

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ**

**Советкали Оразалы Сериккалиұлы**

**Маметова Назира Батыровна**

sovetkaly@gmail.com

студенты кафедры Туризма, Евразийский Национальный Университет им. Л.Н.

Гумилёва, Казахстан, г. Нур - Султан

Научный руководитель - Сейдуалин Д.А.

Развитие малого предпринимательства в Республике Казахстан является одним из ключевых условий экономического роста государства. Предприятия малого бизнеса обладают гибкостью, адаптивностью к внешней среде и считаются стабилизаторами экономического развития, формируют необходимую атмосферу конкурентной борьбы, способствующие быстрому реагированию на всевозможные перемены рыночной конъюнктуры, наполняют возникающие ниши в потребительской сфере, создают дополнительные рабочие места. Значимость малых предприятий еще и в том, что, ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены регулярно совершенствоваться и адаптироваться к текущим условиям рынка.

Во многих отраслях малые предприятия могут быстрее и с минимальными расходами, нежели, чем, крупные предприятия, реагировать на ускоряющийся темпы изменений в услугах и товарах, технологических процессах, а также рынках.

Малый бизнес является основой экономики любой страны. Уровень его развития, его активности определяет степень демократизации страны и прозрачности её экономики, влияет на темпы экономического роста, качество и структура валового национального продукта (ВВП). Малый бизнес в Казахстане развивается быстрыми темпами, но его потенциал не реализуется в полной мере по причине невысокой доли в экономике страны и в связи с распространением теневого предпринимательства.

Сегодня в рейтинге всемирного банка «DOING BUSSINES» Казахстан занимает 25 место среди 190 стран по степени лёгкости ведения бизнеса. В сравнении с 2018 годом Казахстан поднялся на 3 позиции (с 28 места) и обошел такие страны как Исландия, Австрия, Россия, Япония, и другие [2].

По оперативным данным Комитета по статистике МНЭ РК рост ВВП Казахстана по итогам второго квартала 2019 года составил 4,1 %. К 2050 году Республика Казахстан планирует повысить долю малого бизнеса в валовой добавленной стоимости до 50 % [1]. Для достижения намеченной цели необходима финансовая и информационная поддержка развития благоприятных условий для роста предпринимательства и ежегодное улучшение значения ключевого показателя, будет способствовать становлению сильного предпринимательского сектора Казахстана.

При работе над статьёй была проанализированы литературные источники по объекту исследования развития малого предпринимательства, его роли в экономике страны, а также приведенные статистические данные по степени развития.

В методологии исследование использовались теоретические и эмпирический методы, такие как теоретический операционный метод - анализ, сравнение, синтез, а также метод действий - анализ систем знаний, функций научной теорий. Эмпирический метод операций - изучение литературы, документов и результатов.

В настоящее время необходима и важна полная и достоверная информация о сегменте малого предпринимательства. Надо помнить, что сплошное наблюдение проводится в интересах не только государства, но и бизнеса, и общества в целом.

Большинство малого бизнеса работает в качестве помощников крупного бизнеса, соответственно зависит от него. Малые капиталы небольшой компании намного скромнее

чем у крупных предприятий, но это не означает, что данная фирма менее конкурентоспособна и не может стать выгодной клиентам. Возможности малого бизнеса разнообразны, и зависят от идей, более привлекательные для талантливых, индивидуалистических настроенных людей. Предприниматели всегда стремятся быть индивидуальными, и часто это позволяет раздвигать границы знаний.

Особенно важно, деятельность малого бизнеса привлекает инновационную и изобретательскую деятельность: исследования показывают, что основные изобретения и идеи чаще поступают от малых предприятий, нежели чем от крупных. Творчество малых предприятий способствует распространению новых продукции, а также услуг для потребителей. Их изобретательность облегчает жизнь всего общества. Конечно, в крупном бизнесе ровно, как и в малом предпринимательстве жизнь становится богаче. Однако сами размеры предприятий могут воспрепятствовать нововведением.

Малые предприятия трудоустраивают на работу десятки миллионов людей, продают большую часть продукции потребителям, выпускаемой крупным производителям. К тому же, они обеспечивают крупные предприятия множеством необходимых услуг, материалов и сырья. К примеру «General Motors» осуществляет закупки у более чем 30 тыс. поставщиков, большая часть которых имеют отношения к малым предприятиям. Поскольку крупные компании не могут осуществлять поставки так дешево, как малые предприятия.

