

**К.Б. Тукибаева, Г.С.Жансеитова, А.М.Бакирбекова**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан  
(E-mail: kuralay\_bazarbekkyzy@mail.ru, zhans\_gulnara@mail.ru, aigul\_bakirbek@mail.ru)*

### **Туризм саласындағы инновациялық қызметтің ғылыми зерттеу теориясы**

**Аңдатпа.** Туристік нарық жағдайындағы бәсекелестік қарқынның күшейе түсуі ғылым мен тәжірибеге негізделген жаңашылдықтар жүйесін пайдалана отырып, инновациялық қызметті жетілдіруге ықпал етеді. Сондықтан Қазақстан дүниежүзіндегі бәсекеге қабілетті елдердің қатарына ену үшін және туристік саланы жаңа серпінмен дамыту үшін инновациялық ілгерілеуді зерттеп, оның нәтижелерін іске асыруы қажет. Авторлар мақалада туризм саласындағы инновациялар мен инновациялық қызметтің салаға тән ерекшеліктерін, оның теориялық-әдістемелік зерттелуінің ғылыми деңгейін, әсіресе, туризмдегі инновацияның тұжырымдамалық негізін қалыптастырған ғалымдар еңбегі мен олардың ғылыми жетістіктерін және зерттеу бағыттары мен нәтижелерін саралап, бірізді жүйеге келтірген. Сонымен қатар, ғылыми мақала туризмдегі инновацияның жіктелімі белгілерін, инновацияның экономикалық, қаржылық, ғылыми-техникалық, ресурстық, әлеуметтік, экологиялық тиімділіктерін қарастырған. Авторлар туризм саласындағы инновациялық қызметтің теориялық аспектілерін тиянақты зерттеп, тақырыптың өзектілігін аша білген.

**Түйін сөздер:** туризм саласы, инновация, инновациялық қызмет, маркетинг, турөнім.

**DOI:** <https://doi.org/10.32523/2079-620X-2020-1-230-240>

**Кіріспе.** Инновация мен инновациялық қызмет дәстүрлі түрде ғылыми-техникалық прогрестің бағыты мен ғылыми зерттеулердің нәтижелерін тәжірибеге енгізумен байланысты үдеріс болып табылады. «Инновация» ұғымын кең мағынада қарастырсақ, оған өнімдегі, үдерістегі, маркетингтегі, ұйымдастырудағы өзгерістер жатады, яғни, инновация әлеуметтік-экономикалық қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталған жаңа немесе жетілдірілген өнім, технологиялық үдеріс, жаңа қызметтер мен жаңа тәсілдерді жүзеге асырудың қызмет нәтижесін қамтитын өзгерістердің айқын факторы. Ал, инновациялық қызмет - нәтижелері экономикалық өсу мен бәсекелестік қабілеттілігі үшін пайдаланылатын, өндірістің және қоғамды басқарудың әртүрлі салаларына жаңа идеяларды, ғылыми білімдерді, технологиялар мен өнім түрлерін енгізуге бағытталған қызмет [1].

Бүгінде туризм саласы қатаң бәсекелестік жағдайында дамып келе жатқан экономиканың маңызды саласы және туристердің үздіксіз өсіп келе жатқан қажеттіліктері мен сұраныстары, туристік нарықтың әр түрлі турөнімдерге қанықтығы, маусымдық фактордың орын алуы бұл саладан жедел өзгеріп отыратын сыртқы жағдайларға тұрақты бейімделуді талап етеді, ол үшін туристік саланы инновациялық даму жолына бағыттау қажет. Себебі туризмдегі инновациялар тиімді өсудің ішкі энергиясын құрай отырып, бір жағынан тепе-теңдікті бұзады, басқа жағынан одан әрі дамудың, жүйенің жаңа сапаға көшуіне негіз болады.

**Ғылыми мақаланың өзектілігі.** Туризм саласындағы инновацияны дамыту ел экономикасын өсуге апаратын әрі нарықтық тепе-теңдікті бұзатын бірден-бір бәсекелік жол. Бірақ бүгінде бұл саладағы инновациялардың теориялық-әдістемелік зерттеу деңгейінің әлсіздігі мен тұжырымдамалық негізінің толық қалыптаспағандығы өткір мәселе болып табылады. Сондықтан туристік саладағы инновациялық қызметтің ғылыми зерттеу теориясын зерттеу өзекті болып табылады.

