

## NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 5, Number 309 (2016), 243 – 249

UDC 338.46

S.A. Yusupova, J.E. Nurgaliyeva, A.E. Zhansagimova

JSC "Financial Academy"  
[ayagoz.zhansagimova@mail.ru](mailto:ayagoz.zhansagimova@mail.ru)**BUSINESS OF TOURISM**

**Annotation.** The authors have disclosed types of entrepreneurship especially in tourism in the Republic of Kazakhstan, as the activities associated with an increased risk of playing a leading role in the tourist services market. We are trying to uncover the business potential of small businesses, which implies an active state policy in the field of targeted programs to support small businesses in tourism. List the features of tourism in the Republic of Kazakhstan, its specificity, technology, as well as the stages of implementation of the adopted business ideas. Indicated various forms of tourism, the reasons for the attractiveness of the tourism business for entrepreneurs, with a view to its development in the Republic of Kazakhstan. In general, success in tourism and other business sectors lean on enterprise culture, as a system of real representations of values that ensures prestige and leads to raise the production efficiency of tourist services and income. The most important feature of tourism as a control object is the specificity of the tourist product, the formation of its inseparability from the source, that is, tourist service is inseparable from the creation source. In this connection, in the management of tourism immeasurably more attention should be paid to human resource management and regulation of interpersonal relations.

С.А. Юсупова, Ж.Е. Нурғалиева, А.Е. Жансағимова

АО «Финансовая академия»

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**Аннотация.** В статье авторы раскрыли виды особенности предпринимательство в туризме в Республике Казахстан, как деятельности, связанной с повышенным риском, играющую ведущую роль в развитие рынка туристских услуг. Пытались раскрыть предпринимательский потенциал малого бизнеса, который предполагает активную политику государства в области целевых программ поддержки малого предпринимательства в туризме. Перечислили особенности туризма в Республике Казахстан, его специфику, технологии, а так же этапы реализации принятой предпринимательской идеи. Указали разнообразные формы туризма, причины привлекательности туристского бизнеса для предпринимателей, с целью его развития в Республике Казахстан. В целом, успех в туризме и в других отраслях бизнеса налагает на культуру предпринимательства, как на систему реальных представлений о ценностях, что гарантирует престижность и приводит к поднятию эффективности производства туристических услуг и доходов. Важнейшей особенностью туризма как объекта управления является специфика туристского продукта, его неотделимость от источника формирования, то есть туристская услуга неотделима от источника создания. В связи с чем в менеджменте туризма неизмеримо больше внимания должно уделяться управлению персоналом и регулированию межличностных отношений.

**Ключевые слова:** предпринимательство, конкуренция, туризм, развитие, программа, услуги

**Введение.** Казахстан является перспективной и активно развивающейся страной с точки зрения развития различных направлений бизнеса. Правительство республики активно поддерживает предпринимателей. Создаются облегченные инструменты регистрации бизнеса, лицензирования, предлагаются варианты льготного налогообложения и прочие благоприятные

условия. В стране действует ряд Государственных программ по поддержке предпринимательства: «Дорожная карта бизнеса 2020», «Программа занятости 2020», «Программа посткризисного восстановления».

В последние годы в Казахстане получило динамичное развитие предпринимательство в туристской сфере, которое представляет собой инициативную, самостоятельную, осуществляемую от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность физических и юридических лиц, направленную на получение прибыли. Раскрытие предпринимательского потенциала малого бизнеса предполагает активную политику государства в области целевых программ поддержки малого предпринимательства в туризме. Отсутствие прямой законодательной базы регулирования малого предпринимательства в туризме, является одним из сдерживающих механизмов не только сегмента малого предпринимательства, но и составляющих сфер рынка туристских услуг.

**Методы исследования.** В исследовании применялись: методы эмпирического исследования, такие как сравнение, наблюдение, эксперимент, измерение, описание и **методы теоретического познания, такие как** формализация, аксиоматический метод, гипотетико-дедуктивный, восхождение от абстрактного к конкретному.

