 | 5,7 | | 10,0 | 52,1 | 64,3 | 116,4 | 6 |
| Ақмола | 4,7 | 4,2 | 1,0 | 1,7 | 1,8 | 0,7 | 2,6 | 3,9 | 1,5 | | 1,1 | 54,6 | 45,7 | 100,2 | 7 |
| Түркістан | 0,7 | 0,6 | 0,4 | 1,0 | 6,3 | 6,3 | 1,1 | 0 | 0,3 | | 0 | 42,1 | 36,7 | 78,8 | 8 |
| Ақтөбе | 0,5 | 0,7 | 1,0 | 2,1 | 6,2 | 8,8 | 4,1 | 7,2 | 7,4 | | 5,7 | 34,5 | 37,5 | 71,9 | 9 |
| Атырау | 0 | 0 | 0,1 | 0,7 | 5,0 | 5,9 | 10,0 | 4,9 | 4,4 | | 4,7 | 29,8 | 31,6 | 61,4 | 10 |
| Павлодар | 5,2 | 5,2 | 1,8 | 1,2 | 3,7 | 0 | 3,6 | 1,6 | 6,0 | | 1,8 | 37,7 | 22,8 | 60,5 | 11 |
| Жамбыл | 2,6 | 2,5 | 0,1 | 0,2 | 9,3 | 4,8 | 0,8 | 0,5 | 1,0 | | 0,3 | 32,7 | 24,8 | 57,5 | 12 |
| Қостанай | 1,6 | 1,5 | 0,9 | 1,3 | 10,0 | 8,1 | 1,0 | 1,0 | 1,8 | | 1,1 | 32,6 | 24,6 | 57,2 | 13 |
| СҚО | 1,6 | 1,9 | 1,0 | 1,7 | 9,8 | 7,3 | 2,3 | 3,4 | 3,5 | | 3,0 | 28,2 | 22,6 | 50,9 | 14 |
| Шымкент қ. | 0,9 | 1,4 | 0,6 | 1,0 | 1,4 | 2,2 | 0,4 | 0,2 | 0,2 | | 0,3 | 24,7 | 22,5 | 47,2 | 15 |
| Маңғыстау | 10,0 | 10,0 | 0,5 | 0,4 | 2,4 | 1,3 | 0 | 0 | 0 | | 0,1 | 24,0 | 21,5 | 45,5 | 16 |
| БҚО | 1,5 | 1,4 | 0 | 0 | 0 | 2,0 | 0,7 | 1,1 | 1,2 | | 1,1 | 20,8 | 18,9 | 39,7 | 17 |
| Қызылорда | 0,5 | 0,4 | 0,2 | 0,1 | 7,7 | 7,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | | 0,2 | 17,4 | 20,0 | 37,4 | 18 |
| Ескертулер:  1. Х1 - Туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлер.  2. Х2 - Инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкерлердің жалпы саны.  3. Х3 - Жалпы өңірлік өнім.  4. Х4 - Өнер, ойын-сауық және демалыс саласындағы негізгі капиталға инвестициялар.  5. Х5 - Орналастыру орындарының саны.  6. Х6  - Турагенттер реестрі.  7. Х7 - Туристік ақпараттық орталықтар.  8. Х8 - Орналастыру орындары көрсеткен қызметтер көлемі.  9. Х9 - Облыстар бойынша қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны  10. Х10 - Турмаршруттар саны.  11. Х11 - Инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны.  12. Х12 - Инновация саласындағы белсенділік деңгейі.  13. Х13 - Инновацияға жұмсалған шығындар.  14. Х14 - Өз қаражатынан инновацияларға арналған шығындар  Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | | | | | | | | | | |

Сурет 18 – Қазақстан аймақтары туристік саласының инновациялық дамуы бойынша 2020-2021 жылдардағы көрсеткіштердің жиынтық балы

Ескерту – Автормен құрастырылған

Қосымшадағы деректер, жиынтық кесте мен диаграммадан көріп отырғанымыздай туристік саланың инновациялық дамуы бойынша бірінші орында Алматы қаласы, екінші және үшінші орындарда Астана қаласы мен Шығыс Қазақстан облысы, соңғы 17-ші орында Қызылорда облысы орналасқан. Алдыңғы қатарлы облыстар мен қалалар өздерінің даму деңгейлерін барлық дерлік көрсеткіштерден жоғары орынды иемденуімен, ал даму деңгейі баяу аймақтар барлық көрсеткіштерден төмен орынды иеленуімен сипатталады.

Қазақстан Республикасы аймақтарының туристік саласының инновациялық даму дәрежесін жоғарыда ранжирлеу әдісі негізінде алынған нәтижелердің жиынтық балл бойынша «201,3-127,8 балл − жоғары», «120,7-71,9 балл − орта», «61,4-37,4 балл − төмен» деп топтастырып көрсетуге болады (23-кесте).

Кесте 23 – ҚР аймақтарының туристік саласының инновациялық даму деңгейі

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ҚР аймақтарының туристік саласының инновациялық даму деңгейі | Аймақтар | Жиын-тық балл | Топтастырудың мазмұны |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I топ.  Туристік саланың | Алматы қ. | 201,3 | Инновациялық салада мемлекеттік қолдау мен инвестиция тарту деңгейі жоғары. |
| Астана қ. | 152,8 |

23-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| инновациялық даму деңгейі жоғары аймақтар | ШҚО | 127,8 | Инновациялық инфрақұрылым дамыған, инновациялық жобаларды қаржыландыру көздері, венчурлық компаниялар мен бизнес-періштелер бар. Инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкерлердің жалпы саны жоғары, алайда, туристік саладағы инновациялық қызмет саласындағы қызметкерлердің еңбегін ынталандыру қарастырылмаған. Жергілікті атқарушы органдармен, инновациялық орталықтармен, ұлттық туристік ұйымдармен, жоғары оқу орындарымен бірлесе отырып инновациялық жобалар жүзеге асырылады, стартап-конкурстар, стартап-уикендтер, хакатондар өткізіледі. Туристік саланы инновациялық бағытта дамыту мүмкіндігі жоғары, бірақ, осы саладағы инновациялық қызметті жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау функциялары іске қосылмаған. |
| II топ.  Туристік саланың инновациялық даму деңгейі орташа аймақтар | Алматы обл. | 120,7 | Инновациялық өнім және қызметтер бойынша аймақты нарықтық қамтамасыз ету мүмкіндігі, инновациялық жобаларды қаржыландыру көздері, венчурлық компаниялар мен бизнес-періштелер, инновациялық инфрақұрылым бар, алайда, инновациялық орталықтармен туристік салада бірлескен инновациялық жоба лардың жүзеге асырылу мүмкіндігі төмен, стартап-конкурстар, стартап-уикендтер, хака- тондар басты назарда емес. Туристік саланы инновациялық бағытта дамыту мүмкіндігі орташа. Туристік саладағы инновациялық қызметті жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау, туристік саладағы инновациялық қызмет саласындағы қызметкер- лердің еңбегін ынталандыру қарастырылмаған. |
| Қарағанды | 116,4 |
| Ақмола | 100,2 |
| Түркістан | 78,8 |
| Ақтөбе | 71,9 |
| III топ.  Туристік саланың инновациялық даму деңгейі төмен аймақтар | Атырау | 61,4 | Инновациялық өнім мен қызметтерді дамыту үшін мемлекеттік, жеке сектордың, шетелдік инвесторлардың қаржы ресурстарын көп қажет етеді. Туристік саланың инновациялық дамуына алғышарттар жоқ, инновациялық бағытта даму мүмкіндігі төмен, стартап-конкурстар, хакатондардың, инновациялық орталықтармен туристік салада бірлескен инновациялық жобаларының үлесі төмен. Туристік саладағы инновациялық қызметті жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау, инно- вациялық қызметпен айналысатын қызмет керлердің еңбегін ынталандыру қарастырылмаған |
| Павлодар | 60,5 |
| Жамбыл | 57,5 |
| Қостанай | 57,2 |
| СҚО | 50,9 |
| Шымкент қ. | 47,2 |
| Маңғыстау | 45,5 |
| БҚО | 39,7 |
| Қызылорда | 37,4 |
| Ескерту – Автормен құрастырылған | | | |

23-кестедегі мәліметтерге сәйкес ҚР аймақтарының туристік саласының инновациялық дамуы бірқатар мәселелерді шешуді қажет етеді. Әрі қарай, диссертациялық жұмыста Қазақстандағы туристік саланың инновациялық дамуын SWOT-талдау әдісі негізінде анықтау жүзеге асырылады (24-кесте).

Кесте 24 – Қазақстан Республикасындағы туристік саласының инновациялық дамуына SWOT-талдау

|  |  |
| --- | --- |
| SWOT-талдау | |
| *Күшті тұстары (S)* | *Әлсіз тұстары (W)* |
| * туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлердің болуы; * қауіпсіздік; * денсаулық және гигиена; * халықаралық ашықтық; * табиғи ресурстардың болуы және олардың алуандылығы; | * инновацияларды енгізумен жұмыс істейтін қызметкерлердің жалпы саны; * статистикалық деректер көрсеткіштерінің жылдан жылға азаюы, олардың ашық еместігі және уақтылы берілмеуі; * әуе көлігі инфрақұрылымының сапасы; * теміржол инфрақұрылымының сапасы; * порт инфрақұрылымының сапасы; * автокөлік жалдау бойынша ірі компаниялардың болмауы; * жолдардың сапасы; * инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны; * инновация саласындағы белсенділік деңгейі; * инновацияға жұмсалған шығындардың аз болуы; * туристік саладағы инновациялық жобалардың аздығы; * нарық өзгерістеріне байланысты болжам жасаудың күрделілігі; * туристік саладағы инновациялық инфрақұры- лымның жоқтығы; * туристік салаға бағытталған инновациялық саясат пен стратегияның жоқтығы |
| *Мүмкіндіктері (O)* | *Тәуекелдер (T)* |
| * цифрландыру, ИКТ дамуы; * үкіметтің туристік саланы экономиканың басым секторы ретінде мойындауы және қаражат бөлуі ; * туристерді тарту үшін мар- кетинг пен брендингтің тиім- ділігі; * туризмге салынатын инвести- ция; * туристік өнімдерге деген баға саясаты; * инновациялық әлеует | * экологиялық жүктеменің артуы; * ғылыми-инновациялық жобаларға тиесілі жоғары тәуекелдерді тиімді басқару қажеттілігі; * инновациялық жобаларды жүзеге асыру үшін туристік саладағы мамандардың тәжірибе тапшылығы; * пандемияның ұзаққа созылған салдары, туристік саланың баяу қалпына келуі; * отандық туристік өнімдердің бәсекеге қабілеттілігінің төмен деңгейі; * әкімшілік кедергілер; * инженерлік, көліктік, жол бойындағы, әлеуметтік туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы; * туристік саламен сабақтас салаларды нашар үйлестіру; |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [93-94, 130] | |

SWOT-талдау Қазақстан Республикасындағы туристік саланың инновациялық дамуы үшін келесі шаралардың жүзеге асырылуын қажет етеді: біріншіден, ішкі және кіру туризмін дамыту үшін ресурстарды тиімді қолдану мен тұтынушылардың қалауын алдын ала болжай білу және туристік өнімнің жоғары сапасын қамтамасыз ету қажет, бірақ ол үшін көлік инфрақұрылымының сапасын жақсарту керек, екіншіден, табиғи ресурстардың сарқылуын болдырмау, экологиялық жүктемені азайту, биоалуантүрлілікті сақтап қалу маңызды, үшіншіден, елдің туристік саладағы инновациялық әлеуеті мен цифрландыруды күшейту қажет, төртіншіден, туристік қызметтерді тұтынушылардың қазіргі заманғы қажеттіліктеріне сандық және сапалық параметрлері бойынша жауап беретін туристік саланы инновациялық дамытуға бағдарланған кадрлық әлеуетті қалыптастыру міндеті тұр. Аталған мәселелер шешімін тапқан жағдайда туристік саланың инновациялық белсенділігі артады, алайда, ол арнайы туристік инновациялық инфрақұрылымды қажет етеді.

* 1. **Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын талдау**

Қазіргі уақытта туристік сала орташа қарқынмен дамуда, ұлттық ауқымда әлеуметтік-экономикалық әсері төмен. Сондықтан, туристік ағынды ұлғайту мақсатымен тосқауылдарды төмендету және туристік саланы стратегиялық жоспарлау арқылы саланың әлеуетін дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау керек. Туристік саланы басқару жүйесі туристер қызығатын орындарды дамыту және еңбек ресурстарын осы салаға жаппай тарту, сыртқы және ішкі туристік ағынды түбегейлі өсіру, туристік салаға инвестицияларды ұлғайту, ішкі және халықаралық нарықтарда ел мен жекелеген қала, облыстардың туристік әлеуетін танымал ету және туристік қызметтер мен өнімдердің қолжетімділігін және сапасын, сондай-ақ жергілікті халықтың өмір сүру деңгейін арттыруға бағытталуы тиіс.

Енді заманауи туристік қызмет пен туристік фирмалардың жұмысын интернетсіз елестету мүмкін емес, өйткені турларды таңдау, брондау, қонақүйлерді іздеу, билеттерді сатып алу оның көмегімен 90% жүзеге асырылады. Тағы бір жаңалық виртуалды шындық болады, бұл курорттарға тікелей эфирде баруға мүмкіндік береді. Туристік саладағы инновациялық қызметтің тағы бір сәтті мысалы интерактивті және виртуалды мұражайларды құру деп атауға болады. Кейбіреулер қызмет көрсету мен демалыстың сапасын жақсартуға көмектеседі, кейбіреулері кейбір қалалардың немесе экспонаттардың мәдени құндылығын арттырады, кейбір инновациялар Туристік саладағы білім беру және ақпараттық функцияны дамытуға көмектеседі, бірақ басқалармен қатар, бұл пайда қаржылық жағынан да көрінеді. Осылайша, инновацияларды дамытудың маңыздылығы сөзсіз үлкен, өйткені олар қолданылатын бүкіл салаға үлкен оң әсер етеді.

Астана қаласының туристік саласын «Астана қаласының Инвестициялар және кәсіпкерлікті дамыту басқармасы» мемлекеттік мекемесі басқарады, ол, арнайы экономикалық аймақтардың қызметін үйлестірумен байланысты, туристік саланы, кәсіпкерлікті, өнеркәсіпті, сауданы, экспортты, азық-түлікті дамыту бойынша басшылық етуді жүзеге асыратын Қазақстан Республикасының мемлекеттік органы болып табылады [144], көріп отырғанымыздай, бұл мекеме тек мақсатты түрде бір ғана саланың дамуына жауап бермейді.

Сонымен қатар, Астана қаласы әкімдігінің «AstanaInvest» ҚИДО ЖШС құрылымында жұмыс істейтін туристік саланы жоспарлау, дамыту жөніндегі негізгі ұйымы – «Астана қаласы Конвеншн Бюросы» белсенді қызмет атқарып келеді. Өз қызметі барысында, Бюро бірқатар инфрақұрылымдық, инвестициялық, имидждік және инновациялық жобаларды жүзеге асырды. Солардың қатарында велошейринг жүйесі, «Нор on - Hop off» жүйесі бойынша автобустық экскурсиялар, «Recommended by Astana» серіктестік бағдарламасы, қала қонақтары мен тұрғындарына арналған навигация жүйесі, бірыңғай туристік портал және «Visit Astana» мобильді қосымшасы және туристік сала мен қонақжайлық үшін маңызды өзге де жобалар қызмет етеді. Сондай-ақ, Бюро қалаға халықаралық іскерлік іс-шараларды тарту және өткізу үшін корпоративтік сектор мен салалық қауымдастықтар өкілдерімен белсенді жұмыс жүргізеді [145]. Бюроның негізгі жұмыс бағыты келесі пунктерді қамтиды:

– елорданы Орталық Азияның оқиғалар хабына айналдыру;

– халықаралық іскерлік іс-шаралар өткізу арқылы қаланың туристік саласын дамыту;

– қызмет көрсету сапасын және саланың жергілікті кәсіби мамандарының біліктілігін арттыру;

– «бір терезе» қағидаты бойынша іскерлік (MICE) іс-шараларды ұйымдастырушылар үшін консультациялық және қосалқы қызметтерді ұсыну бойынша қызмет атқару;

– Астана қаласында туризм мен кездесулер индустриясын жоспарлау, дамыту және ілгерілету;

– жергілікті мекемелерді қолдау;

– іс-шараларды тартуға және өткізуге көмектесу;

– қала мүмкіндіктері, жеткізушілері мен ұсыныстар туралы кеңес беру қызметтері;

– ивент және MICE-кәсіпқойлар арасында қаланы таныстыру үшін арнайы турлар ұйымдастыру;

– білім, ивент және MICE-кәсіпқойлардың білімі мен біліктілігін арттыру;

– маркетинг және алға жылжыту бағыттары.

Астана туристік саланы дамыту тұрғысынан перспективалы қала болып табылады, ол әлемдегі ең үздік 30 қаланың тізіміне және 2019 жылы Master Card компаниясының 200 жаһандық туристік дестинацияларының рейтингіне енді. Қазіргі уақытта қаланың 2050 жылға дейінгі Даму стратегиясы әзірленуде, оның шеңберінде туристік саланы дамыту бойынша іс-шаралар көзделген және оны дамытудың 3 кезеңі жоспарланған [146-147] (19-сурет).

Сурет 19 – Астана қаласының 2050 жылға дейінгі Даму стратегиясы шеңберінде туристік саланы кезеңдері

Ескерту −Автормен құрастырылған

Сондай-ақ, әрбір кезеңде Түркия, Қытай, Еуропа және БАӘ-ден келетін туристер нарығын кеңейту жоспарлануда [147]. Астана қаласындағы туристік саланы дамытудың SWOT-талдауын қарастырайық (25-кесте).

Кесте 25 – Астана қаласындағы туристік саланы дамытудың SWOT-талдауы

|  |  |
| --- | --- |
| SWOT-талдау | |
| 1 | |
| *Күшті тұстары (S)* | *Әлсіз тұстары (W)* |
| * елдің саяси орталығы; * елдің әкімшілік орталығы; * елдің іскерлік орталығы;   елдің мәдени орталығы. | -туристік іс-шаралар портфелінің нашар толтырылуы;  - технологиялар мен ішкі байланыс арасындағы тепе-теңдіктің болмауы;  - қалада инновациялық хабтардың болғандығына қарамастан, туристік сала инновациялық процеске тартылмаған, бұл саладағы инновациялық қызмет төмен деңгейде, туристік саладағы инновациялық жобалар үлесі төмен;  - келу және ішкі туристік салада туристік қызмет сапасын бақылау мен мониторинг тетігінің болмауы;   * ішкі туризм бойынша динамикалық турпакеттерді брондауға болатын бірыңғай платформаның жоқтығы; * туристік саладағы сандық маркетинг монетизация үшін жұмыс істемейді;   органдар, стейхолдерлер мен туристер арасында кері байланыстың болмауы; |
| *Мүмкіндіктері (O)* | *Тәуекелдер (T)* |
| * цифрландыру, ИКТ дамуы; * үкіметтің туристік саланы экономиканың басым секторы ретінде мойындауы және қаражат бөлуі ; * туристерді тарту үшін маркетинг, брендингтің тиімділігі; | – табиғи ресурстардың сарқылуы;  – экологиялық жүктеменің артуы;  – ғылыми-инновациялық жобаларға тиесілі жоғары тәуекелдерді тиімді басқару қажеттілігі;   * инновациялық жобаларды жүзеге асыру үшін туристік саладағы мамандардың тәжірибе |

25-кестенің жалғасы

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | |
| * туристік салаға салынатын инвестиция; * туристік өнімдерге деген баға саясаты; * инновациялық әлеует. | тапшылығы. |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [93-94, 130] | |

SWOT-талдау туристік өнімнің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін біріншіден, Астана қаласының туристік нарығын басқарудың жаңа формалары мен басқару жүйесін жетілдіруді қажет ететінін көрсетіп отыр, ол мүмкін болған жағдайда туристік саланы инновациялық процеске тарта отырып, туристік саладағы инновациялық қызметтің деңгейі мен осы саладағы инновациялық жобалар үлесін арттыруға жағдай жасалады. Екіншіден, мемлекеттік органдар, стейхолдерлер мен туристер арасында кері байланысты орнату туристік саланы дамытудың маңызды шарты болып табылады.

Астана қаласында 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер санын қарастырайық (20-сурет) [128].

Сурет 20 – Астана қаласында 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны

Бұл диаграмма соңғы 5 жылда Астана қаласында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер санының 50,3 %-ға артқанын көрсетеді, әсіресе, пандемиядан кейінгі кезеңде олардың саны 2,9 есеге көбейген, 2021 жылға қарағанда 2022 жылы 1,5 есе өсім байқалады. 26-кестеде қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер сапар мақсаттарына қарай жеке және іскерлік, кәсіби болып жеке қарастырылған.

Кесте 26. Астана қаласында ішкі (резиденттер) және келу (резиденттер емес) туризмі бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туризм түрі, адам | 2018 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2019 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2020 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2021 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2022 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2018 ж. / 2022 ж.  ауытқу (%) |
| Барлығы  (ішкі, келу) | 557 127 | 654 125 | 279 468 | 524 490 | 837 261 | 50,3 % |
| *ішкі туризм* | 416 388 | 475 741 | 231 957 | 473074 | 681 043 | 63,6 % |
| оның ішінде: | | | | | | |
| жеке | 210 642 | 272 598 | 135 518 | 259 065 | 454 586 | 115,8 % |
| іскерлік, кәсіби | 205 746 | 203 143 | 96 439 | 214 009 | 226 457 | 10,1 % |
| *келу туризмі* | 140 739 | 178 384 | 47 511 | 51 416 | 156 218 | 11 % |
| оның ішінде: | | | | | | |
| жеке | 41 610 | 57 094 | 11 672 | 9 293 | 67 382 | 61,9 % |
| іскерлік, кәсіби | 99 129 | 121 290 | 35 839 | 42 123 | 88 836 | -10,4 % |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | |

17-кестедегі ресми статистикалық деректер бойынша 2022 жылы Астана қаласында қызмет көрсетілген келушілердің 81,3 %-ы ішкі туризмді, 18,7%-ы келу туризмін құрайды. Ішкі туризм бойынша келушілер саны 2018 жылмен салыстырғанда 63,6 %-ға, келу туризмі бойынша 11 %-ға артқан, пандемиядан кейінгі кезеңде ішкі туризм бойынша 2,9 есе және келу туризмі бойынша 3,2 есе өсім байқалады. Сапар мақсаттарына қарай, *ішкі туризм* бойынша жеке мақсатпен келушілер саны 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында 115,8 %-ға, іскерлік, кәсіби мақсатпен ішкі келушілер 10,1 %-ға артқан. Пандемиядан кейін жеке мақсатпен келушілердің саны 3,3 есеге көбейген, іскерлік, кәсіби мақсатпен ішкі келушілердің саны бұл кезеңде 2,3 есеге артқанымен, соңғы 5 жылдағы өсім небәрі 10,1 %-ды құрайды.

Сонымен қатар, сапар мақсаттарына қарай *келу туризм*і бойынша пандемиядан кейінгі кезеңде жеке мақсатпен резидент емес келушілер 5,8 есеге және іскерлік, кәсіби мақсатпен резидент емес келушілер 2,4 есеге көбейсе де, соңғы 5 жылмен салыстырғанда іскерлік, кәсіби мақсатпен келушілер саны керісінше 10,4 %-ға азайған, жеке мақсаттағы адамдар саны 61,9 %-ға артқан. Сондай-ақ, 17-кестеден Астана қаласында ішкі туризм бойынша жеке мақсатпен келуші резиденттер басым болса, келу туризмі бойынша, керісінше, іскерлік және кәсіби мақсатпен саяхаттаушылар басым екендігін байқауға болады. 2022 жылы қалада түрлі халықаралық форумдар, конференциялар, кеңестер қайта жанданды. Мысалы, маусым айында «Астана» халықаралық қаржы орталығының алаңында «Astana finance days» сияқты халықаралық сипаттағы жыл сайынғы форумдар өтті. Өткен іс-шараға 70-тен астам елдің өкілдері қатысты. Ал қыркүйек айында Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының VII съезі өтті, съезд хатшылығының отырысына 20 елден келген әлемдік діндер мен конфессиялардың және халықаралық ұйымдардың өкілдері қатысты.  Сондай-ақ, қазан айында 50-ге жуық делегация қатысқан Азиядағы өзара іс-қимыл және сенім шаралары жөніндегі кеңестің VI Саммиті өтті.

Жалпы, 2022 жылы Қазақстанға келген 5,4 млн. резидент және резидент емес келушілердің қаңтар-қыркүйек айларындағы Астана қаласы бойынша үлесі − 15,3 %-ды құрайды, оның ішінде, 3,2 млн. *жеке мақсатпен* келуші резиденттердің 14 %-ы, 262 891 резидент еместердің 25,6 %-ы, 1,6 млн. *іскерлік және кәсіби мақсатпен* келуші резиденттердің – 14,1 %-ы, 346 912 резидент еместердің - 25,6 %-ы Астана қаласына тиесілі.

Елордадағы туристік саланың басым түрлерін оқиғалы, қалалық, іскерлік және медициналық деп атауға болады. 2020 жылғы қаңтар-маусымда қалалық туризмнің жалпы қосылған құны 147 млрд АҚШ долларын құрады және бұл 2019 жылдың көрсеткішінен 22%-ға артық [146]. Туристік әлеуетті ашу және туризмнің осы түрлерін дамыту үшін, ең алдымен, SWOT талдау мен статистикалық көрсеткіштерден анықталған мәселелерді шешу қажет. Туристік сала экономикаға кіріс, бизнес үшін пайда табуға және туристердің үлкен ағымын тартуға қабілетті болғандығына қарамастан анықталған проблемалар туризмнің жекелеген бағыттарының дамуына кедергі келтіріп отыр.

Әрі қарай диссертациялық жұмыстың екінші зерттеу нысаны болып табылатын Ақмола облысының туристік саласын дамытудың қазіргі жағдайы мен оның басқару құрылымын қарастырамыз. «Ақмола облысының кәсiпкерлiк және туризм басқармасы» мемлекеттiк мекемесi жүктелген функцияларына сәйкес өнеркәсiп, индустриалды-инновациялық дамыту, шағын және орта кәсiпкерлiк, кең таралған пайдалы қазбалардың жер қойнауын пайдалану, ішкі туризм, халықаралық байланыстар, туризмді талдау және мониторинг салаларында басшылықты жүзеге асыратын Қазақстан Республикасының мемлекеттiк органы болып табылады [148]. Аталмыш орган жұмысының негiзгi бағыттары:

* өңiрдiң туристiк ресурстарын дамыту;
* туристiк дестинациялар мен объектiлердiң көлiктiк қолжетiмдiлiгiн қамтамасыз ету;
* туристiк өнiмдер мен қызметтердiң сапасы мен қолжетiмдiлiгiн арттыру;
* iшкi және халықаралық нарықтарда өңiрдiң туристiк әлеуетiн жылжытудың тиiмдi жүйесiн қалыптастыру;
* туристік саладағы маңызды инвестициялық жобаларды iске асыру үшiн инвесторларды iздеу және тарту бойынша жұмыс;

Ақмола облысы Қазақстандағы туризмді дамыту драйверлерінің бестігіне кіреді, туристік бизнесті дамытуға қолайлы аумақты алып жатыр және бірегей табиғи-климаттық жағдайларға ие. Облыс орналастыру орындарымен көрсетілген қызметтер көлемі бойынша үшінші орында, туристік салада қызмет көрсету бойынша өңірдің үлесі шамамен 10 %-ды құрайды (26,3 млрд. теңгенің 2,6 млрд.). Мұнда елдің барлық орналасу орындарының 8,9%-ы шоғырланған (Республика бойынша 3965 бірліктің 354-і). Ақмола облысының туристік кластеріне 700-ден астам туристік кәсіпорын кіреді, оның ішінде 354 орналастыру орны, 45 санаториялық-курорттық мекеме, туристік қызметті жүзеге асыруға лицензиясы бар 68 туристік фирма, «Көкшетау», «Бурабай», «Бұйратау» сияқты 3 мемлекеттік ұлттық табиғи парктер, Қорғалжын мемлекеттік табиғи қорығы, «Бурабай Даму» ЖШС , 179 жол бойындағы қызмет көрсету нысандары бар, оның 70%-ы Ұлттық стандарт талаптарына сәйкес келеді [128; 148].

Кластердің мәдени-тарихи сегментінде 900 ескерткіш бар, олардың көпшілігі мемлекеттің қорғауында және экскурсиялық бағдарламаларды қамтамасыз етуде қолданылады. Облыста мемлекеттік тізілімге енгізілген, 6 туроператор әзірлеген және сәтті жүзеге асырып жатқан 73 туристік маршрут бар: «Бурабай» МҰТП – 29, «Турист» ЖШС – 11, «Бурабай Даму» ЖШС - 11, «Круиз» ЖШС – 9, «Көкшетау» МҰТП – 6, «Глобус»ЖШС – 7 туристік маршрут. Оның ішінде туроператорлар Көкшетау, Бурабай, Зеренді, Қорғалжын, Сандықтау, Ерейментау аудандарының және Біржан Сал ауданының тарихи және киелі орындары бойынша турмаршруттарды әзірлеген болатын, олардың арасынан Ақмола облысындағы жалпыұлттық маңызы бар киелі орындар бойынша 7 туристік маршруты бекітілген, жалпы облыста 43 киелі орын бар [148]. Ақмола облысынан «Қазақстанның 100 киелі орны» тізіміне 10 нысан республикалық картаға және 33 нысан өңірлік маңызы бар картаға енді [149].

Ақмола облысында 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер санын қарастырайық [128] (21-сурет).

Сурет 21 − Ақмола облысында 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны

Жоғарыдағы диаграмма 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек айларының аралығында Ақмола облысында қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер санының 28%-ға артқанын көрсетеді, әсіресе, пандемиядан кейінгі кезеңде олардың саны 1,9 есеге көбейген, 2021 жылға қарағанда 2022 жылы 1,3 есе өсім байқалады. 18-кестеде қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер сапар мақсаттарына қарай жеке және іскерлік, кәсіби болып жеке қарастырылған.

Кесте 27. Ақмола облысында ішкі (резиденттер) және келу (резиденттер емес) туризмі бойынша орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туризм түрі, адам | 2018 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2019 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2020 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2021 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2022 ж.  қаңтар-қыркүйек | 2018 ж. / 2022 ж.  ауытқу (%) |
| Барлығы (ішкі, келу) | 270 002 | 310 048 | 172 879 | 250 546 | 345 724 | 28 % |
| *ішкі туризм* | 257 919 | 294 266 | 170 885 | 248 384 | 333 077 | 29,1% |
|  | | | | | | |
| жеке | 186 600 | 218 540 | 120 139 | 199 709 | 283 503 | 51,9 % |
| іскерлік, кәсіби | 71 319 | 75 726 | 50 746 | 48 675 | 49 574 | 30,5 % |
| *келу туризмі* | 12 083 | 15 782 | 1994 | 2 162 | 12 647 | 4,7 % |
|  | | | | | | |
| жеке | 10 000 | 13 126 | 1 439 | 1 677 | 11 152 | 11,5 % |
| іскерлік, кәсіби | 2 083 | 2 656 | 555 | 485 | 1 495 | -28,2 % |
| Ескерту – Әдебиет негізінде құрастырылған [128] | | | | | | |

27-кестедегі ресми статистикалық деректер бойынша 2022 жылы Ақмола облысында қызмет көрсетілген келушілердің 96,3 %-ы ішкі туризмді, 3,7%-ы келу туризмін құрайды. Ішкі туризм бойынша келушілер саны 2018 жылмен салыстырғанда 29,1 %-ға, келу туризмі бойынша 4,7 %-ға артқан, пандемиядан кейінгі кезеңде ішкі туризм бойынша 1,9 есе және келу туризмі бойынша 6,3 есе өсім байқалады. Сапар мақсаттарына қарай, *ішкі туризм* бойынша жеке мақсатпен келушілер саны 2018-2022 жылдардың қаңтар-қыркүйек аралығында 51,9 %-ға, іскерлік, кәсіби мақсатпен ішкі келушілер 30,5 %-ға артқан. Пандемиядан кейін жеке мақсатпен келушілердің саны 2,3 есеге көбейген, іскерлік, кәсіби мақсатпен ішкі келушілердің саны бұл кезеңде керісінше 2,3 %-ға азайған.