**Мақаланың мақсаты.** Инновацияны кешенді игерудің үрдістері мен заңдылықтарын зерттеу, оң нәтижені жоспарлау мен оларды басқару туризм саласындағы қиын әдістемелік мәселе болғандықтан, осы саладағы инновациялық қызметтің теориялық аспектілерін зерт-

теу мақаланың мақсаты болып табылады.

**Зерттеу әдісі.** Зерттеу барысында қойылған мақсатқа жету үшін авторлармен жалпылау және жинақтау әдістері қолданылды.

**Нәтижесі мен талқылануы.** Туризмдегі инновацияларды зерттеу ғылыми зерттеуді дамытудың жаңа саласы болып табылады. Бұл саладағы инновацияларды теориялық-әдістемелік зерттеудің ғылыми деңгейі әлсіз, оның тұжырымдамалық негізін қалыптастырған шет елдік ғалымдар қатарына Й. Шумпетер, П. Друкер, М. Портерді жатқызуға болады. Аталған авторлар толыққанды инновация мәселесін әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде қарастырса, Д. Бухалис, М. Форест, А. М. Хьялагер, М. Оттенбахер сияқты ғалымдардың еңбектері әлемдік туристік индустриядағы заманауи инновациялық процестерді талдауға, туризмдегі инновация дамуының өзекті мәселелеріне бағытталған.

Алғаш рет бұл бағыт әлемдік туристік нарықтың екпінді дамуына және орын алып жатқан өзгерістерді зерделеу қажеттілігіне байланысты инновациялық мәселені зерттеудің жеке саласы ретінде 1980 жылдары пайда болды. Дүниежүзі бойынша туризм саласы маңыздылығы жағынан мұнай және машина өнеркәсібінен кейінгі үшінші орынға және қызметтер арасында бірінші орынға ие болуына байланысты 2000 жылдары туризмдегі инновациялар ғылыми қоғамдастықтың басты назарында болды.

Туризмдегі инновацияның мәнін анықтау үшін оның жіктемелік белгілерін қарастырайық:

- идея көзі (туристердің қажеттіліктері, ашулар, өнертабыс);
- инновацияның түрлері (туризм инфрақұрылымы, турөнім, турөнім және туристік қызметтерді үлестірудің құралдары мен жолдары, басқару, өндіріс факторлары);
- жаңалық дәрежесі (жақсарту, серпілісті);
- әсер ету кендігі, ауқымы, байланыстылығы (жергілікті, ғаламдық, жүйелік);
- инвестициялық толтыру (капиталды қажет етпейтін, капиталды аз қажет ететін, капиталды қажет ететін) [2].

Әлемдік туристік индустриядағы инновацияларды әзірлеу мен енгізудің өзгешеліктері инновациялық қызметтің объектісі ретінде танылған турөніммен тығыз байланысты:

- турөнім материалды емес (клиент сатып алу туралы шешім қабылдағанға дейін турөнімнің физикалық сипаттамаларын өз бетінше зерттей алмайды);
- турөнімді меншік ете алмайды;
- турөнімді негізгі құрал нысаны мен айналымдағы актив ретінде қолдану мүмкін емес;
- турөнімді өндіру мен тұтыну бір мезгілде жүреді;
- адами фактор (туристік қызмет көрсету үдерісіне көптеген адамдар қатысады: қызметкерлер, клиенттер, басқа туристер мен жергілікті тұрғындар);
- сапаның тұрақсыздығы және оны басқарудың қиындығы;
- көп компоненттілік (турөнім бірнеше жеке қызметтерден тұрады, олардың сапасы жалпы сапардың әсеріне ықпал етеді);
- маусымдылық (жеке қызметтерге сұраныс пен баға мөлшерінің ауытқып тұруы);
- қызмет ұсынатын серіктестер ұсыныстарының икемсіздігі (көлік компаниялары, орналастыру мен тамақтандыру орындары нақты күнге бар бос орындардың шамасынан тыс қонақтар қабылдай алмайды) [3].

