

МРНТИ 06.71.57, 06.54.31

УДК 338.48

JEL L83, O30, O31, Z32

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2025-1-1-279-289>

ТЛЕУБЕРДИНОВА А.Т.,¹

д.э.н., доцент.

e-mail: tat404@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8762-5932

КАЛЬМЕНОВ Б.Т.,^{*2}

докторант.

*e-mail: kalmenov.bek@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3799-6900

МИХАЛИЧ Т.,³

PhD, профессор.

e-mail: tanja.mihalic@ef.uni-lj.si,

ORCID ID: 0000-0002-8575-448X

КУЛИК В.Б.,⁴

к.т.н., ассоциированный профессор.

e-mail: kulv2015@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2248-1119

¹Институт экономики

Комитета науки МНВО РК,

г. Алматы, Казахстан

²Казахский национальный

университет им. аль-Фараби,

г. Алматы, Казахстан

³Люблянский университет,

г. Любляна, Словения

⁴Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОСТИ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Аннотация

В современных условиях конкуренции главным условием успеха и эффективности, а порой и необходимости обеспечения выживаемости в условиях рынка выступает инновационная деятельность. Привлекательность туристских дестинаций также в значительной степени обусловлена уровнем инновационного развития туризма, соответствующего современным запросам потребителей, значительно облегчающим и ускоряющим обслуживание туристов, повышая их лояльность. Недостаточная изученность инновационного развития туристской сферы Казахстана и отсутствие его качественной оценки обусловили выбор темы данного исследования. Цель данной статьи заключается в выявлении резервов инновационного развития туристской отрасли на основе мнения экспертов – казахстанских специалистов отрасли. В качестве теоретико-методологической основы статьи выступили основополагающие принципы туризмологии, теорий инноватики и экономического развития. Теоретической и информационной базой послужили разработки отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития отраслевой инновационной системы. Проведение исследования основано на всеобщих методах научного познания, в рамках системного подхода с применением методов анализа и синтеза, абстрактно-логического, монографического, сравнения и обобщения, графического. В статье представлены результаты проведенного социологического опроса, позволившего провести качественную оценку уровня инновационного развития туризма в мегаполисах страны. Научная значимость исследования заключается в дальнейшем развитии теоретических представлений об инновациях в сфере туризма. Практическая значимость исследования состоит в определении направлений дальнейшего развития туристских инноваций, которые могут быть использованы в программах развития туристской отрасли страны и ее регионов.

Ключевые слова: туризм, продуктовые инновации, процессные инновации, организационные инновации, институциональные инновации, маркетинговые инновации, дестинация.

Введение

Современные условия требуют активного внедрения инновационных решений в туристской отрасли, так как традиционные подходы уже не обеспечивают необходимого уровня конкурентоспособности. Казахстан, обладая значительным туристическим потенциалом, сталкивается с рядом препятствий, среди которых недостаточное финансирование, низкий уровень цифровизации и слабая интеграция инновационных технологий.

Наибольший потенциал для внедрения инноваций наблюдается в таких сферах, как цифровые туристические сервисы, онлайн-бронирование, автоматизированные системы управления, внедрение искусственного интеллекта и блокчейн-технологий для обеспечения прозрачности транзакций. Однако реализация этих направлений требует комплексного подхода, включающего государственную поддержку, привлечение инвестиций и повышение уровня подготовки кадров.

К сожалению, сегодня не создано мотивации для инновационного развития отрасли в силу недостаточного внимания к ней со стороны органов власти, а порой недопонимания ее возможностей в обеспечении социально-экономических выгод для общества.

Наиболее развитым и востребованным туристским направлением страны всегда был и остается г. Алматы – признанная туристская дестинация, пользующаяся спросом не только у казахстанцев, но и у зарубежных туристов. Тем не менее наличие сильных конкурентов в Центрально-Азиатском регионе (Узбекистан, Кыргызстан) обуславливает необходимость наличия значительных конкурентных преимуществ, гарантируемых инновационным развитием.

Значимость инновационного развития отечественного туризма, и в г. Алматы в частности, способном стать локомотивом для подъема национальной сферы туризма, определила выбор темы исследования.

Цель исследования – выявить резервы инновационного развития туристской отрасли на основе мнения экспертов – казахстанских специалистов отрасли.

Поставленная цель обусловила следующие задачи исследования:

- ♦ провести опрос экспертов;
- ♦ выявить уровень теоретического знания инновационного развития специалистов туристской отрасли;
- ♦ определить сущность причин, тормозящих динамику инновационного развития;
- ♦ дать рекомендации по управлению инновационными процессами в отрасли.