Сонымен қатар, сапар мақсаттарына қарай *келу туризм*і бойынша пандемиядан кейінгі кезеңде жеке мақсатпен резидент емес келушілер 7,7 есеге және іскерлік, кәсіби мақсатпен резидент емес келушілер 2,6 есеге көбейсе де, соңғы 5 жылмен салыстырғанда іскерлік, кәсіби мақсатпен келушілер саны 28,2 %-ға азайған, жеке мақсаттағы адамдар саны 11,5 %-ға ғана өсім көрсеткен. 27-кестеден Ақмола облысында ішкі және келу туризмі бойынша жеке мақсатпен келушілер іскерлік және кәсіби мақсатпен саяхаттаушыларға қарағанда басым.

Жалпы, 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айларының аралығында Қазақстанға келген 5,4 млн. резидент және резидент емес келушілер бойынша Ақмола облысының үлесі − 6,3 %-ды құрайды, оның ішінде, 3,2 млн. *жеке мақсатпен* келуші резиденттердің 10,2 %-ы, 262 891 резидент еместердің 4,2 %-ы, 1,6 млн. *іскерлік және кәсіби мақсатпен* келуші резиденттердің – 3,1 %-ы, 346 912 резидент еместердің - 0,4 %-ы Ақмола облысына тиесілі.

Ақмола облысындағы туристік саланың дамуы бойынша SWOT талдауды қарастырайық (28-кесте).

Кесте 28 – Ақмола облысындағы туристік саланың дамуы бойынша SWOT талдау

|  |  |
| --- | --- |
| SWOT талдау | |
| *Мықты тұстары (S)* | *Әлсіз тұстары (W)* |
| * облыста туристік саладағы қызметтердің 6%-дан астамы көрсетіледі; * республика бойынша барлық орналастыру орындарының 10% - ы шоғырланған; * қолайлы табиғи-климаттық жағдайлар; * бай тарихи-мәдени қор (мәдениет ескерткіштері, археология және табиғат ескерткіштері); * емдік-рекреациялық ресурстар, санаторий-ку рорттық туризмді дамытуға барлық алғышарттар бар; * әдемі құмды жағажайлар;   «Бурабай», «Көкшетау», «Қорғалжын қорығы» МҰТП жұмыс істейді. | * туристік дестинациялар мен туристік объектілердің көліктік қолжетімділігін қамтамасыз ету; * туристік инфрақұрылым төмен деңгейде; * орналастыру орындарының бағалары жоғары; * маусымдылық мәселесі;   турөнім сапасы. |
| *Мүмкіндіктері (O)* | *Тәуекелдер (T)* |
| * инвестицияларды тарту және инвестициялық жобаларды ұлғайту; * перспективалы туристік дестинацияларда және ауылдық елді-мекендерде әлеуметтік және инженерлік инфрақұрылымды дамыту; * жұмыс орындарын құру; * ұлттық туристік өнімді құру; * келу және ішкі туризм бойынша туристік ағындардың ұлғаюы; * бір күндік маршруттар санын көбейту; * мәдени туризм, ойын-сауық туризмі, балалар-жасөспірімдер туризмі, этнотуризм, агротуризм, экотуризм, аңшылық туризм, экстремалды туризм, тау шаңғысы туризмі, спа туризм, балық аулау, гастрономиялық турлар, оқиғалар туризмі, спа туризм, таулар мен көлдердегі демалыс күнгі турлар, кемпингтік туризм, автотуризм, оқиғалық туризм, | * туристік ағындар көлемінің төмендеуі; * туристік аудандарға рекреация лық жүктеме; * туристік ағынның біркелкі бөлінбеуі. |
| Ескерту − Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [148-149] | |

SWOT-талдаудан көрініп тұрғандай, облыс өңір экономикасын дамытуға инвестициялар тарту үшін зор әлеуетке ие. Қазіргі уақытта ШБКА-ға түсетін үлкен антропогендік жүктемені ескере отырып, жоғары туристік-рекреациялық әлеуеті бар басқа аудандарды игеру қажеттілігі туындады. Сондықтан, облыста туристік-рекреациялық ресурстардың тартымдылық дәрежесі бойынша аумақты аудандастыру жүргізіліп, стратегиялық бағыттарды шоғырландыратын 4 базалық аймақ айқындалды [150-151] (22-сурет).

Сурет 22 – Туристік-рекреациялық ресурстардың тартымдылық дәрежесі бойынша аумақты аудандастыру

Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [150-151]

Статистика көрсеткендей, Астана қаласына келген шетелік туристердің 70%-ы міндетті түрде Бурабайға жол тартады. «ТурСтат» агенттігінің нұсқасы бойынша Бурабай ТМД-ның жетекші курорты болып танылады [152]. Елорда маңындағы демалыс аймағы табиғи-ландшафтық және тарихи-мәдени ресурстарды сәтті үйлестіреді және жыл бойы пайдалануға арналған, сондықтан да, отбасылық демалысты ұйымдастыру және дамыту, инсентив турларын, тимбилдингтерді ұйымдастыру үшін үлкен қызығушылық тудырады. Қазіргі урбанизация жағдайында туристер көркем ландшафттарға, соның ішінде қызықты тарихи және сакралды объектілерге, қорықтарға баруға қызығушылық танытады. Ақмола облысы қорықтар зонасы мен сакралды объектілерге өте жақын орналасқандығына қарамастан, туристік әлеуетін толық пайдалана алмай жүр. Әсіресе, Ақмола облысы табиғи зонасының әлеуеті жоғары және ол жағажай туризмінен бастап туризмнің экстремалды түрлеріне дейінгі белсенді әрі енжар демалыс түрлерін ұйымдастыру үшін барлық мүмкіндіктерге ие.

Сонымен қатар, Ақмола облысында балалар және жасөспірімдер туризмін, санаторлық-сауықтыру, агротуризм сияқты бағыттарды дамытуға басымдық беру қажет. Алайда, балалар және жасөспірімдер туризмін дамытуға кедергі келтіретін бірқатар күрделі мәселелер өз шешімін таппай отыр, мысалы, лагерьлердің материалдық-техникалық базасының төмендігі, балалар және жасөспірімдер туризмін дамыту бойынша ресми статистиканың жоқтығы, балаларды қарсы алып, шығарып салуға және оларға экскурсия өткізуге арналған мамандандырылған кадрлардың жетіспеушілігі, сондай-ақ, қауіпсіздік белдіктерімен, кондиционерлермен жабдықталған балаларды тасымалдауға арналған ыңғайлы автобустардың болмауы, жол полициясы қызметкерлерінің сүйемелдеуінің болмауы [130]. Санаторлық-сауықтыру туризмі де әлсіз материалдық-техникалық базамен, маркетингтік стратегияның, қосымша қызметтердің және ойын-сауық іс-шараларының болмауымен, бағаның қымбат болуымен, сондай-ақ менеджмент пен қызмет көрсетудің төмен деңгейімен сипатталады.

Қазіргі уақытта Ақмола облысында агро және ауылдық туризм дамудың бастапқы деңгейімен ерекшеленеді, өйткені тұрақты туристік өнімдер мен аумақтық туристік бренд қалыптаспаған, туристерді қабылдау және іс-шараларды өткізу бойынша ауыл тұрғындарының жұмысын дербес үйлестіру дамымаған, байланыс және жарнама арналары белсенді қолданылмайды. Жалпы, агротуризм – бұл өңірдің барлық әлеуетін пайдаланып, ауылда демалу, соның ішінде елді-мекеннің мәдениетімен, тұрмысымен және дәстүрімен сусындай отырып, фермерлік шаруашылықтарды аралау болып табылады. Өңірлерде агро және ауылдық туризмді дамыту есебінен құрылатын жалпы жылдық жалпы ішкі өнім 2025 жылға қарай шамамен 10 миллиард теңгеге жетуі мүмкін (оның ішінде 1 млрд. теңгеге дейін шетелдік туристер есебінен). Сондықтан бұл бағыттың болашағы зор және дұрыс басқара білген жағдайда, күйзеліске ұшыраған ауылдық елді-мекендер мен аймақтарды гүлденген жерлерге айналдыруға болады, бұл өз кезегінде ауылдың деградациясын, тұрғындардың үлкен қалаларға кетуін тоқтатады. Бұл цифрландырудың заманауи тәжірибесін енгізу және цифрлық арналар арқылы елді-мекендерді алға жылжыту бойынша жүйелі жұмыстар атқаруды талап етеді [153].

2022 жылы туристік іс-шараларды онлайн/офлайн-ілгерілетуге және ұйымдастыруға облыстық бюджеттен 29 миллион теңге бөлінді (2021 жылы 27 миллион 600 мың теңге бөлінді). Оның ішінде 18 миллион 600 мың теңге игерілді. Сонымен қатар, 10 400 000 теңге келесі шараларды өткізуге бөлінді: Ақкөл ауданындағы «NOMAD Camp» скауттарының халықаралық слеті, Бурабайда өткен «PIKE MAN-2022» халықаралық жарысы, Ақмола облысы бойынша Қазақстанның туристік ақпараттық орталықтарына арналған ақпараттық турлар, Бурабайда «Open Air» маусымының жабылуы, Ақмола облысы бойынша экстрим-квест-туры, Қорғалжын ауданында «Фламинго» этнофестивалі, Бурабайдағы «Race Nation» кедергілерімен жаппай жүгіру, Дүниежүзілік туризм күні мерекесі аясындағы туристік форум, Бурабайдағы «Altyn Fest» күзгі фестивалі, Бурабай ауданындағы «Qansonar» атты аңшы құстармен аң аулау шеберлерінің сайысы, Көкшетаудағы «Aqmola Tourism Awards» сыйлығы [154].

Бүгінде облыста жалпы сомасы 18 млрд теңгеге туристік саладағы 75 инвестициялық жоба жүзеге асырылып жатыр. 2022 жылдың 6 айының қорытындысы бойынша негізгі капиталға салынған инвестиция көлемі 4,7 млрд теңгені құрады, ол 2021 жылдың сәйкес мерзімімен салыстырғанда 18% - ға төмендеген. Шортанды-Бурабай курорттық аймағын дамыту жоспарының үшінші кезеңіне сәйкес көлік-логистикалық және инженерлік инфрақұрылымды дамытуға, қауіпсіздікті қамтамасыз етуге бағытталған 21 млрд теңгеге 16 іс-шара жүзеге асырылуда. 61,4 млрд. теңгеге орындалуы тиіс 34 іс-шараның 27-сі облыс әкімдігіне жүктелген болатын және ол 46,8 млрд, теңгені құраған, іс жүзінде оларды жүзеге асыруға нақты 25,6 млрд. теңге бөлінді, оның ішінде. республикалық бюджеттен – 22 млрд. теңге, облыстық бюджеттен – 3,6 млрд. теңге. Ақмола облысының туристік саласын дамытуға қатысты 2022 жылы 3331,9 млн теңге бөлінді (РБ – 2685,4 млн. теңге, ОБ – 646,5 млн. теңге), оның 334,6 млн. теңгесі игерілді (РБ – 233,1 млн. теңге, ОБ – 101,5 млн. теңге). Оның ішінде, өңірлік, облыстық және республикалық іс-шараларда ШБКА туристік әлеуетін ілгерілетуге 15 млн. теңге, қазақстандық және ресейлік туроператорлар үшін ШБКА бойынша ауқымды инфотурлар өткізу - 4,9 млн. теңге.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде 2019-2021 жылдар кезеңінде мемлекеттік және жеке инвестициялардың жалпы сомасы 28531,6 млн теңгеге (РБ – 10191,7 млн теңгеден, ЖБ – 903,85 млн теңгеден, ЖИ – 17436,0 млн теңгеден) іс-шаралар жүзеге асырылды. 2022 жылдың бірінші жартыжылдығында жалпы сомасы 6058,5 млн. теңгеге іс-шаралар жүзеге асырылды (оның ішінде РБ – 244,5 млн теңге, ЖБ – 267,5 млн теңге, ЖИ-5546,3 млн теңге). «Бизнестің жол картасы – 2025» аясында 52,9 млн. теңге кредит сомасына туристік саланың 7 жобасы субсидияланды. «Қарапайым заттар экономикасы» бағдарламасы бойынша – 2,1 млрд теңгеге 2 жоба («Wyndham Garden» қонақ үйінің құрылысы, «Ақ желкен» пансионатын қайта құру) жүзеге асырылды. Сонымен қатар, 2021 жылы туризм нысандарында 800 жұмыс орны, 2022 жылдың бірінші жартыжылдығында басым инвестициялық жобаларды орындау нәтижесінде 110 жұмыс орны құрылды [131; 155].

Байқап тұрғанымыздай, талдау нәтижелері Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік әлеуеті бай, бірақ оны толық көлемде пайдаланбайтындығы анықталды, яғни, Астана қаласы мен Ақмола облысы туризмді дамыту үшін перспективалы бағыттар болып табылатынына қарамастан, бүгінгі күні туристік саланы дамыту әлі де ұйымдастырылмағандығымен және басқаруға қатысты жүйелі тәсілдер мен үйлестірудің болмауымен, кері байланыс жоқтығымен сипатталады. Бұдан туристік саланың инновациялық дамуын басқаруды бағалау қажеттілігі туындап отыр. Сондықтан осы бөлімшеде біз бағалаудың радарлық әдісін пайдалана отырып, Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқаруға қатысты кешенді бағалау жүргізетін боламыз, яғни, бағалаудың мақсаты − Астана қаласы мен Ақмола облысының инновациялық дамуының сапа жағдайын анықтау. Радар әдісі облыстар мен қалалардың дамуы мен бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштерін бағалау үшін шетелдік ғылыми еңбектерде сәтті қолданылып келеді. ТСИДБ радарын құруда келесі қағидаларды ұстану маңызды:

– көрсеткіштер блоктарының болуы;

– критерийлерді бағалау шкаласының орталықтан таралуы (-1-ден 1-ге дейін);

– радиалды түзу сызықтардағы шкалалар критерийлерінің барлық мәндерін бағалау шеңберінің ішінде орналасатындай етіп градациялау [85].

Бірінші кезеңде бағалау көрсеткіштері анықталып, екінші кезеңде таңдалған индикаторларды қалыпқа келтіру жүргізілді. 29-кестеде көрсеткіштердің бастапқы деректері және қалыпқа келтіру қорытындылары берілген.

Кесте 29 − Астана қаласы және Ақмола облысы бойынша көрсеткіштер деректері және олардың нормаланған мәндері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код | Көрсеткіштер | Өлшем бірлігі | Астана қаласы үшін көрсеткіштер | | Ақмола облысы бойынша көрсеткіштер | |
| бастапқы көр сеткіш | нормалан ған көрсеткіш | бастапқы көрсет кіш | нормаланған көрсеткіш |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Ғылыми-білім беру ресурстары | | | | | | |
| 1.1 | Туристік сала үшін кадрлар даярлауды жүзеге асыратын ЖОО | бірлік | 5 | 0,833333 | 2 | 1 |
| 1.2 | Туристік саладағы инновациялық жобалар жүзеге асырылатын инно- вациялық орталықтар, тех- нопарктер (иә=1, жоқ = 0)) | бірлік | 1 | 0,166667 | 0 | 0 |
| Кадрлық ресурстар | | | | | | |
| 2.1 | Туристік салада жұмыс | адам | 12 600 | 0,056244 | 8 100 | 0,069628 |
|  | істейтін қызметкерлер саны | саны |  |  |  |  | |
| 2.2 | Инновацияларды енгізу мен жұмыс істеген қызмет керлердің жалпы саны | адам саны | 211423 | 0,943756 | 108232 | 0,930372 | |
| Материалдық ресурстар | | | | | | | |
| 3.1 | Орналастыру орындарының саны | бірлік | 212 | 0,036264 | 341 | 0,465211 | |
| 3.2 | Турагенттер тізілімі | бірлік | 699 | 0,119569 | 43 | 0,058663 | |
| 3.3 | Көрнекті орындар | бірлік | 500 | 0,130005 | 145 | 0,197817 | |
| 3.4 | Тамақтану объектілері | бірлік | 2435 | 0,416524 | 142 | 0,193724 | |
| 3.5 | Іс-шаралар | бірлік | 2000 | 0,369617 | 62 | 0,084584 | |
| Қаржы-инвестициялық ресурстар | | | | | | | |
| 4.1 | Орналастыру орындары көр сеткен қызметтер көлемі | млн. тенге | 8328 385.3 | 0,999399 | 4509 357.6 | 0,9994 | |
| 4.2 | Жалпы өңірлік өнім | млн. тенге | 104,6 | 1,26 | 108,9 | 2,41 | |
| 4.3 | Туристік салаға инвестициялар | млн теңге | 4,9 | 0,000588 | 2,6 | 0,000576 | |
| Қызмет көрсетілген келушілер саны | | | | | | | |
| 5.1 | Қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны | адам | 421 050 | 0,359205 | 795 283 | 0,708154 | |
| 5.2 | Орналастыру орындарындағы сапар мақсаттары бойынша резидент емес келушілер | адам | 78023 | 0,066563 | 2935 | 0,002613 | |

29-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5.3 | Орналастыру орындарын дағы сапар мақсаттары бойынша резидент-келушілер | адам | 673100 | 0,574233 | 324819 | 0,289233 |
| Ақпараттық ресурстар | | | | | | |
| 6.1 | Туристік ақпараттық орталықтар | бірлік | 1 | 0,083333 | 2 | 0,026667 |
| 6.2 | Турмашртуттар саны | бірлік | 11 | 0,916667 | 73 | 0,973333 |
| Институционалдық әлеует | | | | | | |
| 7.1 | Инновациялық қызметті реттейтін өңірлік норма- тивтік-құқықтық актілер- дің болуы (иә = 1, жоқ = 0) | бірлік | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7.2 | Туристік саладағы қол- даныстағы өңірлік норма- тивтік-құқықтық актілер дің саны (иә = 1, жоқ = 0) | бірлік | 1 | 1 | 1 | 1 |
| ҚР облыстары мен қалаларының инновациялық белсенділігі | | | | | | |
| 8.1 | Инновациялық қызмет | бірлік | 103 | 0,631514 | 42 | 0,544747 |
|  | саласында басқа ұйым- дармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны |  |  |  |  |  |
| 8.2 | Инновация саласындағы белсенділік деңгейі | % | 13,5 | 0,06528 | 5,8 | 0,064159 |
| 8.3 | Инновациялар саласында-ғы шағын кәсіпорындар- дың белсенділік деңгейі | % | 10,9 | 0,052708 | 3,4 | 0,037611 |
| 8.4 | Инновациялар саласында- ғы орта кәсіпорындардың белсенділік деңгейі | % | 29,3 | 0,141683 | 13,3 | 0,147124 |
| 8.5 | Инновациялар саласын дағы ірі кәсіпорындардың белсенділік деңгейі | % | 43,7 | 0,211315 | 21 | 0,232301 |
| 8.6 | Өнімдік және процестік инновациялар бойынша кәсіпорындардың иннова- циялық белсенділігінің көрсеткіштері | % | 6,4 | 0,030948 | 4,9 | 0,054204 |
| R&D&I шығындары | | | | | | |
| 9.1 | Республикалық бюджеттен бөлінген инновациялық шығындар | млн. теңге | 2 202,6 | 0,009228 | 821,6 | 0,011283 |
| 9.2 | Меншікті қаражат есебінен бөлінген инновациялық шығындар | млн. теңге | 111265,0 | 0,466147 | 15 204,5 | 0,208795 |
| 9.3 | Облыстар бойынша өнімдік инновацияларға кеткен шығындар | млн. теңге | 36 564,9 | 0,15319 | 53 474,8 | 0,734338 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 29-кестенің жалғасы | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9.4 | Процестік инновацияларға кеткен шығындар | млн. теңге | 79 796,1 | 0,334308 | 2 820,1 | 0,038727 |
| 9.5 | Ұйымдастырушылық инновацияларға кеткен шығындар | млн. теңге | 204,1 | 0,000855 | 0,3 | 4,12 |
| 9.7 | Білімді сыртқы көздерден сатып алу | млн. теңге | 307,8 | 0,00129 | 5,6 | 7,69 |
| 9.8 | Инновацияға жұмсалатын басқа да шығындар | млн. теңге | 8350,1 | 0,034983 | 493,5 | 0,006777 |
| Инновация түрлері бойынша кәсіпорындар саны | | | | | | |
| 10.1 | Өнімдік инновациялары бар кәсіпорындар саны | бірлік | 82 | 0,1312 | 25 | 0,3125 |
| 10.2 | Процесстік инновацияла- ры бар кәсіпорындар саны | бірлік | 197 | 0,3152 | 38 | 0,475 |
| 10.3 | Маркетингтік инновациялары бар кәсіпорындар саны | бірлік | 269 | 0,4304 | 4 | 0,05 |
| 10.4 | Ұйымдастырушылық инновациялары бар кәсіпорындар саны | бірлік | 77 | 0,1232 | 13 | 0,1625 |
| Цифрландыру, маркетинг | | | | | | |
| 11.1 | Сандық платформалар саны | бірлік | 5 | 6,46 | 5 | 4,28 |
| 11.2 | Web-site | бірлік | 1 | 1,29 | 1 | 8,57 |
| 11.3 | Instagram, жазылушылар саны | бірлік | 41 000 | 0,005296 | 7812 | 0,066913 |
| 11.4 | Youtube, қаралымдар | бірлік | 7682960 | 0,992379 | 107 373 | 0,919699 |
| 11.5 | Facebook, жазылушылар саны | бірлік | 17 994 | 0,002324 | 1 557 | 0,013336 |
| Ескерту – Автормен құрастырылған | | | | | | |

Үшінші кезеңде көрсеткіштер радар әдісі бойынша есептелді:

(3-6)

мұнда Ui – блоктағы Xi көрсеткішінің минималды мәні;

Li – Xi-дің максималды мәні;

Ti – блоктағы көрсеткіштердің орташа мәні.

Ti мәнін есептеу нәтижелері мен Si нәтижелері 30-кестеде келтірілген.

Кесте 30 − Астана қаласы мен Ақмола облысы бойынша Ti және Si мәндері

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Код | Көрсеткіштер | Астана қаласы | | Ақмола облысы | |
| T | Si | T | Si |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| S1 | Туристік сала үшін кадрлар даярлауды жүзеге асыратын ЖОО | 0,5 | 4 | 0,5 | 1 |
| S2 | Туристік саладағы инновациялық жобалар жүзеге асырылатын иннова- циялық орталықтар, технопарктер (иә=1, жоқ = 0)) |  | -4 |  | -1 |
| S3 | Туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлер саны | 0,5 | -1,1666 | 0,5 | -1,23147 |
| S4 | Инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкерлердің жалпы саны | 0,5 | 1,166603 | 0,5 | 1,231468 |
| S5 | Орналастыру орындарының саны | 0,214396 | -1,29796 | 0,2 | 1,278169 |
| S6 | Турагенттер тізілімі | -0,66547 | -1,69025 |
| S7 | Көрнекті орындар | -0,58951 | -0,01732 |
| S8 | Тамақтану объектілері |  | 1,253619 |  | -0,0503 |
| S9 | Іс-шаралар |  | 0,980703 |  | -1,26115 |
| S10 | Орналастыру орындары көрсеткен қызметтер көлемі | 0,333333 | 0,000576 | 0,333333 | 0,000553 |
| S11 | Жалпы өңірлік өнім | -0,95813 | -0,91947 |
| S12 | Туристік салаға инвестициялар | -0,32817 | -0,32352 |
| S13 | Қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны | 0,333333 | 0,157322 | 0,333333 | 1,006632 |
| S14 | Орналастыру орындарындағы сапар мақсаттары бойынша резидент емес келушілер | -1,48734 | 1,338343 |
| S15 | Орналастыру орындарындағы сапар мақсаттары бойынша резидент-келушілер | 1,56948 | -0,1274 |
| S16 | Туристік ақпараттық орталықтар | 0,5 | -1,31579 | 0,5 | -1,06328 |
| S17 | Турмашртуттар саны | 1,315789 | 1,063278 |
| S18 | Инновациялық қызметті реттейтін өңірлік нормативтік-құқықтық актілер дің болуы (иә = 1, жоқ = 0) | 0,5 | 0 | 0,5 | 0 |
| S19 | Туристік саладағы қолданыстағы өңірлік нормативтік-құқықтық актілер дің саны (иә = 1, жоқ = 0) | 1 | 1 |
| S20 | Инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны | 0,188908 | 1,046012 | 0,180024 | 1,078996 |
| S21 | Инновация саласындағы белсенділік деңгейі | -0,79882 | -0,90982 |
| S22 | Инновациялар саласындағы шағын кәсіпорындардың белсенділік деңгейі | -0,9153 | -1,23077 |
| S23 | Инновациялар саласындағы орта кәсіпорындардың белсенділік деңгейі | -0,24728 | -0,20096 |
| S24 | Инновациялар саласындағы ірі кәсіпорындардың белсенділік деңгейі | 0,100042 | 0,26001 |

30-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| S25 | Өнімдік және процестік инновациялар бойынша кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі көрсеткіштері |  | -1,14058 |  | -1,02306 |
| S26 | Республикалық бюджеттен бөлінген инновациялық шығындар | 0,142857 | -0,92324 | 0,142857 | 1,839482 |
| S27 | Меншікті қаражат есебінен бөлінген инновациялық шығындар | 1,001627 | 0,007465 |
| S28 | Облыстар бойынша өнімдік иннова цияларға кеткен шығындар | 0,051448 | 0,019262 |
| S29 | Процестік инновацияларға кеткен шығындар | 0,705425 | -0,05934 |
| S30 | Ұйымдастырушылық инновацияларға кеткен шығындар |  | -1,00371 |  | -0,99769 |
| S31 | Бағдарламалық қамтамасыз етуді сатып алу (R&D&I шығындарын қоспағанда) |  | -0,99944 |  | -0,97652 |
| S32 | Білімді сыртқы көздерден сатып алу | -0,69698 | -0,32013 |
| S33 | Инновацияға жұмсалатын басқа да шығындар | 0,25 | 1,642586 | 0,25 | 0,399061 |
| S34 | Өнімдік инновациялары бар кәсіпорындар саны | -1,62105 | 1,353982 |
| S35 | Процесстік инновациялары бар кәсіпорындар саны | -8,96583 | -1,04167 |
| S36 | Маркетингтік инновациялары бар кәсіпорындар саны | 1,720002 | -0,59204 |
| S37 | Ұйымдастырушылық инновациялары бар кәсіпорындар саны |  | -0,99944 | 0,2 | -0,99353 |
| S38 | Сандық платформалар саны | 0,2 | -0,99988 |  | -0,99863 |
| S39 | Web-site |  | -0,17598 |  | -0,06215 |
| S40 | Instagram, жазылушылар саны |  | 0,00466 |  | 0,026773 |
| S41 | Youtube, қаралымдар |  | -0,33068 |  | -0,31804 |
| S42 | Facebook, жазылушылар саны |  | 4 |  | 1 |
| Ескерту – Автормен құрастырылған | | | | | |

Төртінші кезеңде кешенді бағалау келесі (2) формула бойынша есептелді:

 (2)

Бұл кезеңде төрт деңгейлі жіктеу қолданылды, әр ішкі жүйе үшін ТСИДБ деңгейі анықталды. ТСИДБ деңгейі өте жоғары, жоғары, орташа немесе төмен деп бағаланады (31-кесте).

Кесте 31– ТСИДБ деғгейінің жіктелімі

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Деңгей | Мәні | ТСИДБ сапасы |
| Ⅰ | ＞0.75 | Өте жоғары |
| Ⅱ | 0.5~0.75 | Жоғары |
| Ⅲ | 0.25~0.5 | Орташа |
| Ⅳ | ＜0.25 | Төмен |

**Төмендегі 32-кестеде** ТСИДБ бойынша **кешенді бағалау мен оның деңгейі көрсетілген.**

**Кесте 32 − Астана қаласы және Ақмола облысы бойынша** ТСИДБ **кешенді бағалау мен деңгейі**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Көрсеткіштер | Мәні | Деңгей | Мәні | Деңгей |
| Астана қаласы | | Ақмола облысы | |
| Ғылыми-білім беру ресурстары | 0 | Ⅳ | 0 | Ⅳ |
| Кадрлық ресурстар | 0 | Ⅳ | 0 | Ⅳ |
| Материалдық ресурстар | -0,00797 | Ⅳ | -0,04352 | Ⅳ |
| Қаржы-инвестициялық ресурстар | -0,10714 | Ⅳ | -0,10354 | Ⅳ |
| Қызмет көрсетілген келушілер саны | 0,019955 | Ⅳ | 0,184798 | Ⅳ |
| Ақпараттық ресурстар | 0 | Ⅳ | 0 | Ⅳ |
| Институционалдық әлеует | 0,25 | Ⅲ | 0,25 | Ⅲ |
| ҚР облыстары мен қалаларының инновациялық белсенділігі | -0,0326 | Ⅳ | -0,03376 | Ⅳ |
| R&D&I-ға арналған шығындар | -0,0222 | Ⅳ | -0,0058 | Ⅳ |
| Инновация түрлері бойынша кәсіпорындар саны | -0,30101 | Ⅳ | 0,004972 | Ⅳ |
| Цифрландыру, маркетинг | -0,06253 | Ⅳ | -0,05864 | Ⅳ |
| Ескерту – Автормен құрастырылған | | | | |

32-кестедегі талдау нәтижелері Астана қаласы мен Ақмола облысы бойынша ТСИДБ деңгейі төмен деп анықталды (＜0.25). Астана қаласы мен Ақмола облысында тек «институционалдық әлеует» көрсеткіші ғана орташа (0.25~0.5) деңгейді көрсетті. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару бойынша басқа көрсеткіштер төмен деңгейді көрсетті (＜0.25). Оларға ғылыми-білім беру, кадрлық, материалдық, каржы-инвестициялық, ақпараттық ресурстар, қызмет көрсетілген келушілер саны, ҚР облыстары мен қалаларының инновациялық белсенділігі, R&D&I-ға арналған шығындар, инновация түрлері бойынша кәсіпорындар саны, цифрландыру, маркетинг жатады, 23 және 24-суреттерде Астана қаласы мен Ақмола облысына арналған радар сызбалары көрсетілген.

Сурет 23 − Астана қаласы бойынша радар сызбасы

Сурет 24– Ақмола облысы бойынша радар сызбасы

Жоғарыдағы көрсеткіштердің нәтижесі *Астана қаласы бойынша* келесідей мәселелердің шешімін қажет етеді:

* туристік саладағы инновациялық жобалардың саны мен сапасын арттыру және инновацияларды енгізу бойынша жұмысқа туристік сала қызметкерлерін белсенді тарту;
* туристік салаға капитал салымын ұлғайту;
* қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер санын ұлғайту;
* туристік маршруттардың санын көбейту, оларды цифрландыру және туристер арасында танымал ету;
* туристік саладағы инновациялық қызметті реттейтін өңірлік нормативтік-құқықтық актілерді құру;
* туристік сала субъектілерінің басқа ұйымдармен инновациялық қызмет саласындағы ынтымақтастығы үшін жағдайлар жасау;
* туристік саладағы инновациялар мен инновациялық жобалардың белсенділік деңгейін көтеру;
* инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін шағын туристік кәсіпорындарды тарту;
* R&D&I-ға жұмсалатын шығындар бөлігінде өз қаражатынан шығындар басым болып отыр, сондықтан туристік саланың инновациялық дамуын қолдау үшін республикалық бюджеттен инновацияларға жұмсалатын шығындарды ұлғайту қажет;
* Астана қаласында өнімдік және технологиялық инновациялар басым, дегенмен ұйымдастырушылық және маркетингтік инновациялардағы позицияларды жақсарту қажет;
* бағдарламалық қамтамасыз ету мен білімді сыртқы көздерден сатып алуға деген тәуелділікті тоқтату қажет.

Астана қаласының цифрлық ортадағы туристік өнім саясатына қатысты өзінің ресми веб-сайты бар және Facebook, Youtube, Instagram сияқты әлеуметтік желілерде аккаунтары жұмыс істейді, алайда «Nur-Sultan Pass» бірыңғай туристік картасын санамағанда, онлайн режимінде өз бетімен тур құрастыру, қызметтерді броньдау мен сатып алу мүмкіндігі бар мобильді қосымша немесе сандық платформа, E-marketplace іске қосылмаған, оның орнына орналастыру орындарын брондау немесе көлік билеттерін сатып алу үшін үшінші тарап платформаларына сілтемелер көрсетіледі. Сондай-ақ, дәстүрлі офлайн маркетингінде қолданылатын direct sales (тікелей сату) қарастырылмаған. Туристік саланы дамытудағы олқылықтардың бірі – қызмет көрсетушілер, реттеуші органдар, жергілікті халық, сондай-ақ туристер арасында ішкі өзара байланыс пен кері байланыстың болмауы.