Сонымен қатар, бұл саладағы инновациялық дамуды зерттеудің келесідей ерекшеліктері бар:

- технологиялық және маркетингтік инновация зерттеулерінің басымдық танытуы;
- жүргізілген зерттеулердің қолданбалы сипаттамасы;
- туризм индустриясының жекелеген құрамдастырының аясындағы зерттеулердің тар бағыттылығы (тамақтандыру кәсіпорындары, көлік және орналастыру орындары);

- клиентке бағытталушылық (зерттеулердің басым бөлігі ұлтаралық корпорациялардың, халықаралық қонақ үй торларының және халықаралық ұйымдардың тапсырыстары бойынша жүргізіледі);

- үдерістік амалдардың басымдығы [4].

Соңғы жылдары туристік саладағы инновацияларға қатысты ғылыми зерттеулер нәтижелерінің көлемі айтарлықтай ұлғайды (Кесте 1).

1-кесте

**Туризм саласындағы инновацияны зерттеуге үлес қосқан шет елдік ғалымдардың ғылыми жетістіктеріне қысқаша шолу (бағыттар бойынша)**

Зерттеу бағыты	Зерттеушілер және олардың шыққан елі	Жылы	Негізгі нәтижелері
Туризмдегі инновациялық қызметтің жалпы теориялық жағдайы	А.М.Хьялагер (Дания)	1997	Туризмдегі инновацияның жіктемесі ұсынылды: өнімдік, үдерістік, басқарушылық, институционалдық
		2002	Туризмдегі инновациялық модель әзірленді
	М.Оттенбахер (Жаңа Зеландия)	2005	Туризмдегі инновациялық детерминанттар анықталды: нарықты таңдау, персоналды басқару стратегиясы, нарықтық алғырлық және т.б.
	Й.Сандбу (Швеция)	2007	Туризмдегі инновациялық қызметке ауқымды үнемдеу қолданылды және ірі туристік кәсіпорындардың инновациялық әлеуетін синергиялау туралы қорытынды жасалынды
Туризмдегі инновацияны қолданудың тиімділігін бағалау	М.Оттенбахер (Жаңа Зеландия)	2007	Үш өлшемді модель негізінде туризмдегі инновацияны енгізуден алынатын экономикалық әсерді өлшеу жүргізілді: тұтынушылар мен кәсіпорын қызметкерлерінің нарықтық, қаржылық, рефлекстелген даму көрсеткіштері.
	Л.Сайп, М.Теста (АҚШ)	2009	Туристік кәсіпорынның қызметіне инновацияны енгізудің тиімділігін бағалаудың кешенді әдісі жасалынды.
Туризмнің тұрақты дамуын қамтамасыз ететін инновациялар	С.Геслинг (Швеция)	2006	Климаттың өзгеруімен, ғаламдық жылынумен күресте туризмдегі инновациялық технологиялардың маңыздылығы негізделінді.
	П.Ромейро (Испания)	2010	Туризмнің тұрақты түрлерін дамытуда инновациялық технологияларды қолданудың тиімділігі негізделінді.
	Ф.Г.Альберти (Италия)	2011	Мәдени-тарихи мұраларды сақтаудағы инновациялық технологияның рөлі анықталды.