**Результаты исследования.** Предпринимательская деятельность - это система социально-экономических отношений, возникающих в процессе планирования, производства и реализации туристской продукции и услуг. В основе этих отношений лежат процессы и закономерности, имеющие много общего в системе рыночных отношений предприятий различной направленности. Главная цель предпринимательской деятельности – достижение поставленных целей и задач путем использования эффективных экономических рычагов и методов. На рисунке 1 представлены основные виды предпринимательства применяемые в различных секторах экономики [1].

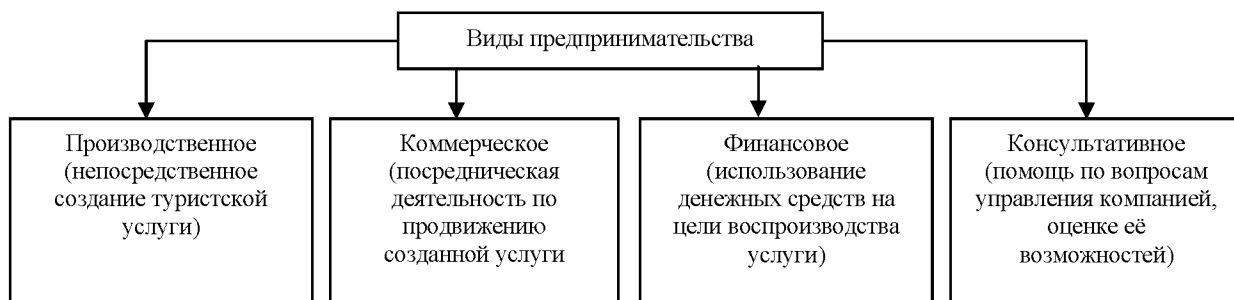


Рисунок 1 – Виды предпринимательства

В связи с особенностями туристских услуг предпринимательская деятельность туристских организаций может быть лишь условно отнесена к определенному виду. Так, деятельность туроператоров в большинстве случаев создает организационную подготовку турпродукта и его частичное производство, и продвижение к потребителю. Поэтому деятельность туроператоров можно условно отнести к производственному предпринимательству.

Туристский бизнес – одна из наиболее высокодоходных и динамично развивающихся отраслей народного хозяйства. Развитие въездного и внутреннего туризма было названо приоритетным направлением государственной политики. Международный туризм в настоящее время является одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel and Tourism Council), туризм в мировой экономике – один из ведущих создателей рабочих мест, так как создает свыше 75 млн рабочих мест во всем мире. Каждый двенадцатый человек работает в сфере туризма. Международный туризм обеспечивает занятость прежде всего молодежи и женщин как в городах, так и в сельской местности. Количество международных туристов в 2012 году впервые превысило психологический рубеж в 1 млрд человек. На долю туризма в мировом ВВП, с учетом мультипликативного эффекта, приходится 9,4 процента [2]. . Елеева З. Тенденции развития международного туризма в 2005 - 2015 // Туризм. №9.

Туристские организации могут совмещать организационную подготовку, продажу (в том числе и розничную) и исполнение услуг. В этом случае фирма выполняет одновременно несколько видов предпринимательской деятельности [3, С. 91].

Консультационная предпринимательская деятельность широко используется в сфере туризма. Чем сложнее состав и выше качество туристских услуг, тем большее число специалистов-консультантов вовлечено в процесс создания и реализации туристских услуг. Так, клубный отдых (таймшер) использует следующих участников: промоутеров (разработчиков проектов), специалистов по продажам, управляющих курортами, специалистов по обмену места клубного отдыха [4, С. 27].

Предприниматель занимается созданием банка идей. Созданные идеи могут быть частью или полностью отражаться в основном или дополнительном профиле изготовления услуг или посредничества. Создание таких идей – накопительное явление. Они могут иметь текущий и перспективный характер. Предприниматель рассматривает каждую идею и принимает решение – стоит ли приступать к ее реализации.

У каждого предпринимателя есть своя собственная технология, обеспечивающая выбор единственного варианта из имеющихся, по которому он ведёт процесс принятия решения. Но есть и общие этапы выполнения:

- 1) первая экспертная оценка идеи самим предпринимателем реальности практического воплощения;
- 2) сбор информации о ситуации на рынке для оценки идеи с практических позиций;
- 3) проведение предпринимательских расчетов с целью выявления: объектов спроса и предложения на туристском рынке на услуги (товар), предполагаемые к производству;
- 4) вторая экспертная оценка осуществляется привлеченными специалистами и имеет цель установить совместимость идеи с возможностями предпринимателя;
- 5) принятие решения предпринимателем продолжить работу над идеей или же ее отбросить и перейти к осмыслению другой предпринимательской идеи [5].