Процестік инновациялар бөлігінде автоматтандырылған бизнес-аналитика, электрондық CRM қолданылмайды, тек кол-орталықтар, мессенджерлер арқылы ғана байланыс орнатылған. Астана қаласының туристік салада электрондық коммерция алаңдары мен мүдделі тараптардың ішкі өзара әрекеттесу алаңдары жоқ. Маркетингтік қызмет процестері автоматтандырылмаған, саладағы бар әзірлемелерді дестинациялар қолданбайды, бұл қаржылық шектеулермен байланысты болуы мүмкін.

Сонымен қатар, жоғарыдағы зерттеу нәтижелері *Ақмола облысы* туристік саласының инновациялық даму жағдайының келесі күрделі мәселелермен сипатталатынын көрсетеді:

* туристік салада технопарктермен, инновациялық орталықтармен бірлесіп жасалған инновациялық жобалардың болмауы;
* туристік салада инновацияларды енгізу бойынша жұмыс істейтін қызметкерлер санының өсуіне ықпал ететін және туристік саладағы инновациялық қызметті реттейтін өңірлік нормативтік-құқықтық актілердің жоқтығы;
* инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар санының төмен көрсеткіші, яғни әлсіз коллаборация және нетворкинг байқалады;
* инновация саласындағы шағын кәсіпорындар белсенділігінің төмен деңгейі, бұл ретте, туристік кәсіпорындардың басым бөлігі шағын кәсіпорындар екенін ескеру қажет;
* өнімдік инновациялар басым, маркетингтік, процестік және ұйымдастырушылық инновациялар бойынша көрсеткіштер төмен. Басқа облыстармен салыстырғанда кәсіпорындардың өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновациялық белсенділігі төмен, процестік инновациялар бойынша шығындар көп, маркетингтік инновациялар шығындары бойынша ақпарат жоқ, өнімдік және ұйымдастырушылық инновациялар үшін қаражат аз бөлінеді;
* Ақмола облысы бойынша турларды, турмаршруттарды броньдау үшін жеке платформа, Е-marketplace пен мобильді қосымшалардың болмауы туристік саланың даму процесін және туристердің нақты санын анықтауды әрі ашық деректерге қол жеткізуді қиындатады;
* кіру және ішкі келушілердің, әсіресе резидент емес келушілердің саны өте төмен;
* Ақмола облысында туристік маршруттардың саны жеткілікті, алайда олардың ішінде нақты қандай турмаршруттар сұранысқа ие және танымал екендігі және облысқа қанша табыс әкелетіні туралы, сондай-ақ, бұл туристік маршруттарды жүзеге асыруда қандай проблемалар кездесетіндігі туралы нақты ақпарат жоқ. Мемлекеттік тізілімде тіркелген 73 турмаршруттың тек 43-і «Visitaqmola.kz» веб-сайтында және мобильді қосымшасында көрсетілген, бірақ, онлайн режимінде экскурсияларды бірден брондау мүмкіндігі қарастылырмаған;
* басқа облыстармен салыстырғанда, туристік салаға бөлінген қаржы төмен;
* ашық қолжетімділікте туристермен кері байланыстың болмауы байқалады.

Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саладағы инновациялық қызметпен айналысатын туристік кәсіпорындары инновацияның жоспарлау мерзімі мен күрделілігін анықтау үшін McKinsey компаниясы ұсынған инновацияның 3 көкжиегі моделін қолдануына болады [156] (25-сурет).

Бірінші көкжиек

Екінші көкжиек

Үшінші көкжиек

*Инкременталды инновациялар*

*Серпінді инновациялар*

*Бұзушы (disruptive) инновациялар*

Ағымдағы нарық

Жаңа нарық

*Нарықтық позицияны қорғау және ағымдағы бизнестің кірістілігін арттыру.*

* жылдық жоспарлау және болжау;
* іргелес бағыттарда өсуді жоспарлау;
* жобаларды бағалаудың қаржылық критерийлері мен басқару тәсілдеріне ерекше көңіл бөлу.

*Бизнестің жаңа бағыттарын іске қосу үшін бастамаларды дамыту.*

* инвестициялық бюджетпен жұмыс;
* жаңа бизнесті бастау үшін егжей-тегжейлі бизнесті жоспарлау;
* жобаларды басқарудың балама көрсеткіштері мен жаңа әдістерін қолдану.

*Болашаққа мүмкіндіктер табу, болашақта «жемісті» болатын опцияларды таңдау*

* бастапқы бизнес-жоспарды дайындау;
* жобаны кезеңдерге бөлу;
* арнайы дағдылар мен білімнің қажеттілігі.

Дамып келе жатқан технологиялар (қолданыста емес)

Жаңа

технологиялар

Көкжиек 3

Көкжиек 2

Көкжиек 1

Жетілген технологиялар (қолданыстағы)

Сурет 25 − Инновацияның 3 көкжиек моделі

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [156]

25-суретке сәйкес инновациялық қызметпен айналысатын туристік кәсіпорындар нарықтық позицияны қорғау мен ағымдағы бизнестің кірістілігін арттыруды мақсат етсе, *инкременталды инновацияларды дамытуы* қажет,ол бойынша,жаңа шешімдер ағымдағы шешімдерді жақсартады немесе толықтырады және компанияның қолданыстағы бизнес моделі мен оның негізгі құзыреттерін қысқа мерзімде үздіксіз жаңартуды қамтамасыз етеді. Егер, туристік нарық қатысушылары ағымдағы нарыққа бағдарлана отырып, бизнестің жаңа бағыттарын іске қосу үшін бастамаларды дамытуды көздеген жағдайда *серпінді инновацияларды* жүзеге асырған жөн болады, өйткені, ол қабылданған жаңа шешімдер жаңа тұтынушылар мен нарықтарға тарала отырып, компанияның қолданыстағы бизнес моделін және оның негізгі құзыреттерін кеңейтеді. Одан өзгеше, жаңа нарыққа бағдарланған, болашақта жаңа мүмкіндіктер беретін және «жемісті» болатын опцияларды таңдауда бұзушы (disruptive) инновациялар тұжырымдамасын қолданған жөн, оған сәйкес туристің кәсіпорындардың жаңа мүмкіндіктерді өз пайдасына пайдалану немесе бұзушы инновациялар толқынына қарсы тұру үшін түбегейлі жаңа құзыреттер мен бизнес түрлері құрылады [156]. Бұл ретте инновациялармен жұмыс істеу құралдарын таңдау стратегиялық мақсаттарға, инновациялық жетілу деңгейіне, ресурстардың болуына, мотивация жүйесіне және корпоративтік мәдениетке байланысты.

Сонымен қатар, туристік саланың инновациялық дамуын басқару тек смарт туризм мен технологияларды қамтымайды, ол, ең алдымен бизнестің туристермен қаншалықты және қалай байланыс орнататындығын білдіреді, яғни, туристік сала субъектілері бар платформа жеткіліксіз, сол платформаларда әлеуетті тұтынушыларға жеткізілетін контент пен оның сапасы, әлеуетті тұтынушыларға мақсатты бағытталғандығы, ақпараттың уақытында түсіп отыруы, ғаламтор арқылы әлеуетті тұтынушылардың байланысқа оңай шыға алатындығы сияқты мәселелер өте маңызды болып табылады. Бизнес пен туристік саланы дамыту органдарына Google аналитика мен Яндекс метрика сияқты веб-аналитика жүйесінде белсенді және үздіксіз жұмыс жүргізу қажет. Әсіресе, инновациялық жобаларды жүзеге асыру бойынша оқыту мен ақпараттандыруға басты назар аудару маңызды.

**Жаһандану және цифрлық технологиялардың дамуы жағдайында туристік бағытты халықаралық нарықта ілгерілету және саяхатты таңдау, жоспарлау кезінде веб-сайттар мен мобильді қосымшалардағы ақпараттың қолжетімділігі, пайдалылығы, құндылығы өте маңызды рөл атқарады. Қазіргі уақытта Ақмола облысында туристік саланы цифрландыруға байланысты жұмыстардың негізгі бөлігін «Visit Aqmola» туристік ақпараттық орталығы, «Smart Aqmola» ММ және «Туризм басқармасы» сияқты ұйымдар жүзеге асыруда.** Ақмола облысының туристік веб-сайты танымал әлеуметтік желілерде ұсынылған, бірақ көрші мемлекеттерді қоса алғанда, халықаралық нарыққа шыға алмай отыр. Веб-сайттың басты кемшілігі – броньдау мүмкіндігінің болмауы, яғни электрондық сауда опциясы жоқ, келушілер сапарды алдын-ала жоспарлай алмайды және онлайн-транзакциялар жасай алмайды. Мәселен, өзге елдерде электрондық жүйелер бүкіл әлем бойынша тұтынушыларға тәулігіне 24 сағат қызмет көрсетуге дайын.

**Қорытындылай келе,**Астана қаласы мен Ақмола облысының инновациялық дамуы әлсіз және толық қалыптаспаған және осы саладағы инновациялық белсенділіктің төмен деңгейімен сипатталады. Сондықтан, туристік саланың инновациялық дамуын дұрыс бағытта басқару үшін **оның тежеуші факторларын анықтау қажеттілігі туындап отыр.**

* 1. **Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқарудың факторларын бағалау**

Бүгінгі таңда туристік саланың бәсекеге қабілеттілік деңгейі мен жаһандық нарықтағы жағдайы саланың инновациялық дамуын басқаруға тікелей байланысты. Ұзақ мерзімді перспективада туристік саладағы инновациялық қызмет болмаса, қарқынды даму жолында одан әрі экономикалық өсу мүмкін емес. Сондықтан, Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласының инновациялық дамуын басқаруға кедергі келтіретін және оның инновациялық белсенділігін арттыру жөніндегі іс-шараларды бағалауға және жүзеге асыруға мүмкіндік беретін факторларды анықтау керек. Осы мақсатта туристік саладағы сарапшылар қатысқан эксперттік сауалнама жүргізілді. Бірінші кезеңде дельфи әдісі таңдалып, сауалнама құрастырылды және сарапшылармен келісілді. Екінші кезеңде сауалнама екі раундта өткізіліп, сарапшыларға жіберілді. Бірінші раундтан кейін ең аз ұпай жинаған сұрақтар алынып тасталды. Осылайша, жаңа сауалнама бірінші раундқа қатысқан сарапшылар тобына қайта жіберілді (33-кесте).

Кесте 33 − Респонденттер саны

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Раунд | Респонденттерге жіберілді | Респонденттерден жауап алынды | Жауап берген респонденттердің % |
| Алдын ала | 50 | 37 | 74 |
| 1 раунд | 220 | 148 | 67,2 |
| 2 раунд | 148 | 94 | 63,5 |
| Ескерту − Автор құрастырған | | | |

94 респонденттің 22,3% - ер адамдар, 77,7%-ы әйелдер, жас құрылымы бойынша респонденттер 18-24 (4,3%), 25-34 (44,7%), 35-44 (33%), 45-54 (10,6%), 55+ (7,4%) шамасында болды. Олардың 41,5%-ы жоғары білімді, 56,4%-ы жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар, 2,1%-ы орта білімі бар азаматтар. Респонденттердің 36,2%-ының табысы~ 210 000 ₸ аз құрайды, 52,1% -ының табысы ~₸ 210 000-420 000 теңгені, 11,7%-да ~₸420 000-840 000 теңгені құрады. Бұл ретте респонденттердің 11,7%-ы ҚР Туризм индустриясы комитетінің, «Қазақтуризм» ҰК АҚ, «Convention Bureau», «Туристік Қамқор» КҚ, «Атамекен» ҰКП өкілдері болса, 45,7%-ы туроператорлар мен туристік агенттіктер, 39,4%-ы университеттер өкілдері, респонденттердің ең аз бөлігі туристік саладағы қауымдастықтарға тиесілі - 3,2%. Сауалнама нәтижелерін <https://drive.google.com/drive/folders/1lw7NPR0pxCyHHaYlYlWgAQ3E4Pzk_DC6?usp=sharing> сілтемесі бойынша көруге болады.

Екі раундтың негізінде дәйектілікке қол жеткізіліп, негізгі компоненттер әдісімен факторлық талдау үшін 48 сұрақ анықталды, бұл туристік саланың инновациялық дамуы бойынша қазіргі жағдайды дәл сипаттауға мүмкіндік береді. Сауалнама үшін құрастырылған 48 сұрақ «Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data» сияқты OECD халықаралық ұйымының зерттеулері мен 1-ші бөлімдегі теориялық зерттеу нәтижелері бойынша анықталған факторлардың 11 тобын құрайды (34-кесте).

Кесте 34 − Туристік саласының инновациялық дамуын басқаруға әсер ететін факторлар топтары

|  |  |
| --- | --- |
| Факторлар | Субфакторлар |
| 1 | 2 |
| 1. Туристік саладағы инновациялар құру жөнін- дегі коллаборациялар | Қатысушылар арасында тәуекелді бөлу |
| Зерттеулер мен әзірлемелерге бірлесіп қол жеткізу |
| Инновация үшін серіктестер табудағы қиындық |
| 2. Кедергілер | Инновациялық шығындардың тым жоғары болуы |
| Жаңа идеяларды әзірлеу және жүзеге асыру үшін жеткілікті дағдылардың, білімнің болмауы |
| Жаңа идеяларды әзірлеу мен жүзеге асыруды қолдау үшін техникалық жабдықтардың/технологиялық шешімдердің болмауы |
| Жаңа идеяларды әзірлеу және жүзеге асыру үшін қаржы ресурстарының жетіспеушілігі |
| Сыртқы қаржыландыру көздерінен қаражат тапшылығы |
| Инновациялық қызметтерге сұраныстың белгісіздігі |
| 3. Мемлекеттік қолдау | Оқыту, менторинг |
| Субсидиялар, гранттар |
| Салықтық жеңілдіктер |
| Инфрақұрылым бойынша қолдау, техникалық қолдау |
| Туристік саладағы ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерді, жобаларды қаржыландыру |
| 4. Инновацияларды жүзеге асырудың табыстылығы | Күшті басқарушылық көзқарас (strong vision) |
| Инновацияға бағытталған ұйымның мәдениеті |
| Жаңа сынақтарға (челлендж) және тәуекелге ұмтылу |
| Креативтілік |
| Компаниядағы жаңа инновацияларға қажеттілікті анықтау |
| Қызметкерлерді оқыту және біліктілігін арттыру тәсілдерін білу |
| Жаңа технологияларды қолдану |
| Күшті қаржылық стратегия құру |
| 5. Инновацияның дамуын шектейтін компания ішіндегі ұйымдастырушылық қиындықтар | Қызметкерлердің өзгерістерге деген көзқарасы мен қатынасы |
| Басшылықтың өзгерістерге деген көзқарасы мен қатынасы |
| Компанияны басқару құрылымы |
| 6. Шектеу факторлары | Құн факторы |
| Білім факторы |
| Нарық факторы |
| Институционалды фактор |
| 7. Құн факторы | Шамадан тыс болжанатын тәуекелдер (мысалы, капитал тәуекелі) |
| Жоғары құн |
| Меншікті капитал ресурстарының жетіспеушілігі |
| Сыртқы көздерден қаржыландырудың болмауы |
| 8. Білім факторы | Инновациялар үшін әлсіз әлеует (R&D&I, дизайн және т. б.) |
| Компания ішінде де, еңбек нарығында да құзыретті кадрлардың жетіспеушілігі |
| Технология туралы ақпараттың болмауы |

34-кестенің жалғасы

|  |  |
| --- | --- |
|  | Туристік нарық туралы ақпараттың жеткіліксіздігі (талдамалық деректер, маркетингтік зерттеулер, статистикалық деректердің толық болмауы) |
| Ынтымақтастық үшін серіктестер табудағы қиындық |
| 9. Туристік саладағы әлсіз инновациялық белсенділіктің негізгі себептері | Туристік бизнес өкілдерінің әлсіз қызығушылығы |
| Туристік бизнес тарапынан инновацияларды енгізу және қолдану мотивациясының болмауы |
| Инновацияларды әзірлеуге жұмсалатын шығындардың жоғары деңгейі |
| Туристік саланың шетелдік инновациялық технологиялық әзірлемелерге тәуелділігі |
| Туристік қаржылық қолдаудың әлсіздігі |
| ШОБ-ты мемлекеттік қолдау шаралары бойынша жобалар үлесінің төмендігі |
| Туристік саладағы жобалар үшін шектің үлкен болуы |
| 10. Жаңа идеялар мен тұжырымдамаларға ашықтық | Сіздің компанияңыз/ұйымыңыз жаңа идеялар мен инновацияларға ашық па? |
| 11.Инновацияларға ұмтылу | Біз инновацияларды бағалаймыз, жаңа идеялар мен көзқарастарды тани аламыз және оларды тез енгізе аламыз. |
| Инновация — біздің басымдықтарымыздың бірі. Біз жаңа идеялар мен көзқарастарды қалыптастыра аламыз. |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [159; 160, 161] | |

Жоғарыда аталған 11 фактор 33-кестеде 11 айнымалыға сәйкес келеді, сондықтан бұл 11 айнымалы 11 компонентке тең. Әр компоненттің меншіктік мән деп аталатын сапа көрсеткіші болады, тек жоғары мәні бар компоненттер нақты негізгі фактор деп есептеледі. Меншікті мәндер – дисперсияның жалпы мөлшерін білдіреді және оны осы негізгі компонентпен түсіндіруге болады, мәселен, 1-ден үлкен мәнге ие меншікті мәндер белгілі бір фактордың жоғары салмағын көрсетеді. Факторлардың жалпы дисперсиясының нәтижелері 35-кестеде көрсетілген.

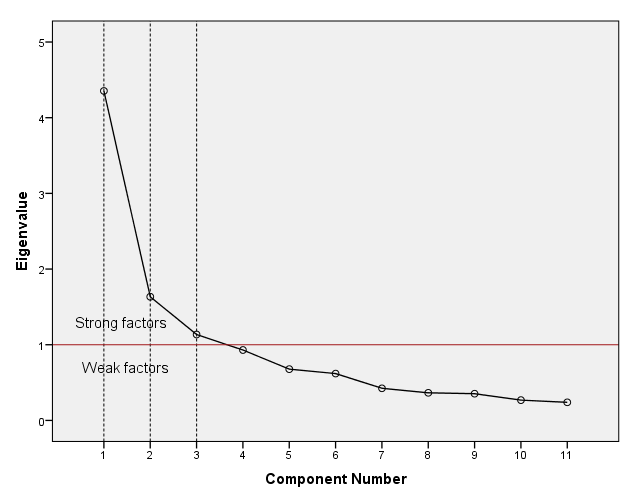
Кесте 35 − Экстракция әдісі: негізгі компоненттерді талдау, факторлардың жалпы дисперсиясының нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компо  ненттер | Бастапқы меншікті мәндер | | | Жүктеме квадраттарын алу сомасы | | | Жүктеме квадраттарының айналу сомасы | | |
| барлығы | ауытқу %-ы | жиынтық % | барлығы | ауытқу %-ы | жиынтық % | барлығы | ауытқу %-ы | жиынтық % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 4.354 | 39.581 | 39.581 | 4.354 | 39.581 | 39.581 | 1.062 | 9.654 | 9.654 |
| 2 | 1.634 | 14.854 | 54.434 | 1.634 | 14.854 | 54.434 | 1.054 | 9.585 | 19.239 |
| 3 | 1.135 | 10.320 | 64.754 | 1.135 | 10.320 | 64.754 | 1.042 | 9.473 | 28.711 |
| 4 | 0.930 | 8.457 | 73.211 | 0.930 | 8.457 | 73.211 | 1.029 | 9.350 | 38.062 |
| 5 | 0.678 | 6.163 | 79.374 | 0.678 | 6.163 | 79.374 | 1.021 | 9.283 | 47.344 |
| 6 | 0.619 | 5.628 | 85.003 | 0.619 | 5.628 | 85.003 | 1.013 | 9.208 | 56.552 |
| 7 | 0.425 | 3.861 | 88.864 | 0.425 | 3.861 | 88.864 | 1.010 | 9.180 | 65.732 |

35-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 8 | 0.364 | 3.313 | 92.177 | 0.364 | 3.313 | 92.177 | 1.008 | 9.160 | 74.892 |
| 9 | 0.353 | 3.209 | 95.385 | 0.353 | 3.209 | 95.385 | 0.941 | 8.551 | 83.442 |
| 10 | 0.268 | 2.440 | 97.825 | 0.268 | 2.440 | 97.825 | 0.919 | 8.359 | 91.801 |
| 11 | 0.239 | 2.175 | 100.000 | 0.239 | 2.175 | 100.000 | 0.902 | 8.199 | 100.000 |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | |

Меншікті мән ережесіне сәйкес меншікті мәні 1-ден кем емес компоненттер 3 факторды құрады, сапа көрсеткіштері төмен өзге компоненттер есепке алынбайды (26-сурет).



Сурет 26 − Туристік саланың инновациялық дамуын басқаруға әсер ететін факторларды анықтау бойынша негізгі компоненттерді талдаудың сызықтық диаграммасы

Графикте компоненттер Х осінде – Component number, ал меншікті мән Y осінде – Eigenvalueдеп көрсетілген. Графикке сәйкес қызыл сызықтан жоғары мықты факторлар (Strong factors), қызыл сызықтан төмен әлсіз факторлар (Weak factors) көрсетілген, яғни, алғашқы 3 компоненттің меншікті мәні 1-ден жоғары, сондықтан, біз оларды «мықты факторлар» деп қарастыратын боламыз, әрі қарай, 26-сурет компоненттердің меншіктік мәндері бірден түсіп кеткенін көрсетіп тұр. Компоненттердің матрицасы – элементтер мен компоненттер арасындағы Пирсон корреляциясын көрсетеді және ол корреляциялар факторлық жүктемелер деп аталады (36-кесте).

Кесте 36 − Компоненттік матрица

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | *Компоненттер* | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Туристік салада инновациялар құру жөніндегі коллаборациялар |  |  | 0.831 |  |  | 0.321 |  |  |  |  |  |

36-кестенің жалғасы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Кедергілер | 0.570 |  |  | 0.669 | -0.398 |  |  |  |  |  |  |
| Мемлекеттік қолдау | 0.581 | 0.339 | 0.378 | -0.469 |  |  |  |  |  |  |  |
| Инновацияларды жүзеге асырудың табыстылығы | 0.706 |  |  |  |  | -0.575 |  |  |  |  |  |
| Инновацияның дамуын шектейтін компания ішіндегі ұйымдастырушы-лық қиындықтар | 0.726 |  |  |  | 0.319 | 0.320 | 0.441 |  |  |  |  |
| Шектеу факторлары | 0.801 |  |  |  |  |  |  | -0.482 |  |  |  |
| Құн факторы | 0.725 |  | -0.306 |  | -0.367 |  |  |  |  |  |  |
| Білім факторы | 0.802 |  |  |  |  |  | -.306 |  |  |  |  |
| Туристік саладағы әлсіз иннова- циялық белсенділік тің негізгі себептері | 0.819 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Жаңа идеялар мен тұжырымдамаларға ашықтық |  | 0.815 |  |  | 0.331 |  |  |  |  |  |  |
| Инновацияларға ұмтылу |  | 0.804 | -0.352 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | | | |

36-кестенің нәтижелері бойынша бір айнымалы бірнеше факторлармен корреляцияланады. Егер айнымалының факторлық жүктемесі 1-ден асса, ол айқас жүктеме деп аталады және бұл жағдайда факторларды интерпретециялау қиынға түседі, сондықтан, бұл мәселенің шешімі ретінде ротацияны қолдануға болады, яғни, факторлық жүктемелер факторлар бойынша қайта бөлінеді. Бұл талдауда біз Varimax (Variable maximization – айнымалыларды максимизациялау) айналу әдісін қолданамыз, оның мақсаты интерпретацияланатын жүктеме матрицасына қол жеткізу болып табылады, яғни кейбір айнымалылар үшін жоғары жүктемелермен және басқалар үшін төмен жүктемелермен нақты белгіленген факторларды анықтау қажет [86, р. 158; 87] (37-кесте).

Кесте 37 – Айналдырылған компонент матрицасы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | *Компоненттер* | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Туристік салада иннова- циялар енгізу |  |  |  |  | 0.980 |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 37-кестенің жалғасы | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| бойынша кол- лаборациялар |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Кедергілер | 0.942 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мемлекеттік  қолдау |  |  | 0.918 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Инновациялар ды жүзеге асырудың табыстылығы |  |  |  | 0.900 |  |  |  |  |  |  |  |
| Инновацияның дамуын шектей тін компания ішіндегі ұйым дастырушылық қиындықтар |  | 0.898 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Шектеу факторлары |  |  |  |  |  |  |  |  | 0.835 |  |  |
| Құн факторы |  |  |  |  |  |  |  | 0.865 |  |  |  |
| Білім факторы |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0.826 |  |
| Туристік саладағы әлсіз инновациялық белсенділіктің негізгі себептері |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0.813 |
| Жаңа идеялар мен тұжырым- дамаларға ашықтық |  |  |  |  |  | 0.941 | 0.304 |  |  |  |  |
| Инновациялар- ға ұмтылу |  |  |  |  |  | 0.311 | 0.936 |  |  |  |  |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | | | |

37-кестедегі барлық компоненттерді интерпретациялаудан кейін біз келесі қорытындыға келдік: 1-ші компонент «кедергілер» факторын, 2-ші компонент «ұйымдастырушылық қиындықтар» факторын және 3-ші компонент «мемлекеттік қолдау» факторына сәйкес келеді, яғни, жоғарыда баяндалған мәліметтерге сәйкес туристік саланың инновациялық дамуын басқаруға ұйымдастырушылық қиындықтар, инновациялық дамудың мемлекеттік қолдауы мен кедергілері әсер етеді:

1. *Кедергілер* жаңа идеяларды әзірлеу мен жүзеге асыру үшін жеткілікті дағдылардың, білімнің, техникалық жабдықтар мен технологиялық шешімдердің болмауын, жаңа идеяларды әзірлеу мен оларды жүзеге асыруға қолдаудың болмауын, қаржы ресурстарының жетіспеушілігін қамтиды.
2. *Инновацияның дамуын шектейтін компания ішіндегі ұйымдастырушылық қиындықтарға* қызметкерлер мен басшылықтың көзқарастары*,* компанияның басқару құрылымы жатады.
3. *Туристік саланың инновациялық дамуына мемлекеттік қолдаудың болмауы факторына* оқыту, тәлімгерлік, субсидиялар, гранттар, салықтық жеңілдіктер, инфрақұрылымдық және техникалық қолдау, туристік саладағы ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерді, жобаларды қаржыландыру кіреді.

Сонымен қатар, қызмет көрсету саудасы жөніндегі Бас келісімнің (ГАТС), OECD & eurostat (2005) Oslo Manual: Guidelines for collecting & Interpreting Innovation Data, А.М. Хьялагер, В.А. Молчанова, С.В. Валеева, В. Абернати мен К. Кларк ұсынған инновация типологияларына сәйкес Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласындағы инновацияның басым түрлерін анықтау мақсатында эксперттік сауалнама жүргізілді және ол үшін келесі инновация түрлері негізге алынды [157-159]:

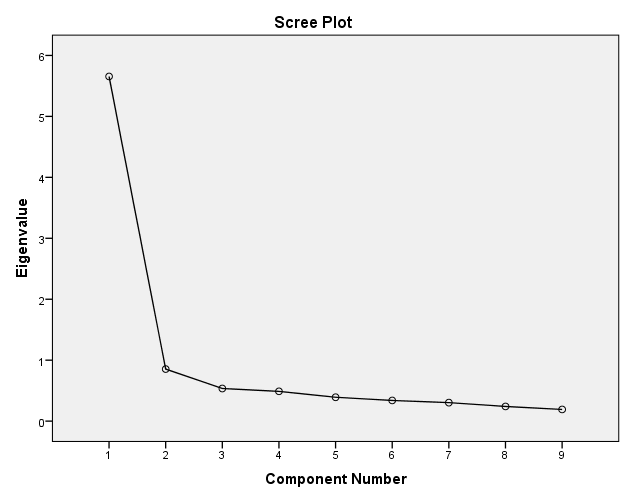
* өнімдік инновациялар (туристік нарықтың жаңа сегменттерін игеру, туристік өнімді әртараптандыру, электрондық гид-жол көрсеткіш, виртуалды турлар және т.б.);
* процестік инновациялар (жаһандық тарату жүйелері, брондаудың автоматтандырылған жүйелері, блокчейн технологиялары, CRM бағдарламалары);
* ұйымдастырушылық инновациялар (туристік саланы ұйымдастырудағы жаңа тәсілдер, жаңа туристік-рекреациялық аймақтарды құру);
* маркетингтік инновациялар (тұрақты тұтынушылар үшін жеңілдікті баға белгілеу, «барлығы қосылған» сату жүйесі);
* басқарушылық инновациялар (басқару жүйесінде бұрын шешілмеген мәселелерді шешуге мүмкіндік беретін, қалыптасқан практикадан айтарлықтай ерекшеленетін және салада, ұйымда алғаш пайдаланылатын басқару жүйесі, рәсімі немесе әдісі);
* ресурстық инновациялар (ресурстардың жаңа түрлерін туристік процеске тарту немесе алдын ала белгіленген қасиеттері және жаңа мақсатты функциясы бар ресурстар құру (Үлкен панда қаласы, Динозаврлар паркі);
* тұжырымдамалық инновациялар (туристік саланың, туристік қызметтердің жаңа тұжырымдамаларын құру және оларды қызмет көрсетудің жаңа форматтарында жүзеге асыру, мысалы, Ice Hotel сияқты тақырыптық қонақ үйлер);
* бизнес-модельдердің инновациялары (тұтынушы үшін оның құны мен құндылығын арттыратын бизнесті жүргізудің жаңа тәсілдері; мысалы, e-tourism, қонақ үйлердің геймеризациясы);
* туризм логистикасындағы инновациялар (туристік өнімді туристерге жедел және сапалы жеткізу бойынша шығындар мен уақытты азайту).

Сауалнама нәтижелерін [https://drive.google.com/drive/folders/1lw7 NPR0pxCyHHaYlYlWgAQ3E4Pzk\_DC6?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1lw7%20NPR0pxCyHHaYlYlWgAQ3E4Pzk_DC6?usp=sharing) сілтемесі бойынша көруге болады. Бұл талдауда жоғарыда сипатталған РСА әдісі қолданылды, компоненттердің жалпы дисперсиясының нәтижелері 38-кестеде көрсетілген.

Кесте 38 – Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласындағы инновациялардың басым түрлерін анықтау бойынша компоненттердің жалпы дисперсиясының нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ком  по  нент тер | Бастапқы меншікті мәндер | | | Жүктеме квадраттарын алу сомасы | | | Жүктеме квадраттарының айналу сомасы | | |
| барлығы | ауытқу %-ы | жиын тық % | барлы ғы | ауытқу %-ы | жиынтық % | барлы ғы | ауытқу %-ы | жиынтық % |
| 1 | 5.655 | 62.838 | 62.838 | 5.655 | 62.838 | 62.838 | 1.123 | 12.482 | 12.482 |
| 2 | 0.854 | 9.488 | 72.326 | 0.854 | 9.488 | 72.326 | 1.115 | 12.385 | 24.867 |
| 3 | 0.535 | 5.944 | 78.270 | 0.535 | 5.944 | 78.270 | 1.044 | 11.605 | 36.472 |
| 4 | 0.488 | 5.428 | 83.698 | 0.488 | 5.428 | 83.698 | 1.014 | 11.267 | 47.739 |
| 5 | 0.392 | 4.351 | 88.048 | 0.392 | 4.351 | 88.048 | 1.005 | 11.167 | 58.906 |
| 6 | 0.339 | 3.766 | 91.814 | 0.339 | 3.766 | 91.814 | 0.999 | 11.102 | 70.008 |
| 7 | 0.304 | 3.376 | 95.190 | 0.304 | 3.376 | 95.190 | 0.982 | 10.912 | 80.920 |
| 8 | 0.242 | 2.683 | 97.874 | 0.242 | 2.683 | 97.874 | 0.875 | 9.721 | 90.641 |
| 9 | 0.191 | 2.126 | 100.000 | 0.191 | 2.126 | 100.000 | 0.842 | 9.359 | 100.000 |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | |

38-кестеге сәйкес, бірінші компонент 1-ден үлкен меншікті мәнге ие және ол 27-суретте көрсетілген.