Туризмдегі маркетингтік инновациялар	Й.Сандбу (Швеция)		Инновация маркетингі деген ұғым енгізілді, кәсіпорынның шаруашылық қызмет нәтижелері мен оның инновациялық қызметінің өзара байланысы негізделді.
	А.Максимчук (Польша)		
	Д.Бухалис (Ұлыбритания)	2008	Әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдары, онлайн-ресурстар мен мобильді қосымшалар негізінде туристік жобаларды құру мен оларды ілгерілету мақсатында ғылыми айналымға e-tourism (электрондық туризм) ұғымы енгізілді.
	Э.Мартинес-Рос (Испания)	2009	Инновацияның 2 түрі анықталды: радикалды және кезеңді, туризмдегі қосылған құнды құру тізбегі қатысушыларының инновациялық әлеуеті қарастырылды.
	Р.Ло (Гонконг)	2011	Туристік сұранысты басқарудың негізінде серпінді баға белгілеуді қолданудың қажеттілігі негізделінді.
Инновация мен бәсекеге қабілеттіліктің өзара байланысы	В.Алан (АҚШ)	2008	Туристік нарық құрылымы мен инновациялық әлеует, әр түрлі нарық жағдайындағы ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігі арасындағы өзара байланыстары негізделінді.
	Х.Джанг (Гонконг)	2011	Ақпараттық технологияларды қолданудың негізінде туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың әдістемесі жасалынды.
	А.Малакаускайте (Литва)	2015	Ақпараттық технологияларды қолданудың негізінде елдің туристік саласының бәсекеге қабілеттілігін бағалау жүргізілді.
Мамандандырылған қызмет салаларындағы инновациялар	К.Энц, Дж.Сигуау (АҚШ)	2003	Халықаралық қонақ үй торларының (Marriott, Ritz Carlton) мәліметтері негізінде қонақ үй кәсіпорындары қызметінің тиімділігін арттыру бойынша бірқатар инновациялық шаралар негізделінді.
	Ф.Орфила-Синтес (Испания)	2009	Қонақ үй қызметіндегі басқарушылық инновацияларды енгізудің әдістемесі жасалынды; қонақ үй бизнесі индустриясындағы адами капитал ұғымы негізделінді.
	Э.Мартинес-Рос (Испания)	2009	Инновациялық технологияларды қолданудың негізінде қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілік факторлары негізделінді.
	Б.Альдеберт (Франция)	2011	Туризм индустриясындағы ақпараттық технологиялар мен мәліметтер базасын қолданудың мультипликативті әсері негізделінді.
	Р.Ло (Гонконг)	2013	Туризм саласындағы менеджментте клиентке бағдарланған тәсілдердің дамуына мобильдік және веб технологиялардың, серіктік және навигациялық технологияларды қолданудың тиімділігі негізделінді.
	Д.Бухалис (Ұлыбритания)	2015	Ақпараттық технологияларды қолданудың негізінде туристік кәсіпорынның инновациялық стратегиясы әзірленді.
<i>Ескерту: мәліметтер негізінде [5] дереккөзден алынған.</i>			

1-кестеден шет елдік ғалымдардың туризмдегі инновация мәселелерін туризмдегі инновациялық қызметтің жалпы теориялық жағдайы, туризмдегі инновацияларды қолданудың тиімділігін бағалау, туризмнің тұрақты дамуын қамтамасыз ететін инновациялар, туризмдегі маркетингтік инновациялар, инновация мен бәсекеге қабілеттілік арасындағы өзара байланыс, мамандандырылған қызмет саласындағы инновациялар (қонақ үй бизнесі, СПА индустриясы, көлік, ақпараттық технологиялар және т.б.) сияқты негізгі бағыттарда жүргізгенін байқаймыз. Сонымен қатар, ТМД елдері ғалымдарының зерттеулері де туризмдегі инновациялық даму мәселелеріне бағытталып, зор үлес қосқан. (2-кесте).

2-кесте

**ТМД елдері ғалымдарының туризм саласындағы инновацияны зерттеу бағыттары мен нәтижелері**

Зерттеу бағыты	Ғалымдар	Пән саласы
Туризмдегі инновациялық менеджменттің теориялық негіздері	Харин А.А., К о л е н с к и й И.Л.	Инновация ұғымы мен оның жіктеліміне қатысты әдістемелік тәсілдері, инновациялық процестің негізгі элементтері, кәсіпорынның инновациялық қызметіне көшу артықшылығы және оның жолдары, туристік кәсіпорынның инновациялық мүмкіндігі мен стратегиясын талдау, инновациялық қызметті басқару үдерісі (қызметкерлерді, инновациялық түрлендірулерді, сапаны басқару және жоспарлауды жетілдіру), өнімнің, қызметтердің және практикалық тәжірибенің сәйкестігін үздіксіз жетілдіру ретіндегі бенчмаркинг әдісі.
Инновация мен бәсекеге қабілеттіліктің өзара байланысы	Жукова А.А.	Туризм нарығында бәсекелестік артықшылықтарға жету мәселелері, туризм индустриясындағы басқарудың ұйымдастырушылық формалары, туризм индустриясы кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі мен корпоративтік мәдениеті арасындағы өзара байланысы, жаңа қызметтерді қалыптастырудың қағидалары, туристік қызметтердің сапасын жақсартудағы қызметкерлердің рөлі.
	Ильина Е.Н.	Туроперейтингтегі инновациялық менеджмент, инновацияларды әзірлеу мен жоспарлау бөлімінің мақсаты, туристік кәсіпорынның әлсіз және мықты жақтарын талдау, жаңа қызметтерді қалыптастырудың қағидалары, инновациялық қызмет саласындағы туристік кәсіпорын менеджерлерінің қызметі.
	Решетников Д.Г.	Туризмнің басым түрлері, ақпараттық технологияларды қолданудың негізінде құрастырылған ұлттық туристік өнімнің халықаралық бәсекеге қабілеттілігі.
Туризмдегі маркетингтің инновациялық әдістері	Т а р а с е н о к А.И., Кабушкин Н.И.	Туризмдегі маркетингтік және өнімдік инновациялар