Теоретической и методологической основой проведения исследования послужили разработки отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития отраслевой инновационной системы.

Материалы и методы

При написании статьи авторы основывались на описательно-аналитическом подходе посредством изучения и анализа исследований публикаций баз данных Scopus, Web of Science, связанных с рассматриваемой темой. Описательный подход был направлен на определение значения инновации для развития отрасли, установление основных направлений нововведений в туристскую сферу, способствующих росту туристских прибытий и привлекательности дестинаций.

В исследовании использован метод экспертного опроса для получения сведений специалистов, чья деятельность связана с туризмом, об уровне инновационного развития отрасли. Общая выборка респондентов составила 80 человек, представляющих все регионы страны. В данном исследовании была использована двухэтапная техника выборки: на первом этапе – региональная техника выборки; на втором этапе – случайная выборка. Для опроса использована анкета с закрытыми вопросами.

Проблема теории инновационного развития сферы туризма всегда вызывала большой интерес со стороны ученых [1, 2, 3]. Формирование понятийного аппарата управления инновациями в туристской отрасли получило свое современное развитие в трудах таких ученых, как Omeizel [4], Rodriguez и др. [5], Alonso-Almeida и др. [6], Naldi [7] и многих других. Peters и др. в своей книге «Innovation in Hospitality and Tourism» рассматривают не только возможности

разработки новых продуктов и их успешного продвижения на рынок применения новых процессов и форм организации, сотрудничества, которые могут укрепить и укреплять инновации, но и факторы, влияющие на инновационное развитие сферы туризма [8].

Широко изучены вопросы продуктовых инноваций в туризме, способствующих повышению привлекательности дестинации [9, 10], процессных инноваций, обеспечивающих удовлетворенность обслуживанием клиентов [11, 12, 13]. Организационные инновации рассмотрены в работах ряда ученых в контексте совершенствования методов управления [14, 15]. Традиционно маркетинговые инновации рассматриваются с точки зрения разработки новых маркетинговых процессов и методов, направленных на продвижение турпродукта, повышение удовлетворенности потребителей, выхода на новые рынки, перепозиционирование дестинаций, направленных на увеличение продаж [16, 17]. Поиски обновления институциональных основ туризма, направленные на повышение эффективности реализуемого бизнеса, также всегда вызвали интерес со стороны ученых [18].

Таким образом, проведенный обзор свидетельствует о значительном разнообразии взглядов на изучение проблемы инновационного развития туристской отрасли. Тем не менее наблюдается недостаточная изученность качественной оценки уровня инновационного развития казахстанского туризма по всем типам инноваций, основанного на эмпирическом исследовании. Данная статья направлена на восполнение отмеченного пробела.

Результаты и обсуждение

К сожалению, в отечественной практике статистического учета в разделе «Инновационная политика» не учтены данные сферы туризма. Это обусловило необходимость обращения к мнению экспертов, специалистов, чья профессиональная деятельность непосредственно связана либо сопряжена со сферой туризма.

Опрос экспертов проводился в период с 1 сентября 2023 г. по 1 февраля 2024 г. Для анкетирования использовалась Google форма. Всего в анкетировании приняли участие 80 респондентов, представляющие все регионы Казахстана.

В общей структуре респондентов наиболее представлена государственная служба, курирующая вопросы развития туризма в регионах (таблица 1). Активное участие в опросе приняли и ученые, сфера научных интересов которых также связана с туризмом. Общая доля экспертов из важнейших сфер туризма (транспорт, питание, развлечение, организация туров и размещение) составила 44%.

Таблица 1 – Сведения об экспертах

Критерий		Количество	%
Сфера деятельности	Государственное управление	16	
	Наука и образование	13	
	Транспортные услуги	12	
	Общественное питание	11	
	Досуг и развлечения	11	
	Организация туров	6	
	Размещение	6	
	Общественная организация	3	
	Маркетинг	2	
Опыт работы экспертов в данной области, лет	1–3 года	18	
	6–10 лет	29	
	Более 10 лет	33	
Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.			

77,5% респондентов имели опыт работы в данной сфере от 6 и более лет, что позволяет судить о высоком уровне компетентности и ценности их мнения.

Как считают специалисты, инновации в сфере туризма необходимы прежде всего для улучшения качества обслуживания (42,5%), что, в свою очередь, должно способствовать увеличению количества туристских прибытий. На данной цели настаивают 36,25% респондентов. По 6,25% получили такие цели, как «внедрение принципиально новых видов туристской продукции» и «повышение производительности». На выборе вариантов расширения доли рынка и снижения издержек остановилось наименьшее число респондентов (по 3,75%).

