

**Қанафина Ә.Т., Маханова Д.Б.,** Карагандинский государственный университет имени академика Е.А. Букетова, экономический факультет, гр. Тур-12, студенты  
(Научный руководитель – м.э.н., ст. преподаватель Усенова Д.М.)

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «QUEST» ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В последнее время интерес к Казахстану, как к туристскому направлению, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр туристских услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большего количества путешественников. На сегодняшний день Казахстан предоставляет практически все существующие виды туризма - познавательный, развлекательный, этнический, экологический и другие. Для туристов предлагается большое количество маршрутов путешествий по всей территории Казахстана.

Следовательно, Казахстан становится все более заметным и влиятельным игроком на мировой политической сцене, поэтому нет ничего удивительного в том, что все чаще проводятся всевозможные региональные и международные симпозиумы и саммиты. Следует отметить, среди значимых туристских событий и проведение Всемирной Универсиады, г. Алматы, и предстоящей Международной выставки ЭКСПО-2017, г. Астана. Все это будет способствовать привлечению в страну внушительного количества иностранных туристов. Как показывают результаты исследования, наибольшее количество туристов посещающих нашу страну приходится на такие страны, как Германия, Англия, Япония, Корея, Китай [1].

Основной целью развития туризма в Казахстане является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, на базе которого будут обеспечиваться условия для развития отрасли как сектора экономики страны. Республика Казахстан располагает огромным потенциалом для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое - огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в отдельных регионах - нетронутая, дикая природа [2].

С целью оценки развития туризма в Казахстане, нами было проведено маркетинговое исследование, в котором приняло участие 175 человек. Результаты исследования показали, что из возрастного сегмента особую заинтересованность проявил контингент от 18 до 25 лет - 57% (рис.1).

Укажите Ваш возраст

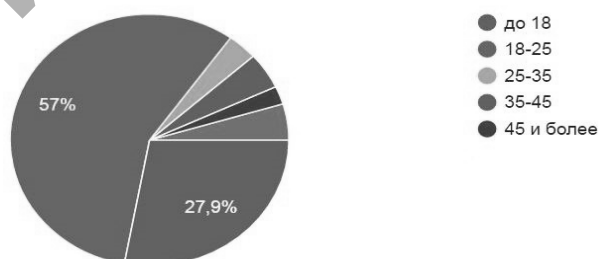


Рисунок 1- Сегментация туристов по возрастному признаку, в %

В вопросе о предпочитаемых видах туризма 33% опрошенных выбрали отметку «другое», то есть почти треть респондентов не выбрали ни одного из классически развитых видов. Данный результат свидетельствует о том, что настало время разработать совершенно новый, креативный, инновационный вид туризма. Второе место по предпочтительности занял приключенческий вид туризма, далее последовал культурно - познавательный вид туризма (рис.2).

Какие виды путешествий Вы бы предпочли?

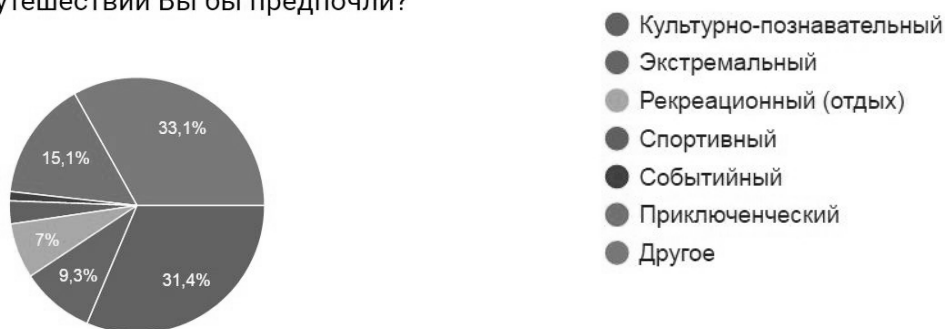


Рисунок 2 – Сегментация туристов по видам туризма, в %

Также результаты исследования показали, что большинство опрошенных – 85,5% предпочитают международный туризм, что является остро ощущаемой проблемой в стране (рис.3).