	Г а й д у к е в и ч Л.М., Хухлындина Л.М.	Мәдени туризмді ұйымдастырудағы мәдени-тарихи және табиғи мұраларды зерттеудің инновациялық әдістері.
Инновациялық жобалардың туристік аймақтардың дамуына әсері.	Хомич С.А.	Бірегей нысандар негізінде туризмді дамытудың жергілікті және аймақтық бағдарламаларына арналған инновациялық ресурстарды қолдану.
	К л и ц у н о в а В.А., Борисенко-Клепач Н.М.	Туризмдегі инновациялық дамудың аймақтық аспектілері, шет елдік туристерді тарту мақсатында Беларусь Республикасының территориясында «жасыл» маршруттарды құру және олардың маркетингі, кластерлік модель аймақтық және аймақаралық деңгейде туристік территорияларды дамытудың инновациялық құралы ретінде.
	Кирпич С.В.	Кластерлердің тиімділігі туризмдегі аймақтық инновациялық дамудың құралы ретінде.
	Г о р б ы л е в а И.А.	Туристік аймақтар туризмдегі аймақтық дамудың инновациялық құралы ретінде.
<i>Ескерту: мәліметтер негізінде [5] дереккөзден алынған.</i>		

2-кестеден ТМД елдерінің белгілі ғалымдарының туризм саласындағы инновацияны зерттеулерінде туризмдегі инновациялық менеджменттің теориялық негіздерін, инновация мен бәсекеге қабілеттіліктің өзара байланысын, туризмдегі маркетингтің инновациялық әдістерін, инновациялық жобалардың туристік аймақтардың дамуына әсерін жан-жақты зерттегенін және олардың еңбектерінің практикалық бағытта жоғары дәрежеге ие екені көрінеді.

Инновациялар туристік саланың және ондағы туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін басты шарт. Дегенмен, жоғарыдағы кестеде келтірілген мәліметтер туризм саласындағы инновациялық менеджменттің әлі де терең ізденісті қажет ететін айғақтайды. Сондықтан осы саладағы ең перспективті және аз зерттелген зерттеу бағыттарын атап өту керек:

- инновациялардың стратегиялық маркетингі;
- елдің туристік саласының және ондағы туристік кәсіпорындардың инновация мен халықаралық бәсекеге қабілеттілігі арасындағы өзара байланысты зерттеу;
- инновациялық стратегияны жүзеге асыру мен e-tourism (электрондық туризм) ұғымдарын негіздеу үшін ақпараттық технологияларды қолдану;
- туризмдегі маркетингтік инновациялар (әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдары, онлайн-брендінг, серпінді баға белгілеу, заманауи ақпараттық технологияларды қолдана отырып, нысаналау (таргетирование) және нарықты саралау);
- туризмдегі инновациялық жобаларды институционализациялау;
- инновацияның туризм индустриясына, кәсіпорындарға, нарық пен тұтынушыларға әсерін өлшеу және бағалау;
- инновацияларды қолдану негізінде туризмнің тұрақты дамуына ерекше назар аудару керек [5].

Экономиканың барлық салаларындағы инновациялық қызметтің негізін ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктерін жүзеге асыру құрайды, ол туризм саласына да қатысты, мұндағы инновациялық қызметтің мәні жаңашылдықты құру және оны өндіріске енгізу, кеңінен тарату.