Средние оценки значимости видов инноваций расположились в пределах 3,34–3,54 и свидетельствуют в целом о равнозначности типов инноваций. Тем не менее следует отметить выделение экспертами более высокой значимости институциональных (ранг 3,54 из 5 возможных) и процессных инноваций (ранг 3,48), обеспечивающих нормативную и управленческую основу инновационной политики в отрасли (рисунок 1).

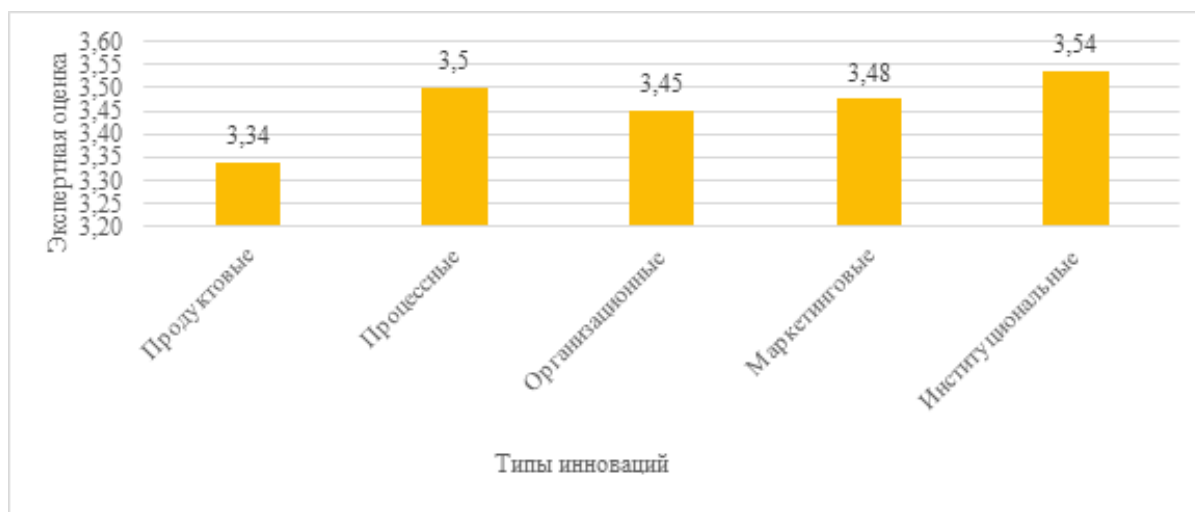


Рисунок 1 – Рейтинг важности типов инноваций

Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.

Разрешение проблем неконкурентоспособности казахстанских туристских услуг, а также подъем туристской отрасли страны в целом возможны на основе обновления технологий и создания новых продуктов. В условиях постоянного усиления конкуренции на мировом рынке туристских услуг, динамичного изменения внешней среды вследствие влияния экономических, политических, технических, природных факторов, зависимость от которых туристской отрасли весьма высока, важным является постоянное обновление туристского предложения. Это определяет необходимость повышения гибкости производства, своевременного реагирования на новые потребности рынка, что обуславливает целесообразность совершенствования товарной политики, изготовление новых, более конкурентоспособных видов турпродуктов.

По мнению экспертов, наиболее характеризующим уровень продуктовой инновационности туризма критерием является внедрение систем управления качеством обслуживания (30,0%) (рис. 2). Оставшиеся три критерия также оценены достаточно высоко: разработка новых видов туристических продуктов и услуг (26,5%); внедрение инновационных форматов отдыха и развлечений для туристских целей (23,75%) и организация инновационных форматов путешествий и туристских маршрутов на основе использования новых технологий (20,0%).

Внедрению современных методов туристского обслуживания, повышению его эффективности и соответствию современным научно-техническим достижениям способствуют процессные инновации, являющиеся приоритетным направлением развития, повышающие конкурентоспособность отрасли и обеспечивающие максимизацию прибыли в долгосрочном периоде. При оценке характеристик уровня процессной инновационности туризма выявлены три наиболее значимых критерия: использование новых технологий и инновационных подходов в ор-

ганизации туристских услуг (33,75%); обеспечение экологических, удобных и безопасных технологий для транспортировки туристов и экскурсий (26,25%) и обеспечение инновационных туристских платформ и приложений (23,75%).