Финансовые результаты, быстрота реагирования, нововведения, а также создание рабочих мест представляют в малом бизнесе сильную сторону. В противоположность этому слабая сторона отражает трудности, характерные только малому бизнесу. Большинство малых предприятий угасают в начале своей деятельности. Причина высокого показателя неудач, кроется в лёгкости создания предприятий. Ну как часто указывает экономисты, свобода выбора означает не только свободу успеха, но и свободу неудачи. Одна из причин умирания только возникших предприятий по мнению фирмы «Dun & Bradstreet» в плохом управлении.

Согласно данным фирмы «Dun & Bradstreet», плохое управление выражается в таких проблемах, как большие эксплуатационные затраты или задерживающийся платежи клиентов, неудачное местоположение или низкая конкурентоспособность, избыточности постоянных активов или трудностями с товарно-материальными запасами.

Лёгкость создания предприятия - является главной причиной, а плохое управление просто следствием.

Перспектива малого бизнеса выглядит блестящей. Все больше людей будут принимать участие в малом бизнесе, и они станут наиболее подготовлены к работе главным образом благодаря широкой поддержки со стороны общества и лучшему образованию. По мере увеличения численности населения, можно ожидать постоянный прирост общего количества малых предприятий. Ввиду большого количества игроков рынка, не составит труда найти заинтересованных в том или ином продукте. Малым компаниям могут быть интересны мобильные технологии, социальный маркетинг, сфера туризма, и интернет - технологии, а также средства проведения транзакции, средства коммуникации и многое другое.

В нашей республике уделяется большое внимание состоянию бизнеса. Усилиями Правительства, бизнесменов и граждан страны наше государство должно войти в тридцатку конкурентоспособных стран мира. Прежде всего задача направлена на улучшение жизни казахстанцев. Государство реализует ряд программ по занятости населения и массового привлечения граждан к ведению предпринимательской деятельности.

Ведение бизнеса в Казахстане в 2019 -м году оценивалось по 4 индикаторам, затрагивающим деятельность малого предпринимательства: регистрация предприятий, регистрация собственности, получения разрешения на строительство, а также подключение электрических сетей. Наиболее благоприятные условия ведения бизнеса в г. Алматы, Восточно-Казахстанской и Павлодарских областях [3].

Туристская сфера считается одним из выгодных направлений предпринимательской

деятельности, возникают новые уникальные бизнес идеи в туризме, сфере отдыха и путешествий. Индустрия туризма - это яркий образец экономики простых вещей. Стремительно увеличивающийся поток отдыхающих в последнее время - это мотивация для инвестирования средств в туристическую сферу, в первую очередь в целом - внутреннего туризма, отдыха и путешествий. Открыть собственный бизнес в этом направлении способна любая компания или индивидуальный предприниматель.

Представляет возможности для полноценного расширения малого бизнеса и сферы услуг, поскольку обладает обширным потенциалом для привлечения предпринимательских ресурсов, не требует крупных капиталовложений и считается основой индустрий по созданию рабочих мест, на небольшие компании приходится в среднем наиболее 70 % всех занятых в туризме.

Туристический бизнес интересен для предпринимателей по следующим факторам:

- небольшие стартовые капиталовложения;
- возрастающий спрос в туристической услуги;
- большая степень рентабельности;
- наименьший период окупаемости расходов.

Туризм, как отрасль экономики лишь только начинает формироваться, требует системного и комплексного подхода. Необходимо создание условий для развития устойчивого туризма, который тесно связан с развитием территорий и подготовки квалифицированных специалистов.

Удобное географическое положение и обилие уникальных природно и культурно-познавательных ресурсов не гарантирует экономического успеха и непрерывного потока отдыхающих. Необходимо создания уникальных туристических продуктов, и постоянно их совершенствовать и улучшать.

Необходимо создавать единые туристско-территориальные комплексы с населенными пунктами, проживающими в них людьми, современной инфраструктурой, с благоустроенными сервисными точками, эффективной организационной моделью и пр. Это - совместная область ответственности акиматов и уполномоченных органов.

В развитии сферы туризма весьма эффективно применять практику государственно-частное партнёрство (ГЧП) и на данных условиях местные бизнес-сообщество смогут строить инфраструктуру, не делая акцент в пятизвёздочные гостиницы в областных центрах, а строя объекты среднего уровня, доступные казахстанцам по цене. При этом необходимо единое развитие транспортной (дороги, автостоянки, места размещения диких путешественников и караванеров) и инженерной (водоотведение и водоснабжение, электроснабжение и т. д.) инфраструктуры. Необходимо создание различных туристских продуктов с современным уровнем и качеством сервиса, и с возможностями для развития торговли, ремесленничества, а помимо этого реализаций информационной поддержки не только в СМИ и сетях, но и в местах туристской активности.