Туризмдегі инновациялық қызметке инновациялық процесс аясындағы барлық қызметті жатқызуға болады: өткізу нарығын маркетингтік зерттеу және жаңа тұтынушыларды

іздеу, бәсекелес фирмалар тауарларының тұтынушылық қасиеттері мен ықтимал бәсекелестік ортасын ақпараттық қамтамасыз ету, жаңашыл идеялар мен шешімдерді, инновациялық жобаларды енгізу мен қаржыландыру бойынша серіктестерді іздеу. Кез келген жаңалықты қолданысқа енгізуден бұрын оның тиімділігін анықтайды. Экономикалық әдебиеттерде инновацияның келесідей тиімділіктерін бөліп көрсетеді (Сурет-2):



Сурет 1. Инновация тиімділіктері  
(Ескерту. Мәліметтер негізінде [1-4] дереккөздерінен алынған)

2-суретте келтірілген инновацияның тиімділіктері туризм саласында маңызды рөл атқарады. Біз, біріншіден, ұлттық табыстың өсуі мен экономикалық нәтижелердің сандық мөлшерде өсуі арқылы экономикамызды дамытсақ, екіншіден, инновациялардың қоғамдық қатынастарға әсері есебінен әлеуметтік мәселелерді шеше аламыз, үшіншіден, инновацияның жаңалық деңгейін, қолдану ыңғайлылығын, ұтымдылығын дамыту арқылы ғылымға өз үлесімізді қосамыз, төртіншіден, ресурстарды ұтымды пайдалану мен инновацияның қоршаған ортаның ластануын төмендетуге, зиянды қалдықтардың көлемін қысқартуға тигізетін оң әсері есебінен ресурстық және экологиялық мәселелерді шешуге мүмкіндік аламыз.

Қызметтерді саудалау бойынша келісімшарттың нұсқаулығына сәйкес (ГАТС) туризмдегі инновациялық қызмет 3 бағыт бойынша дамиды [6]:

- Ұйымдастырушылық инновациялар: басқару жүйесі мен құрылымындағы туристік бизнес пен кәсіпорындардың дамуымен байланысты жаңашылдықтарды енгізу. Оған келесілерді жатқызамыз: жаңа техника мен алдыңғы қатарлы технологиялар негізінде бәсекелес субъектілерді қайта құру, ірілендіру, жаулап алу, кадр саясаты (кадр құрамын жаңарту мен ауыстыру, біліктілікті арттыру жүйесі, мамандарды қайта даярлау және ынталандыру); оңтайлы экономикалық және қаржылық қызмет (кәсіпорынның дамуы мен тұрақты жағдайын қамтамасыз ететін есепке алу және есептіліктің заманауи нысанын енгізу);
- Маркетингтік инновациялар: мақсатты тұтынушылардың қажеттіліктерін қамтуға немесе қамтылмаған клиенттерді тартуға мүмкіндік береді;
- Өнімдік инновациялар: туристік өнімнің тұтынушылық қасиеттерін өзгертуге

және оны жайғастыруға бағытталған және бәсекелестік артықшылықтар беретін мерзімді жаңашылдықтар.

3-кесте

## Туризмдегі инновациялық қызметтің бағыттары

Туризмнің элементтері	Инновациялық қызметтің бағыттары
Туристік өнім	<ul style="list-style-type: none"> <li>- турөнімнің жаңа түрлерін шығару;</li> <li>- дәстүрлі турөнімге жаңа қасиеттерге ие қызметтерді енгізу;</li> <li>- дәстүрлі турөнімнің өндірісін ұйымдастырудағы өзгерістер.</li> </ul>
Субъект (Қазақстан Республикасының және өзге елдердің азаматтары, туризм саласындағы қоғамдық, мемлекеттік және жекеменшік кәсіпорындар мен ұйымдар)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- есепке алу мен есептілік нысанының заманауи формаларын енгізу;</li> <li>- инновацияны ынталандыру арқылы туризм мен маркетингті қолдау;</li> <li>- елдің тартымды бейнесін қалыптастыру;</li> <li>- инновациялық бағдарламаларды жүзеге асырудағы мемлекеттің тікелей қатысуы;</li> <li>- ірі инновациялық орталықтарды құру;</li> <li>- туризм саласындағы ҒЗТҚЖ-ға қолдау көрсету;</li> <li>- венчурлық инновациялық қорлар құру;</li> <li>- технополистер мен технопарктердің желісін құру;</li> <li>- туризм саласындағы кешенді ғылыми зерттеулер;</li> <li>- сала субъектілерінің зияткерлік әлеуетін басқарудың жүйесін жетілдіру;</li> <li>- өзге елдермен ақпарат, дағды және технологиялармен алмасу;</li> </ul>
Объект (туризммен байланысты барлық салалар)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- инновациялық өнімдер мен қызметтер өндіру;</li> <li>- инновациялық өнімдер мен қызметтерді өндіру барысында бұрын қолданылмаған жаңа туристік ресурстарды қолдану;</li> <li>- мамандардың зияткерлік әлеуетін жаңарту мен жүзеге асыру, қызмет көрсету үдерісін технологиялық пысықтау үшін кадрларды оқыту;</li> <li>- ең жаңа технологияларды қолдану және т.б.</li> </ul>
Ұйымдастырушы (турөнімді құру мен тарату, шаралар мен бағдарламаларды жоспарлауды және жүзеге асыруды қамтамасыз ететін заңды тұлға немесе жеке кәсіпкер)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туроператорлардың инновациялық турөнімнің құрамына кіретін, жекелеген жаңа немесе жетілдірілген қызметтер көрсететін үшінші тұлғалармен келісімшартқа отыру және оны орындау бойынша қызметі;</li> <li>- инновациялық турөнімді өткізу мен жарнаманы жүзеге асыру (арнайы көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысу, туристік ақпараттық орталықтарды ұйымдастыру және т.б.);</li> <li>- нарық ұстанымын нығайту және сақтау;</li> <li>- басқару жүйесін жетілдіру;</li> <li>- мәліметтер базасын құру және өңдеу және т.б.</li> </ul>
Қатысушы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туристік қызметтердің жаңа өтімін анықтау және қолдану.</li> </ul>
<i>Ескертпе. мәліметтер негізінде [6] дереккөзден алынған.</i>	