Реализация принятой идеи тоже имеет несколько этапов:

- 1) бизнес-планирование, сущность которого состоит в детальном изложении с точными расчетами реализации проекта. В бизнес-плане также указываются организационная форма предпринимательства и источники формирования денежных средств, необходимых для начального этапа реализации идеи;
- 2) привлечение заемных денежных средств и партнеров (участников);
- 3) государственная регистрация собственной фирмы (предприятия), если она создается впервые;
- 4) организационно-техническая подготовка фирмы к производству товаров (услуг);
- 5) управление функционирующей фирмой и партнерскими связями [5].

**Обсуждение результатов.** Если результат реализации предпринимательской идеи достигнут – то её реализация может считаться успешной. Предпринимательский успех изначально связан с идеей самоутверждения или с желанием внести что-то своё в ход событий. В свою очередь, коммерческий успех идёт наряду с предпринимательским успехом, но именно в предпринимательской деятельности не выступает как цель, достижение которой не предполагает дальнейших устремлений и новых задач. Здесь успех предпринимательства налагает на культуру предпринимательства как на систему реальных представлений о ценностях, что гарантирует престижность и приводит к поднятию эффективности производства туристических услуг и доходов.

Итак, развитие предпринимательской деятельности в туризме в настоящее время можно охарактеризовать ростом туристских потоков, образованием множества новых туристских предприятий и появлением инфраструктуры туризма. Политическое и экономическое положение страны сильно влияет на развитие предпринимательства в туризме. Стремительное возрастание массового туризма приводит к инфраструктурным изменениям в регионах, которые принимают туристов. Следовательно, предпринимательская деятельность в туризме вызывает потребности в её глубоком научном изучении, раскрытии закономерностей развития и нахождения её главных тенденций. Особенно нужно акцентировать своё внимание на исследовании инфраструктурного

обеспечения предпринимательства в туризме, потому что именно это необходимое условие успешного развития туризма и главный фактор роста туристических потоков.

Турагенты выполняют функции посредников - продавцов туров. Кроме того, они выполняют отдельные виды услуг, например страхование, консульское обслуживание. Это смешанный вид деятельности. Контрагенты - исполнители туристских услуг (гостиницы, рестораны, перевозчики, экскурсионные бюро и др.), которые оказывают услуги потребителям турпродукта, то есть активно участвуют в производстве услуг и на этом основании могут быть отнесены к производительным предпринимателям. Туристские организации могут совмещать организационную подготовку, продажу (в том числе и розничную) и исполнение услуг. В этом случае фирма выполняет одновременно несколько видов предпринимательской деятельности. Консультационная предпринимательская деятельность широко используется в сфере туризма. Чем сложнее состав и выше качество туристских услуг, тем большее число специалистов-консультантов вовлечено в процесс создания и реализации туристских услуг.

На территории Республики Казахстан малым можно считать предприятие, основывающееся на частной, муниципальной, государственной собственности, собственности общественных объединений, доля которых в уставном капитале не превышает 25%, а также на смешанной форме собственности, осуществляющее деятельность, не запрещенную законодательством и отвечающее целям, предусмотренным уставами таких предприятий.

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели со среднегодовой численностью работников не более 50 человек;
- юридические лица со среднегодовой численностью работников не более 50 человек и среднегодовой стоимостью активов за год не свыше 60 000-кратного МРП.

Данные характеристики остро проявляются в условиях становления и развития новых рынков. Рынок туристских услуг является развивающейся отраслью. По оценкам специалистов, сфера туризма, в настоящий момент, является активно развивающейся отраслью, которая имеет большое значение для развития экономики в целом. Так в 2013 году доля туризма в ВВП РК составила 2,5%, с учетом мультипликативного эффекта, - 6,3%. По предварительным итогам 2014 года этот показатель составил 3%.

Особенности деятельности субъектов малого предпринимательства складываются из характеристик представленных на рисунке 2.