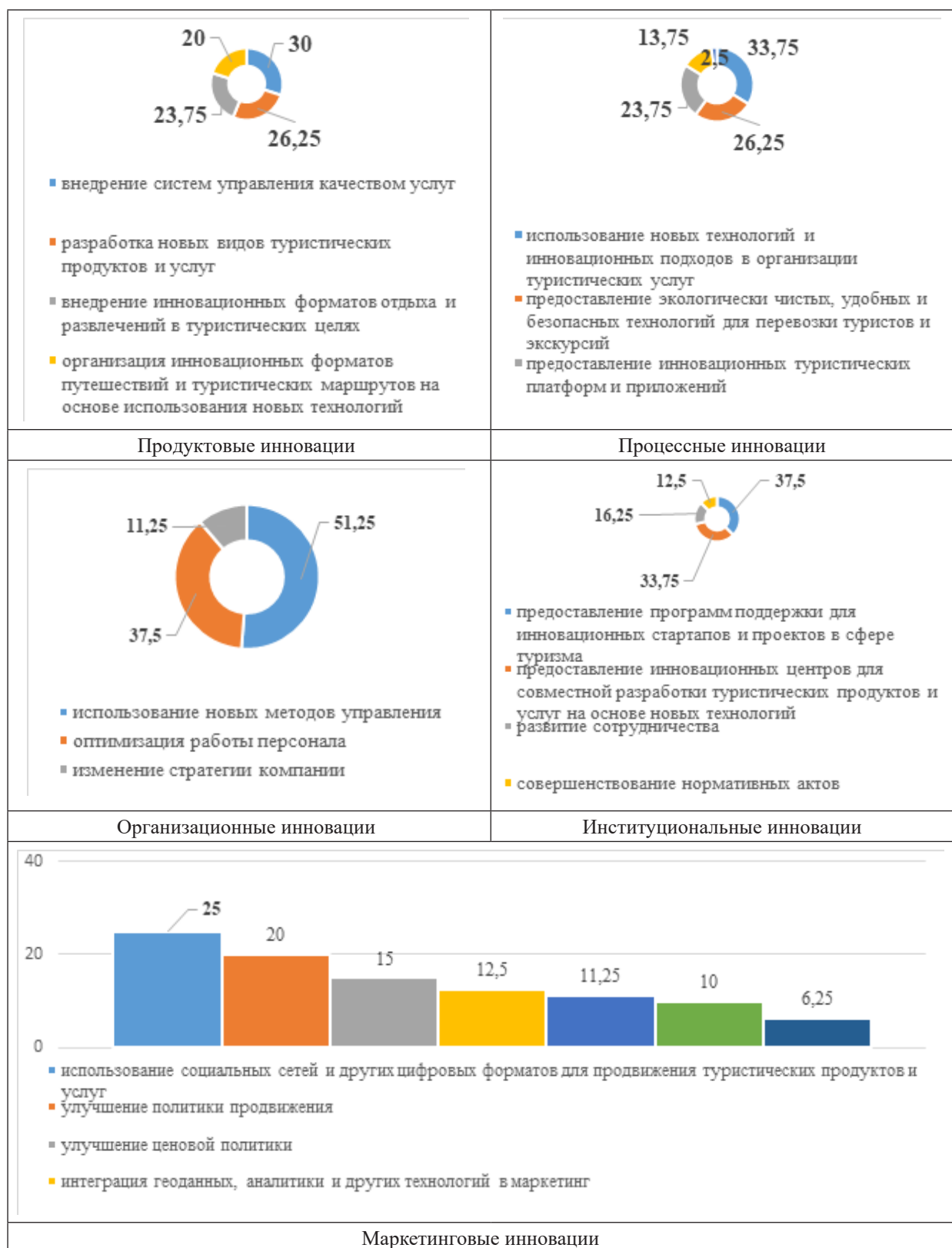


Рисунок 2 – Экспертная оценка значимости критериев по типам инноваций

Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.

Одним из элементов инновационного процесса являются организационные инновации, предполагающие совершенствование производственной и управленческой систем посредством оптимизации структуры и способов управления и получения на этой основе большей отдачи при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала от внедрения нововведений. По организационному аспекту инноваций безусловным лидером значимости определено использование новых методов управления (51,25%). Кроме того, эксперты выделяют значимость оптимизации работы персонала (37,5%).

Перестройка туристской отрасли на инновационный путь развития неосуществима без формирования эффективного комплекса институтов, обеспечивающих реализацию инновационных процессов на основе реализации регулирующей функции, установления правил и норм на экономическом, социальном или политическом уровне. Наиболее важными критериями, характеризующими высокий уровень институциональной инновационности туризма, эксперты определили обеспечение программ поддержки инновационных стартапов и проектов (37,5%) и обеспечение инновационных центров совместной разработки туристских продуктов и услуг на основе новых технологий (33,75%).