**Қорытынды.** Жоғарыда атап өтілген ерекшеліктерді ескере отырып, туризмдегі инновация — бұл турөнімді өндірудің сапалы жаңа тәсілі әрі оны туристік нарықта өткізу немесе мақсаты туристерді тарту және олардың қажеттеліктерін қанағаттандыра отырып, туристік кәсіпорынға табыс алып келуді көздейтін креативті іс-әрекеттер деп қорытындылауға болады.

Осылайша, туризм саласындағы инновацияларды зерттеу өзектілігі әлемдік туристік нарықтағы ұлттық экономиканың туристік саласы мен туристік кәсіпорындардың ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудегі инновация мәнінің артуымен анықталады. Осыған байланысты, әлемдік нарықтағы инновациялар мен туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігінің өзара байланысына басты назар аудару керек.

Туризмдегі инновацияны сапалы жаңалығы бар және жағымды ілгерілеуге алып келетін, аймақтағы саланың дамуы мен тұрақты қызмет етуін қамтамасыз ететін жүйелі шаралар ретінде қарастыру қажет. Бастапқы кезде айтарлықтай пайда әкелмейтін жобаларды құру идеясы мен оларды жүзеге асыру туризмнің дамуына түрткі болады, қосымша жұмыс орындарын құру мен халықтың табысының өсуіне белсенді ықпал етеді.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Новиков В.С. Инновации в туризме: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
- 2 Вуколов В.Н. Методология и теория научных исследований туристской деятельности. Учебник.– Алматы: Университет «Туран», 2012. – 460 с.
- 3 Решетников Д.Г. Приоритеты инновационного развития туристского комплекса Беларуси в условиях современной эволюции мировой индустрии туризма / Д.Г. Решетников // Территориальная дифференциация и регионализация в современном мире: сб. науч. ст. — Смоленск: Универсум, 2006. — С. 196—202.
- 4 Buhalis, D. SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: empowering co-creation of value / D. Buhalis, M. Foerste // Journal of Destination Marketing & Management. — 2015. — Vol. 4, N 3.— P. 151—161.
- 5 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.
- 6 Зуева М.М. Инновационная деятельность как средство укрепления экономического потенциала индустрии туризма // Управление экономическими системами. - 2012. -№5(41).

**К.Б. Тукибаева, Г.С.Жансейтова, А.М.Бакирбекова**

*Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, Нур-Султан,  
Казахстан*

### **Теория научных исследований инновационной деятельности в туристской отрасли**

**Аннотация.** Усиление темпов экономического роста и стремление к повышению конкурентных преимуществ отечественного продукта в условиях туристского рынка способствует совершенствованию инновационной деятельности с использованием системы новшеств, основанных на науке и практике. Поэтому Казахстану необходимо изучить инновационный прогресс и реализовать его результаты для вхождения в число конкурентоспособных стран мира и развития туристской

отрасли в новой динамике. В статье авторы проанализировали и последовательно систематизировали исследования инноваций и инновационной деятельности в сфере туризма, труды ученых, сформировавших концептуальную основу инноваций в туризме, их научные достижения, направления и результаты исследований. Кроме того, научная статья посвящена классификационным признакам инноваций в туризме, экономической, финансовой, научно-технической, ресурсной, социальной, экологической эффективности инноваций. Авторы тщательно изучили теоретические аспекты инновационной деятельности в сфере туризма, раскрыли актуальность данной темы.