В Казахстане разработана программа развития туристской отрасли 2019-2025 года образованная АО «НК Казах Туризм». Её цель - увеличение доли туризма в общем объеме валового внутреннего продукта (ВВП) не менее 8% к 2025 году. Задача программы в развитии туристических ресурсов, обеспечения транспортной доступности туристических дестинаций и объектов, повышение качества и доступности туристических продуктов, услуг.

В настоящее время начаты работы по карте туристификации Казахстана с выделением 10-ти и 50-ти топовых проектов. Карта вошла в государственную программу развития туризма до 2025 года.

В нее входят 10 топовых туробъектов республиканского значения: побережье озера Алаколь, горный кластер Алматинского региона, Щучинско-Боровская курортная зона, туристская зона «Мангистау», восстановление исторической среды древнего Туркестана, развитие делового туризма в городе Нур-Султан, побережье озера Балхаш, Баянаульская курортная зона, Имантау-Шалкарская курортная зона, туристская зона «Байконыр».

Важна реализация туристского потенциала через систему стандартизации и

сертификации объектов и территорий позволит не только создать конкурентную среду и станет катализатором развития отрасли «Туризм», но и будет основой для цифровизации отрасли принципиально новой, соответствующей лучшим мировым стандартам, системы.

Модель развития устойчивого туризма на основе системного и комплексного подхода - гарант для инвестиций в отрасль. Коммуникационная стратегия в области туризма - основа успеха в привлечении инвестиций [4].

С целью повышения эффективности проектов в сфере туризма необходимо на всех стадиях разработки и реализации вводить процедуры оценивания. Оценка программы - это систематическое получение информации о деятельности в рамках программы, её результатах и характеристиках, которые проводятся с целью получения мнения о программе, повышение эффективности и определение результативности. Для оценки результативности проектов, целью которых является улучшение инфраструктуры туризма и расширение круга лиц, занятых в данной сфере, следует применять дополнительные показатели. Помимо классических результативных показателей (количество путешественников, средняя продолжительность пребывания, объем оказанных услуг), необходимо рассматривать в качестве оценочных такие показатели, как «количество созданных рабочих мест в сфере туристических услуг», «число самозанятых в сфере туризма».

Решения вышеуказанных проблем зависят, в том числе и от государственного регулирования туристской деятельности, которое должно ориентироваться на сокращение административных барьеров, координацию участников, эффективную, но никак не формальную поддержку малого бизнеса. Поддержка содействует не только для организации туристического бизнеса и увеличения вклада в экономику территории, но также обладает значимым социальным результатом: увеличение занятости и самозанятости населения, приобщение к культурным обычаям, формирование местного патриотизма и доброжелательного отношения к путешественникам со стороны местного населения.

Авторами в результате исследований была проанализирована ситуация развития малого предпринимательства и туризма в Республики Казахстан. Результаты исследований изложены последовательно и доступно. Таким образом развитие малого предпринимательства способствует развитию туризма в Республики Казахстан. Необходимо создавать единые туристско - территориальные комплексы. В развитии сферы туризма весьма эффективно применять практику государственно-частное партнерство (ГЧП). Важна реализация туристского потенциала через систему стандартизации и сертификации объектов и территорий. С целью повышения эффективности проектов в сфере туризма необходимо на всех стадиях разработки и реализации вводить процедуры оценивания.

#### **Список использованных источников**

1. Отчет о развитии малого и среднего предпринимательства в Казахстане в первом полугодии 2019 года в разрезе регионов - Нур-Султан: ОО «Молодые инвалиды города Астана», 2019 г. - URL: [https://msb.atameken.kz/images/pdf/AtamekenGO\\_1\\_polug2019\\_russ\\_compressed\\_compressed\\_compressed\\_2.pdf](https://msb.atameken.kz/images/pdf/AtamekenGO_1_polug2019_russ_compressed_compressed_compressed_2.pdf) (дата обращения: 02.04.2020)
2. Отчет о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах - Алматы: АО «Фонд развития предпринимательства Даму», 2019 г., выпуск №11, 5 стр. // Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан - URL: <https://primeminister.kz/ru/news/kazahstan-zanyal-25-e-mesto-v-reytinge-doing-business> (дата обращения: 03.04.2020)
3. Официальный сайт Электронное правительство Республики Казахстан - URL: [https://egov.kz/cms/ru/articles/doing\\_business\\_rk](https://egov.kz/cms/ru/articles/doing_business_rk) (дата обращения: 03.04.2020)
4. FM Kazakhstan - URL: <https://businessfm.kz/opinions/chto-tormozit-razvitie-turizma-v-kazahstane-chast-2> (дата обращения: 04.04.2020).