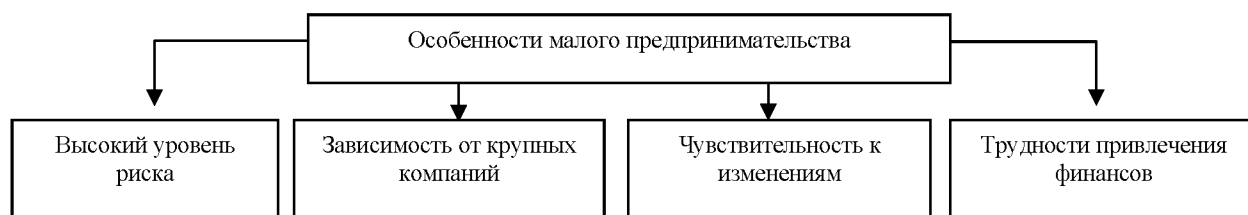


Рисунок 2 – Особенности деятельности субъектов малого бизнеса

Сектор малого предпринимательства на рынке туристских услуг представлен в виде деятельности турагентств и малых гостиничных предприятий. Существенной характеристикой этих видов деятельности является приемлемая, для малого бизнеса, капиталоемкость и среднесписочный состав сотрудников.

Особенности в деятельности субъектов малого предпринимательства определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых предприятий. Практика деятельности малых фирм свидетельствует о том, что наличия одного предпринимательского опыта и хватки недостаточно [6]. Специфика функционирования рынка туризма определяется:

- постоянным ростом новых форм взаимодействия потребительского спроса и предложения;
- ростом новых типов предпринимательских структур организации бизнеса [7].

Это обуславливает возникновение определенных требований к субъектам, осуществляющим малую предпринимательскую деятельность. Среди таковых можно выделить:

- знание основ государственного регулирования малого предпринимательства в туризме;
- знание специфики функционирования рынка туристских услуг;
- наличие навыков принятия управленческих решений;
- наличие знаний в области управления специфическими структурами бизнеса.

Малые предприятия в сфере туризма обычно создаются в виде индивидуального, семейного и совместного бизнеса. Наиболее распространенной организационно-правовой формой ведения бизнеса является товарищество с ограниченной ответственностью. В целом субъектами предпринимательской деятельности на рынке могут выступать следующие участники:

- физические лица;
- некоммерческие организации;
- коммерческие организации (ИП, ТОО, АО).

Под туристским предприятием понимается самостоятельный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, осуществляющий формирование, продвижение и (или) реализацию услуг туристам, а также другие виды вспомогательной хозяйственной деятельности, не запрещенные законодательством и предусмотренные его уставом.

По мнению специалистов, современное состояние туризма в Казахстане показывает, что в последние годы эта сфера развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных цепей в столице РК г. Астане, в связи с проведением «EXPO-2017».

В ходе исследования нами были выделены 4 основные причины привлекательности туристского бизнеса для предпринимателей, которые представлены на рисунке 3.

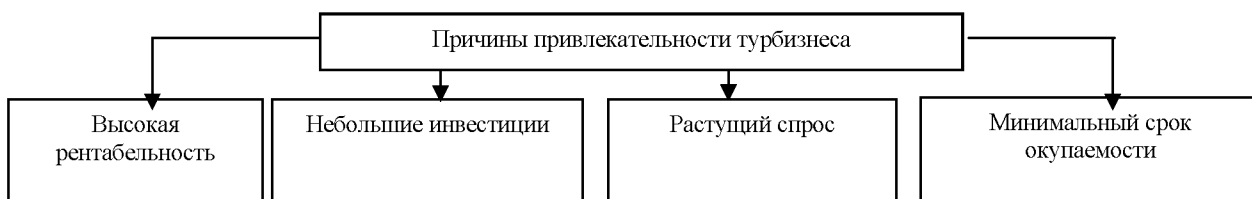


Рисунок 3 – Основные причины привлекательности туристского бизнеса для предпринимателей

Стоит отметить, что туристские агентства могут иметь разнообразные формы:

- чисто туристские агентства по продаже туров, сформированных туроператорами, на условиях комиссионного вознаграждения;

- транспортно-туристские агентства по организации транстуров.