**Ключевые слова:** туристская отрасль, инновация, инновационная деятельность, маркетинг, турпродукт.

**K.B.Tukibayeva, G.S.Zhanseitova, A.M.Bakirbekova**  
*L.N.Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

### **The theory of Scientific Research on Innovation in the Tourism Industry**

**Abstract.** The strengthening of economic growth and the desire to increase competitive advantages in the conditions of the tourist market contributes to the improvement of innovation using a system of innovations based on science and practice. Therefore, Kazakhstan needs to study the innovative progress and implement its results to enter the number of competitive countries in the world and to develop the tourism industry in a new dynamic. In the article author analyzed and consistently systematized the research of innovations and innovative activity in the sphere of tourism, the works of scientists who formed the conceptual basis of innovations in tourism, their scientific achievements, directions and results of research. In addition, the scientific article is devoted to the classification features of innovation in tourism, economic, financial, scientific and technical resource, social, environmental efficiency of innovation. The author carefully studied the theoretical aspects of innovation in tourism, revealed the relevance of this topic.

**Keywords:** the sphere of tourism, innovation, innovation activity, marketing, tourist product

### **References**

- 1 Novikov V.S. Innovatsii v turizme: uchebnoe posobie dlya studentov vyisshih uchebnykh zavedeniy [Innovations in tourism: textbook for students of higher educational institutions] (Izdatelskiy tsentr «Akademiya», Moscow, 2007, 208 p.).
- 2 Vukolov V.N. Metodologiya i teoriya nauchnykh issledovaniy turistskoy deyatelnosti [Methodology and theory of scientific research of tourist activity] (Universitet «Turan», Almaty, 2012, 460 p.).
- 3 Reshetnikov D.G. Priorityi innovatsionnogo razvitiya turistskogo kompleksa Belarusi v usloviyah sovremennoy evolyutsii mirovoy industrii turizma [Priorities of the innovative development of the tourist complex of Belarus in the context of the modern evolution of the global tourism industry], Territorialnaya differentsiatsiya i regionalizatsiya v sovremennom mire [Territorial differentiation and regionalization in the modern world]: sb. nauch. st. [coll. of scient. article] (Universum, Smolensk, 2006, P. 196—202).
- 4 Buhalis D., Foerste M. SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: empowering co-creation of value, *Journal of Destination Marketing & Management*. 4(3), 151-161(2015).
- 5 Davyidenko L., Yaltyihov D. Metodologiya razvitiya innovatsiy v mirovoy industrii turizma [Methodology of innovation development in the world tourism industry], *Zhurnal mezhdunarodnogo prava i mezhdunarodnykh otnosheniy* [Journal of international law and international relations], 78-79(3-4), 60-65(2016).

6 Zueva M.M. Innovatsionnaya deyatelnost kak sredstvo ukrepleniya ekonomicheskogo potentsiala industrii turizma [Innovation as a means of strengthening the economic potential of the tourism industry], Upravlenie ekonomicheskimi sistemami [Management of economic systems], 41(5), 2012.

**Авторлар туралы мәлімет:**

**Тукибаева К.Б.** – Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің 6D051700 - «Инновациялық менеджмент» мамандығының 2 курс докторанты, Сәтпаев көш., 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

**Жансеитова Г.С.** – э.ғ.к., Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің «Менеджмент» кафедрасының доценті, Сәтпаев көш., 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

**Бакирбекова А.М.** – э.ғ.к., Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің «Менеджмент» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Сәтпаев көш., 2, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

**Tukibayeva K.B.** – 2nd year PhD student of 6D051700 - «Innovation Management» specialty, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Satpayev Str., 2, Nur-Sultan, Kazakhstan

**Zhanseitova G.S.** – Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor of «Management» Department, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Satpayev Str., 2, Nur-Sultan, Kazakhstan

**Bakirbekova A.M.** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of «Management» Department, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Satpayev Str., 2, Nur-Sultan, Kazakhstan