Сурет 27 − Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саладағы инновациялардың басым түрлерін анықтау бойынша негізгі компоненттерді талдаудың сызықтық диаграммасы

Компоненттер матрицасы бір компоненттің бірнеше айнымалылармен корреляциясын көрсетеді, сондықтан Varimax ротациясы орындалды (39-кесте).

Кесте 39 − Компоненттік матрица

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | *Компоненттер* | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Өнімдік инновациялар | .864 |  |  |  |  |  |  | .333 |  |
| Процесстік инновациялар | .847 |  |  |  |  |  |  |  | .319 |
| Ұйымдастырушылық инновациялар | .825 |  |  |  | -.346 |  |  |  |  |
| Маркетингтік инновациялар | .816 |  |  |  | .396 |  |  |  |  |
| Басқарушылық инновациялар | .813 |  | -.302 |  |  |  |  |  |  |
| Ресурстық инновациялар | .812 |  |  | -.308 |  |  |  |  |  |
| Тұжырымдамалық инновациялар | .754 | .404 |  | -.342 |  |  |  |  |  |
| Бизнес-модель инновациялары | .739 |  | .578 |  |  |  |  |  |  |
| Туризм логистикасындағы инновациялар | .643 | .677 |  |  |  |  |  |  |  |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | |

Бұл талдауда біз түсінікті жүктеме матрицасына қол жеткізу үшін тағы да варимакс (Varimax) айналу әдісін қолдандық (40-кесте).

Кесте 40 − Айналдырылған компонент матрицасы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторлар | *Компоненттер* | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Өнімдік инновациялар | 0.914 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Процесстік инновациялар |  | 0.882 |  |  |  |  |  |  |  |
| Ұйымдастыру-шылық инновациялар |  |  | 0.822 |  |  |  |  |  |  |
| Маркетингтік инновациялар |  |  |  | 0.847 |  |  |  |  |  |
| Басқарушылық инновациялар |  |  |  |  | 0.820 |  |  |  |  |
| Ресурстық инновациялар |  |  |  |  |  | 0.819 |  |  |  |
| Тұжырым дамалық инновациялар |  |  |  |  |  |  | 0.806 |  |  |
| Бизнес-модель инновациялары |  |  | 0.329 |  |  |  |  | 0.755 |  |
| Туризм логисти-касындағы инновациялар |  |  |  |  |  |  |  |  | 0.745 |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | | | | |

40-кестедегі ротация нәтижелері 1-ші компонент өнім инновациясымен байланысты екенін көрсетеді. Бұдан шығатын қорытынды, Астана қаласы мен Ақмола облысындағы туристік сала субъектілері үшін инновацияның басым түрі ретінде өнімдік инновация бірінші орында тұрады, өйткені, ол, туристік нарықта бәсекелестік артықшылық береді, мұндай инновациялардың жаңалығы өндірушілерге, жеткізушілерге, тұтынушыларға және бәсекелестерге айқын болып келеді, мысалы, туристік нарықтың жаңа сегменттерін дамыту, туристік өнімді әртараптандыру, электронды гид, виртуалды турлар және т.б. Алайда, туристік нарық қатысушылары арасында бизнес-модель инновациялары мен туризм логистикасындағы инновациялар, процестік, ұйымдастырушылық, маркетингтік, басқарушылық, ресурстық, тұжырымдамалық сияқты өзге инновация түрлеріне көңіл бөлінбейді, сәйкесінше зерттеу жұмыстары мен инновациялық жобаларда бұл инновация түрлері ескеріле бермейді.

Қорытындылай келе,зерттеу нәтижелері туристік саланың инновациялық даму деңгейі төмен екендігін көрсетті, оның инновациялық дамуын басқаруға қаржылық мәселелер, білімге және технологиялық шешімдерге байланысты кедергілер мен компания ішіндегі ұйымдастырушылық қиындықтар қатты әсер ететіндігін анықтады, сондай-ақ, туристік саланың инновациялық дамуы үшін мемлекеттік қолдаудың қажеттілігі айқындалды. Сарапшылар туристік саладағы инновация түрлерінің ішінен тек өнім инновацияларына басымдық берді, бұл туристік саладағы өзге инновация түрлерінің дамымау себебін түсіндіреді. Сәйкесінше, осы олқылықтарды жою үшін біріншіден, туристік саласының инновациялық дамуын басқару механизмін жүзеге асыру маңызды мәселе болып табылады. Екіншіден, тиісті инфрақұрылымды, басқару жүйелерін, инновациялармен жұмыс істеу құралдарын жүйелі дамытуды көздейтін инновациялық стратегияны қалыптастыру қажет. Үшіншіден, инновацияларды дамытуға жауапты мамандандырылған бөлімшелер құру. Төртіншіден, қызметкерлерге негізгі жұмыс уақытында инновациялық жобалармен жұмыс істеуге мүмкіндік беру. Бесіншіден, қызметкерлерді инновациялық қызметті дамытуға ынталандыру:

**3 АСТАНА ҚАЛАСЫ ЖӘНЕ АҚМОЛА ОБЛЫСЫНЫҢ ТУРИСТІК САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ**

**3.1 Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару механизмін жетілдіру**

Бүгінгі таңда туристік саланы қалыптастыруға үлес қосатын сабақтас салалардың қызметін шоғырландыру маңызды, 32 салаға жанама ықпал ете отырып, туризм экономикаға оң мультипликативтік әсер береді, оны бюджетке түскен салықтық түсімдер мен шетелдік валюта ағынының, жұмыс орындары санының өсуінен, жергілікті халықтың кәсіпкерлік қызмет мәдениетінің жоғарылауынан, туристік инфрақұрылымның дамуынан байқауға болады [160]. Туристік саладағы инновациялар тұрақты, ғаламдық және динамикалық үдеріс ретінде әрі саланың тұрақты жұмыс істеуі мен дамуын қамтамасыз ететін оң өзгерістерге әкелетін жүйелі шаралар ретінде қарастырылады. Сондықтан, алдыңғы бөлімдерде анықталған мәселелердің шешімін тауып, олардың жүзеге асуы елдің туристік саласының отандық және халықаралық нарықта бәсекеге қабілетті болуы мен инновациялық дамуына серпін береді [161]. Басқару тиімділігін арттыру үшін туристік саланың инновациялық дамуын басқаруға және оны дамытуға қатысты икемді тәсілдерді пайдалану қажет. Теориялық және талдау бөлімдерінде анықталған мәселелерді жинақтау нәтижесінде, зерттеудің тұжырымдамалық моделін құрастырдық, ол келесі айнымалыларды қамтиды: «Туристік саланың инновациялық дамуын басқару», «Туристік саладағы R&D&I-ды нығайту», «Инновациялық орта», «Инновациялық саясат», «Инновациялық стратегия», «Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігі». Гипотезаларды теориялық негіздеу үшін біз тұжырымдамалық модельдің таңдалған айнымалыларының сипаттамасын ұсынып отырмыз. Тұжырымдамалық модельге сәйкес «Туристік саланың инновациялық дамуын басқару» мен «Туристік саладағы R&D&I-ды нығайту» арасында тікелей байланыс бар. Бұл байланысқа тікелей және жанама түрде бірқатар айнымалылар әсер етеді, оларды толығырақ қарастырайық.

*H1. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару туристік саладағы R&D&I-ды нығайтуға оң әсер етеді.* Туристік саланың инновациялық дамуын басқару – болашақ нәтижелерге тікелей инновациялық процесс арқылы қол жеткізуге бағытталған және ол келесідей негізгі функцияларды қамтиды: инновациялық белсенділікті талдау, туристік сала субъектілерінің инновациялық стратегиясы мен саясатының мақсаттарын қалыптастыру, инновациялық белсенділікті арттыратын іс-шараларды жоспарлау және ұйымдастыру, ұйымның инновациялық әлеуеті мен инновациялық қызметтің даму деңгейін зерттеу, инновациялық туристік өнімдер мен қызметтерді, технологиялар мен ұйымдастырушылық инновациялық процестерді енгізуді ұйымдастыру, ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің сапасын басқару, инновациялық жобаларды басқару және инновацияларды коммерцияландыру, ұлттық инновациялық жүйені үйлестіру, саланың инновациялық қызметін бақылау, инновациялық идеяларды генерациялау және R&D&I іс-шараларын ұйымдастыру. Туристік саладағы R&D&I экономикаға зор үлес қосады, тіпті бір елдің ішінде де облыстар бұл көрсеткіш бойынша айтарлықтай ерекшеленеді. Біріншіден, ол осы саладағы инновациялық қызметтің динамикалық және статистикалық, сандық әрі сапалық көрсеткіштерімен сипатталады. Екіншіден, инновациялық әлеуетті пайдалану және инновациялық инфрақұрылымның даму деңгейімен сипатталады.

*H2. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару туристік салада инновациялық ортаның қалыптасуына оң әсер етеді.* Туристік саланың инновациялық дамуы және оны басқару көптеген элементтерден тұратын инновациялық ортада жүзеге асырылады, ол экономикалық, ұйымдастырушылық, әлеуметтік және институционалдық орталарды біріктіретін біртұтас жүйе болып табылады. Инновациялық ортаға экономикалық дағдарыстардың салдары, нарық және ондағы ұсыныстар мен сұраныстар, үкімет пен оның салық және заңнамалық талаптары, өзге ұйымдар алдында міндеттемелері бар серіктестер, үнемі өзгеріп отыратын технологиялар, туристік өнімдер мен қызметтердің сапасына қойылатын талаптар, бәсекелестердің қызметтері жатады. Туристік сала субъектілерінің тиімді қызметін қамтамасыз ететін инновациялық ортаны қалыптастыру және дамыту үшін инновацияларды жүзеге асырудың ішкі және сыртқы жағдайларын дамыту қажет. Инновацияларды енгізудің негізгі шарты – инновациялық қызметпен айналысатын субъектілердің инновациялық әлеуетінің болуы, оған интеллектуалдық ресурстар, материалдық, қаржылық, адами, ғылыми, ақпараттық, инфрақұрылымдық және институционалдық ресурстарды жатқызуға болады.

*H3. Инновациялық орта туристік саладағы R&D&I-ды нығайтуға оң әсер етеді.* Біріншіден,инновациялық орта сала субъектілерінің инновацияларды құруға және енгізуіне, инновациялық процестерді жүзеге асыруына мүмкіндік береді. Екіншіден, инновациялық орта − инновациялық процестің барлық негізгі қатысушыларының мүдделерін біріктіретін тізбек, интеллектуалды және ғылымды қажет ететін өнімдер нарығы, инновациялық бизнесті венчурлық қаржыландыру саласы, технологияларды трансферттеу және коммерцияландыру саласы, жаңа білім генерациялау орталығы. Туристік саладағы R&D&I-ды нығайтудағы инновациялық ортаныдамытудың негізгі бағыттары келесідей: ғылым, технология, өндіріс, бизнес және мемлекет арасындағы өзара байланысты нығайту, тәжірибе және білім алмасу үшін экономиканың әр түрлі салаларынан мықты мамандарды тарту. Инновациялық ортаның функциясы − инновациялық өнімдерді немесе қызметтерді құру, тарату және пайдалану үшін инновациялық процестің субъектілері мен қатысушыларының тиімді ынтымақтастығын қамтамасыз ету болып табылады.

*Н4. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару мен туристік саладағы R&D&I-ды нығайту арасындағы байланыс инновациялық саясат және стратегия арқылы жүзеге асады.*Инновациялық саясатты әзірлеу және оны қолданысқа енгізу – туристік саладағы инновациялық қызметті жүзеге асыру мен R&D&I-ға инвестициялау үшін мықты іргетас болып табылады. Инновациялық саясаттың болмауы − зерттеу сапасының төмендігі, қымбат бизнес орта, зерттеу нәтижелерін тестілеуге арналған инфрақұрылымның жоқтығы, инновацияны жеткіліксіз қаржыландыру сияқты бірқатар проблемаларға әкелуі мүмкін. Қазақстан Республикасының 2050 жылға дейінгі даму стратегиясындағы жеті ұзақ мерзімді басымдықтардың бірі ретінде инновациялық зерттеулерді дамытудың жаңа саясатына ерекше назар аударылған. Туристік саладағы инновациялық саясат инновациялық қызметті үздіксіз жүзеге асыруға қолайлы болатындай етіп қалыптастырылуы тиіс.Сондай-ақ, инновациялардың дамуы мен жүзеге асырылуының ең тиімді жолы – ұзақ мерзімді болжауға негізделген инновациялық стратегия көмегімен анықталады. Инновациялық стратегияның негізгі элементтеріне жаһандық бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ететін инновацияларды құру; стратегиялық бейінді инвесторларды тарту, стратегиялық серіктестермен кері байланыс орнату жатады [162-163].

*H5. Инновациялық стратегия мен инновациялық саясат туристік саланың бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер етеді*

*H5.1 Инновациялық стратегия туристік саланың бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер етеді.*Туристік саланың инновациялық дамуы туристік бағыттардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге бағытталған инновациялық стратегия арқылы жүзеге асырылады. Инновациялық стратегия сұраныстың маусымдық параметрлерін, яғни, қызметтердің бағыттары мен түрлері бойынша қызығушылықтардың өзгеру динамикасын анықтауға және болжауға, туристік бағыт пен турөнімді таңдау кезінде ынталандыруды мұқият зерделеуге көмектеседі. Инновациялық стратегия динамикалық, икемді және тез жаңартылатын болуы керек, өйткені кез келген ұзақ мерзімді стратегия кәсіпорынға, жалпы салаға зиян келтіруі мүмкін. Инновациялық стратегияның нәтижесі – ұлттық туристік өнімнің халықаралық бәсекеге қабілеттілігі болып табылады [163, с. 79-80].

*H5.2 Инновациялық саясат туристік саланың бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер етеді.*Туристік саланы дамытудың ойластырылған инновациялық саясатын әзірлеу туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда басты рөл атқарады. Сондықтан саланың инновациялық дамуы мен оның қолайлы инновациялық ортасын қалыптастыру үшін ең алдымен, мақсатты түрде туристік саланы дамытуға бағдарланған инновациялық саясат қажет және бұл ретте оның нақты тиімділігіне баса назар аудару керек. Инновациялық саясатта инновациялық экожүйенің орны ерекше, себебі, ол тұтастай алғанда экономика салаларының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға негіз болады, сондай-ақ, дамыған және аз дамыған аймақтар арасындағы алшақтықты азайту құралы ретінде қарастырылады [164-165].

*H6. Туристік саладағы R&D&I-ды нығайту туристік саланың бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер етеді.* Туристік саладағы R&D&I-ды нығайту саладағы орын алып жатқан өзгерістерге бейімделіп қана қоймай, жаңа технологияларды қолдану есебінен туристер ағымын ұлғайтуға, қоршаған ортаның мүмкіндіктерін пайдалана отырып, инновациялық турөнімдер, қызметтер мен процестердің пайда болуына едәуір ықпал етеді және туристік саланың қаржы-экономикалық тұрақтылығының маңызды шарты болып табылады. Алайда, туристік сала субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру мен дамыту проблемаларының бірі – туристік саладағы R&D&I-дыңтөмен деңгейде болуымен сипатталады. Сонымен қатар, бұл процеске билік органдарының, туристік қызметті басқару органдарының және әр түрлі қоғамдық ұйымдардың шешімдері әсер етеді [18, с. 40; 23, р. 20; 67, с. 114].

Туристік саланың инновациялық дамуы бойынша зерттеудің тұжырымдамалық моделін сынақтан өткізу мақсатында туристік саладағы сарапшылар арасында екінші сауалнама жүргізілді (41-кесте).

Кесте 41 − Респонденттер саны

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Респонденттерге жіберілді | Респонденттерден жауап алынды | Жауап берген респонденттердің % |
| 329 | 175 | 53% |

175 респонденттің 37,7%-ы ерлер, 62,3%-ы әйелдер, жас құрылымы бойынша респонденттер 18-24 (47,4%), 25-34 (16,6%), 35-44 (21,1%), 45-54 (9,7%), 55+ (5,1%) жас шамасында болды. Респонденттердің 62,3%-ы жоғары білімді, 29,7%-ы жоғары оқу орнынан кейінгі білімі бар, 4%-ы орта-арнайы және 4%-ы орта білімді, 45,7% респонденттің табысы- 224 000 ₸ аз, 40% -~₸ 225 000-449 000,12,6% –~₸450 000-899 000 және1,7% -900 000 ₸ және одан жоғары. Бұл ретте респонденттердің 21,7%-ы ҚР Туризм индустриясы комитетінің, «Қазақтуризм» ҰК АҚ,«Convention Bureau», «Туристік Қамқор» КҚ, «Атамекен» ҰКП және 45,7%-ы туроператорлар мен туристік агенттіктер, 12,6%-ы-қонақ үйлер мен санаторийлер, 15,4%-ы университет өкілдері, респонденттердің ең аз бөлігі туристік саладағы ассоциацияларға тиесілі-4,6%. Сауалнама нәтижелерін [https://drive.google.com/drive/folders/ 1lw7NPR0pxCyHHaYlYlWgAQ3E4Pzk\_DC6?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/%201lw7NPR0pxCyHHaYlYlWgAQ3E4Pzk_DC6?usp=sharing) сілтемесі бойынша көруге болады.

Модельді сынауда әр құрылымның өлшенген элементтерінің тұрақтылығы мен сәйкестігін бағалау үшін сенімділік талдауы маңызды болып табылады. Элементті жою туралы шешім қабылдауда қолданылатын басты критерийге Альфа-Кронбах коэффициенті жатады. Жалпы, 0,30-дан төмен түзетілген корреляция элементтері алынып тасталды. Сенімділік талдауы альфа-Кронбах коэффициенттерін есептеу арқылы екі кезеңде жүргізілді (42-кесте).

Кесте 42 − Кронбах Альфа коэффициенті

|  |  |
| --- | --- |
| Айнымалылар | Альфа Кронбах коэффициенті |
| Туристік саланың инновациялық дамуын басқару | 0.89 |
| Туристік саладағы R&D&I-ды нығайту | 0.75 |
| Инновациялық орта | 0.80 |
| Инновациялық саясат | 0.81 |
| Инновациялық стратегия | 0.77 |
| Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігі | 0.83 |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | |

Жоғарыда келтірілген 42-кестеде Nunnally және Bernstein ұсыныстарына сәйкес Кронбахтың альфа коэффициенттері 0,70-тен асты. Сондай-ақ, CFI, SRMR и RMSEA коэффициенттері есепке алынды (43-кесте).

Кесте 43 – Модельдің сенімділігі мен нәтижелері үшін коэффициенттер шегінің өлшемдері

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Модельдің сенімділік коэффициенттері | Қысқарту | Қолайлы шек | Модель нәтижесі |
| Сәйкестіктің салыстырмалы индексі | CFI | ≥ .95 | 0.936 |
| Такер-Льюис Индексі | TLI | ≥ .95 | 0.926 |
| Орташа квадраттық жуықтау қатесі | RMSEA | < .06 - .08 | 0.06 |
| Стандартталған орташа квадраттық қалдық | SRMR | ≤ .08 | 0.121 |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | |

43-кестедегі модельдің нәтижесі коэффициенттер қажетті шектен асып кеткенін көрсетті және бұл Андерсон мен Гербинг теориясына сәйкес модельдің дұрыстығын растайды. Гипотезаларды тексеру үшін айнымалылардың дисперсиясы (R2), жол ауытқуының коэффициенті (β), олардың маңыздылық деңгейлері (t-мәні) өлшенді. Мұндағы жол ауытқуының коэффициенті (β) – айнымалылар арасындағы қатынасты көрсетеді, коэффициент жоғары болса, байланыс та жоғары болады, (R2) белгілі бір тәуелді айнымалы үшін тәуелсіз айнымалылармен түсіндірілетін вариация шамасын көрсетеді, t-мәні таңдамалы деректердің өзгеруіне қатысты айырмашылықтың өлшемін өлшейді (44-кесте).

Кесте 44 − Гипотезаларды тестілеу нәтижелері

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | β0 | Коэффициент β | Стандартты ауытқу | t-статистика\* | P -коэффициент | Нәтиже |
| Н1 | 2.245 | 0.790 | 0.375 | 5.444 | 0.000 | Расталды |
| Н2 | 2.245 | 0.790 | 0.375 | 5.444 | 0.000 | Расталды |
| H3 | 2.581 | 0.906 | 0.239 | 5.937 | 0.000 | Расталды |
| Н4 | 2.297 | 0.680 | 0.061 | 6.239 | 0.000 | Расталды |
| Н5.1 | 2.325 | 0.692 | 0.374 | 5.465 | 0.000 | Расталды |
| Н5.2 | 2.423 | 0.851 | 0.191 | 6.561 | 0.000 | Расталды |
| Н6 | 2.480 | 0.857 | 0.601 | 6.069 | 0.000 | Расталды |
| Ескерту − Бағдарлама көмегімен құрастырылған | | | | | | |

44-кестеден көрініп тұрғандай, 6 гипотеза расталып, зерттеудің тұжырымдамалық моделінің эксперименттік тестілеу нәтижелері 26-суретте көрсетілген.

Н1

β = 0.790

Инновациялық орта

Н2

β =0.659

Н3

β =0.906

Н 5.1

β =0.692

Н 5.2

β =0.851

Н6

β =0.857

Н4

β = 0.680

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару

Туризмдегі R&D&I-ды нығайту

Инновациялық стратегия

Инновациялық саясат

Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігі

Сурет 28 − Туристік саланың инновациялық дамуы бойынша зерттеудің тұжырымдамалық моделін эксперименттік тестілеу

Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [18, с. 58; 23, р. 38; 67, с. 114; 119, p.15; 120, p.53; 121, p. 84; 163, с. 79; 164, с. 182; 165, с. 54,]

Осылайша, зерттеу моделінің нәтижелеріне сүйене отырып, келесі тұжырымдар жасалды: біріншіден, қазіргі уақытта Астана қаласы мен Ақмола облысында туристік сала инновациялық бағытта дамымаған. Сондықтан, туристік саладағы инновациялық жобалардың санын көбейту және осы процеске туристік сала субъектілерін тікелей тарту қажет. Инновациялық жобаларды жүзеге асыру үшін қаржыландыру, инфрақұрылым және білім мен ақпаратты қамтитын 3 негізгі шарт қажет (45-кесте).

Кесте 45 − Туристік саладағы инновациялық жобаларды әзірлеуді қолдау

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ақпарат, білім | Қаржыландыру | Инфрақұрылым |
| Интернет портал, конкурстар, жариялау | Венчурлік қаржыландыру | Технопарктердегі бизнес-инкубациялау |
| Басқару  технологияларын енгізу | Жобалық қаржыландыру | Коммерцияландыру орталықтары |
| Талдамалық орталығы | Инновациялық гранттар | Туристік инновациялық орталықтар, лабораториялар, бөлімшелер |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [95-117] | | |

45-кестеде туристік саладағы инновациялық жоба бойынша «білім» бөлігіндегі жұмыс талдау орталығының, интернет-порталдың, конкурстардың жұмыс істеуін, қажет болған жағдайда басқару технологияларын енгізуді, жобаны жария етуді қамтиды; «қаржыландыру» бөлігі венчурлік, жобалық қаржыландыруды, технологиялық сараптаманы қажет етеді; бұл ретте инновациялық жобаны жүзеге асыру үшін маңызды рөл «инфрақұрылымға» беріледі, яғни оған коммерцияландыру орталықтары мен технопарктердегі бизнес-инкубациялау, туристік инновациялық орталықтар, лабораториялар, бөлімшелер жатады.

Екіншіден, туристік саладағы инновациялық менеджментте туристік сала субъектілерінің инновациялық қызметін қамтамасыз ете алатын инновациялық ортаны қалыптастыру өте маңызды, ол интеллектуалдық және материалдық активтерді практикалық қызметке трансформациялаудың, қарқынды өнімділік пен көрсетілетін қызметтердің жаңа құнын жасау және бәсекеге қабілеттілікті арттыру іргетасы болып табылады.

Үшіншіден, саланың тартымдылық деңгейі мен субъектілердің инновациялық белсенділігін қамтамасыз ететін инновациялық инфрақұрылымның болуы шарт. Бүгінде туристік сала субъектілерінің табысы ұсынылатын қызметтің немесе туристік өнімнің инновациялық тартымдылығына тікелей байланысты, ол үшін a) туристік саладағы инновациялар тұтынушылардың қажеттілігін анықтап, қанағаттандыруы тиіс; ә) туристік саланың инновациялық дамуын басқару өңірлік инфрақұрылым мен ерекшеліктерін ескере отырып жүзеге асырылуы қажет; б) туристік сала субъектілерінің инновациялық белсенділігін қалыптастыру және дамыту шаралары негізделуі керек; в) инновациялық жобалар бір жағынан, туристік саланы тұрақты дамыту талаптарына сай келіп, екінші жағынан, туристер үшін қауіпсіздік пен қоршаған ортаны сақтай отырып жүзеге асырылуы тиіс.

Төртіншіден, Қазақстандағы инновациялық менеджмент мәдениеті эксперименттер мен қателіктерді ынталандырмайды және мемлекеттік сектор стартаптардың мүмкіндіктеріне сенімсіздікпен қарайды. Оған қоса, туристік саладағы стартаптардың ұлттық компаниялармен, туристік нарық өкілдерімен, мемлекеттік мекемелермен кездесіп, өз шешімдерін ұсынатын алаң қарастырылмаған. Мемлекеттік компаниялар стартаптармен, инновациялық орталықтармен тікелей байланыста жұмыс жасайтын «Chief Innovation Officer» лауазымын енгізсе бірқатар көрсеткіштер жақсаратын еді.

Туристік саланың инновациялық дамуын басқаруда оның 3 деңгейін бөліп қарастыруға болады (29-сурет).

Иннова- циялық кәсіпкер- лік

Бұл деңгейде кәсіпкерлік қызметтің бағыттарын инновация лық бағытқа ауыстыру жүзеге асырылады, инновациялық қызметті басқару стратегиясы қалыптасады, инновация- ларды басқару саясаты әзірленеді және инновациялық өнімдер мен жобаларды, сондай-ақ жаңа технологияларды құру және енгізу бойынша жоспарлау жүргізіледі.

Әр түрлі иннова-цияларды әзірлеу мен енгізу бойынша ұйымдасты- рушылық басқару

Мұнда инновацияларды құруға және енгізуге, трансфертке ықпал ететін мамандандырылған бағыттар мен бөлімшелер қалыптасады, инновациялық қызметтің бизнес-процестері бақыланады, R&D&I ұйымдастырылады, инновациялық жобаларды жүзеге асыруға қажетті алгоритмдер мен ресурстар анықталады.

Иннова-циялық жобалар -ды практи- калық жүзеге асыру

Практикада: инновациялық мүмкіндіктерді, қабілетті және кадрлық ресурстарды айқындау; инновациялардың мәрте бесі мен оларды коммерцияландыру перспективалары, сондай-ақ тұтынушылар үшін қолжетімділік бағаланады; инновациялық инфрақұрылым элементтерімен өзара іс-әрекетті ұйымдастыру; патенттік, ақпараттық және R&D&I-ды қолдау; кәсіпорынның инновациялық қызметін қалыптастыру және ұйымдастыру; стартаптарды, перспек тивалы инновациялық жобаларды сүйемелдеу; ұйымның инновациялық портфелін қалыптастыру; зияткерлік капиталды басқару сияқты шаралар жүзеге асырылады.

Сурет 29 – Туристік саланың инновациялық дамуының 3 кезеңі

Ескерту – Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [71, р. 736]

Жоғарыдағы 29-суретке сәйкес, туристік сала кәсіпорындарының инновациялық дамуы оларды тиімді әзірлеуге және пайдалануға бағдарлануы тиіс, яғни, бұл зияткерлік және материалдық активтердің барлық түрлерін ұйымның практикалық қызметіне айналдыруды, неғұрлым қарқынды өнімділік пен жоғары тиімділікке қол жеткізуді, өнімнің (қызметтің) жаңа құнын құру мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруды қажет етеді. Жүйелі талдау тұрғысынан туристік сала субъектілерінің инновациялық дамуы 4 параметрмен айқындалады:

1. Ұйымның инновациялық бейімділігі.
2. Ресурстық қамтамасыз етілуі.
3. Нормативтік-құқықтық және заңнамалық актілердің болуы.
4. Инновациялық қызметтің нәтижелілігі.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласында жоғарыда аталған инновациялық даму параметрлерінің ешқайсысы қамтылмаған. Төмендегі 46-кестеде туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың механизмдерін ұсынамыз.

Кесте 46 – Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың механизмдері

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Әдістер | Тікелей әсер ету | Жанама әсер ету |
| 1 | 2 | 3 |
| *Экономикалық* | * бюджеттік қаржыландыру; * субсидиялар; * пайызсыз несиелер; * мемлекеттік тапсырыспен қамтамасыз ету | * жеңілдікпен салық салу және несие беру; * туристік салада инновациялық қызметпен айналысатын кадрларды даярлауды және қайта даярлауды қаржылық қамтамасыз ету; * туристік салада инновациялық қызметпен айналысатын қызметкерлерді мүліктік қолдау; * тәуекелдерді сақтандыру |
| *Ұйымдастыру-шылық* | * инновациялық қызметке қатысушылар арасындағы өзара іс-қимылды қамтама- сыз ететін маманданды- рылған құрылымдар құру | * инновациялық әзірлемелер мен жаңа жобалардың көрме-тұсаукесерлерін ұйымдастыру; * өңірдің туристік салада инновация- лық қызметті дамыту мәселелері бойын- ша конференциялар мен семинарлар өткізу |
| *Жоспарлы, құқықтық, әкімшілік* | * инновациялық жобаларды жүзеге асыру, сараптау, мони-торингілеу процесін әзірлеу; * туристік салаға бейімдел- ген инновациялық саясатты қалыптастыру; * туристік салада иннова- циялық стратегия әзірлеу; * - туристік салада иннова циялық қызметті дамытудың стратегиялық жоспарын құру | * нормативтік-құқықтық базаны жетіл- діру туристік саланың инновациялық дамуын басқару үшін қолайлы құқықтық өріс қалыптастыру мақсатында |
| *Ақпараттық, әлеуметтік* | * туристік саладағы инно- вациялық қызметтің дамуы на жүйелі талдау және болжам жасау; * - моральдық көтермелеу | * консалтингтік қызметтер көрсету жүйесін қалыптастыру; * инновациялық жобалардың деректер базасын қалыптастыру |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [166] | | | |

46-кестеден көрініп тұрғандай, басқару субъектілері туристік саланың инновациялық дамуына тікелей және жанама әсер ете алады. Тікелей әсер ететін әдістер мен құралдар жиынтығына мыналар кіреді:

* туристік саладағы инновациялық қызметті қаржылық қолдауға бағытталған экономикалық әдістер мен құралдар;
* инновациялық қызметке қатысушылар арасындағы өзара іс-қимылды және инновациялық қызметті жүзеге асыратын туристік сала кәсіпорындарына (қаржылық, кадрлық, өндірістік және ақпараттық) кешенді қолдау көрсететін мамандандырылған құрылымдарды қалыптастыруға бағытталған ұйымдастыру әдістері мен құралдары;
* туристік саладағы инновациялық қызметті дамыту үшін қолайлы институционалдық орта құруға бағытталған жоспарлы, құқықтық және әкімшілік әдістер мен құралдар;
* туристік кәсіпорындарды қажетті ақпаратпен қамтамасыз етуге және олардың қызметкерлерінің инновациялық қызметін ынталандыратын мотивациялық шешімдерді қалыптастыруға байланысты ақпараттық және әлеуметтік әдістер мен құралдар;

Жанама әсер ету әдістері мен құралдарын пайдалану туристік сала кәсіпорындарының инновациялық қызметін жүзеге асыруы үшін қажетті алғышарттарды жасауға және осы негізде олардың өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған. Құралдарды әр жағдайларда пайдалану олардың тиімділігіне әсер етеді. Мысалы, инновациялық қызметтің бастапқы кезеңінде (іргелі, іздестіру және қолданбалы зерттеулер жүргізу) тікелей әсер етудің экономикалық, әкімшілік, нормативтік-құқықтық әдістері мен құралдарын қолдану орынды болып табылады. Алайда, инновациялық қызметтің келесі сатыларында (ғылыми-эксперименттік және игеру сатысында) тікелей әсер ету әдістері жеткілікті түрде тиімді болмауы мүмкін, бұл жанама әсер ету құралдарын пайдаланудың басымдылығын негіздейді. Бұл туристік саладағы инновациялық қызметтің әр кезеңдегі мақсаттарын, міндеттерін, басқару әдістері мен құралдарын ескеру қажеттілігін тудырады. Осыған байланысты инновацияларды құру және енгізу процесінің әрбір кезеңі үшін туристік саладағы инновациялық қызметті жандандыруға ықпал ететін басқарушылық ықпал етудің мақсаттары мен міндеттері негізделді (47-кесте).

