

«Сейфуллин оқулары-14: Жастар, ғылым, инновациялар: цифрландыру – жаңа даму кезеңі» атты Республикалық ғылыми-теориялық = **Материалы** Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения-14: Молодежь, наука, инновации: цифровизация – новый этап развития». - 2018. - Т.1,Ч.4. - Б. 54-56

## **ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМ САЛАСЫНДА ҰЛТТЫҚ САУДА БАРЫСЫНДА МАРКЕТИНГТІК НАРЫҚҚА ШЫҒУ ЖОЛДАРЫНЫҢ ШЕШІМІ**

*Алиакбарова Г.А, Асилов Б.Ө.*

Қазақстан Республикасының бірегей табиғи және мәдени әлеуметіне негізделген қазіргі заманғы туристік индустрия–бұл туризмнің капитализміне карамастан, саланың инвестициялық капиталын қайтарудың ең серпінді дамып келе жатқан және тиімді бағыттарының бірі болып табылатын, туристік қызметтердің халықаралық сауда жүйесімен туризмнің табиғи жүйесін қалыптастыру факторы болып табылады. Мемлекеттік бағдарламаның мақсаты халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрияны құру, сыртқы және ішкі туризм көлемдерінің ұлғаюы есебінен мемлекет пен халықтың табыстарының тұрақты өсуін қамтамасыз ету.

Қазақстандағы туризм - бұл мемлекет мақсатқа қатысты емес экономика саласы ретінде бағытталған. Туризм маркетинг саласына келетін болсақ Қазақстан енді – енді даму жолында. Қазақстан Республикасында 2007-2011 жылдарға арналған туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасы құрылды. Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 1 наурыздағы «Қазақстан өз дамуында алға жаңа серпін табалдырығында» жолдауын іске асыру жөніндегі іс-шаралар ұлттық жоспарына сәйкес әзірленді.

Ал маркетинг саласына келетін болсақ–бұл алмасу арқылы қажеттіліктерді қанағаттандыруға бағытталған адам қызметінің түрі сонымен қатар жарнамалау мен сату маркетингтің бір бөлігі болып табылады.

Елді әлемдік туризм нарығына шығару үшін Қазақстан Республикасының тартымды туристік имиджін қалыптастыру жөніндегі шараларды одан әрі іске асыру қажет. Қазақстанды әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіргізу және Қазақстанды туризм елі ретінде алға жылжыту стратегиясы шеңберінде мыналарды жүзеге асыру қажет:

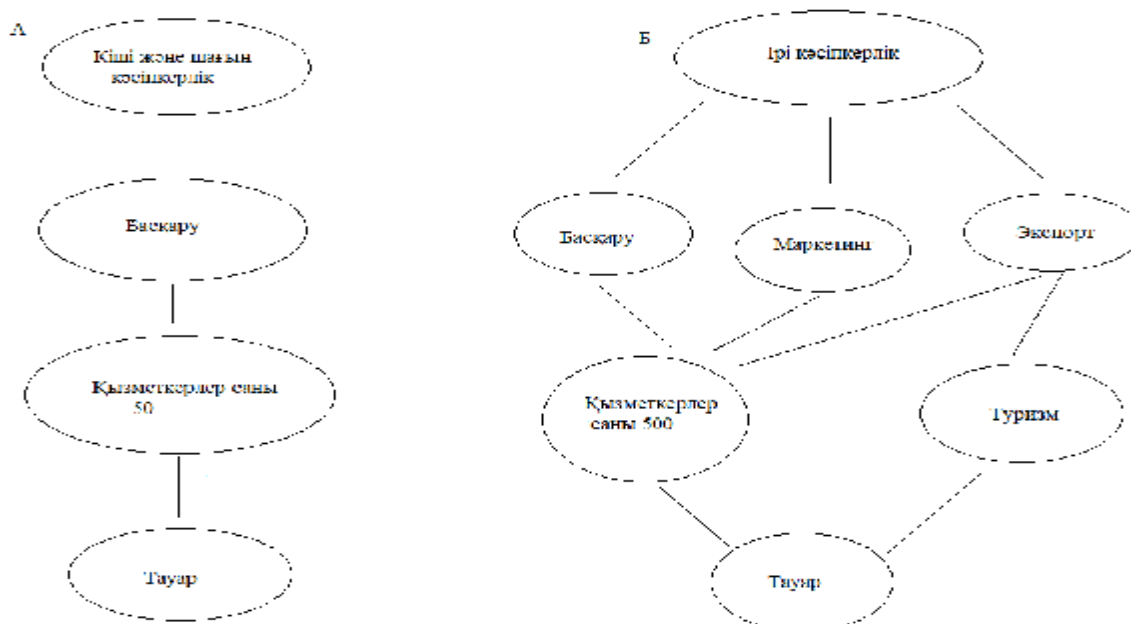
- туризмнің экономикалық көрсеткіштерінің өсуін қамтамасыз ету және оны кең ауқымды мемлекеттік қолдауды жүзеге асырудың жаңа бағыттарын қалыптастыру;
- халықаралық маңызы бар «серпінді» туристік жобаларды әзірлеу және енгізу;
- көлік инфрақұрылымын және туристік қызметтер нарығын дамыту;

- халықаралық экономикалық ұйымдар мен одақтарға қатысу арқылы елдің жаһандық туризм экономикасына енуі;
- Қазақстан Республикасында туризмнің мамандандырылған түрлерін дамыту жоспарларын әзірлеу;
- Кіші инновациялық кәсіпкерлікті ірі инновациялық кәсіпкерлікке айналдыру және әлемдік нарыққа шығару.