Укажите наиболее интересное для вас направление в туризме

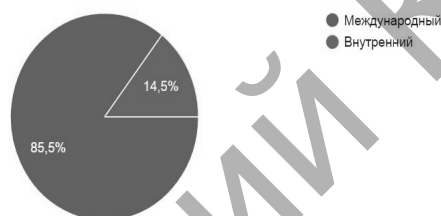


Рисунок 3 – Сегментация туристов по формам туризма, в (%)

Подводя итоги данного опроса, необходимо отметить отсутствие заинтересованности в культурном наследии Казахстана, как и у нерезидентов страны, так и у самих резидентов.

В Казахстане много удивительных мест, но не весь мощный потенциал востребован туристским бизнесом. В условиях умеренно стабильного уровня роста инфраструктуры наблюдается неплановое развитие индустрии развлечения, в связи с этим следует обратить должное внимание на индустрию досуга молодежного сегмента. На сегодняшний день сфера индустрии развлечения в Казахстане не уделяет внимание разработке туристских продуктов для молодого и активного поколения, вместе с тем следует отметить несоответствие интересам и стандартам нынешней молодежи существующих туров. В связи с этим, возникает необходимость в разработке и в совершенствовании новых видов услуг, направленных на развитие молодежного туризма. Одним из таких новых видов туризма следует отнести «quest туризм» [3].

Quest, или приключенческая игра (англ. adventuregame) - представляет собой историю с главным героем, в котором важнейшими элементами игры являются повествование и обследование мира, а ключевую роль в игровом процессе играют решение головоломок и задач, требующих от игрока умственных усилий.

Необходимо обосновать актуальность данной темы. Ввиду острой проблемы с развитием въездного и внутреннего туризма в нашей стране, следует предложить новые виды услуг для активного поколения, которые имеют множество положительных сторон, таких как

- посещение главных историко-культурных достопримечательностей Казахстана;
- знакомство с культурой и бытом казахского народа; развитие логического мышления в нестандартных ситуациях;

- испытания, в которых каждый участник играет индивидуальную роль в различных ситуациях;
- соревновательный аспект по пути следования всего туристского маршрута;
- выявление победителя и его награждение либо возвратом суммы оплаты данного «quest» - тура, либо туристической путевкой на любую зону отдыха на территории Казахстана.

По-нашему мнению, предложение данного продукта индустрии развлечения на рынке туристских услуг будет пользоваться активным спросом среди туристов въездного и внутреннего туризма. По правилам данного вида туристских услуг каждый из участников будет получать индивидуальную роль в различной ситуации, а также преследовать индивидуальные экскурсионно-познавательные цели. По ходу прохождения испытания, туристу представится уникальная возможность знакомства с культурой и бытом нашего народа, историей культурного объекта, путём непосредственного взаимодействия с ним или с предоставленной о нём информацией.

«Quest» - туризм усиленно развивается во многих странах и занимает немаловажную позицию в участии по развитию экономики страны. На сегодняшний день лидерские позиции по уровню освоенности «quest» - туризма занимают такие страны как: Франция, Россия, Израиль и Австралия. На примере данных стран можно сделать вывод, что именно такая форма как «quest» - туризм пользуется большим спросом как среди местных жителей, так и среди иностранцев.

Уникальность данного вида туристского продукта заключается в охвате разных сегментов туристского рынка. Услугами могут воспользоваться практически все слои населения, как туристы-иностранцы, туристы-резиденты, как дети с родителями, так и студенты. В проекте учитывается мнение каждого клиента и создается специально подготовленный «quest» - маршрут, отталкиваясь от туристских предпочтений клиента.