Кесте 47 – Туристік саланың инновациялық дамуын басқару механизмінің мақсаттары мен міндеттері

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Инновациялық цикл кезеңі | Мақсаты | Міндеттері |
| Ғылыми-теориялық | Жаңа идеялар мен техноло- гиялық әзірлемелерді генера- циялау үшін жағдайлар жасау | 1. Ғылым мен білімге инвестиция салу. 2. Инновациялық қызметпен айналы- сатын кәсіпорындардың білім деңгейін арттыру |
| Ғылыми-эксперименттік | Перспективалық идеялар мен әзірлемелерді қолдау | 1. Инноваторларды ресурстық қолдау. 2. Инновацияларды ілгерілетуді ынталандыру |
| Игеру кезеңі | Инновацияларды енгізу және тарату үшін қолайлы жағдайлар қалыптастыру | 1. Инновациялық белсенділікті ынта- ландыру. 2. Инновациялық жобаларды жаңғыр- туға жәрдемдесу. |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [166, с.99] | | |

*Бірінші кезең* жаңа идеялар мен технологиялық әзірлемелерді тудыруға жағдай жасау арқылы іргелі, ізденіс және қолданбалы зерттеулер жүргізумен байланысты. Бұл кезеңде туристік саланың инновациялық дамуын басқаруда негізгі рөл мемлекеттік органдарға жүктеледі, олар негізінен тікелей әсер ету әдістері мен құралдарын (экономикалық, әкімшілік, реттеуші) пайдаланады. *Екінші эксперименттік кезеңде* басқару субъектілері ретінде мемлекеттік билік органдарынан басқа әр түрлі ұйымдар әрекет етеді, сол арқылы қолданылатын әдістер мен құралдар шеңбері кеңейеді. *Үшінші кезеңде* ғылыми-техникалық әзірлемелердің нәтижелерін ұлғайту мақсатында ұйымдастырушылық-техникалық және өндірістік-технологиялық жағдайлар жасау қажет. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың тікелей әдістері мен құралдарынан басқа бұл кезеңде инновацияларды енгізу және тарату үшін қолайлы жағдайлар қалыптастыруға, инновациялық белсенділікті ынталандыруға және өндірістерді жаңғыртуға жәрдемдесуге бағытталған жанама әдістер пайдаланылады.

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару үшін жүйелі көзқарас инновациялық қызмет субъектілері мен объектілерінің алуан түрлілігін, олардың өзара іс-қимылының ерекшеліктерін, сондай-ақ инновацияларды құру және енгізу процесіне осы ұйымдардың тартылу дәрежесін ескеретін басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмін жетілдіруді қажет етеді. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмінің сызбасы 30-суретте көрсетілген.

30-суретке сәйкес, туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмі келесі элементтерден тұрады: субъект (инновациялық процесс қатысушысы); мақсаттар (механизмнің әрекет етуінен күтілетін нәтижелер); форма (әдістемелік қамтамасыз етуді ұйымдастырушылық-құқықтық ресімдеу); әдістер (мақсатқа жету процестерінің құралдары, әдістері және технологиялары); құралдар (мақсатқа жету үшін пайдаланылатын ресурс түрлерінің жиынтығы); объектілер (шаруашылық субъектілері).

Ұсынылып отырған механизмнің басты *мақсаты −* туристік саладағы инновациялық қызметті жандандыру және турөнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру. Ұсынылған басқару механизмін мемлекеттік және аймақтық стратегияларға, бағдарламаларға, инновациялық қызмет саласындағы нормативтік-құқықтық актілерге сүйене отырып, мемлекеттік органдар жасайды және жүзеге асырады. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмінің құрылымында *төрт негізгі бағыт* ұсынылады: Бірінші, туристік саладағы инновациялық қызметті *қаржылық қамтамасыз ету.* Ол инновациялық қызметке инвестициялануы мүмкін қаржы ресурстарын, оларды жұмылдырудың шарттары мен алғышарттарын зерттеуді, сондай-ақ оларды пайдаланудың ықтимал бағыттарын талдауды қамтиды. Екінші, туристік салада инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті *кадрлық әлеуетті* қолдауға және дамытуға бағытталған кадрлық қамтамасыз ету. Үшінші, туристік саладағы инновациялардың диффузиясы үшін қолайлы орта құруға бағытталған *өндірістік қамтамасыз ету.* Төртінші, басқару субъектілері мен объектілеріне туристік саладағы инновациялық қызметке негізделген және уақтылы басқарушылық ықпал етуді жүзеге асыру үшін өзекті және сенімді ақпарат беруге тиіс *ақпараттық қамтамасыз ету.*

Инновациялық саладағы заңнама, инновациялық саясат

*Туристік саланың инновациялық дамуын басқару субъектілері*

Ішкі, сыртқы ортаның

факторлары

Ресурстар

Функциялар, қағидалар

Мақсаты, міндеттері

Қаржылық қамтамасыз ету

Кадрлық қамтамасыз ету

Өндірістік қамтамасыз ету

Ақпараттық қамтамасыз ету

*Формалар*

*Әдістер*

*Құралдар*

Мақсатты мемлекеттік бағдарламалар

Мақсатты аймақтық бағдарламалар

Туристік саладағы инновациялық қызметті дамытудың стратегиясы, бағдарламасы және жол картасы

тікелей

жанама

Экономикалық

Әкімшілік

Ұйымдастырушылық

Жоспарлы

Құқықтық

Ақпараттық

Әлеуметтік

Салықтық жеңілдіктер

Туристік инновациялық орталықтар

Ішкі орта факторлары

Сыртқы орта факторлары

*Басқару нысаны (туристік саладағы кәсіпорындар)*

*Туризм саласының инновациялық дамуын белсендіру, турөнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру*

Инновациялық стратегия

Тікелей байланыс

Кері байланыс

Сурет 30 − Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмі

Ескерту – Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған [12, с. 61; 15, с. 24; 17, с. 103; 19, р. 466; 20, р. 2; 21, с. 65; 22, с.14; 65, с. 33; 66, с. 59; 70, р. 779; 71, р. 736; 72, р. 158; 73, р. 195; 166]

Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың *негізгі әдістері мен құралдары* ретінде тікелей (бюджеттік қаржыландыру; субсидиялар; пайызсыз несиелер; мемлекеттік тапсырыстармен қамтамасыз ету) және жанама (жеңілдікпен салық салу және несиелеу, инноваторларды мүліктік қолдау; кадрларды даярлау мен қайта даярлауды қаржылық қамтамасыз ету; тәуекелдерді сақтандыру) экономикалық әдістерін қолданған орынды. Сонымен қатар, ұйымдастырушылық (инновациялық қызмет қатысушылары арасындағы өзара әрекетті қамтамасыз ететін мамандандырылған құрылымдарды құру), жоспарлы (туристік салада инновациялық қызметті дамытудың стратегияларын, бағдарламаларын және жол карталарын әзірлеу), құқықтық (нормативтік-құқықтық базаны жетілдіру), әкімшілік (инновациялық жобаларды енгізу процесін әзірлеу, сараптама, мониторинг) және ақпараттық (консалтингтік қызметтерді көрсету жүйесін қалыптастыру; инновациялық жобалардың деректер қорын қалыптастыру) әдістері маңызды рөл атқарады. Бұл туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұсынылған әдістері мен құралдарының ерекшелігі келесідей:

* туристік саланың инновациялық дамуын басқару механизмін қалыптастыру қажеттілігі осы саладағы проблемалардың кең спектрімен, сондай-ақ субъектілердің алуан түрлілігімен және басқару объектісінің күрделілігімен сипатталады;
* бұл механизм инновациялық қызметке туристік кәсіпорындарды тарту дәрежесін есепке алуға мүмкіндік беретіндігімен ерекшеленеді;
* қарастырылып отырған механизмде инновацияларды құру және енгізу процесін қаржылық, кадрлық, өндірістік және ақпараттық қамтамасыз етуге бағытталған әдістер мен құралдардың ескерілуі;
* мақсаттылық, тиімділік, әріптестік, мүдделер теңгерімі, жүйелілік, үйлесімдік, басымдық, ұтымдылық, бейімділік және кері байланыс сияқты негіз қалаушы қағидаттардың ескерілуі.

Ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмнің қызметі *басқару құралдарына* байланысты келесідей мәселеге назар аудару керек: туристік саладағы инновациялық қызметті дамытуға кедергі келтіретін анықталған проблемаларды, басқару субъектілерінің алуан түрлілігін, олардың арасындағы өзара қарым-қатынастар мен өзара іс-қимылдың ерекшелігін, мүдделер теңгерімі мен кері байланысты қамтамасыз ету қажеттілігін ескере отырып, осы саладағы инновациялық кешенді қолдауға бағытталған басым құралдардың бірі – туристік саланы инновациялық дамыту орталығын немесе бөлімшесін құру болып табылады. Ол, біріншіден, туристік саладағы инновациялық қызметпен айналысатын кәсіпорындарға қолдау көрсетуге, екіншіден, инновациялық қызметтің барлық қатысушыларының өзара іс-қимылын қамтамасыз етуге, үшіншіден, туристік кәсіпорындардың инновациялық қызметке қатысу дәрежесін белсендіруде маңызды рөл атқаратын болады. Сонымен, туристік саланың инновациялық дамуын басқару процесінде мемлекетке басты рөл беріледі, ол білім беру саласын, іргелі және қолданбалы ғылымды қолдауға бағытталған нысандарды, әдістер мен құралдарды құра отырып, инновациялық процеске қатысушыларды қаржылық, кадрлық, материалдық-техникалық ресурстармен қамтамасыз етеді, туристік саланың инновациядағы нормативтік-құқықтық шеңберін, осы сектордағы инновациялық қызметтің дамуына кедергі келтіретін немесе ықпал ететін орта қалыптастырады. Біз осы тұжырымдардың негізінде Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың моделін құрастырдық (31-сурет).

Бұл модельге сәйкес жүйені талдау оның «шығуынан» басталады, яғни, ол өнім, қызмет, немесе инновация болуы мүмкін. «Шығудың» негізгі талабы – сыртқы және ішкі нарықта туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету және осы арқылы кәсіпорындардың табыстылығына қол жеткізу, оның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің негізгі шарты − стратегиялық маркетингтік зерттеулердің жоғары сапасы болып табылады [166].

Жүйенің «кірісіне» инновациялық саясат пен инновациялық стратегияны қамтитын құқықтық қамтамасыз етуді, инновациялық орта мен инновациялық әлеуетті, инновацияға бейімділікті, қаржыландыру мен ақпараттық ресурстарды, кадрларды жатқызамыз. Басқару органдарының міндеті − маркетингтік зерттеулер жүргізу және бәсекеге қабілетті жеткізушілерді таңдау арқылы бәсекеге қабілетті «кіруді» қамтамасыз ету болып табылады. Егер «кіру» бәсекеге қабілетсіз болса, онда жүйе «шығудың» бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ете алмайды.

Менеджмент жүйесінің «кері байланыс» компоненттеріне турөнім мен қызметке, инновациялық қызмет нәтижесі мен оның жаңа жетістіктеріне, инновацияларға және басқа факторларға байланысты туындаған талаптар, туристердің немесе туристік нарық қатысушыларының шағымдары жатады. Бұл жердегі басты мәселе − кері байланыс орната білу.

Жүйенің сыртқы ортасының компоненттеріне туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігіне, тиімділігі мен тұрақтылығына тікелей немесе жанама әсер ететін макро орта, инфрақұрылым және микро орта жатады. Макро орта халықаралық, саяси, экономикалық, әлеуметтік-демографиялық, құқықтық, экологиялық, климаттық, ғылыми-техникалық, мәдени факторлармен сипатталады және олар туристік кәсіпорындардың жұмысына тікелей немесе жанама әсер етуі мүмкін. Негізінде, елдің туристік саладағы бәсекеге қабілеттілігі неғұрлым жоғары болса, бәсекеге қабілетті туристік кәсіпорындар саны да соғұрлым жоғары болады. Өңірдің мезосферасы (инфрақұрылымы) оның мынадай салаларының жүйесімен сипатталады: өңірдің нарықтық инфрақұрылымы; қоршаған табиғи ортаның мониторингі; денсаулық сақтау; мәдениет; сауда; қоғамдық тамақтану; көлік және байланыс; өнеркәсіп; қала маңындағы ауыл шаруашылығы және т.б.

Кадрлар

Кері байланыс

кіру

Инновациялық орта

Инновациялық әлеует

### Инновацияға бейімділікті қалыптастыру

шығу

Инновациялық жобалар портфелін қалыптастыру

Туристік ағынның ұлғаюы

Туризмдегі инфрақұрылымның жақсаруы

Ақпараттық ресурстар: Visit Astana, Visit Aqmola, Burabay Damu, Tourstat.kz, Ұлттық статистика бюросы

Инновациялық жобаны жүзеге асыру: жаңашылдық өндіру, инновация енгізу

Инновациялық жобаны жүзеге асыруға ұйымдастырушылық-технологиялық дайындық

Қаржыландыру, венчурлық қаржыландыру: *АО «QazTech Ventures»*

*Басқарылатын ішкі жүйе*

Құқықтық қамтамасыз ету: инновациялық саясат, инновациялық стратегия

Персоналды басқару

Басқарушылық шешімдерді әзірлеу

Инновациялық жобаларды жоспарлау, ұйымдастыру, әзірлеу, бақылау, үйлестіру

R&D&I

менеджмент жүйесін әзірлеу

*Қамтамасыз ететін ішкі жүйе*

*Басқарудың ішкі жүйесі*

Сыртқы орта

*Туризм индустриясының комитеті*

Стратегиялық маркетинг

*«Kazakh Tourism»*

*Туристік нарық қатысушылары: туроператорлар, турагенттіктер, мейрамханалар, қонақ үйлер, көлік компаниялары*

*ЖОО*

Туризмдегі R&D&I: инновациялық орталықтар, бөлімшелер, инновациялық инфрақұрылым

Инновациялық жобалар бойынша

R&D&I

*Мақсатты ішкі жүйе*

Сурет 29 – Астана қаласы мен Ақмола облысы туристік саласының инновациялық дамуын басқару моделі

Ескерту − Әдебиет негізінде автормен құрастырылған [5, с. 31]

Жүйенің микроортасының факторларына мыналарды жатқызамыз: туристік сала кәсіпорындарының өнімі бойынша бәсекелестері; байланыс аудиториялары. Жүйенің «енгізу» және «шығару» бойынша бәсекелестік неғұрлым жоғары болса, туристік кіәсіпорындардың турөнімдері мен қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігі соғұрлым жоғары болады. Демек, «шығу», «кіру», кері байланыс және сыртқы орта туристік кәсіпорындардың ортасына жатады.

Жүйенің ішкі ортасына инновациялық менеджменттің жүйесін құрайтын мақсатты ішкі жүйені, басқарудың ішкі жүйесі мен басқарылатын ішкі жүйені, қамтамасыз ететін ішкі жүйе кіреді.

Инновациялық менеджмент жүйесінің *мақсатты ішкі жүйесі* үш компоненттен тұрады: инновациялық жобалар портфелін қалыптастыру, туристік ағынның ұлғаюы, туристік саладағы инфрақұрылымның жақсаруы. Жаңашылдық портфелі ғылымды қажет ететін әзірлемелермен, өнертабыстармен, патенттермен, тиімді ноу-хаумен және басқа да радикалды жаңашылдықтармен толтырылуы керек. Жаңашылдықтар, бір жағынан, сатып алынуы да мүмкін немесе өз әзірлемесі де болуы мүмкін, екінші жағынан, өз қорында жинақталып, өндіріске енгізілуі (яғни инновацияға айналады) немесе сатылуы мүмкін, туристер ағынының ұлғаюы туристік нарықтағы табыстың ұлғаюына себеп болса, туристік инфрақұрылымның жақсаруы саланың экономикалық қызмет көрсеткіштерін айтарлықтай жоғарылатады. Мақсатты ішкі жүйенің параметрлерінің негізділігі туристік кәсіпорындардың одан әрі жұмысының тиімділігін анықтайды.

Мақсатты ішкі жүйенің қалыптасуынан кейін *қамтамасыз ететін ішкі жүйенің* параметрлері анықталады, яғни ол мақсатты ішкі жүйенің мәселелерін шешуге қажетті ресурстардың болуымен сипатталады, бұл ретте инновациялық ортаның маңыздылығы зор, себебі ол, инновациялық қызметтің жүзеге асырылуын қамтамасыз ететін экономикалық, ұйымдастырушылық және институционалдық ортаны біріктіретін біртұтас жүйе іспеттес. Сонымен қатар, инновациялық әлеуеттің даму деңгейі, оның ішінде. туристік саладағы инновацияның өңірлік инфрақұрылымын қалыптастыру мен инновациялық саясатты, стратегияны жүзеге асыру дәрежесі, сондай-ақ инновацияны қаржыландыру мен инвестициялау көлемі ерекше мәнге ие. Жүйенің бәсекеге қабілетті «шығуына» қол жеткізу үшін оның «кіруінің» бәсекеге қабілетті болуы қажет. Демек, техниканың, технологияның және процестерді ұйымдастырудың кез келген деңгейінде бәсекеге қабілетсіз «кіру» компоненттерінің негізінде бәсекеге қабілетті өнім шығару мүмкін емес.

Инновациялық менеджмент жүйесінің *басқарылатын ішкі жүйесі* келесідей компоненттерден тұрады: стратегиялық маркетинг, инновациялық жобалар бойынша R&D&I, инновациялық жобаларды жүзеге асыру бойынша ұйымдастырушылық-технологиялық дайындық, инновациялық жобаларды жүзеге асыру: жаңашылдық өндіру, инновация енгізу. Инновациялық жоба − инвестицияларды көздейтiн, шектелген уақыт мерзiмi iшiнде iске асырылатын және аяқталған сипаты бар инновацияларды енгiзуге бағытталған iс-шаралар кешенi. Жаңашылдық − кез-келген қызмет саласындағы іргелі, қолданбалы зерттеулердің, әзірлемелер мен эксперименттік жұмыстардың нәтижесі. Инновация − зияткерлiк меншiктiң объектiсi болып табылатын, енгiзiлуi өндiрiстiң әр түрлi салаларына және қоғамды басқаруға экономикалық тиiмдi және/немесе әлеуметтiк, экологиялық маңызды болып табылатын ғылыми, ғылыми-техникалық қызметтiң нәтижесi болып табылады.

*Басқарудың ішкі жүйесі* өте маңызды рөл атқарады, өйткені бұл ішкі жүйе басқару жүйесінде болып жатқан барлық жағдайлар үшін жауап береді. Оның басты компоненттеріне персоналды басқару, басқару шешімдерін әзірлеу, инновациялық жобаларды жоспарлау, ұйымдастыру, әзірлеу, бақылау, үйлестіру, R&D&I менеджмент жүйесін әзірлеу жатады. Бұл компоненттер инновациялық басқару жүйесінің барлық басқа ішкі жүйелерінің сапасын анықтайды.

Бұл модельді жүзеге асыру арқылы туристік сала дамудың жаңа деңгейіне шыға алады және инновациялық қызметті жүзеге асыруға, инновациялық белсенділікті арттыруға мүмкіндік алады, нәтижесінде тартылған инвестиция көлемі мен инновациялық өнім көлемі, инновациялық жобалардың саны ұлғайып, туристік өнімдер мен қызметтерге сұраныс артады, көрсетілетін қызметтердің сапасы үшін туристік сала субъектілері арасындағы бәсекелестік күшейеді, облыстың туристік қызметтен түсетін кірісі артады.

Құрастырылған модельге сәйкес, *туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың негізгі мақсаты* – үздіксіз даму мен экономикалық тиімділіктің өсуі, оған инновациялық өнімдер мен жобалар, бизнес-процестерді дамытудың инновациялық технологиялары, нарық үлесін арттыру және туристік қызметтерді тұтынушылардың адалдығын арттыру, бәсекеге қабілеттіліктің талап етілетін деңгейі мен туристік саланың тұрақты дамуын қолдауға бағытталған жаңа идеялар мен білімдерді қалыптастыру және пайдалану арқылы қол жеткізуге болады. Осы мақсаттардан туындайтын *міндеттер* туристік сала субъектілерінің жұмыс істеу тиімділігін қамтамасыз ету және бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жағдай жасау болып табылады және келесі пунктерді қамтиды:

* туристік саланың инновациялық дамуының бағдарламалары мен жоспарларын қалыптастыру, оларды қаржылық, материалдық және кадрлық ресурстармен қамтамасыз ету үшін бағдарламаларды негіздеу;
* жаңа өнімдерді (қызметтерді)жасау және әзірлеу бойынша жобаларды талдау және бағалау;
* туристік сала субъектілерінің құрылымдық бөлімшелерінің инновацияларға қатысты қызметін үйлестіру және инновациялық қызметті қарқындатудың бірыңғай инновациялық саясатын жүзеге асыру;
* маркетингтік қызметтің, инновацияларды әзірлеу мен оларды коммерцияландыру процестерінің мониторингін ұйымдастыру.

Туристік саланың инновациялық дамуын басқару келесідей негізгі *функцияларды* қамтиды:

* инновациялық белсенділікті талдау және туристік сала субъектілерінің инновациялық стратегиясы мен саясатының мақсаттарын қалыптастыру;
* инновациялық белсенділікті арттыратын іс-шараларды жоспарлау және ұйымдастыру;
* ұйымның инновациялық әлеуеті мен инновациялық қызметінің даму деңгейін анықтау;
* инновациялық идеяларды генерациялау және R&D&I іс-шараларын қарқындату;
* инновациялық өнімдер мен жобаларды, технологияларды және ұйымдастырушылық инновациялық процестерді енгізуді ұйымдастыру;
* ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің сапасын басқару;
* инновациялық жобаларды басқару және инновацияларды коммерцияландыру;
* ұлттық инновациялық жүйемен, инновациялық қызметті инфрақұрылымдық қамтамасыз ету ұйымдарымен үйлестіру және нетворкинг;
* ұйымның инновациялық қызметінің мониторингі және бақылау;
* туристік қызметке тартылған мемлекеттік инвестициялар көлемін талдау;
* туристік қызметтердің инновациялық тартымдылығын бағалау.

Қорытындылай келе, біріншіден, туристік саланың инновациялық дамуының басқару жүйесі мен басқарылатын жүйе арасындағы ынтымақтастығы ресми түрде ғана емес, нақты басқару шешімдерін қабылдауға, инновациялық қызметті жүзеге асыруға мүмкіндік беретін жағдайлар жасауға бағытталукы тиіс. Екіншіден, инновациялық процеске қатысушылардың қарым-қатынастарын реттейтін туристік саланы инновациялық дамытудың нормативтік-құқықтық базасын құру қажет, сондай-ақ туристік саладағы R&D&I-ды мемлекеттік қолдау жүйесін ұйымдастыру маңызды. Үшіншіден, шетелдік тәжірибе мысалында туристік салада инновацияларды шоғырландырудың жеке орталығын құру өзекті мәселе болып табылады.

**3.2 Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласының инновациялық дамуын басқарудың моделі**

Инновациялық туристік жобаларды әзірлеу мен инновациялық туристік ресурстарды құру және дамыту, стандартты емес бизнес-процестерді енгізу туристік нарық қатысушылары мен мемлекеттік органдардың қолдауын қажет етеді. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару, біріншіден, инновациялық процеске белсенді қатысатын кәсіпорындар санын ұлғайту есебінен оның қаржылық көрсеткіштерін жоғарылатуды, екіншіден, институционалдық құрылымды реформалауды, үшіншіден, шетелдік тәжірибе негізінде инновациялық орталықтарды құруды көздейді. Мұндай инновациялық орталықтар инновациялық жобаларды жүзеге асыруға, туристік саладағы технологиялардың халықаралық трансфертін күшейтуге, саланың мүдделі тапраптарымен байланыс орната отырып, өзара тиімді тәжірибе алмасуға мүмкіндік береді. Бұл шаралар туристік саладағы инновациялық ортаны қалыптастыру мен инновациялық мәдениетті дамытуға, инновациялық қызметтің тиімділігін бағалауға және саладағы R&D&I-ды жаңа деңгейге көтеруге жағдай жасайды.

Туристік саладағы стратегиялық көшбасшылықты R&D&I-ды дамыту мен инновациялық менеджменттің құралдарын қолдана отырып, инновациялық процесті үздіксіз жетілдіру есебінен қамтамасыз етуге болады. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың шетелдік тәжірибесін зерделей отырып, біз «Arman Tour» ұлттық туроператорлық компаниясында «Tourism Innovation Center» атты туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін құруды ұсынамыз. «Tourism Innovation Center» құру келесідей алғышарттарға негізделген:

1. Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың шетелдік тәжірибесін пайдалану.
2. Туристік саладағы процестерді жақсартуға ықпал ететін ғылым мен техниканың жетістіктері.
3. Жаһандық және ұлттық экономикадағы жағдайлар: жаңа технологиялық парадигмалар, төртінші өнеркәсіптік революцияның сын-қатерлері, инновацияларды дамыту және экономиканы цифрландыру процестері, қазіргі заманғы қоғамның қажеттіліктері

Біз ұсынған «Tourism Innovation Center» туристік саладағы инновациялық процестерді дамыту үшін оңтайлы шешім болып табылады, себебі, Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытудың ресурстық, консультациялық және технологиялық негізін шоғырландырады. Туристік саланы дамытудың салааралық үйлестірудің тиімді тетігі бола отырып, жергілікті биліктің қолдауы арқылы шағын және орта кәсіпорындарға инновацияларды әзірлеу мен енгізу процесін жеңілдетуге бағытталады. Инновациялық жобаларды әзірлеу кезінде қатысушыларға бірыңғай коворкингті пайдалану, инвестициялар тартуға жәрдемдесу, білім базасына қол жеткізу, сарапшылардан кеңес алу және инновациялық жобаларын БАҚ-та ілгерілету сияқты бірқатар маңызды қызметтер қолжетімді болуы мүмкін.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің *мақсаты:* туристік салада үздіксіз жаңа туристік өнімдерді (қызметтерді) құру; қолданыстағы туристік өнімдерді (қызметтерді) жетілдіру; инновациялық орталықтармен бірлесе отырып, әр түрлі инновация түрлерін әзірлеу және енгізу. Оның негізгі *міндеттері* келесідей: туристік сала субъектілерінің инновациялық белсенділігін дамыту бойынша шаралар ұйымдастыру; туристік саладағы инновациялық жобалармен жұмыс; инновациялық қызметті қарқындату бойынша компания деңгейінде бірыңғай инновациялық саясатты жүзеге асыру; туристік саладағы инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін жағдайлар жасау.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің *қағидалары:*

* жүйелілік – инновациялық даму ішкі және сыртқы факторларға сәйкес тұтас туристік жүйеге әсер ете отырып, жүйелі түрде іске асырылады;
* қауіпсіздік – туристік саладағы инновациялар қоршаған ортаны сақтауға, көрсетілетін қызметтердің қауіпсіздік деңгейін сақтауға және жақсартуға бағытталуы керек.
* өзектілігі – инновациялар туристер мен туристік сала субъектілерінің қажеттіліктеріне сәйкес құрылады және қоғамның жалпы даму деңгейіне сәйкес келеді;
* ғылыми сипат – инновациялардың дамуы ғылыми білімдер мен әдістерге негізделеді.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің *функциялары:*

* ынталандырушы функция-инновациялық процеске қатысушыларды материалдық ынталандыру арқылы зияткерлік капиталдың даму серпіні күшейеді.
* түрлендіруші функция – яғни, инновация теорияны практикамен байланыстырады, кең диффузия жағдайында сәтті инновациялар туристік саланың даму бағытын өзгерте алады;
* репродуктивті функция – инновация экономикалық өсудің көзі болып табылады;
* әлеуметтік функция – нарықты жаңа туристік өнімдер және қызметтермен қанықтыруға ықпал ететін экономикалық процестердің үздіксіздігін білдіреді.
* аналитикалық және консалтингтік қолдау – туристік нарықты шолу, оның дамуын талдау және болжау, туристік өнімді жылжытудың әр түрлі аспектілері бойынша ұсыныстар қалыптастыру, жаңа технологиялар мен өнімдерге қол жетімділікті қамтамасыз ету − мамандандырылған ақпараттық мәліметтер базасының болуы.

Бұдан өзге оның функциялары келесідей: инновациялық идеяларды жинау және алдын ала талдау, R&D&I процесін ұйымдастыру, инновациялық өнімдер мен шешімдердің әлеуетті тұтынушыларын, тапсырыс берушілерін іздеу, бөлімшенің инновациялық мүмкіндіктерін талдау, ерте сатыдағы жобаларды инкубациялау, инновациялық жобалар портфелін басқару, инновацияларды коммерцияландырудың жаңа технологиялық процестері мен тетіктерін енгізу, инновациялық жобаларды жүзеге асырудың тиімділігін бағалау.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің қызметкерлері IT менеджерлер және маркетологтармен, туристік саладағы сарапшылармен тығыз қарым-қатынас орнатады, оны құрудың артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырайық (48-кесте).

Кесте 48 − «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін құрудың артықшылықтары мен кемшіліктері

|  |  |
| --- | --- |
| Артықшылықтары | Кемшіліктері |
| * туристік сала субъектілерінің табысын арттыру; * R&D&I жетістіктерін туристік салаға енгізу; * ғылым және білім беру ұйымдарымен, инновациялық орталықтармен, хабтармен R&D&I жүзеге асыру бойынша ынтымақтастық пен нетворкинг; * тәжірибе, ақпарат және технологиялармен алмасу; * инфрақұрылым объектілерін бірлесіп пайдалану; * туризмнің жаңа бағыттарын дамыту үшін ғылым, білім, бизнес, мемлекет және қоғамдық ұйымдардың күш-жігерін біріктіру; * туристік саладағы мемлекеттік-жекешелік әріптестік жобаларын ұлғайту;   туристік саладағы инновациялық жобаларға инвестициялар тарту мүмкіндігі. | * қызметке сұраныстың болмау тәуекелдері; * тиімсіз, рентабельді емес жобалармен бірігу тәуекелі; * туристік сала субъектілерінің бірлескен іс-қимылдарын келісу бойынша күрделі үдерістер (бюрократия); * инновацияларды енгізудің жоғары құны мен күрделілігі; * туристік сала субъектілері басшылығының инновацияларға бейімділігінің жоғары болмауы және қызметкерлердің инновацияларды енгізуге қарсылығы; * туристік саладағы инновациялық қызметті стратегиялық жоспарлау тәжірибесінің болмауы; * туристік саладағы өңірлік және ұлттық инновациялық инфрақұрылымның дамымауы; * инновациялық қызметтің түпкі нәтижесіне жүктелген жауапкершіліктің дұрыс бөлінбеуі;   ішкі корпоративтік құпиялардың таралып кету қаупі. |
| Ескерту – Автормен құрастырылған | |

Жоғарыдағы 48-кесте талдауына сәйкес аталған бөлімшені құру және оның тиімді жұмыс істеуі үшін оның өзі әсер ете алмайтын сыртқы факторлар мен қауіп-қатерлерді ескеру маңызды және кемшіліктерді уақтылы, кезең-кезеңмен жоя отырып, артықшылықтарды күшейту қажет. «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің стартаптарға арналған негізгі құндылық ұсынысы − бұл оны сәтті масштабтау үшін қажет үлкен тұтынушылық базасының болуы, себебі, ол «Арман Тур» ұлттық туроператорлық компаниясының бөлімшесі болғандықтан, осы компанияның тұтынушылар мен серіктестер базасын қолдануға мүмкіндігі бар. Процестерді жақсарту немесе жаңа өнімдерді шығару идеялары мен ұсыныстар тұтынушылардан, серіктестерден, қызметкерлерден, стартаптардан түсуі мүмкін. Егер ұсыныс жеткілікті түрде пысықталған және бірқатар стратегиялық міндеттерге жауап берсе, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі идея сатысындағы жобалар үшін гипотезаларды дұрыс қалыптастыруға және олардың өміршеңдігін анықтауға көмектеседі, MVP және одан жоғары сатыдағы жобаларға қаржылық, сараптамалық, инфрақұрылымдық қолдау көрcете отырып, оны сынау мен масштабтауға көмектеседі.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінде стартаптармен жұмыс істеу «fast track» бағдарламасы негізінде жүзеге асырылуы тиіс. Аталған бөлімше инновациялар мен инновациялық жобаларды, стартаптарды жүзеге асыруда бюрократиялық шектеулерді болдырмауға тырысады және туристік саладағы инновациялық қызметтің ерекшелігін түсінетін барлық негізгі бөлімшелердің (заңгерлер, қаржыгерлер, IT, тәуекелдер) мамандар тізбегімен пысықтайды.

«Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің корпоративтік мәдениеті мен табыс факторы келесі критерийлерге негізделуі тиіс:

* «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің сайтында кез келген тұлға туристік саланы дамыту бойынша өз ұсыныстарын бере алады;
* жаңа технологиялар мен өнімдерді, бизнес-модельдер мен стартаптарды күнделікті бақылау;
* идеялар мен гипотезаларды үздіксіз тестілеу;
* қателіктерге жоғары төзімділік (толеранттылық);
* инновация көзі ретінде әлемдегі ең үздік бенчмарктерге бағдар;
* бір-бірін толықтыратын шешімдер табу;
* нарық қажеттілігін есепке алу;
* құндылық ұсынысын дұрыс қалыптастыру;
* жоба барысында бизнес-тапсырушының белсенді қатысуы және команданың қолдауы.

Осы нәтижелерді негізге ала отырып, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің моделін қарастырайық (32-сурет).

Өндіріс үдерісін жетілдіру (қызметтерді автоматтандыру, бизнес-процесті оңтайландыру, топтық турларға сұранысты жылдам өңдеу)

*«Kazakh Tourism» ҰК АҚ*

*«Astana Convention Bureau»*

*Туроператорлар, турагенттер, қонақ үйлер, мейрамханалар, көлік компаниялары, визит орталықтар*

*Жоғары оқу орындары*

*«Атамекен» ҰКП*

*«Astana Invest»*

*«Astana Hub» » IT-стартаптардың халықаралық технопаркі*

*«ДАМУ» КДҚ*

Іріктелген инновациялық идеяларды жүзеге асыру

*«Арман-Тур» ұлттық туроператорлық компаниясы жанындағы «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі*

Инновациялық үдеріске қатысушыларды консалтингтік қолдау, әсіресе, инновациялық жобалардың барлық кезеңдерінде (MCI, MVP, PMF, Scale ) қолдау көрсету, стартап конкурстар,

практикалық бағдарланған курстар өткізу

Идеяларды іріктеу

Инновацияларды коммерцияландыру

MCI – идеяның пайда болу сатысы, құнды ұсынысты қалыптастыру

MVP (минималды өміршең өнім – инновациялық өнімді жүзеге асыру кезеңі, алғашқы тұтынушыларды қанағаттандыру үшін минималды, бірақ жеткілікті функциялары бар өнім шығару, тұтунушылармен кері байланыс орнату

PMF - нарық қажеттілігін қанағаттандыратын және тұтынушы үшін құндылығы бар инновациялық өнімнің сатыла бастауы

Scale – инновациялық жобаны масштабтау кезеңі

Питчинг, скрининг, диагностика

Инновациялық идеялардың экономикалық тиімділігін бағалау

Тәуекелдің алдын алу шараларын қарастыру

инвестициялар тарту бойынша «Invest Day», қаржыландыру бойынша «Seed money» сияқты іс-шаралар ұйымдастыру, нетворкинг қалыптастыру

Коворкинг кеңістігін ұсыну

Воркшоптар, шеберлік сабақтар, трекшн кездесулер өткізу

PR қолдау

Инновациялық үдерісті басқару

***«STAGE A Lab»***

Туризмдегі инновациялық белсенділікті арттыруды басқару

*«STAGE B* ***Lab»***

Туризм обсерваториясы

Аналитикалық орталық

Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету және туризмдегі инновациялық қызметті ынталандыру

кастомизация және жасанды интеллект арқылы туристерді эмоционалды бақылау, саяхаттың барлық кезеңдеріндегі туристердің мінез-құлқын, туристердің саяхаттан алған әсерлерімен шабыттану кезеңіне талдау жасау

Цифрлық туризмді бағалау (цифрлық арналар арқылы алынған табыс)

технологиялық қосымшалардың көмегімен туристер ағынын бақылау

Big Data көмегімен ақылы негізде тапсырыс бойынша талдау жүргізу

Инновациялық жобалар мен стартаптар трекингін іске қосу

Сурет 32 – «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің моделі

Ескерту – Автормен құрастырылған

Бұл 32-суретте берілген ұсынысқа сәйкес, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің қатысушылар құрамы келесідей:

1. Туристік саланың дамуын бақылайтын және үйлестіретін жергілікті атқарушы органдар, туризм индустриясының комитеті, «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясы, «Astana Convention Bureau», сондай-ақ, визит-орталықтар мен осы саладағы қауымдастықтар.

2. Туристік саладағы қосымша құнды қалыптастырудың бүкіл тізбегін құрайтын ірі, орта және шағын кәсіпорындар, оларға орналастыру орындары, мейрамханалар мен тамақтандыру кәсіпорындары, көлік компаниялары, турагенттіктер, туроператорлар кіреді.

3. Ғылым және білім беру мекемелері − жоғары оқу орындары және басқа да ұйымдық құрылымдар жатады, «Astana Hub» IT-стартаптардың халықаралық технопаркі.

4.Қаржы-кредит ұйымдары − акционерлік банктер, венчурлік капитал, ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерді мемлекеттік қаржыландыру институттары, «Astana Invest», «QazTech Ventures» АҚ, «Qaz Angels» сияқты венчурлық компаниялар, бизнес-періштелер жатады.

4. Цифрлық туризмді дамытуда үлесі зор аутсорсингтегі мамандар, оларға IT-мамандар, бейнемейкерлер, SMM менеджерлер жатады.

*Туристік саладағы инновациялық жобаларды жасау және жүзеге асыру бойынша бірлескен жұмыс* инновациялық жобаларға инвестициялар тартуды, инвесторлар мен сарапшылар тартуды, туризм мен IT, маркетинг саласындағы креативті мамандарды іріктеуді, отандық және шетелдік туристік инновациялық орталықтармен нетворкинг орнатуды, технологияларды трансферттеу және коммерцияландыруды, туристік саладағы трансұлттық компаниялар мен IBM, Google сияқты компанияларды тарта отырып, R&D&I зертханаларында IOT (интернет-заттар), Smart City (Ақылды қалалар), Big Data (үлкен деректер), VR/AR (виртуалды және толықтырылған шындық технологиялары), Blockchain сияқты бағыттарда отандық туристік инновациялық жобалардың санын ұлғайтып, сапасын жақсартуды қамтиды [167]. Осындай сипаттағы ауқымды жұмыстарды атқару 3 бағытта жүзеге асырылады:

*«Stage A Lab»-та* идеялар туындап, келесі кезеңге іріктеледі және ол инновациялық үдерісті басқаруды қамтиды, оның ішінде: коворкинг space-ті ұсыну, туристік саладағы стартап мәдениетті қалыптастыру, технологиялық тәжірибе беретін іс-шараларды (стартап-конкурстар, стартап-уикендтер, хакатондар, акселерациялық бағдарламалар мен стартап жобалар) өткізу және олардың базасын жүргізу, инновациялық үдеріске қатысушыларға инновациялық жобалардың барлық кезеңдерінде қолдау көрсету және т.б. Олар идеяларды іріктеу, питчинг, скрининг, диагностика, инновациялық идеялардың экономикалық тиімділігін бағалау, тәуекелдің алдын алу шараларын қарастыру сияқты сатыларды қамтиды.

*«STAGE B Lab»-та* іріктелген инновациялық идеялар мен инновациялық өнімдер жүзеге асырылады, сонымен қатар, бұл кезең туристік саладағы инновациялық белсенділікті арттыру мақсатында инновациялық жобалар мен стартаптар трекингін іске қосуды, инвестициялар тарту бойынша «Invest Day», қаржыландыру бойынша «Seed money» сияқты іс-шаралар ұйымдастыруды, нетворкинг қалыптастыру және тұтынушылармен кері байланыс орнатуды, инновацияларды коммерцияландыруды, нарық қажеттілігін қанағаттандыратын және тұтынушы үшін құндылығы бар инновациялық өнімнің сатыла бастауын, инновациялық жобаны масштабтау кезеңін қамтиды.

Аналитикалық орталық туризм обсерваториясы іспеттес, оның қызметі − цифрлық туризмді бағалау, яғни, цифрлық арналар арқылы алынған табысты анықтау, кастомизация және жасанды интеллект арқылы туристерді эмоционалды бақылау, саяхаттың барлық кезеңдеріндегі туристердің мінез-құлқын, саяхаттан алған әсерлерімен шабыттану кезеңіне талдау жасау және сол арқылы әлеуетті туристерді тарту, технологиялық қосымшалардың көмегімен туристер ағынын бақылау, Big Data көмегімен ақылы негізде тапсырыс бойынша талдау жүргізу, өндіріс үдерісін жетілдіру, бизнес-процесті оңтайландыру, топтық турларға сұранысты жылдам өңдеу болып табылады.

«Tourism Innovation Center»-дің жұмыс істеуі қаржыландыру және мемлекеттік қолдауға қатысты шараларды жүзеге асыруды қажет етеді. Қаржыландыру көзін таңдау инновациялық жобаның ауқымына және оны жүзеге асырудың тәуекел деңгейіне байланысты, оған барлық мүдделі тараптардың қаражаттары тартылады. Бастапқы уақытта, инновациялық жобаға қызығушылық танытқан туристік саламен байланысты қызмет атқаратын 5 ірі компания әрқайсысы 15 000 000 теңгеден 75 000 000 теңгеге дейін қаражат салуы мүмкін, егер жобаға шамамен 46 000 000 теңге шығын кететін болса, жалпы табыс 29 000 000 теңгені құрайды. Басқа инновациялық жобаны жүзеге асыруға мемлекеттік, ұлттық кәсіпорындарды тартуға болады. Егер «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі 25 шағын кәсіпорынды тартып, олардың әрқайсысы 2 500 000 теңгеден аударса, 62 500 000 теңге қаражат жиналады, шамамен оның 47 500 000 теңгесі жобаға кеткен шығындарды жапқан жағдайда, 15 000 000 теңге жалпы табыс өндіріледі.

Егер, бір жобаға 10 серіктестердің әрқайсысы 7 500 000 теңгеден жинаса, 75 000 000 теңге қаражат тартылып, оның жуықтап алғанда 43 000 000-ы жобаға жұмсалады, 32 000 000 теңге жалпы табыс ретінде инновациялық бөлімшеде қалады. Бұл жоспар орындалған жағдайда бір жылда «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі 45 кәсіпорынды тарта отырып, барлығы 227 500 000 теңге көлемінде қаражат тартады, оның 147 200 000 теңгесі инновациялық жобаларды жүзеге асыруға кететін шығындар болса, 80 300 000 жалпы табыс өндіруі мүмкін, одан жылына 16 800 000 теңгедей шығын қызметкерлердің айлығына жұмсалады. «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі орналасқан кеңсені жалға алуға жылына 3 600 000 теңге кетеді деп жоспарланған. Одан бөлек 2 400 000 теңге көлемінде өзге де шығындар қарастырылған, бұл шығындар 22 800 000 теңгені құрайды, жалпы барлық шығындарды алып тастағанда «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің бір жылдағы инновациялық жобалардан түскен пайдасы шамамен 57 500 000 теңгені құрайды. Алынған сомаға болжам жасау жүргізілді, ол инновациялық жобаларды енгізу есебінен мүліктік кешеннің нарықтық құнының өсуі келесідей (3) формула бойынша анықталды [168]:

ДС = Пт • (П1 - П) (3)

мұнда ДС - инновациялық іс-шараны игергеннен кейін кәсіпорынның нарықтық құнын арттыру

Пт - бағаланатын кәсіпорынның ағымдағы пайдасы;

П1 – инновациялық жобаны жүзеге асырғаннан кейін кәсіпорын алатын пайда;

П - кәсіпорын инновациялық жобаны игергенге дейін алатын пайда.

Төмендегі 33-суретте «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің 2023-2033 жылдар аралығында инновациялық жобаларды жүзеге асырудан түсетін пайдасына болжам жасалынған.



Сурет 33 – «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінің 2023-2033 жылдар аралығындағы таза пайдасының болжамы

Ескерту – Автормен құрастырылған

Жоғарыдағы диаграммадағы болжамға сәйкес «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінде 2023-2033 жылдар аралығында инновациялық жобалардан түсетін пайданың көрсеткіші жыл сайын 25 %-ға өсім көрсетеді. Бастапқы бірінші жылдағы таза пайдасы 57 500 000 теңгені құраса, келесі жылы 71 875 000 теңге, құрылғаннан кейінгі 5 жылдың ішінде 175 476 074-ға жуық, 10 жылдан кейін 535 510 479 теңгедей пайда табатын болады. Туристік саладағы инновациялық қызметті жүзеге асыруға қолдау көрсету мақсатында «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін мемлекеттік қолдау ретінде корпоративтік табыс салығы мен қосылған құн салығынан босату сияқты салық жеңілдіктерін қарастырған жөн. Мысалы, «Astana Hub» технопаркінде инновациялық қызметпен айналысатын тұлғаларға осындай салық жеңілдіктері енгізілген.

Астана қаласы мен Ақмола облысының технологиялық дамуы туристік салада маңызды рөл атқаратындықтан, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесінде, мысалы, туристік маршрут басталған уақыттан бастап, аяқталғанға дейін өз бетімен саяхаттаушы туристерді саяхат барысында сүйемелдейтін мобильді қосымша әзірлеуге болады (34-сурет).

«кіру»

«шығу»

Туристік маршруттарды танымал ету

Астана қаласы және Ақмола облысы бойынша туристік маршруттарды әзірлеу, қолданыстағы туристік маршруттарды қолдану

Маршрутты цифрландыру, қосымшаға енгізу, туристерді сүйемелдеу жөніндегі навигатор

Қосымшада QR арқылы туристерге жеңілдіктер беруге турмаршрут компанияларымен шарттық қатынастар

*«TIC» мобильді қосымшасын әзірлеу*

Туристік ағымның ұлғаюы

Туристердің нақты санын есепке алу

Туристерден туристік қызметтерді ұсыну және туристік инфрақұрылым проблемалары бойынша кері байланыс алу

Сурет 34 − Туристерді мобильді сүйемелдеу бойынша қосымшаның тұжырымдамасы

Ескерту − Автормен құрастырылған

Бұл мобильді қосымша әлеуетті келушілердің туристік ұсыныстар туралы хабардарлығын арттыруға, қызметтерді автоматтандыруға, бизнес-процесті оңтайландыруға, топтық турларға сұранысты жылдам өңдеуге мүмкіндік береді. Мысалы, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі туроператорлармен, мейрамханалармен, туристік объектілермен**, қалааралық тасымалдау және көлікті жалға алу сияқты брондау мүмкіндігі бар көлік компанияларымен** ынтымақтаса отырып, Астана қаласы және Ақмола облысы бойынша барлық қолжетімді турмаршруттарды қамтиды. Оның басты *мақсаты:* турмашруттардың барлығын цифрландырып, табыс әкелу болып табылады, негізгі *міндеттері:* туристік маршруттарды дамыту, туристік ағынды ұлғайту, инфрақұрылымды дамыту, туристердің келу динамикасын бақылау. Бұл қосымша көмегімен келесідей *мәселелерді шешуге* болады:

* туристік дестинациялар нарығының ашықтығын қамтамасыз ету, себебі туристік қызметті ұсынушылар CRM автоматтандырылған басқару жүйесіндегі жека кабинет арқылы тұтынушылар базасын жүргізіп, қызмет көрсету мерзімдерін қадағалайды;
* дестинацияларда көрсетілетін қызметтердің сапасын бақылау;
* көрсетілетін қызметтер бойынша ақпаратты уақтылы жаңарту және қызмет берушілердің сұраныстарын уақтылы өңдеу;
* қызмет жеткізушілер бірыңғай платформада қызметтерін ұсына алады.

Мобильді қосымшада ұсынылатын қызметтердің сапасын қамтамасыз ету үшін оларды тіркеу және сату шарттары оңай әрі түсінікті болуы тиіс. Қосымшаның контент сапасына, өзектілігіне, ақпараттың және сатып алу қызметтеріне уақтылы қол жеткізу мен сенімділік деген сияқты критерийлерге ерекше назар аударылуы тиіс. Осы жоба сәтті жүзеге асырылған жағдайда салынған қаражат жарнама есебінен өтеледі және болашақта сандық әрі сапалық нәтижелерді жақсарта отырып, DMO үшін таптырмас табыс көзі болады (49-кесте).

Кесте 49 − Мобильді қосымша ұсынатын сандық және сапалық көрсеткіштер

|  |  |
| --- | --- |
| *Сандық көрсеткіштер* | *Сапалық көрсеткіштер* |
| - дестинацияға келген туристер санын арттыру;  - жұмыс істеп тұрған кәсіпорындар мен ұйымдар қызметінің көлемін ұлғайту;  - жаңа кәсіпорындар құру;  - өңірдің резидент кәсіпорындары санының өсуі;  - жалпы және туристік саладағы сыртқы инвестициялар көлемін арттыру;  - интерактивті маркетинг құралдары арқылы туристік қызметтер санын арттыру;  - жалпы көші-қон ағынының, оның ішінде еңбекке қабілетті жастағы адамдардың көбеюі;  - өңірден халықтың, оның ішінде жастардың кетуін қысқарту;  - қоғамдық іс-шаралар санын көбейту (көрмелер, жәрмеңкелер, кәсіби мерекелер, мәдени және спорттық іс-шаралар);  - ынтымақтастық және кооперация туралы аймақ- аралық шарттардың санын ұлғайту және басқа да параметрлер. | * елде және шет елдерде туристік дестинацияның танымалдылығының өсуі; * дестинация имиджін қалыптастыру және жақсарту; * өңірдің ресурстары туралы хабардарлықтың өсуі; * ықтимал туристердің адалдығының артуы және басқа параметрлер. * өңірге қайта келген адамдардың үлесін ұлғайту; * туристермен кері байланыс орнату; * сапасыз туристік қызметтер туралы шағымдар санын қысқарту; * өңір тұрғындары мен қонақтарының дестинациясын сипаттау кезінде жағымды эмоциялар санының артуы; * дестинацияны тастап кетуге ниет білдірген тұрғындар үлесінің азаюы. |
| Ескерту − Автормен құрастырылған. | |

Туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ерекшеліктері оның тәуекелділігімен тікелей байланысты. Себебі, инновацияларды құрудың және инновациялық жобаларды жүзеге асырудың кез келген кезеңінде мерзімнен ауытқу, ресурстардың шамадан тыс жұмсалуы, жоспарланған мақсаттарға қол жеткізе алмау, түпкілікті көздеген нәтижелерді алмау, инновациялық процестің тоқтап қалу ықтималдығы сияқты күтпеген күрделі мәселелер туындауы мүмкін. Ғылыми зерттеулерді коммерцияландыру, технологиялар, инновациялық өнімдер мен олардың негізінде көрсетілетін қызметтер сияқты жаңа инновациялық жобаларды әзірлеу инновациялық қызметті басқарудың тиімділігіне тікелей байланысты. 50-кестеде Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқару жөніндегі негізгі ұсыныстар келтірілген. Бұл ұсыныстар туристік салада инновациялық қызметпен айналысатын кез келген кәсіпорындар үшін қолданбалы сипатқа ие

Кесте 50 − Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқару жөніндегі негізгі ұсыныстар

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Инновациялық менеджменттің функциялары | Бағалау факторлары | Ұсыныстар |
| *Туристік саладағы инновациялық қызметті жоспарлау* | Инновациялық қызмет тиімділігінің негізгі көрсеткіштеріне қол жеткізу (KPI) | Инновациялық қызмет тиімділігінің негізгі көрсеткіштерін енгізу:  - ресурстық қамтамасыз ету;  - жаңа өнімдер/процестер, жобалар саны;  - ұйымдық құрылым және корпоративтік мәдениет;  - идеялар мен білімді басқару жүйесін бағалау;  - жобалау қызметінің тиімділігі;  -жаңа өнім/процестерді нарыққа шығару уақыты. |
| *Туристік саладағы инновациялық қызметті ұйымдастыру* | Бірлескен инновациялық жобалар, зияткерлік әлеуетті арттыру | инфрақұрылым құру (инновацияларға жүйелік, жобалық, интеграциялық тәсілдерді қолдану, білімді басқару процестерін енгізу); |
| *Туристік саладағы инновациялық қызмет саласындағы қызметкерлердің еңбегін ынталандыру* | Өндірістің жалпы көлеміндегі инновациялық өнімнің үлесін ұлғайту | - грейд жүйесін пайдалану;  - сыйлықақы берудің корпоративтік жүйесін құру;  -қызметкерлерді үздіксіз оқыту бағдарламаларын әзірлеу және енгізу;  - коммуникациялық алаңдарды құру;  - білімді басқарудың корпоративтік жүйесін дамыту. |
| *Туристік саладағы инновациялық қызметті бақылау* | Инновациялық іс-шаралардың нәтижелілігі | - бенчмаркинг негізінде инновациялық дамуды басқарудың үздік тәжірибелері туралы базаны қалыптастыру;  - жол карталары жүйесін қолдана отырып, бұрын жоспарланған көрсеткіштерден ауытқуларды бақылау және басқару. |
| Ескерту - Автормен құрастырылған | | |

*Инновациялық қызметті жоспарлау* — R&D&I басымдықтарын анықтау, инновациялық қызметті ұйымдастыру, инновациялық жобаларды коммерцияландыру, нәтижелерді есепке алу мен талдауға дейінгі инновациялық процестің барлық кезеңдерін қамтуы тиіс*.* Қолданбалы деңгейде инновацияларды құру және енгізу мақсатында туристік өнім логистикасына қатысы бар барлық субъектілерді инновациялық процеске тарту қажет, оларға Туризм индустриясы комитетінің, «Қазақтуризм» ҰҚ АҚ, «Convention Bureau» қызметкерлері, студенттер, магистранттар, докторанттар, университеттердің профессорлық-оқытушылық құрамы, туроператорлар мен турагенттіктер, қонақ үйлер, мейрамханалар, ойын-сауық орталықтары, қауымдастықтар, туристік қызмет тұтынушылары жатады. Инновациялық қызмет тиімділігінің негізгі көрсеткіштер жүйесін, яғни, KPI-ді енгізу тиімді болады. Инновациялық қызметтің KPI көрсеткіштерін жоспарлау және қалыптастыру компанияның жағдайын кешенді бағалауға және талдауға негізделуі керек және ол стратегияны таңдау мен инновациялық дамудың ықтимал тәуекелдерін анықтайды. KPI-ға енетін инновациялық жобаларды іріктеу, бағалау және мониторинг жұмысы тәуелсіз сараптаманың (мысалы, «Атамекен» ҰКП) бағалауы негізінде жүзеге асырылуы қажет. Себебі, бұл перспективалы инновациялық жобаларды таңдауға, инновациялық жобаны жүзеге асырудың ең тиімді шарттарын ұсынған орындаушыларды негізді және дұрыс анықтауға, алынған нәтижелердің сапасын келесі критерийлер бойынша тексеруге мүмкіндік береді (35-сурет).

жаһандық трендтерге және инновацияларды дамытудың ұлттық басымдықтарына сәйкестік

кәсіпорын миссиясы мен міндеттерінің туристік сала мүддесіне сәйкестігі

туризм саласы мен оның инновациялық әлеуеті

жобаны жүзеге асырудан күтілетін экономикалық нәтиже

жобалардың жүзеге асырылуы

Сурет 35 − Туристік саладағы инновациялық жобаларды іріктеу бойынша негізгі критерийлер

Ескерту – Автормен құрастырылған

KPI бойынша инновациялық жобаларды тәуелсіз сараптау және іріктеу *тәуелсіздік, объективтілік және құзыреттілік қағидаларына* негізделуі керек. Инновациялық қызмет тиімділігін анықтау үшін мынадай негізгі көрсеткіштерді енгізу ұсынылады:

* жаңа өнімдер/процестер саны;
* ұйымдық құрылым және корпоративтік мәдениеттің ықпалы;
* идеялар мен білімді басқару жүйесін бағалау;
* жүзеге асырылған жоба қызметінің тиімділігі;
* жаңа өнімдерді/процестерді нарыққа шығару уақыты және т.б.

*Инновациялық қызметті ұйымдастыру* кезеңінде оны жүзеге асыру үшін қажетті ресурстар мен R&D&I жүйесін, инновациялық инфрақұрылым мен инновациялық әлеуетті жұмылдыруға қабілетті инновациялық орта құру қажет, сонымен қатар, білімді басқарудың корпоративтік жүйесін дамыта отырып, инновациялық қызметте зияткерлік ресурстарды барынша пайдалану және инновациялық даму мәселелері бойынша коммуникациялық алаңдар құрып, серіктестер тарту керек.

*Инновациялық қызметті жүзеге асыратын қызметкерлердің еңбегін ынталандыру* персоналды грейдерлеу жүйесін (материалдық ынталандыру) пайдалануды, қызметкерлердің инновацияларды құру және енгізу процесіне қатысуына байланысты корпоративтік сыйлықақы жүйесін құруды қамтуы тиіс.

*Инновациялық қызметті бақылау.* Басқару тетігіндегі маңызды элемент – жоспарлау мен бақылаудың байланысы, сондай-ақ инновациялық дамудың нысаналы индикаторларына қажетті түзетулерді нақтылау және енгізу үшін кері байланыстың болуы болып табылады. Инновациялық қызметтің мониторингі мен сапасын бақылау жүйесін дамыту үшін басқарудың келесідей әдістерін енгізу ұсынылады: бенчмаркинг жүргізу, туристік саладағы инновациялық дамуды басқарудың ең үздік практикалары туралы база қалыптастыру; жоспарланған көрсеткіштерге сай ауытқуларды қадағалау және басқару, қажет болған жағдайда түзету, ықтимал тәуекелдерді жою.

Осылайша, «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесі біріншіден, туристік саланың инновациялық дамуын басқару проблемаларын жою бойынша маңызды рөл атқарады, екіншіден, жүйелі әрі кешенді тәсіл негізінде әрбір аймақтың даралығын ескере отырып, туристік бизнес иелері үшін жекелеген бизнес-процестерді автоматтандыруға, бағалау мен рейтинг жүйесі арқылы нарықты мониторингілеуге, туристік сала мен нарық талаптарына жауап беруге қабілетті болады, үшіншіден, туристік саланың барлық бағыттары мен түрлерін қамти отырып, оларды қатар және үздіксіз дамытады. Туристік саланың инновациялық дамуын басқару жүйесі сапа және бәсекелестік қағидаттарын негізге ала отырып, ұсынылатын турөнімдер мен қызметтер туристердің күткен әсерлерінен асып түсу мен бірнеше мәрте келетін туристер санын ұлғайтуға бағытталуы тиіс.

Қорытындылай келе, Астана қаласы мен Ақмола облысында «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін құру саланың дамуына жаңа серпін береді, оның табысты жұмыс істеуі негізгі үш компоненттің болуына байланысты, біріншіден, ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекеге қабілетті өнім шығаратын немесе бәсекеге қабілетті қызметтер көрсететін көшбасшы кәсіпорындардың болуы, екіншіден, қызмет көрсетудің жоғары сапасын қамтамасыз етуге қабілетті туристік ұйымдардың дамыған желісі, үшіншіден, еңбек ресурстарының жоғары сапасын, инвестициялық ағындарға қол жеткізу мүмкіндігін, әкімшілік кедергілердің болмауын, туристік инновациялық бөлімше инфрақұрылымын дамытудың жоғары деңгейін, дамыған ғылыми-зерттеу әлеуетін және т. б. қамтамасыз ететін қолайлы бизнес-климаттың болуы.

**ҚОРЫТЫНДЫ**

Диссертациялық тақырыпты зерттеу барысында келесідей қорытындыларға қол жеткізілді:

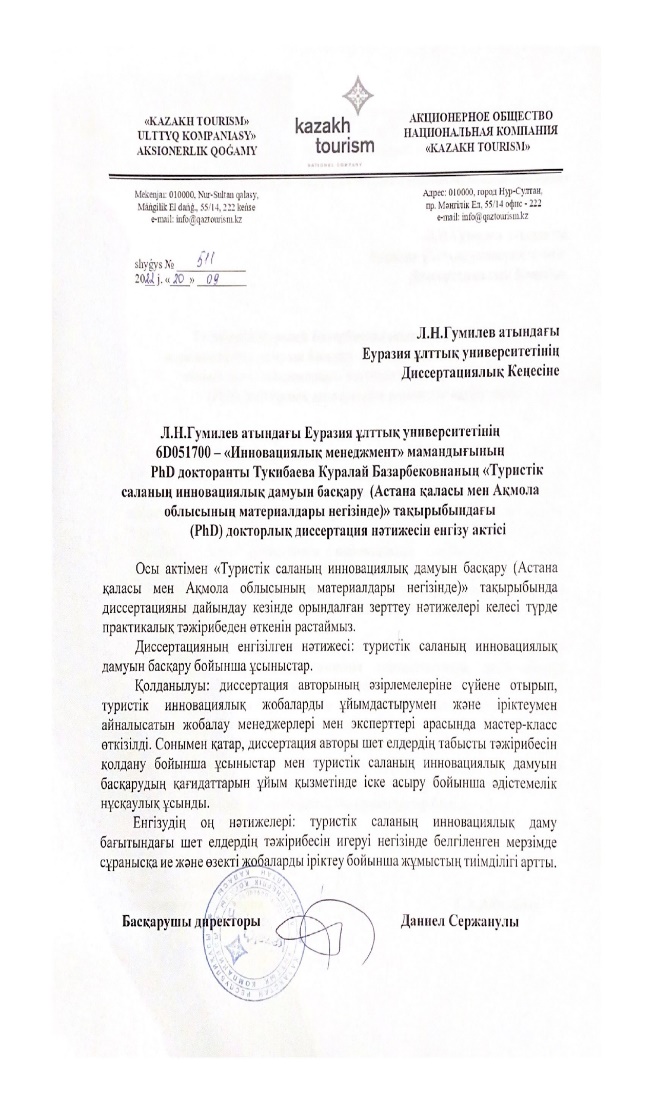
1. Теориялық зерттеу нәтижесінде туристік саладағы инновациялық қызметтің негізгі бағыттары туристік өнім, субъект, объект, ұйымдастырушылар және қатысушылар тұрғысынан зерделенді. CDMdis моделін басшылыққа ала отырып, осы саладағы инновациялық процестің негізгі факторлары айқындалды. Басқару нысанына байланысты тактикалық, стратегиялық, жүйелік, спецификалық-функционалдық және әмбебап-функционалдық сияқты туристік саладағы инновациялық менеджменттің 5 бағыты қарастырылды.
2. Туристік саланың инновациялық дамуы үшін негіз болып табылатын R&D&I менеджмент жүйесі зерделенді. Инновациялық процесс қатысушыларының идеяларды генерациялау мен оларды коммерцияландыруға мүмкіндік беретін туристік саланың инновациялық экожүйесінің ерекшеліктері нақтыланды және тұжырымдалды. Сондай-ақ, туристік саланың инновациялық дамуын зерттеу және бағалау әдістемесі әзірленді.
3. Бүгінде жаһандық деңгейде туристік сала инновация мен технологиялық дамудың үздіксіз динамикасына ықпал етеді. Әсіресе, Испания, Швеция, Финляндия, Дания, Исландия, Швейцария, Париж, Португалия, Ұлыбритания, Сингапур, Канада сияқты елдердің шетелдік тәжірибесі Қазақстанның туристік саласын дамытуда инновациялық-бағдарланған саясаттың қажеттілігін көрсетті және туризмдегі инновациялық менеджменттің табысты ұйымдастырушылық-басқару моделін жетілдіруге мүмкіндік берді.
4. Қазақстан Республикасының туристік саласын инновациялық дамытуды басқаруда уәкілетті органдар арнайы әдістер мен құралдар жүйесін тәжірибеде қолданбайды. Мысалы, шет елдермен салыстырғанда, Қазақстандағы туристік саланың инновациялық дамуының ресурстық-технологиялық базасы қалыптаспаған. Сондықтан, бұл саладағы инновациялық қызмет дамуының тартымдылығы мен белсенділігін арттыруға бағытталған басқару процестері мен әдістері қажет. Қазақстан аймақтарының туристік саласының инновациялық даму рейтингісі ранжирлеу әдісі арқылы құрастырылды. Ранжирлеу нәтижелері бойынша алғашқы үштікке Алматы және Астана қалалары, Шығыс Қазақстан облысы кірді.
5. Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын инновациялық дамытуды басқарудың факторларын бағалау нәтижелері көрсеткендей, саланың инновациялық дамуын басқаруға кететін қаржы, білім және технологиялық шешімдерге қатысты кедергілер кәсіпорындағы қиындықтарды туындатады, сондай-ақ, аталған салаға мемлекеттік қолдау қажеттілігін көрсетеді. Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласында өнім инновациялары басым орын алады, бұл туристік саладағы өзге инновация түрлерінің дамымау себебін түсіндіреді.
6. Инновациялық ортадағы бәсекелестікке қабілеттілікті арттыруға негізделген туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың тұжырымдамалық моделі әзірленді. Ұсынылған модель туристік саладағы инновациялық жобалардың санын көбейтуге, инновациялық әлеуетті күшейтуге, инновациялық шешімдер ұсынатын инфрақұрылым қалыптастыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, туристік саланың инновациялық дамуын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық механизмін жетілдіру ұсынылды. Бұл механизм туристік саланың инновациялық дамуына тікелей және жанама әсер ететін әдістер мен құралдар жиынтығын қамтиды.
7. Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласының инновациялық дамуын басқару моделі әзірленді. Аталған модель туристік саланың басқару жүйесі мен басқарылатын жүйе арасындағы ынтымақтастығын күшейтуге, инновациялық қызметті жүзеге асыруға мүмкіндік беретін жағдайлар жасауға (турөнім және қызмет нәтижесі, жетістіктер, туристермен кері байланыс) бағытталған.
8. Туристік саладағы R&D&I-ды жаңа деңгейде дамытуға мүмкіндік беретін Астана қаласы мен Ақмола облысы бойынша «Tourism Innovation Center» туристік инновациялық экожүйені дамыту бөлімшесін құру ұсынылды. Ол дамытудың ресурстық, консультациялық және технологиялық негізін шоғырландырады. Бұл бөлімшені құру туристік саланы дамытуға жаңа серпін береді. Аталған бөлімше тиімді жұмыс жасау үшін негізгі компоненттің болуымен сипатталады: яғни, **ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекеге қабілетті өнім шығаратын немесе бәсекеге қабілетті қызметтер көрсететін көшбасшы кәсіпорындардың болуы; қызмет көрсетудің жоғары сапасын қамтамасыз етуге қабілетті туристік кәсіпорындардың дамыған желісі; еңбек ресурстарының жоғары сапасын, инвестициялық ағындарға қол жеткізу мүмкіндігін, әкімшілік кедергілердің болмауын, дамыған ғылыми-зерттеу әлеуетін және т.б. қамтамасыз ететін қолайлы бизнес-климаттың болуы.**