Реализацию творческих идей по совершенствованию предлагаемых услуг, воплощение этих идей в технические спецификации, гарантирующие удовлетворение потребностей клиентов гораздо более лучшим образом, чем это делают конкуренты, обеспечивает внедрение маркетинговых инноваций. Маркетинговые инновации посредством совершенствования комплекса маркетинга обеспечивают новые конкурентные преимущества. По критериям уровня маркетинговой инновационности туризма выделены три категории: «очень значимо» – использование социальных сетей и других цифровых форматов для продвижения туристических продуктов и услуг, совершенствование политики продвижения; «значимо» – совершенствование ценовой политики, интеграция геоданных, аналитики и других технологий в маркетинг, совершенствование продуктовой политики, совершенствование политики продаж. Менее значимым определено улучшение продуктовой политики.

По мнению экспертов, временной интервал эффекта от внедрения инноваций в сферу туризма значительно превышает срок их внедрения. Если большинство респондентов (51,25%) считают, что для внедрения инноваций в сферу туризма достаточно временного интервала до одного года, то 93,75% убеждены, что эффект от внедрения инноваций будет ощутим в период от 3 до 5 лет (рисунок 3).

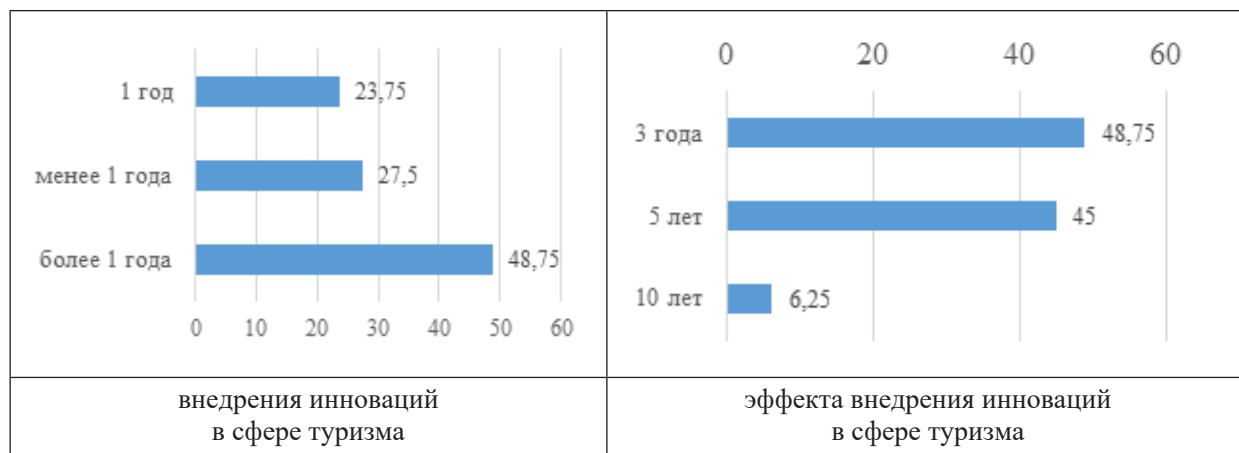


Рисунок 3 – Приблизительный временной интервал

Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.

Оценка экспертами уровня инновационности сфер казахстанского туризма показала, что наиболее низкий уровень демонстрируют перевозки туристов автобусом (4,06 из 7 баллов) и железнодорожным транспортом (4,25), наиболее же продвинутым признан ивентинг (4,53). В равной степени оценены размещение (4,44), воздушные перевозки (4,44), организация туров (4,43).

К факторам, наиболее тормозящим инновационное развитие сферы туризма, эксперты отметили недостаток финансирования (35%) и нехватку квалифицированного персонала (32,5%). Весьма значимым также отмечено влияние недостатка знаний в данной сфере (25%).

При сравнительной оценке инновационной политики туризма в двух мегаполисах очевидно превосходство инновационного развития туризма г. Алматы, что выражается не только в превышении общей средней оценки, но и в более высоких уровнях оценок по типам инноваций (таблица 2). Тем не менее уровень 4,67 из 7 возможных свидетельствует о неудовлетворенности специалистов уровнем инновационного развития туристской отрасли мегаполиса и наличии значительного потенциала для его повышения, что в конечном счете должно способствовать еще большей привлекательности города как туристской дестинации.

Таблица 2 – Сравнительный анализ инновационного развития г. Алматы и г. Астана

№	Вид инноваций	Средняя оценка уровня инноваций	
		г. Алматы	г. Астана
1	Продуктовые	4,81	3,86
2	Организационные	4,59	4,00
3	Маркетинговые	4,59	3,83
4	Институциональные	4,68	3,88
	Средняя оценка	4,67	3,89

Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.