С точки зрения специфики деятельности, турагентства могут быть:

- многопрофильными, осуществляющими комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных;

- специализированными, наиболее распространенными из которых, являются коммерческие турагентства, организующие деловые поездки для крупных компаний, включая конгрессное обслуживание, а также специализирующиеся в организации отдыха.

**Выводы.** Главной рыночной задачей как турагента, так и туроператора остается обеспечение устойчивого положения на туристском рынке и получение прибыли. Специфика функционирования рынка турагентств связана со спецификой малого предпринимательства. По оценкам специалистов этот рынок характеризуется отсутствием барьеров входа. Но в тоже время, он является наиболее рисковым, среди других сегментов туристского рынка. Уровень риска сопряжен с высокой вероятностью наступления кассового разрыва между оттоком и притоком средств.

В этом смысле, малое предпринимательство, как деятельность, связанная с риском, играет ведущую роль в развитие рынка турагентских услуг. Турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта либо из разницы между ценой покупки и ценой продажи туристского продукта.

Увеличение туристских фирм имеет положительную тенденцию до 2014 года, спад в 2015 году произошел из-за роста доллара, соответственно, увеличилась цена турпутевок. После отмены лицензирования увеличилось число мошенничества в сфере туризма. Происходит открытие и закрытие фирм однодневок, возбуждены уголовные дела. Для урегулирования ситуации Казахстанской туристской ассоциацией создан Единый реестр турагентов РК (ЕРТРК) в который на данный момент вошло 572 турагентства. Кроме этого лицензирование туроператорской деятельности и ведение государственного реестра туроператоров и турагентов передано в регионы. Областные акиматы будут заниматься лицензированием и ведением реестра, порядок получения лицензий будет в такой же форме, как и ранее в Комитете индустрии туризма.

В связи с тем, что многие страховые компании отказываются страховать туристскую деятельность, они предлагают учитывать несколько моментов, связанных с улучшением ситуации на страховом рынке, таких как: увеличение суммы страхования; страхование каждого тура, страхование рисков (цунами, забастовка, отели, невыезд).

Данные меры принятые Правительством РК направлены на урегулирование незаконной предпринимательской деятельности. Руководители туристских компаний в случае нарушения или невыполнения условий договора с клиентом будут строго наказываться выплатой штрафов, а факты мошенничества будут рассматриваться в судебном порядке.

Труд в управлении туризмом специфичен и существенно отличается от деятельности работников других отраслей.

Первая особенность туризма заключается в большой глубине его проникновения и сложности взаимосвязей между его составными элементами. Большая часть туристских предприятий – небольших размеров. Крупные туристские предприятия создаются лишь в густонаселенных районах. В туристской индустрии много турпредприятий и организаций, которые так или иначе должны вписываться в единую региональную систему управления, где преследуется цель обеспечения длительной дееспособности и конкурентоспособности на рынке.

Вторую особенность туризма как объекта управления можно представить в виде неясных и трудно измеримых целей. Из-за того, что турорганизация не имеет измеримых целей, нельзя объективно оценить ее производительность и успех. Речь идет о вероятностном характере процессов, происходящих в туристской индустрии. Это значит, что очень сложно точно спрогнозировать все явления и процессы, происходящие в туризме (изменилась политическая обстановка, резко ухудшились климатические условия и т. п.).

Следующая особенность туризма заключается в сильном влиянии со стороны заинтересованной клиентуры. Каждое турпредприятие осуществляет свою деятельность в окружении различных заинтересованных лиц и клиентов. Турорганизации работают с большим количеством заинтересованных лиц, которые оказывают сильное влияние на организацию. Кроме того, внутри отдельных заинтересованных групп имеются свои интересы. Турорганизации не могут ожидать от своих участников того, что они все будут вести себя одинаково, поскольку существуют определенного рода противоречия между владельцами гостиниц, местными жителями и приезжими туристами.

Турорганизация может быстрее уравнивать интересы между различными, задействованными в процессе обслуживания группами, если в своей деятельности она руководствуется общепринятыми нормами, приоритетами и представлениями о ценностях и имеет перед собой широкомасштабные цели по дальнейшему развитию региона.