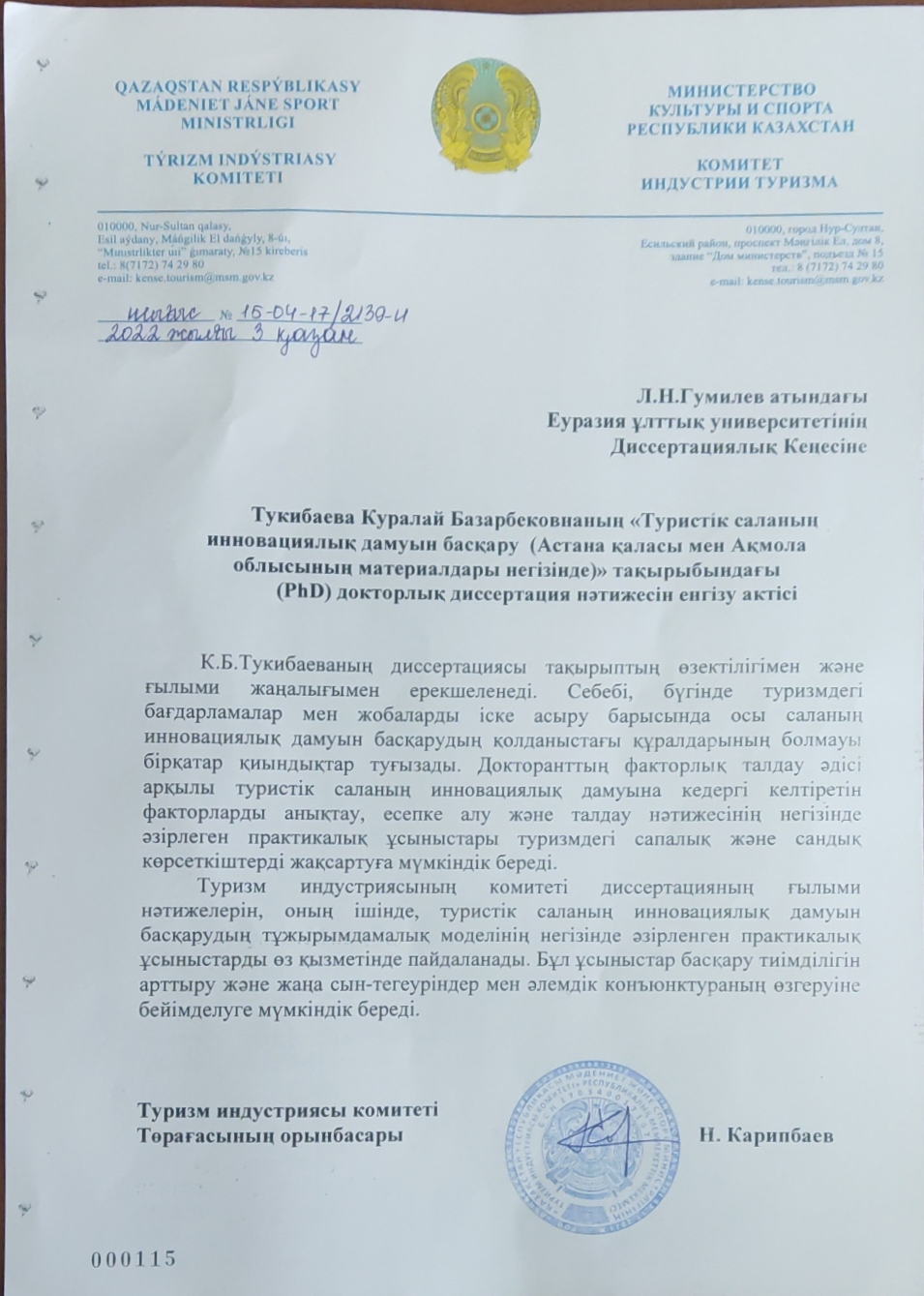
**ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

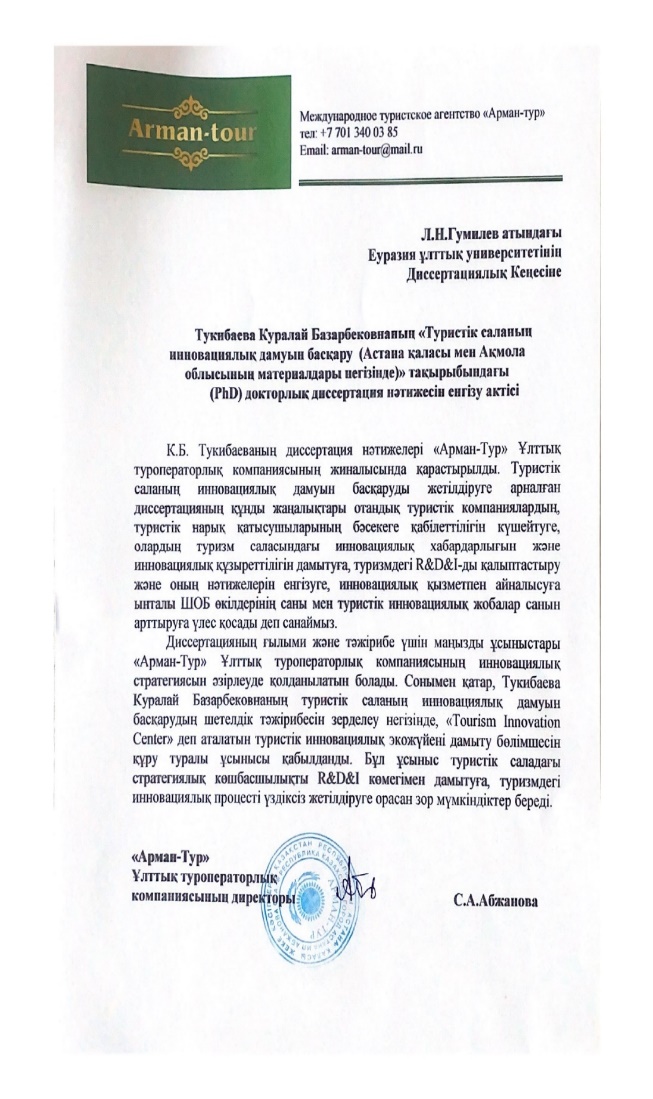
1. Ниязбаевой А.Т. Управление туристской отраслью на основе кластерного подхода: дис. ... док. PhD: 6D051000. – Нур-Султан, 2019. – 157 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2008. – 863 с.
3. Мухияева Д.М. Корпорацияның инновациялық қызметі: қаржыландыру және басқару механизмі (Қазақстан Республикасы материалдарында): 6D051700: док. PhD. ... дис. – Астана, 2018. – 129 б.
4. Әбенов Е.М. Мемлекеттік-жекешелік әріптестік негізінде кәсіпкерліктің инновациялық даму механизмдерін жетілдіру: 6D051700: док. PhD. ... дис. – Нур-Султан, 2022. – 124 б.
5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2013. – 448 с.
6. Горшкова Н.В., Иванов В.Ю. Исследование дефиниций «инновация» и «инновационная деятельность»: теоретический подход // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-2. – С. 380-385.
7. Вареник К.А. Теория инноваций как ключевое направление научных исследований ХХ века // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №5. – С. 398-403.
8. Киселева И.А., Трамова А.М. Общая характеристика системы понятий, определяющих инновационную деятельность // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государ. аграр. универ. – 2013. – №93. – С. 1123-1133.
9. Друкер П. Бизнес и инновации / пер. с англ. – М.: Вильямс, 2018. – 432 c.
10. Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development / OECD. – Paris, 2015. – 402 p.
11. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. – Ed. 4th / OECD. – Paris, 2018. – 258 p.
12. Давыденко Л., Ялтыхов Д. Методология развития инноваций в мировой индустрии туризма // Журнал международного права и международных отношений. – 2016. – №3-4(78-79). – С. 60-65.
13. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пос. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
14. Маклашина Л.Р. Инновационное развитие индустрии туризма // Проблемы современной экономики: матер. 1-й междунар. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 178-179.
15. Зуева М.М. Инновационная деятельность как средство укрепления экономического потенциала индустрии туризма // Управление экономическими системами. – 2012. – №5(41). – С. 24-25.
16. Тукибаева К.Б., Праневич А.А. Основные направления и перспективы инновационного развития туристической отрасли Республики Казахстан и Республики Беларусь // Современныймеханизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы: матер. 4-й междунар. науч.-практ. конф. студ., аспир. и молод. учен. – Минск: БГЭУ, 2019. – С. 515-516.
17. Яковенко Е.В. Сущность и типы инноваций в сфере туризма // Культура народов Причерноморья. – 2006. – №95. – С. 102-105.
18. Лапа Е.В. Развитие инновационной активности хозяйствующих субъектов туристско-рекреационгой сферы: дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – Самара, 2019. – 204 с.
19. Hjalager A.-M. Repairing innovation defectiveness in tourism // Tourism Management. – 2002. – Vol. 23, Issue 5. – P. 465-474.
20. Hjalager A.-M. A review of innovation research in tourism // Tourism Management. – 2010. – Vol. 31, Issue 1. – P. 1-12.
21. Молчанова В.А.Инновации в туризме: определение, особенности, классификация // [Проблемы устойчивого развития регионов рекреационной специализации](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27604494&selid=27604552): сб. науч. тр. – Сочи, 2008. – С. 64-69.
22. Яковенко Е.В. Механизм и проблемы развития инновационных процессов в индустрии туризма // Культура народов Причерноморья. – 2007. – С. 12-15.
23. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. – Ed. 3rd. / OECD. – Paris, 2005. – 166 p.
24. Tukibayeva K., Barlykov Y. Features of innovation activity in the sphere of tourism // Тенденции экономического развития в XXI веке: матер. междунар. науч. конф. – Минск: Право и экономика, 2019. – С. 390-394.
25. Тукибаева К.Б., Жансеитова Г.С., Бакирбекова А.М. Туристік саладағы инновациялық қызметтің ғылыми зерттеу теориясы // Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. – 2020. – №1. – С. 230-240.
26. Николаев А.. Инновационное развитие и инновационная культура // [http://vasilievaa.narod.ru/9\_5\_01.htm. 28.01.2021](http://vasilievaa.narod.ru/9_5_01.htm.%2028.01.2021).
27. Никулина О.В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий // Современные технологии управления. – 2012. – №5. – С. 31-56.
28. Рахимова С.А. Управление инновациями и инновационными процессами // Вестник ОмГУ. – 2013. – №4. – С. 146-151.
29. Сухоруков А. В. Управление инновационным развитием в системе менеджмента промышленного предприятия // Известия Сарат. ун-та. – 2013. – Т. 13, №3(2). – С. 426-431.
30. Баранчеев В.П., Мартынов Л.М. Механизм инновационного развития организации // Изобретательство. – 2005. – №7. – С. 11-28.
31. Валеева С.В. Значение инновационного обновления в сфере туризма для национальной экономики в свете новых реалий // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2015. – №21(306). – C. 44-55.
32. Omerzel D.G. Innovativeness in Tourism: Model Development. Procedia Economics and Finance. – 2015. – Vol. 23. – P. 750-756.
33. Ветров И.Н., Лапшин В.Ю. Инновационный механизм управления как фактор устойчивого и безопасного развития туристской отрасли // Лесотехнический журнал. – 2016. – №1(21). – С. 212-220.
34. Реймер В., Улезько А., Пастушенко С. Методологические основы управления инновационным развитием территориально-отраслевых систем // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2016. – №2. – С. 28-31.
35. Пискун Е.И. Управление инновационным развитием экономических систем: методологические подходы и дефиниции // Друкеровский вестник. – 2016. – №2. – С. 223-232.
36. Батталов Р.М. Основные аспекты управления инновационным развитием региона // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: матер. 14-й междунар. науч.-практ. кофн. – Курск, 2019. – С. 52-58.
37. Ананьева Л.Ю. Понятие и основы управления инновационным развитием предприятия // <https://spravochnick.ru/innovacionnyy>. 05.02.2022.
38. Роздольская И.В. Управление инновационным развитием организаций потребительской кооперации: теория, методология, стратегия: автореф. ... док. эконом. наук: 08.00.05. – Белгород, 2005. – 46 с.
39. Абдыгапарова, С.Б. Инновационный менеджмент. – Алматы: экономика, 2004. – 164 с.
40. Днишев Ф., Альжанова Ф. Развитие инноваций и прогрессивных технологических укладов в экономике Казахстана в условиях индустриальной модернизации: институты, механизмы и приоритеты. – Вена: Восток-Запад, 2015. – 532 с.
41. Амирбекулы Е. Инновациялық инфрақұрылымды дамытудың экономикалық ортасы // Қаржы-қаражат. – 2009. – №1-2. – С. 11-20.
42. Баймуратов У.Б. Инвестиции и инновации: нелинейный синтез: избр.: в 7 т. – Алматы: БИС, 2005. – Т. 3. – 318 с.
43. Днишев Ф.М., Габдулина А.С. Предпосылки и условия формирования модели«тройной спирали» инноваций в Казахстане // Economics: the strategy and practice. – 2018. – №3. – Р. 43-55.
44. Дауренбекова А.Н., Кунанбаева Д.А. Повышение инновационной активности предприятий Казахстана в условиях глобализации // Вестник КазНУ. – 2015. – Т. 99, №5. – С. 15-20.
45. Купешова С.Т. Инновационный менеджмент: учеб. пос. – Алматы: Қазақ университеті, 2011. – 210 с.
46. Касимгазинова А.М., Нургалиева А.А., Кенжетаева Г.К. и др. Принципы управления инновационным развитием предпринимательских структур в Республике Казахстан // Вестник университета «Туран». – 2021. – 2021. – №4. – С. 184-192.
47. Инновационный тренд развития Казахстана / под ред. Р.К. Сагиевой. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 217 с.
48. Сансызбаева Г.Н., Аширбекова Л.Ж., Қусаин К.К. Роль технопарков в развитии инновационной инфраструктуры в Казахстане // Central Asian Economic Review. – 2019. – №6. – С. 45-58.
49. Таубаев А.А., Каменова А.Б., Борисова Е.И. и др. Формирование в Казахстане институциональной среды развития высокотехнологичного сектора и инновационного предпринимательства // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник науч.-исслед. центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского госуд. унив. – 2019. №1. – С. 104-111.
50. Фадейкин Г.А., Толысбаев Б.С.. Способы, методы и инструменты стимулирования индустриально-инновационного развития и инновационной деятельности в Республике Казахстан // Инновационная экономика: от теории к практике: сб. науч. тр. по матер. междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: Сибирская академия финансов и банковского дела, год. – С. 118-134.
51. Kirdasinova K.A., Iskakova D.E. [Features of Innovation Policy of Kazakhstan](https://elibrary.ru/item.asp?id=28181206) // Economics, Law, Society: resume of 2016: procced. internat. scient.-pract. web-congr. – Winterthur, 2016. – Р. 116-119.
52. Курманов Н.А., Айбосынова Д.А. Инновационная активность малых и средних предприятий в Казахстане и факторы ее развития // [Вестник университета Туран](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34347240). – 2016. – №4(72). – С. 188-192.
53. Пазилов Г.А. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару: 6D051700: док. PhD: ... дис. – Алматы, 2022. – 150 б.
54. Бабланов Т.К. Роль инноваций в индустрии туризма РК // Национальная ассоциация ученых. – 2015. – №2-1(7). – С. 24-26.
55. Нурпеисова Л.С., Турдибакиева Р.А. Инновационное развитие индустрии туризма Республики Казахстан // Школа науки. – 2018. – №11(11). – С. 23-24.
56. Sabatayeva B.O., Abdramanova G.K., Omarova A.S. et al. Economic-innovative development of international tourism in the Republic of Kazakhstan // Actual problems and prospects of economic development: Russian and Foreign experience. – 2019. – Vol. 21. – P. 32-35.
57. Ердавлетов С.Р., Артемьев А.М. Современные тенденции и перспективы развития казахстанского туризма // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования: сб. – М.: Советский спорт, 2008. – С. 203-238.
58. Садуов А.Ж. Управление развитие туризма в Казахстане: теория, методология, механизмы: автореф. ... док. эконом. наук: 08.00.05. – Караганда, 2010. – 36 c.
59. Мурзамадиева М.C., Сейсен Н.Б. Қазақстанда туристік саясатты қалыптастыру // Ұлы Жібек жолы – ұлы мұра: халық. ғыл.-тәжір. конф. баянд. жин. – Түркістан, 2021. – Б. 38-43.
60. Тлеубердинова А.Т., Алдабергенова А.Т. Теоретические аспекты управления развитием туристской отрасли // Вестник университета «Туран». – 2021. – №1. – С. 128-135.
61. Сураганова С.К., Дугалова С.Н. Основные направления развития экономических аспектов рынка туристских услуг // Вестник ЕНУ имени Л.Н. Гумилева. – 2011. – №4. – С. 8-21.
62. Bersimbayeva A.B., Uruzbayeva N.A., Aibossynova D.A. Marketing approach to innovation management as a tool for enhancing innovative activity of enterprises // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. – 2017. – Vol. 85, Issue 1. – P. 84-90.
63. Сыздыкбаева Б.У., Раимбеков Ж.С. Кластерный подход к разработке стратегии развития туризма на региональном уровне // Актуальные проблемы развития туризма: матер. междунар. науч.-практ. конф. – М., 2018. – С. 178-186.
64. Муталиева Л. М., Мырзахан И. О., Жакия М. Р. Econometric Analysis of The Current State Of International Tourism In Kazakhstan // Научные вести. – 2020. – №10. – С. 78-89.
65. Сысоева Т.В. Инновация как объект менеджмента в туризме // Вестник Московского университета МВД России. – 2008. – №7. – С. 33-34.
66. Гвоздиков С.С. Инновационный менеджмент в туристической фирме: основные преимущества и недостатки // Современная научная мысль: матер. 4-й междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2018. – С. 59-63.
67. Каденюк А. Инновационный менеджмент в туристической отрасли // Международный конкурс студенческих научно-исследовательских работ по экономике. – Киев, 2020. – Т. 1. – С. 113-115.
68. Рубан Д.А. Инновационный менеджмент в туризме: направления и управленческие действия // Вестник УРФУ. – 2015. – №1. – С. 114-126.
69. What is innovation? // <https://www.unwto.org/fr/what-is>. 24.03.2022.
70. Camisón C., Monfort-Mir V.M. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives // Tourism Management. – 2012. – Vol. 33, 4. – P. 776-789.
71. Yüzbaşıoğlu N., Çelik P., Topsakal Y. A Research on Innovation in Small and Medium-sized Enterprises in Tourism Industry: Case of Travel Agencies Operating in Antalya // Procedia – Socialand Behavioral Sciences. – 2014. – Vol. 150. – P. 735-743.
72. Divisekera S., Nguyen V.K. Determinants of innovation in tourism evidence from Australia // Tourism Management. – 2018. – Vol. 67. – P. 157-167.
73. Najda-Janoszka M., Kopera S. Exploring Barriers to Innovation in Tourism Industry – The Case of Southern Region of Poland // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2014. – Vol. 110. – P. 190-201.
74. Латыпова Э.Н. Инновационная деятельность на предприятиях туризма: факторы и проблемы развития // Вестник Университета. – 2014. – №12. – С. 50-53.
75. СТ РК 2247-2012. Менеджмент &D&I. Термины и определения R&D&I. – Введ. 2014-01-01. – Астана, 2012. – 28 с.
76. СТ РК 166001-2012. Менеджмент &D&I. Требования к проектам R&D&I. – Введ. 2012-11-20. – Астана, 2012. – 24 с.
77. СТ РК UNE 166002-2012. Менеджмент R&D&I. Требования к системам менеджмента R&D&I. – Введ. 2012-11-20. – Астана, 2012. – 52 с.
78. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14, №4. – С. 27-36.
79. Айнақұл Н.А., Нурымова С.К., Бекназарова А.Т. Формирование и развитие инновационной экосистемы // Вестник университета «Туран». – 2022. – №1. – С. 192-199.
80. Проскурнин С.Д. Создание самоорганизуемой инновационной экосистемы в зонах особого территориального развития // Региональная экономика и управление. – 2017. – №4(52). – С. 8-29.
81. Важнейше элементы инновационной экосистемы // [https://studme.org/ 42436/menedzhment/vazhneyshie\_elementy\_innovatsionnoy](https://studme.org/%2042436/menedzhment/vazhneyshie_elementy_innovatsionnoy). [15.02.2022](https://studme.org/42436/menedzhment/vazhneyshie_elementy_innovatsionnoy_ekosistemy.%2015.02.2022).
82. Durst S., Poutanen P. Success Factors of Innovation Ecosystems – Initial Insights from a Literature Review // Co-Create: The Boundary-Crossing conf. on Co-Design in Innovation. – Helsinki, 2013. – Р. 27-38.
83. Акбердина В.В., Василенко Е.В. Инновационная экосистема: теоретический обзор предметной области // Журнал экономической теории. – 2021. – Т. 18, №3. – С. 462-473.
84. Каранатова Л.Г., Кулев А.Ю. Современные подходы к формированию инновационных экосистем в условиях становления экономики знаний // Управленческое консультирование. – 2015. – №12(84). – С. 39-45.
85. Методы, применяемые исходя из формы представления данных // <https://studme.org/115104098415/marketing/metody_primenyaemye.> 30.03.2022.
86. Kulcsár E. Principal component analysis in tourism marketing // Management & Marketing. – 2010. – №2(5). – Р. 151-158.
87. Дисперсионный анализ / Центр статистического анализа // <https://www.statmethods.ru/statistics-metody/dispersionnyj-analiz/>. 15.02.2022.
88. Structural Equation Modeling // https://www.sciencedirect. com/topics/neuroscience/structural-equation-modeling. 15.02.2022.
89. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels// <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far>. 15.02.2022.
90. Share of the total gross domestic product (GDP) generated by travel and tourism worldwide from 2000 to 2021 // [https://www.statista.com/statistics /1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/](https://www.statista.com/statistics%20/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/). 15.02.2022.
91. OECD Tourism Trends and Policies 2020 / OECD. – Paris, 2020. – 387 р.
92. Tukibayeva K.B., Zhanseitova G.S., Pranevich A.A. Problems of transition to innovative development of tourism sector in the Republic of Kazakhstan // Economic series of the bulletin of L.N. Gumilyov ENU. – 2020. – №3. – Р. 105-119.
93. The Travel and Tourism Competitiveness Report, 2019 // <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness>. 15.02.2022.
94. Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future // <https://www.weforum.org/reports/travel-and.> 18.02.2022.
95. IDB LAB. Beyond Tourism Innovation Challenge // <https://convocatorias.iadb.org/en/beyondtourism>. 18.02.2022.
96. Innovation Norway // <https://www.innovasjonnorge.no/en>. 18.02.2022.
97. Eurecat Centre Technologic de Cataluniya // [https://eurecat.org/ en/services/tourism-innovation/](https://eurecat.org/%20en/services/tourism-innovation/). 18.02.2022.
98. Tourism Innovation Center at UNIMAS, University of Malaysia, Sarawak // <https://www.fcsit.unimas.my/tourism-innovation-center>. 18.02.2022.
99. Innotour // <https://www.innotour.com/>. 18.02.2022.
100. Centre for Reseasrch and Innovation in Tourism at Taylor’s University in Malaysia // <https://university2.taylors.edu.my/crit/centre-of-research-and>. 18.02.2022.
101. Osservatori.net. Digital Innovation // [https://www.osservatori.net/en/ research/active-observatories/innovazione-digitale-nel-turismo](https://www.osservatori.net/en/%20research/active-observatories/innovazione-digitale-nel-turismo). 18.02.2022.
102. MT LAB // <https://mtlab.ca/en/>. 18.02.2022.
103. Ontario Tourism Innovation Lab // <https://www.tourisminnovation.ca/>. 18.02.2022.
104. The Innovation Hub at Les Roches University, Crans-Montana campus // <https://lesroches.edu/blog/future-global-hub-hospitality-innovation/>. 18.02.2022.
105. The Tourism, Arts and Heritage Innovation Hub at Ulysseus European University // <https://institucional.us.es/ulysseus/>. 18.02.2022.
106. The Swedish Tourism Innovation Center // <https://tourisminnovation.se/>. 18.02.2022.
107. Welcome City Lab // <https://welcomecitylab.parisandco.com/>. 18.02.2022.
108. Tourism Innovation Center at Haiti // https://www. tourisminnovationcenter.org/. 18.02.2022.
109. Next Level Tourism Austria // <https://neta.at/>. 18.02.2022.
110. Independent tourism data hub // <https://www.visitbritain.org/tourism-sector-deal-announced>. 18.02.2022.
111. NEST - Tourism Innovation Center Portugal // https://www.nestportugal. pt/about-us/. 18.02.2022.
112. «Wakalua» Tourism Innovation Hub // <https://www.wakaluahub.com/>. 18.02.2022.
113. **Lazio Open Innovation Centre** // <http://www.lazioinnova.it/spazio-attivo-zagarolo/>. 18.02.2022.
114. Sabre // <https://www.sabre.com/insights/innovation-hub/>. 18.02.2022.
115. CoE in Tourism Innovation by Eurocat // [https://eurecat.org/en/ eurecat/centres-of-excellence/coe-tourism-innovation/](https://eurecat.org/en/%20eurecat/centres-of-excellence/coe-tourism-innovation/). 18.02.2022.
116. Singapore Tourism Accelerator // [https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/ trade-events-and-resources/Singapore-Tourism-Accelerator.html](https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/%20trade-events-and-resources/Singapore-Tourism-Accelerator.html). 18.02.2022.
117. Dubai Tourism Innovation Hub - Intelak Hub // <https://intelak.com/intelak-hub/>. 18.02.2022.
118. Проект решения ЮНВТО по созданию центров инноваций в области туризма ЮНВТО // <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.> 18.02.2022.
119. Khatibi A. et al. Tourism Innovation Lab: Feasibility study. – Belo-Horizonte, 2019. – 72 р.
120. Hjalager A.-M., Huijbens Ed., Björk P. et al. Innovation systems in Nordic tourism. – Осло, 2008. – 77 р.
121. Rodríguez I., Williams A.M., Hall C.M. Tourism innovation policy: Implementation and outcomes // Annals of Tourism Research. – 2014. – Vol. 49. – P. 76-93.
122. Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis / WIPO. – Geneva, 2021. – 226 p.
123. Economic Impact Reports // <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. 18.02.2022.
124. List of Countries by Tourism Income// <https://www.atlasbig.com/en-us/countries-tourism-income>. 18.02.2022.
125. Country profile – inbound tourism // <https://www.unwto.org/tourism-data/country-profile-inbound-tourism>. 18.02.2022.
126. Tukibayeva K., Zakirova M., Pranevich A. Innovative activity as a factor of development of competitivenessof the tourism industry // Вестник Кахахского университета экономики, финансов и международной торговли. – 2020. – №2(39). – С. 114-123.
127. Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation driven growth? / WIPO. – Geneva, 2022. – 262 p.
128. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан // <https://stat.gov.kz/official/industry/22/publication>. 25.03.2022.
129. 40 крупнейших торговых интернет-площадок (сентябрь 2022) / Forbes Kazakhstan // [https://](https://kazakhstan.travel/) <https://forbes.kz/ranking/object/1097>. 18.11.2022.
130. Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы: утв. 31 мая 2019 года, №360 // http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360. 26.01.2021.
131. Развитие туризма в Казахстане после пандемии − подведены итоги первых шести месяцев 2022 года /<https://primeminister.kz/ru/news/reviews/razvitie-turizma-v-kazahstane-posle-pandemii-podvedeny-itogi-pervyh-shesti-mesyacev-2022-goda-237546>. 25.01.2023.
132. Қазақстанда 5 басым туристік бағыт анықталды / <https://primeminister.kz/kz/news/kazakstanda-5-basym-turistik-bagyt-anyktaldy-15317>. 25.01.2023.
133. Туризм: Мемлекет пен нарықтың «командалық жұмысы» маңызды / [https://egemen.kz/article/311104-turizm-memleket-pen-naryqtynh-komandalyq-dgumysy-manhyzdy. 25.01.2023](https://egemen.kz/article/311104-turizm-memleket-pen-naryqtynh-komandalyq-dgumysy-manhyzdy.%2025.01.2023).
134. Туризм / <https://investastana.kz/priority-sectors/industries/turizm/>. 25.01.2023
135. Стало известно, сколько государство заплатило туроператорам за иностранцев / <https://lsm.kz/subsidirovanie-turoperatorov>. 25.01.2023.
136. В 2022 году Казахстан посетило почти 200 тысяч иностранных туристов/<https://forbes.kz/process/kazahstan_posetilo_pochti_200_tyisyach_inostrannyih_turistov/>. 25.01.2023.
137. Казахстан оказался на предпоследнем месте в рейтинге лучших стран для туризма / <https://elitar.kz/vse-materialy/elitarkz/kazahstan-okazalsja-na-predposlednem-meste-v-rejtinge-luchshih-stran-dlja-turizma/>. 25.01.2023.
138. Откройте для себя удивительный и увлекательный Казахстан / Kazakhstan.travel // https://kazakhstan.travel /. 25.03.2022 .
139. Основные задачи информационной системы «E-Qonaq» / Информационная система «E-Qonaq» // <https://eqonaq.kz/?lang=kz>. 25.03.2022.
140. Информационная система по сбору и обработке статистических данных в сфере туризма / Tourstat.kz // <https://tourstat.kz/>. 25.03.2022.
141. Туристическая экосистема // [https://www.tourismonline.kz](https://www.tourismonline.kz/). 25.03.2022.
142. Указ Президента Республики Казахстан. Об утверждении Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы и о внесении дополнения в Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года №957 "Об утверждении Перечня государственных программ": утв. 1 августа 2014 года, №874 // http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1400000874. 26.01.2021.
143. Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года: утв. 30 июня 2017 года, №406 // https://adilet.zan. 18.02.2022.
144. Басқарма туралы / Астана қаласының Инвестициялар және кәсіпкерлікті дамыту басқармасы // <https://www.gov.kz/memleket.> 28.03.2022.
145. Негізгі қызметтер/ Астана қаласы Конвеншн Бюросы // <https://nursultancb.com/kz/o-byuro/>. 28.03.2022.
146. Какие виды туризма стоит развивать в Нур-Султане? // <https://atameken.kz/ru/news/34567-kakie-vidy-turizma-stoit-razvivat-v>. 30.03.2022.
147. Развитие туризма в столице будет осуществляться в три этапа // <https://old.elorda.info/ru/news/view/razvitie-turizma-v-stolice-budet.> 30.03.2022.
148. Туризм / Ақмола облысының кәсiпкерлiк және туризм басқармасы // <https://www.gov.kz/memleket/entities/aqmola>. 30.03.2022.
149. Как реализуется программа "Сакральный Казахстан" в регионах // <https://baigenews.kz/special/vzglyad_v_budushchee/kak_realizuetsya.> 18.02.2022.
150. Развитие туризма в Акмолинской области: ведется подготовка инфраструктуры туристских объектов// https://kz.kursiv.media/2018-05-24/razvitie-turizma-v-akmolinskoy-oblasti-vedetsya-podgotovka/. 30.03.2022.
151. Tukibayeva K. et al. Innovation of Tourism Supply Chain Management: A New Agenda for Optimization. The Case of Kazakhstan // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2021. – Vol. 12, Issue 4. – P. 1085-1098.
152. Бурабай назван самым популярным курортом в СНГ среди российских туристов // <https://lenta.inform.kz/kz/burabay.>30.03.2022.
153. Казахстан хочет зарабатывать на агротуризме миллиарды // [https://lsm.kz/kazahstan-mozhet-zarabatyvat-na-agroturizme-10-mlrd. 30.03.2022](https://lsm.kz/kazahstan-mozhet-zarabatyvat-na-agroturizme-10-mlrd.%2030.03.2022).
154. Как развивают туризм и сколько на это тратят в Акмолинской области / http://surl.li/eplwd. 30.03.2022.
155. Какие меры господдержки отрасли туризма доступны акмолинским предпринимателям / https://www.inform.kz/ru/kakie-mery-gospodderzhki-otrasli-turizma-dostupny-akmolinskim-predprinimatelyam\_a3997142. 30.03.2022.
156. Обзор рынка корпоративных инноваций в Казахстане // <https://tech.aifc.kz/files/pages/2024/documents/15/corpup_kazakshtan.> 28.11.2022.
157. Slivar I., Božič S., Batković A. Innovation in tourism: perception of tourism providers from Croatia and Serbia // Review of Innovation and Competitiveness: A Journal of Economic and Social Research. – 2016. – Vol. 2, Issue 4. – P. 37-56.
158. Cherret N. Innovation in the Tourism Sector: A Case Study from the Commonwealth of Dominica. – Roseau, 2011. – 66 р.
159. The Deloitte Innovation Survey: The case of Greece / <https://www2.deloitte.com/gr/en/pages/about-deloitte/articles/deloitte>. 30.03.2022.
160. Барлыков Е.К., Тукибаева К.Б., Ахметова Г.Т. Астана қаласы мен Ақмола облысының туристік саласын дамытудың мәселелері мен мүмкіндіктері // Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ Хабаршысы. – 2019. – №1(127). – Б. 184-199.
161. Тукибаева К.Б., Барлыков Е.К. Астана қаласы мен Ақмола облысындағы туристік саланың инновациялық дамуын талдау // Статистика, есеп және аудит журналы. – 2019. – №2(73). – Б. 99-104.
162. «Қазақстан - 2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты»: Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы, 2012 жылғы 14 желтоқсан, <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1200002050>. 26.01.2021
163. Кузнецов Ю.В., Кизян Н.Г. Особенности выбора стратегии конкурентоспособности на предприятиях индустрии туризма // Управленческое консультирование. – 2017. – №9. – С. 74-81.
164. Кирсанов Р.Г. Инновационная политика в современном обществе: принципы и особенности реализации // Вестник Волгоградского государ. универ. – 2013. – №1. – С. 179-183.
165. Сафарова Н.Н. Анализ национальной конкурентоспособности туризма и путешествий: выводы для стран СНГ // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – №30(429). – С. 53-64.
166. Управление инновационной деятельностью в обрабатывающей промышленности: региональный аспект [Текст] : монография / В. Н. Маковеев, Е. С. Губанова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 166 с.
167. Tukibayeva K.B., Barlykov E.K., Mukatova R.A. Problems and prospects for the development of blockchain technology in tourism industry // Global science and innovations: Materials of International Scientific Conference. – Gdansk: Proceedings, 2020. – P. 538-544.
168. Оценка эффективности инноваций и инновационных проектов // <https://elib.psu.by/bitstream/123456789/15729/9.>01.05.2022.