В среднем эксперты оценивают возможности внедрения инноваций в казахстанский туризм на 4,68 баллов из 7 возможных, что свидетельствует о высокой степени недоверия к принятию и реализации эффективной инновационной политики в отрасли (рисунок 4).

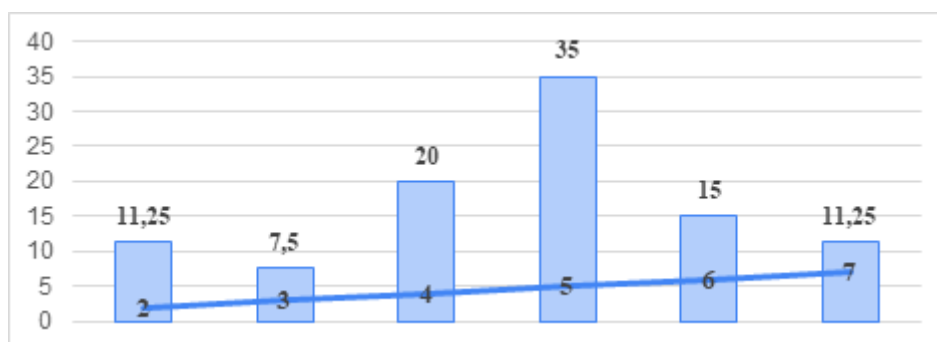


Рисунок 4 – Оценка экспертами возможностей внедрения инноваций в казахстанский туризм

Примечание: Составлено по результатам социологического опроса.

Таким образом, проведенный экспертный опрос позволил сделать следующие выводы.

В современных конкурентных условиях инновационная деятельность является главным условием успешности и эффективности, а иногда и необходимостью для обеспечения выживания на рынке. Доказано, что данная политика включает в себя совокупность видов инноваций, способствующих ускорению интеграции инноваций как в новые туристские продукты, так и в новые методы работы и сотрудничества, направленные на повышение общей конкурентоспособности отрасли.

Экспертный опрос выявил следующие недостатки в реализации инновационной политики туристской отрасли Казахстана, которые, как правило, проявляются в следующих основных формах:

- ♦ эффективные инновации либо не внедряются, либо внедряются со значительным опозданием в сфере туристского транспортного обслуживания и обеспечения квалифицированными кадрами, в результате чего упускаются возможности получения полезных эффектов от их использования;

♦ эксперты выразили неуверенность в значительном инновационном прогрессе в туристской отрасли, указав на недостаточный уровень менеджмента в их организации, разработке и реализации.

Анализ результатов эмпирического исследования позволил установить необходимость применения к управлению инновационными процессами следующих научных подходов системного, структурного, комплексного, маркетингового, функционального, предметного, воспроизводственного, интеграционного, процессного, оптимизационного, поведенческого, ситуационного.

Заключение

Результаты проведенного экспертного опроса свидетельствуют о достаточной осведомленности специалистов о значимости внедрения инноваций в отрасль, об основных критериях и их значимости по типам инноваций. Оценки качественного уровня инновационности туристской сферы позволяют сделать вывод о направлениях дальнейшего совершенствования политики нововведений.

Дальнейшее инновационное развитие казахстанского туризма должно быть связано с освоением прогрессивных технологий производства туристских услуг, использованием современных компьютерных технологий, осуществлением комплекса мер по поддержанию отрасли со стороны государства, совершенствованием туристской инфраструктуры и кооперационных отношений, улучшением сервисного обслуживания, управлением данной сферой на основе применения современных научных методов. Принципиальная особенность такой системы осуществления деятельности заключается в инновационном подходе к ее организации и функционированию. Проблема формирования инновационной политики и управления инновационными процессами в отрасли не столь проста. Здесь необходимы серьезные теоретико-методологические исследования, решение проблемы использования новых знаний на практике, обеспечение готовности туристских предприятий к нововведениям и, прежде всего, понимание содержания и определение основных направлений инновационной деятельности. Управление инновационными процессами означает выбор стратегии поведения по отношению к процессу инноваций, включающей:

- ♦ разработку планов и программ инновационной деятельности;
- ♦ разработку проектов создания новых продуктов (услуг);
- ♦ контроль за ходом разработки новой продукции и ее внедрением;
- ♦ проведение единой инновационной политики;
- ♦ обеспечение финансами и материальными ресурсами программ нововведений;
- ♦ обеспечение инновационной деятельности квалифицированным персоналом.