Важнейшей особенностью туризма как объекта управления является специфика туристского продукта, его неотделимость от источника формирования. Туруслуга неотделима от источника создания. По этой причине в менеджменте туризма неизмеримо больше внимания должно уделяться управлению персоналом и регулированию межличностных отношений. Это, прежде всего, относится к работе турпредприятий, услуги которых предоставляются при непосредственном контакте с людьми.

**Источник финансирования исследований – Собственные средства.**

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.А. Морозов. - М.: Академия, 2009. – 340 с.
- [2] Ревинский И.А. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: учеб. пособие / И.А. Ревинский, Л.С. Романова. – Новосибирск, 2012. – 304 с.
- [3] Волошин Н.И. Правовое регулирование в туризме: Учебник / Н.И. Волошин – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Советский спорт, 2004. – 408 с.
- [4] Гомилевская Г.А Организация предпринимательской деятельности в туризме и гостиничном хозяйстве: Учебное пособие к дисциплине «Организация предпринимательской деятельности в туризме и гостиничном хозяйстве» / Г.А. Гомилевская – К.: Первый луч, 2008. – 146 с.
- [5] Сущность и содержание предпринимательской деятельности. «Предпринимательская идея и ее обоснование» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://coolreferat.com/Предпринимательская\\_идея\\_и\\_ее\\_обоснование](http://coolreferat.com/Предпринимательская_идея_и_ее_обоснование)
- [6] Папирян Г.А. Экономика туризма. – 2-е изд., перераб. и доп. / Г.А. Папирян. – М.: Новое Знание, 2011. – 546 с.
- [7] Актымбаева Б.И. Основы предпринимательской деятельности в туризме Учебное пособие, 2012.

**С.А. Юсупова, Ж.Е. Нұрғалиева, А.Е. Жансағымова**

АҚ «Қаржы академиясы»

**ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ КӘСІПКЕРЛІК**

**Андатпа.** Мақалада авторлар ашты түрлері ерекшеліктері туризмдегі кәсіпкерлік, лицензиялау тәуекелі жоғары ойнайтын жетекші рөл нарығын дамыту туристік қызмет көрсету. Тырысты ашуға кәсіпкерлік әлеуеті шағын бизнес болжайтын белсенді саясат мемлекет саласындағы мақсатты бағдарламалар шағын кәсіпкерлікті қолдау туризмдегі. Тізімделген ерекшеліктері Қазақстан Республикасында туризмді, оның ерекшелігін, технологиясын, сондай-ақ іске асыру кезеңдері қабылданған кәсіпкерлік идеялар. Мақалада авторлар ашты түрлері ерекшеліктері туризмдегі кәсіпкерлік, лицензиялау тәуекелі жоғары ойнайтын жетекші рөл нарығын дамыту туристік қызмет көрсету. Тырысты ашуға кәсіпкерлік әлеуеті шағын бизнес болжайтын белсенді саясат мемлекет саласындағы мақсатты бағдарламалар шағын кәсіпкерлікті қолдау туризмдегі. Тізімделген ерекшеліктері Қазақстан Республикасында туризмді, оның ерекшелігін, технологиясын, сондай-ақ іске асыру кезеңдері қабылданған кәсіпкерлік идеялар. Тұтастай алғанда, табысты туризм және басқа салалар бойынша бизнес налегает мәдениетке кәсіпкерлік жүйесі нақты түсініктерін құндылықтар туралы кепілдік беделін әкеледі көтеруге, өндіріс тиімділігін туристік қызметтер мен кірістер. Маңызды ерекшелігі ретінде туризм басқару объектісі болып табылады ерекшелігі, туристік өнімнің, оның неотделимость көзінен қалыптастыру, яғни туристік қызмет ажырағысыз көзін құру. Осыған байланысты менеджмент туризм орасан көп көңіл бөлінуі тиіс персоналды басқару мен реттеу, тұлғааралық қарым-қатынастар.

**Түйін сөздер:** кәсіпкерлік, бәсекелестік, туризм, дамыту бағдарламасы, қызмет көрсету

**Сведения об авторах:**

Юсупова Салтанат Абаевна – К.э.н., доцент, АО «Финансовая академия»;  
Нурғалиева Жанна Ергалиевна – К.э.н., доцент, АО «Финансовая академия»;  
Жансағымова Аягөз Ержановна – Доктор PhD, доцент, АО «Финансовая академия»