**ҚОСЫМША А**

Енгізу актілері

****



****

**ҚОСЫМША Ә**

Кесте Ә.1 − Туристік саладағы инновациялардың жіктеу белгілері

|  |  |
| --- | --- |
| Туристік саладағы инновациялардың жіктеу белгілері | Түрлері |
| Жаңалық дәрежесі бойынша | Жақсартылған, радикалды, комбинаторлық |
| Қолдану жиілігі бойынша | Бір реттік, диффузиялық; |
| Жаңалықтың ауқымы бойынша | Әлемдік, ұлттық, аймақтық, фирмалық; |
| Тиімділігі бойынша | Экономикалық, әлеуметтік, экологиялық, интегралдық; |
| Нәтижелілігі бойынша | Төмен, орташа, жоғары; |
| Инновациялық процестің тасымалдаушысы бойынша | Құқықтық, материалдық-техникалық, басқарушылық, технологиялық, өнімдік |
| Әлеуетті инновациялық ресурстар бойынша | Меншікті, қарыз, өзгелері (бюджеттік, шетелдік қорлар, қайырымдылық қорлары және т. Б.); |
| Жүзеге асыру қарқыны бойынша | Жылдам, баяу, біркелкі, біркелкі емес; |
| Қолдану саласы бойынша | Ішкі, сыртқы, аралас; |
| ҒТП кезеңі бойынша | Ғылыми, техникалық, технологиялық, конструкторлық, өндірістік, ақпараттық |
| Инновация нысаны бойынша | Ноу - хау, өнертабыстар, тауар белгілері және сауда маркалары, жаңа құжаттар (технологиялардың, өндірістік, басқару процестерінің сипаттамасы), құрылымдар, әдістер; |
| Туристік өнімнің өмірлік циклінің сатысы бойынша | Туристік өнімнің өмірлік циклінің кезеңі бойынша: сатудан кейінгі қызмет көрсету, туристік қызметтерді өндіру, оның ішінде тактикалық маркетинг, өндірісті ұйымдастыру шылық және технологиялық дайындау, R&D&I, стратегиялық маркетинг кезеңі |
| Туризм саласы | Қонақ үй шаруашылығы, қоғамдық тамақтандыру, қызмет көрсету салалары, туристік кәсіпорындар, санаторий-курорттық мекемелер, көлік, сауықтыру мекемелері, туризм үшін кадрлар даярлау, жарнамалық-ақпараттық қызмет, басқару органдары, сақтандыру мекемелері, кредиттік-қаржылық мекемелер |
| Ескерту - Әдебиет негізінде құрастырылған [22, с. 105; 23, с. 45] | |

**ҚОСЫМША Б**

Кесте Б.1 − Туристік саладағы инновациялардың типтері

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Түрлі ғалымдар мен ұйымдар бойынша туристік саладағы инновациялардың типтері: | | | | | |
| *Қызметтер саудасы жөніндегі бас келісім (ГАТС)* | *Oslo Manual (2005): Guidelines for collecting & Interpreting Innovation Data.* | *А.М.Хьялагер (2010)* | *В.А. Молчанова (2008)* | *С.В.Валеева* | *В. Абернати, К. Кларк (1985)* |
| Өнімдік | Өнімдік | Өнімдік | Өнімдік | Архитек туралық | Архитектуралық |
| Ұйымдастырушылық (институционалдық) | Ұйымдастырушылық (институционалдық) | Ұйымдастырушылық (институционалдық) | Институционалдық (ұйымдастырушылық) |
| Маркетингтік | Маркетингтік | Маркетингтік | Марке тингтік |
| Процестік (Техноло гиялық) | Технологиялық (процесстік) | Процестік | Тұрақты |
| Басқарушылық | Басқарушылық | Басқарушылық |
| Ресурстық | Ресурстық | Революциялық |
| Тұжырым дамалық | Тұжырымдамалық |
| Логистикалық | Логисти калық | Тауаша (нишалық) |
| Бизнес моделінің инновациясы | Тауаша (нишалық) |
| Ескерту - Әдебиет негізінде құрастырылған [18, с. 98; 24, p. 465; 25, р. 2; 26, с.66; 28, р. 47; 29, с. 391] | | | | | |

**ҚОСЫМША В**

Кесте В.1 – Туристік саладағы инновацияның сипаттамасы

|  |  |
| --- | --- |
| Атауы | Сипаттама |
| 1 | 2 |
| Өнімдік инновациялар | Туристік нарыққа тур, қызмет, өнім түріндегі, сипаттамалары немесе мақсаты бойынша айтарлықтай жақсартылған, туристік нарықта бәсекелестік артықшылық беретін жаңа өнімді енгізу, оның жаңалығы өндірушілерге, жеткізушілерге, тұтынушылар мен бәсекелестерге (туристік нарықтың жаңа сегменттерін игеру, туристік өнімдерді әртараптандыру, электронды гид-нұсқаулық, ұлттық тағамдар бойынша гастрономиялық турлар, мұражайлар бойынша виртуалды турлар) айқын болуы тиіс. |
| Процестік (техноло гиялық) инновациялар | Қызмет көрсету процесін өзгерту, туристік қызметтерді әзірлеу, жылжыту және ұсыну процесінде жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған технологияларды енгізу сондай-ақ, өнімдік инновацияларымен біріктірілуі мүмкін (жаһандық тарату жүйелері (GDS), қонақ үйді басқарудың интеграцияланған жүйелері, әуе билеттерін броньдау мен сатудың автоматтандырылған жүйелері, электрондық билет ресімдеу, геоақпараттық жүйелер, блокчейн технологиялар, цифрландыру, мобильді технологиялар, онлайн туризм, CRM бағдарламалары, қызметтерді автоматтандыру, экологиялық белсенділік). |
| Басқа рушылық инновациялар | Туристік ұйым қызметін ұйымдастырудың неғұрлым тиімді құрылымдары мен тәртібін енгізу, туристік-рекреациялық қызмет субъектілерінің қызметін бақылаудың жаңа нысандары мен әдістерін негіздеу, туристік өнімді өндіру, жылжыту және тұтыну процесіне тартылған барлық тұлғалардың қызметін оңтайландыруға мүмкіндік беретін инновациялар (туристік кәсіпорындардың қызметкерлері, туристік орталықтардың жергілікті тұрғындары, туристер, ынтымақтастықтың жаңа жүйелері). |
| Бизнес-модель инновациясы | Тұтынушы үшін оның құны мен құндылығын арттыратын бизнесті жүргізудің жаңа тәсілдері; тұтынушылар мен фирма арасындағы, фирмалар мен қызметтерді өндірушілер арасындағы қатынастарда жаңа тәсілдерді дамыту (туристік қызметтер бойынша өзара есеп айырысу жүйесі). |
| Маркетингтік инновация | Мақсатты тұтынушылардың қажеттіліктерін қамтуға немесе белгілі бір уақыт кезеңінде қамтылмаған тұтынушыларды тартуға мүмкіндік беретін баға белгілеуді, туристік өнімді ұсынуды, жылжытуды, төлеуді жетілдіре отырып, жаңа маркетингтік тәсілдерді дамыту, интернет-технологияларды дамыту (тұрақты тұтынушыларға жеңілдікті баға белгілеу, all inclusive сату жүйесі). |
| Ресурстық инновациялар | Туризмді ұйымдастыру және жаңа турлар мен қызметтерді дамыту үшін ресурстардың жаңа түрін пайдалану, яғни туристік процеске ресурстардың жаңа түрлерін тарту немесе алдын-ала анықталған қасиеттері мен жаңа мақсатты функциясы бар ресурстар құру (динозавр қалдықтарын қазу АҚШ-тағы Дайносор туристік паркінің негізін қалады,ол жерде археологиялық зерттеулерді көруге мүмкіндік беретін палеонтологиялық мұражай мен турмаршруттар бар. Кубер-Педидегі (Австралия) Опал кеніштері мен кеншілер кенті, Қытайдағы туристер үшін салынған үлкен пандалар қаласы). |
| Тұжырымдамалық инновациялар | Туризмнің, туристік қызметтердің жаңа концепцияларын құру және оларды жаңа қызмет көрсету форматтарында жүзеге асыру, саяхат және туризм арқылы өзін-өзі дамытуға ұмтылатын замануи туристерге тән жаңа білімге, жаңа тәжірибеге деген қажеттіліктерді қанағаттандыратын инновациялар (Солтүстік елдерде мұздан қонақүйлер мен мейрамханалар салу (ең танымал — Швециядағы Ice Hotel), Лас-Вегастағы тақырыптық казино қонақ. |
| В.1-кестенің жалғасы | |
| 1 | 2 |
|  | үйлерінің тұжырымдамасы (мысалы, Экскалибур, рыцарьлық турнирлер өткізілген ортағасырлық қамал) |
| Логистикалық инновациялар | Жеткізу, тарату жүйелері мен тізбектеріндегі жаңа шешімдер, интеграцияланған ақпараттық жүйелер |
| Институционалдық (ұйымдас тыру шылық) инновациялар | туристік ресурстарды қорғау мен пайдалануды жетілдіру үшін қажетті институционалдық сипаттағы ұйымдық құрылымды өзгерту, әр түрлі аумақтық деңгейлерде туризмді ұйымдастырудың жаңа тәсілдері, жаңа туристік-рекреациялық аумақтар құру, туристік саладағы, сондай-ақ туристерге қызмет көрсететін салалардағы реттеудің жаңа ережелері мен жүйелері; туристік жерлерде әкімшілік, жеке сектор және жұртшылық арасында ынтымақтастықтың жаңа жүйелері мен нысандарын құрады, ұйымның бизнес-практикасына жаңа ұйымдастыру әдісін енгізу, сыртқы байланыстар (туристік кластерлер, демалыс аймақтарын және өзге де туристік-рекреациялық аумақтар, туристік бейіндегі одақтар мен қауымдастықтар құру, туристік қызмет тетігін енгізетін заңға өзгерістер енгізу) туроператорлардың қаржылық жауапкершілігі (мысалы, «Туристік Қамқор» корпоративтік қоры). |
| Тұрақты инновациялар | Өнімділікті арттыратын жаңа инвестицияларды жылжыту, басшылар мен қызмеркерлерді тиімді жұмыс істеуге үйрету, сапа мен стандарттарды біртіндеп жақсарту. |
| Тауаша инновациялар | Бизнестің мүмкіндіктерін пайдалану үшін жаңа кәсіпкерлерді тартуға ықпал ету, фирмаларды жаңа маркетингтік одақтарға кіруге, қолданыстағы өнімдерді жаңа жолмен біріктіруге ынталандыру. |
| Революциялық инновациялар | Коммерциялық фирмалар үшін жаңа технологияларды тарату, қызметкерлер құрамын өзгертетін жаңа әдістерді енгізу. |
| Архитектуралық инновациялар | Қайта құруды, физикалық немесе заңды инфрақұрылымды қайта анықтауды қажет ететін жаңа оқиғалар мен көрікті жерлерді құру, жедел зерттеулерге негізделген жаңа білімді өңдейтін және тарататын озық тәжірибе орталықтарын құру, туристік қызметті жүзеге асырудың құрылымын, моделін және ережелерін өзгерту. |
| Ескерту - Әдебиет негізінде құрастырылған[18, с. 98; 24, p. 465; 25, р. 2; 26, с.66; 28, р. 47; 29, с. 391] | |

**ҚОСЫМША Г**

Кесте Г.1 − Туристік саланың инновациялық дамуына әсер ететін факторлар

|  |  |
| --- | --- |
| Туристік саланың инновациялық дамуына әсер ететін факторлар | |
| *Әсер ету факторлары* | *Өзара әсер ету факторлары* |
| Инновациялық қызметтің жоғары тәуекелі;  Инновациялық қызмет заңнамасының жетілдірілмегендігі | Кәсіпорындар мен персоналдың инновацияларға әзірлік дәрежесі |
| Инновациялар бойынша мамандарды даярлаудағы кемшіліктер | Зияткерлік капитал деңгейі, жүйенің еңбек ресурстарының біліктілік деңгейі |
| Аймақтың бейнесі- | It, нарықтың жаңа технологияларға бейімделу дәрежесі, технологиялық құзыреттілік |
| Меншік иелері құқықтарының әлсіз қорғалуы | Институционалдық факторлар (компанияның мөлшері, меншік құрылымы, бәсекелестік дәрежесі, қоршаған орта, туристік саладағы саясат) |
| Экологиялық факторлар | Технологияларды коммерцияландыру жүйесінің тиімділігі, қаржыландыру, R&D&I, инвестициялар |
| Экономикалық факторлар | Нетворкинг, коллаборация, білім, адами капитал, «мидың ағу»мүмкіндігі |
| Әлеуметтік факторлар | Кәсіпорындардың өз қаражаттарының жетіспеушілігі мүмкіндігі |
| Демографиялық факторлар | Инновациялық инфрақұрылымның болуы және даму дәрежесі |
| Саяси-құқықтық факторлар | Инновацияны басқарудың төмен мәдениеті;  Инновацияға сұраныс және шығындарды өтеу |
| Техникалық және технологиялық факторлар | Тұтынушы үшін қызмет құндылығы |
| Байланыс аудиторияларының белсенділігі;  Халықаралық әсер ету факторлары | Жаңа қажеттіліктер |
| Маусымдылық факторлары | Туристік нарықтағы субъекті мен объектінің, өзара әрекеті |
| Шығу және кіру жүйесіндегі бәсекелестік күші | Туристік қызметті үйлестіру (ұйымдастыру, басқару) |
| Елдің, саланың, аймақтың, кәсіпорынның, туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілік деңгейі | Туристік өнімнің, туристік аймақтың өмірлік циклі |
| Табиғи-климаттық және географиялық, экологиялық ресурстар | Материалдық-техникалық факторлар |
| Аймақтық орта факторлары | Туризм саласы кәсіпорындарының туристік өнімдері, тауарлары, көрсетілетін қызметтері құрылымының, құрамының патентке қабілеттілігі (жаңалығы) |
|  | Басқару жүйесінің ғылыми деңгейі.  Туризм саласы миссиясының негізділігі |
| Ескерту – Әдебиеттер негізінде құрастырылған [79, с. 51] | |

**ҚОСЫМША Ғ**

Кесте Ғ.1 − Туристік саланы дамытудың мемлекеттік бағдарламаларының контент-талдауы

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Елдер | Инновациялар | Тур-өнім | Ци  фр  лан ды ру | Бә секе  ге қабілеттілік | Инвестициялар | Ме  не дж  мент | Сапа |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Sustainable tourism strategy of Spain 2030 | 4 | 21 | 20 | 8 | - | - | 21 |
| Tourism 2020: Spanish Tourism Plan Horizon 2020 | 111 | 8 / 210 | - | 77 | 28 | 58 | - |
| 2022 Tourism Strategy Development Plan (France) | 9 | - | - | - | 6 | - | - |
| Federal Government Report on Tourism Policy – 18th legislative term (Germany) | 9 | 3 | 13 | 8 | 19 | 9 | 11 |
| New Tourism Strategy to Invigorate the Japanese Economy, 2016 | 9 | 2 | 1 | 5 | 5 | 15 | 6 |
| Tourism Nation Promotion Basic Plan till 2017-2020 (approved in 2016) – Japan | 12 | 5 | 1 | 41 | 3 | 37 | 20 |
| National Travel & Tourism Strategy Task Force on Travel &Competitiveness(approved in 2012) (USA) | 6 | 4 | - | 8 | 15 | 6 | 11 |
| England: A Strategic Framework for Tourism 2010-2020 | - | - | - | 2 | 1 | 2 | 9 |
| Government Tourism Policy Great Britain, 2011 | 1 | - | 2 | 15 | 12 | 22 | 27 |
| People, Place And Policy Growing Tourism To 2025 – Ireland (2014) | 15 | 8 | 1 | 19 | 91 | 17 | 58 |
| Tourism 2030 Supply side requirements to support the development of the 2030 tourism strategy – Australia | 8 | 5 | - | 10 | 34 | 5 | 7 |
| Strategic Tourism Plan 2017-2022 (Italy) | 13 | - | 5 | 15 | - | - | 12 |
| Creating middle class jobs:  A federal tourism growth  Strategy (Canada) | 5 | - | - | - | 47 | - | - |
| Tourism Strategy Of the Swiss Confederation (Switzerland) | 28 | - | 89 | 20 | 34 | - | - |
| Perspective 2030– Netherlands, 2019 | 5 | - | 5 | 4 | 10 | 8 | 9 |
| Achieving more together – sustainable growth and renewal in Finnish tourism- Finland’s tourism strategy for 2019–2028 and Action Plan 2019-2023 | 14 | 15 | 21 | 34 | 16 | 22 | 21 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ғ.1-кестенің жалғасы | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| WonderfulCopenhagen-2020 (Дания) | 25 | - | 14 | 5 | 5 | 6 | 2 |
| Nordic Tourism Policy Analysis – Norway, 2019 | 97 | 2 | 38 | 31 | 4 | 19 | 10 |
| Tourism Strategy 2014-2020 – Innovation Norway | 34 | 1 | 6 | 4 | 2 | 1 | 4 |
| Planning for Tourism: Creating a Vibrant Singapore, 2015 | 4 | 16 | - | 3 | 30 | 9 | 16 |
| Tourism Malaysia Integrated Promotion Plan 2018-2020 | 1 | 7 | 14 | 0 | 3 | 3 | 2 |
| The Second National Tourism Development Plan  (2017-2021) Thailand | 10 | 10 | 16 | 23 | - | - | 151 |
| Tourism Action Plan Unleashing India’s Potential | 0 | 0 | 1 | 10 | 6 | 3 | 7 |
| India Economic Strategy To 2035 Navigating From Potential To Delivery – Tourism Sector | 0 | 0 | 6 | 2 | 13 | 2 | 1 |
| Korea Tourism Innovation Strategy download |  |  |  |  |  |  |  |
| Tourism Strategy of Turkey – 2023 (2007) | 6 | 9 | 0 | 5 | 36 | 23 | 54 |
| Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2020 | 10 | - | - | - | 40 | 23 | 48 |
| Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2035 | - | 78 | 18 | - | 35 | - | - |
| Ескертпе – Әдебиет негізінде автормен құрастырылға [97, с.110] | | | | | | | |

**ҚОСЫМША Д**

Кесте Д.1 – Қазақстан аймақтарын туристік және инновациялық даму бойынша 2020-2021 ж. көрсеткіштері бойынша ранжирлеу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақтар | *Туристік салада жұмыс істейтін қызметкерлер* | | *Инновацияларды енгізумен жұмыс істеген қызметкер лердің жалпы саны* | | *Жалпы өңірлік өнім* | | *Өнер, ойын-сауық және демалыс саласындағы негізгі капиталға инвестициялар* | |
| 2020 жыл, мың адам | 2021 жыл, мың адам | 2020 жыл, мың адам | 2021 жыл, мың адам | 2020 жыл,  % | 2021 жыл,  % | 2020 жыл, млрд.теңге | 2021 жыл,  млрд. теңге |
| Қазақстан Республикасы | 118000 | 118000 | 2358182 | 2401940 | 97,5 | 104,6 | 240 | 166,8 |
| Ақмола | 8100 | 8100 | 105355 | 108232 | 102,7 | 108,9 | 4,5 | 2,6 |
| Ақтөбе | 4700 | 4700 | 12 639 | 128304 | 99,9 | 99,7 | 3,6 | 1,4 |
| Алматы | 9000 | 9000 | 121725 | 127661 | 98,5 | 104,0 | 22,3 | 13,2 |
| Атырау | 4500 | 4500 | 118537 | 136243 | 93,5 | 111,8 | 7,7 | 9,9 |
| Батыс Қазақстан | 6400 | 6400 | 74721 | 70535 | 99,3 | 102,3 | 8,2 | 4,9 |
| Жамбыл | 4400 | 4400 | 75045 | 73309 | 101,1 | 105,0 | 5,3 | 3,1 |
| Қарағанды | 9300 | 9300 | 232150 | 243806 | 100,1 | 104,2 | 4,7 | 2,6 |
| Қостанай | 5000 | 5000 | 130488 | 129813 | 103,0 | 103,3 | 8,5 | 4,2 |
| Қызылорда | 4200 | 4200 | 75902 | 72456 | 89,2 | 102,4 | 1,7 | 1,2 |
| Маңғыстау | 4100 | 4100 | 97612 | 103579 | 94,5 | 102,0 | 5,0 | 10,2 |
| Павлодар | 6000 | 6000 | 133185 | 131945 | 96,9 | 100,5 | 2,7 | 0,9 |
| Солтүстік Қазақстан | 3100 | 3100 | 73636 | 76211 | 99,8 | 103,5 | 2,0 | 0,8 |
| Түркістан | 6000 | 6000 | 83130 | 86948 | 104,9 | 101,2 | 93,2 | 80,8 |
| Шығыс Қазақстан | 8700 | 8700 | 176714 | 181524 | 100,6 | 104,1 | 5,4 | 9,4 |
| Астана қ. | 12600 | 12600 | 204307 | 211423 | 101,0 | 104,6 | 54,5 | 4,9 |
| Алматы қ. | 18400 | 18400 | 423259 | 409576 | 95,3 | 104,3 | 9,8 | 14,9 |
| Шымкент қ. | 3700 | 3700 | 110777 | 110375 | 100,9 | 104,0 | 0,9 | 1,8 |

Кесте Д.2 – Қазақстан аймақтарын туристік және инновациялық даму бойынша 2020-2021 ж. көрсеткіштері бойынша ранжирлеу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақтар | *Орналастыру орындарының саны* | | *Турагенттер реестрі* | | *Туристік ақпараттық орталықтар* | | *Орналастыру орындары көрсеткен қызметтер көлемі* | | *Облыстар бойынша қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны* | |
| 2020 жыл, бірлік | 2021 жыл бірлік | 2020 жыл, бірлік | 2021 жыл, бірлік | 2020 жыл, бірлік | 2021 жыл, бірлік | 2020 жыл, млн. теңге | 2021 жыл, млн. теңге | 2020 жыл, мың адам | 2021 жыл, мың адам |
| Қазақстан Республикасы | 3514 | 3686 | 1620 | 2407 | 16 | 16 | 66860328.5 | 44598852.7 | 4786130 | 9 003 292 |
| Ақмола | 311 | 341 | 27 | 43 | 2 | 2 | 6421629.3 | 4509357.6 | 795283 | 402 241 |
| Ақтөбе | 97 | 100 | 55 | 86 | 1 | 1 | 1100896.2 | 974228.6 | 88255 | 493 842 |
| Алматы | 539 | 567 | 42 | 46 | 2 | 2 | 5321254.4 | 2280544.4 | 814817 | 1 289 694 |
| Атырау | 101 | 106 | 46 | 56 | 0 | 0 | 3233350.2 | 826278.8 | 85581 | 98 741 |
| Батыс Қазақстан | 73 | 76 | 56 | 66 | 1 | 1 | 1987619.9 | 1357542.4 | 45057 | 331 606 |
| Жамбыл | 185 | 191 | 20 | 24 | 1 | 1 | 988647.4 | 717678.5 | 105148 | 501 569 |
| Қарағанды | 247 | 247 | 99 | 142 | 1 | 1 | 2975895.8 | 2028016.3 | 238437 | 686 290 |
| Қостанай | 138 | 141 | 51 | 80 | 0 | 0 | 980248.1 | 788746.8 | 149353 | 454 653 |
| Қызылорда | 112 | 119 | 13 | 14 | 1 | 1 | 723520.1 | 536192.4 | 61284 | 424 661 |
| Маңғыстау | 91 | 97 | 32 | 40 | 0 | 0 | 4378018.1 | 3175096 | 160962 | 307 589 |
| Павлодар | 114 | 111 | 44 | 63 | 1 | 1 | 1344993.3 | 850805.9 | 87561 | 334 529 |
| Солтүстік Қазақстан | 114 | 116 | 9 | 14 | 0 | 0 | 681780.6 | 615565.8 | 104734 | 244 087 |
| Түркістан | 175 | 204 | 8 | 11 | 1 | 1 | 1297625.3 | 1787125.3 | 205679 | 883 893 |
| Шығыс Қазақстан | 562 | 587 | 38 | 58 | 1 | 1 | 3307944 | 1847284.3 | 440909 | 651 301 |
| Астана қ. | 212 | 212 | 417 | 699 | 1 | 1 | 11564321.7 | 8328385.3 | 421050 | 703 826 |
| Алматы қ. | 335 | 350 | 595 | 866 | 2 | 2 | 16806510.6 | 11214637.1 | 764753 | 716 134 |
| Шымкент қ. | 108 | 121 | 68 | 99 | 1 | 1 | 3746073.5 | 2761367.2 | 217267 | 478 636 |

Кесте Д.3 – Қазақстан аймақтарын туристік және инновациялық даму бойынша 2020-2021 ж. көрсеткіштері бойынша ранжирлеу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Аймақтар | *Турмаршруттар саны* | | *Инновациялық қызмет саласында басқа ұйымдармен ынтымақтасатын кәсіпорындар саны* | | *Инновация саласындағы белсенділік деңгейі* | | *Инновацияға жұмсалған шығындар* | | *Өз қаражатынан инновацияларға арналған шығындар* | |
| 2020 жыл,  бірлік | 2021 жыл,  бірлік | 2020 жыл,  бірлік | 2021 жыл, мың адам | 2020 жыл, % | 2021 жыл, % | 2020 жыл,  теңге | 2021 жыл,  теңге | 2020 жыл,  теңге | 2021 жыл,  теңге |
| Қазақстан Республикасы | 765 | 782 | 1202 | 876 | 11,5 | 10,5 | 783271 | 800089,5 | 493111,3 | 608891,7 |
| Ақмола | 80 | 73 | 54 | 42 | 7,4 | 5,8 | 38509,2 | 56295,2 | 12605,1 | 15204,2 |
| Ақтөбе | 12 | 17 | 53 | 49 | 11,1 | 12,5 | 59998,7 | 102282 | 55576,5 | 70838 |
| Алматы | 128 | 128 | 43 | 48 | 9,8 | 8,1 | 30794,9 | 13830,3 | 11810,9 | 5711,8 |
| Атырау | 3 | 5 | 25 | 24 | 10,1 | 10,1 | 145083,9 | 70890,5 | 33757,9 | 59184,6 |
| Батыс Қазақстан | 27 | 27 | 22 | 12 | 5,9 | 6,9 | 11755,8 | 18570,8 | 10246,2 | 15759,3 |
| Жамбыл | 45 | 45 | 26 | 15 | 13,7 | 9,2 | 14010,9 | 10195,3 | 8675,5 | 5017,9 |
| Қарағанды | 7 | 8 | 133 | 106 | 12,8 | 13,0 | 53670,8 | 140569,2 | 43143,6 | 122998,8 |
| Қостанай | 30 | 30 | 49 | 34 | 14,3 | 11,9 | 15786,2 | 15930,9 | 14811,4 | 14801,8 |
| Қызылорда | 12 | 12 | 27 | 14 | 12,4 | 11,2 | 5008,4 | 7478,4 | 4083 | 4112,2 |
| Маңғыстау | 167 | 167 | 38 | 19 | 7,9 | 6,3 | 2004,5 | 3002,1 | 1703,5 | 2614,1 |
| Павлодар | 89 | 89 | 79 | 33 | 9,0 | 5,2 | 53484,1 | 24845,1 | 45429,7 | 24286,6 |
| Солтүстік Қазақстан | 30 | 35 | 54 | 41 | 14,1 | 11,3 | 34909,8 | 49076,6 | 27238,2 | 38132 |
| Түркістан | 14 | 14 | 36 | 30 | 11,2 | 10,4 | 17997,8 | 2832,4 | 4219,9 | 1895,3 |
| Шығыс Қазақстан | 67 | 67 | 99 | 91 | 12,9 | 11,2 | 112557,1 | 72956,9 | 69593,2 | 57469,1 |
| Астана қ. | 11 | 11 | 86 | 103 | 12,6 | 13,5 | 84008,4 | 116582,8 | 74404,1 | 111047,1 |
| Алматы қ. | 27 | 27 | 336 | 185 | 13,0 | 11,4 | 95353,9 | 88928,8 | 72558,1 | 54576,8 |
| Шымкент қ. | 17 | 27 | 42 | 30 | 7,1 | 7,0 | 8336,7 | 5822,2 | 3254,6 | 5242 |