Инновационная деятельность туристской отрасли должна быть подчинена достижению главной цели: максимально полное удовлетворение требований туристов к количеству и качеству предлагаемых услуг при минимально возможных затратах на ее разработку и производство с одновременным обеспечением их безопасности в потреблении.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Hjalager A.-M. A review of innovation research in tourism // *Tourism Management*. 2010, vol. 31, pp. 1–12.
- 2 Gomezelj D.O. A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2016, vol. 28, no. 3, pp. 516–558.
- 3 Pires S., Sarkar L., Carvalho L.C. Innovation in services – how different from manufacturing? // *Service Industries Journal*. 2008, vol. 28, no. 10, pp. 1339–1356.
- 4 Omeizel D.G. Innovativeness in Tourism: Model Development // *Procedia Economics and Finance*. 2015, vol. 23, pp. 750–756.
- 5 Rodriguez I., Williams A., Hall C.M. Tourism innovation policy: implementation and outcomes // *Annals of Tourism Research*. 2014, vol. 49, pp. 76–93
- 6 Alonso-Almeida M.M., Rocafort A., Borrajo F.J. Shedding Light on Eco-Innovation in Tourism: A Critical Analysis // *Sustainability*. 2016, vol. 12, no. 8, p. 1262.

- 7 Naldi S, Maulina E., Herawaty T., Irawati R. Hospitality and tourism innovation: a systematic literature review // BISMA (Bisnis dan Manajemen). 2022, vol. 14, no. 2, pp. 94–109.
- 8 Peters M., Pikkemaat B. Innovation in Hospitality and Tourism. New York: Routledge, 2012. 218 p.
- 9 Gabor M.R., Flavia O., Coca A. Innovative Tourism Products as Sustainable Solutions for Emerging Economies // Economics – innovative and economics research journal. 2023, vol. 11, no. 1, pp. 69–83.
- 10 Weiermair K. Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism? 2004. URL: <https://www.researchgate.net/publication/242488511> (accessed: 20.06.2024)
- 11 Blake A., Sinclair M.T., Soria J.A. C. Tourism productivity. Evidence from the United Kingdom // Annals of Tourism Research. 2006, vol. 33, no. 4, pp. 1099–1120.
- 12 Srinivasan S., Sherkar A., Jayamani J., Indora A., Mukherjee R. Tourism Innovation and The Role of Technology in Enhancing Visitor Experiences // Educational Administration: Theory and Practice. 2024, vol. 30, no. 4, pp. 1506–1513.
- 13 Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: Foundations and developments // Electronic Markets. 2015, vol. 25, no. 3, pp. 179–188.
- 14 Hu M.-L. M., Horng J.-S., Sun Y.-H.C. Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance // Tourism Management. 2009, vol. 30, no. 1, pp. 41–50.
- 15 Tsonev N., Kaleychev S. Innovative Practices as a Key for a Better Management in Tourism Industry // European Journal of Economics and Business Studies. 2018, vol. 4, no. 1, pp. 8–16.
- 16 Zuciga-Collazos A., Castillo-Palacio M. Impact of Image and Satisfaction on Marketing Innovation // Journal of Technology Management & Innovation. 2016, vol. 11, no. 2, pp. 70–75.
- 17 Huhtala J.P., Sihvonen A., Frosen J., Jaakkola M., Tikkanen H. Market orientation, innovation capability and business performance: Insights from the global financial crisis // Baltic Journal of Management. 2014, vol. 9, no. 2, pp. 134–152.
- 18 Saha S., Yap G. The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: a cross-country panel analysis // Journal of Travel Research. 2014, vol. 53, no. 4, pp. 509–521.

ТЛЕУБЕРДИНОВА А.Т.,¹

Э.Ф.Д., доцент.

e-mail: tat404@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8762-5932

Б.Т. КАЛЬМЕНОВ,*²

докторант.

*e-mail: kalmenov.bek@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3799-6900

МИХАЛИЧ Т.,³

PhD, профессор.

e-mail: tanja.mihalic@ef.uni-lj.si,

ORCID ID: 0000-0002-8575-448X

КУЛИК В.Б.,⁴

т.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: kulv2015@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2248-1119

¹ҚР ҒЖБМ Ғылым комитетінің

Экономика институты,

Алматы қ., Қазақстан

²әл-Фараби атындағы қазуу,

Алматы қ., Қазақстан

³Любляна университеті,

Любляна қ., Словения

⁴«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМІНДЕГІ ИННОВАЦИЯЛАРДЫҢ САРАПТАМАЛЫҚ БАҒАЛАНУЫ

Аңдатпа

Қазіргі кездегі бәсекелестік жағдайында нарықта сәттілік пен тиімділіктің, тіпті өмір сүрудің өз қажеттілігінің басты шарты ретінде инновациялық қызметті атауға болады. Туристік бағыттардың тартым-