Қазақстан Республикасын әлемдік нарыққа шығару үшін елдегі кіші инновациялық кәсіпкерлікті әрі қарай дамытуды қолға алу. Адамның осы идеясы арқылы еліміздегі шағын және кіші кәсіпкершілікті ірі инновациялық айналдыру және әлемдік нарыққа шығарып елімізді шетелдік индустрия нарығына танытуымыз қажет. Егер елімізде өндірілген өнімнен мемлекетке пайда түсер болса, онда Қазақстан Республикасы Үкіметі кіші инновациялық кәсіпкерлікті инвестициялау арқылы ірі инновациялық кәсіпке айналдыруға қол жеткізуі керек. Мысалға алып қарайтын болсақ елімізде әлемдік нарыққа шыққан «Рахат» акционерлік қоғамы - 70 жылдық дара тарихы бар, Қазақстандағы кондитерлік өнім өндіретін ірі өндіріс орындарының бірі. Рахат өнімдері қазіргі таңда еліміздің бүкіл аумақтарын қамтып отыр, сонымен қатар шетел мемлекеттеріндеде «Рахат» өнімдері көптеп танылған. Айта кететін болсақ елімізге келген туристер Рахат өнімін қызушылықпен алады.

Қазақстандық халықаралық қаржы ұйымдарының, шетелдік үкіметтік және үкіметтік емес құрылымдардың қатысуымен «Шағын кәсіпкерлікті дамытуды мемлекеттік қолдауды күшейту және жандандыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2009 жылғы 18 маусымдағы № 829 жарлығымен құрылды. Осы жарлықты негізге ала отырып еліміздегі шағын кәсіпкерлікке мемлекет тарапынан қолдау көрсетіп ірі кәсіпкерлікке айналдыруға деген қолдау. Елімізде өндіріліп жатқан әр тауардың сапасына және оның маркетингтік жобасына көңіл бөлуіміз қажет.

Мысал келтірер болсақ 1-суретте көрсетілгендей шағын және ірі кәсіпкерліктің даму бағытының стратегиясының кескіні а-шағын кәсіпкерлікпен, б-суретіндегі ірі кәсіпкерлікті салыстыруға болады.



а) Шағын кәсіпкерліктің даму жолдары.

б) Ірі кәсіпкерліктің даму жолдары.

Сурет 1. Шағын және ірі кәсіпкерліктің даму бағытының стратегиясы.

Бұл тұрғыда туризмдегі маркетингтің рөлі өте зор. Маркетинг тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағыттталып, шетел нарығына шығуды көздейді. Әрине біздің елімізде маркетинг ұғымына жаңадан ғана бет бұрып отыр, ал дамуына келетін болсақ әлі төмен деңгейде қалып отыр. Сондықтан да шетел нарығын маркетингтік объект ретінде қарастырудың бүгінгі таңда маңызы зор екенін айтуға болады. Қазақстан және шетел бизнесті зерттеу процесін ұйымдастыру мен нарықты байланыстырып тұратын бөлімше болып табылады.

Алайда мұндай зерттеулерде ақпараттың аздығымен қатар, бірқатар нарық бәсекелестің көптігі мен қызығушылықтардың қайшылығы үстемдік етеді. Түйіндей келе еліміздегі кіші инновациялық кәсіпкерліктерді ірі инновациялық кәсіпкерлікке айналдыруды қолға алу сонымен қатар мемлекет тарапынан қолдау көрсету. Кәсіпкерліктердің сапалы өнім шығаруы оның маркетингтік жобасының әзірленуі өнімнің туристердің сұранымына сай болуы еліміздің әлемдік нарыққа шығуы ең басты мақсат болып табылады.

### Әдебиеттер тізімі

1. Dos Santos, RA, Mexas, MP, Meirino «Sustainability and hotel business: criteria for holistic, integrated and participative development», MJ JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, Том: 142 Стр.: 217-224, Часть: 1, Специальный выпуск: SI, JAN 20 2017
2. Маркетинг в поддержке сельскохозяйственной отрасли Marketing in the Support of Agricultural Sphere, Потян К.В.

3. Беспехотный Г.В. Проблемы развития сельского хозяйства и механизм их разрешения // Аграрный вестник Урала. 2008. № 7 (49). - С. 5.
4. Гончаров А.А. Современные тенденции разработки конкурентных стратегий // Наука и экономика. 2011. № 2 (6). - С. 34.