дылығы үлкен мөлшерде туризмнің инновациялық даму деңгейімен анықталады, ол қазіргі тұтынушы талаптарына сәйкес келіп, туристерге қызмет көрсетуді едәуір жеңілдетіп, тездетеді және олардың адалдығын арттырады. Қазақстан туризм саласының инновациялық дамуы жеткілікті зерттелмегені және оның сапалы бағалануының болмауы осы зерттеу тақырыбының таңдалуына әкелді. Мақаланың мақсаты – Қазақстандық сала мамандарының сараптамалық пікіріне негізделіп отырып, туризм саласындағы инновациялық дамудың резервтерін анықтау. Мақаланың теориялық-әдістемелік негізін туризмтану, инновация теориялары және экономикалық даму қағидаттары құрайды. Теориялық және ақпараттық база ретінде сала инновациялық жүйесін қалыптастыру және дамыту мәселелері бойынша отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері пайдаланылды. Зерттеу жалпылама ғылыми таным әдістеріне негізделіп, жүйелік тәсілді қолдана отырып, талдау және синтез әдістері, абстрактілі-логикалық, монографиялық, салыстыру және жалпылама әдістер, сондай-ақ графикалық әдістер қолданылды. Мақалада ел ірі қалаларындағы туризмнің инновациялық дамуының деңгейін сапалы бағалауға мүмкіндік беретін әлеуметтік сауалнама нәтижелері ұсынылған. Зерттеудің ғылыми маңызы – туризм саласындағы инновациялар туралы теориялық түсініктерді одан әрі дамытуда жатыр. Зерттеудің практикалық маңызы – еліміз бен оның аймақтарының туризм саласын дамыту бағдарламаларында қолдануға болатын туристік инновациялардың ары қарайғы даму бағыттарын анықтауға негізделеді.

Тірек сөздер: туризм, өнім инновациялары, процесс инновациялары, ұйымдық инновациялар, институционалдық инновациялар, маркетинг инновациялары, дестинация.

TLEUBERDINOVA A.T.,¹

d.e.s., associate professor.

e-mail: tat404@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8762-5932

KALMENOV B.T.,^{*2}

PhD student.

*e-mail: kalmenov.bek@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3799-6900

MIHALIČ T.,³

PhD, professor.

e-mail: tanja.mihalic@ef.uni-lj.si

ORCID ID: 0000-0002-8575-448X

KULIK V.B.,⁴

c.t.s., associate professor.

e-mail: kulv2015@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2248-1119

¹Institute of Economics of the Science Committee
of the Ministry of Higher Education
of the Republic of Kazakhstan,
Almaty, Kazakhstan

²KazNU named after Al-Farabi,
Almaty, Kazakhstan

³University of Ljubljana,
Ljubljana, Slovenia

⁴Turan University,
Almaty, Kazakhstan

EXPERT EVALUATION OF TOURISM INNOVATION IN KAZAKHSTAN

Abstract

In today's competitive environment, innovative activity is a key for success, efficiency, and sometimes even a necessity for survival in market. The attractiveness of tourist destinations is largely determined by the level of innovation development in tourism, which meets modern consumer demands by significantly facilitating and expediting tourist services, thereby enhancing customer loyalty. The insufficient study of innovation in Kazakhstan's tourism sphere, as well as the lack of its qualitative assessment, has motivated the choice of this research topic. The aim of this article is to identify the reserves for innovation development in the tourism sector based on the

opinions of experts – Kazakhstani industry specialists. The theoretical and methodological framework of the article is based on the fundamental principles of tourism studies, innovation theories, and economic development. The theoretical and informational basis comprises the works of domestic and foreign scholars on the issues of formation and development of sectoral innovation systems. The research employs general scientific methods within a systems approach, utilizing methods of analysis and synthesis, abstract-logical reasoning, monographic study, comparative analysis, generalization, and graphical methods. The article presents the results of a sociological survey, which enabled a qualitative assessment of the level of innovation development in tourism in the country's metropolises. The scientific significance of the study lies in furthering theoretical understandings of innovation in tourism. Its practical significance consists in identifying directions for the further development of tourism innovations, which may be used in programs aimed at developing the tourism sector of the country and its regions.

Key words: tourism, product innovation, process innovation, organisational innovation, institutional innovation, marketing innovation, destination.

Дата поступления статьи в редакцию: 05.01.2025