Идея представляет собой «quest» туризм по всему Казахстану. Основной чертой которой является изучение истории и быта казахского народа с помощью «quest» - заданий, которые участник должен выполнить. То есть, вдобавок к непосредственному ознакомлению с определенной информацией, относящейся к той или иной достопримечательности, все выданные задания предоставляются в форме соревновательной игры. Таким образом, участники получают своего рода знания о Казахском крае и оставляют себе незабываемые эмоции после прохождения каждого задания, будь то устная головоломка или задание, требующее физической нагрузки [4].

Реализация данных «quest» - туристских маршрутов будет проходить на базе специальных центров под оригинальным названием «InDaKazakhstan», которое одновременно будет являться слоганом будущего бренд-продукта. Данные центры будут располагаться в каждом регионе страны.

Каждый «quest» - центр будет отслеживать наличие информационной осведомленности туриста, его местоположение, степень пройденности тура, его оснащённость всем необходимым снаряжением и другими факторами, влияющими на прохождение всего тура или каждого задания в частности.

В дополнение, в качестве продвижения и опознавания продукта на туристском рынке выступит брендовый логотип, представленный на рис. 4.



Рисунок 4- Логотип «quest» продукта

По центру изображен «quest» - центр, который будет находиться в каждом регионе страны. Он имеет куполообразную форму и шанырак на верхушке, что символизирует единство и гостеприимность казахского народа. Цветовая гамма в основном представлена в черном и золотом цвете, что особо подчеркивает элегантность, богатство и новизну данной темы.

Для примерного представления о том, что же такое «quest» - туризм на практике, следует наглядно ознакомиться с примером одного из «quest» - туров, пролегающего через Западный Казахстан.

В качестве примера этот регион был выбран нами не случайно. Мы считаем, что Западному Казахстану не уделяется должное внимание в плане туризма. Считается, что в основном, туристы посещают данный регион с целью бизнес – поездок, но на самом деле регион очень богат культурно-историческими центрами (рис.5).



Рисунок 5- «Quest»-маршрут по Западному Казахстану

По пути следования данного маршрута будет пройдено 6 культурно-исторических памятников. Туристам будут выданы задания для права прохождения к объектам показа и к каждой достопримечательности в отдельности. Технология тура заключается в том, что при прохождении ряда испытаний, участник получает новые подсказки, которые в конечном итоге приведут его к финалу игры. Разбалловка «quest» - игры зависит от степени сложности задания: сложный уровень, средний и легкий.

В качестве поощрения участнику-победителю предоставляется право выбора. В качестве приза он может выбрать для себя полный возврат суммы оплаты пройденного им «quest» - маршрута или путевка на любую зону отдыха на территории Республики Казахстан.

Также разработка, продвижение и развитие данного вида туристских услуг будет способствовать развитию транспортной индустрии и росту востребованности мест размещения, поскольку «quest» - туры могут быть как однодневными, так и на неопределенный срок, в разных уголках страны. Еще одной положительной составляющей будет являться увеличение рабочих мест в качестве: гидов-переводчиков, «quest» - инструкторов и т.п.

Таким образом, основной целью «quest» - туров является - продвижение и развитие национального туристического «quest» - центра под брендовым названием «InDaKazakhstan». Реализация данного проекта потребует вовлечение специалистов туристической индустрии, согласования с представителями бизнес - структур туристской отрасли, а также интенсивного информационного продвижения на данном рынке.

#### Литература:

1. Электронный ресурс: <https://kazakhstan.orexca.com/rus/tourism>
2. Электронный ресурс: [http://tourlib.net/books\\_tourism/aleks11.htm](http://tourlib.net/books_tourism/aleks11.htm)

3. Электронный ресурс: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Квест>

4. Электронный опросник: <https://goo.gl/forms/TNE6x6NhOVMMxEwf2>

**Қызбалина Д.Б.**, академик Е.А.Букетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, экономика факультеті, ЛГ-11 тобы, студент  
(Ғылыми жетекші-аға оқытушы Төлеуұлы А.)

## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ШАҒЫН БИЗНЕСТІ НЕСИЕЛЕНДІРУ

Кәсіпкерліктің пайда болуы мен дамуы экономиканың өркендей түсуіне әсер ететін бірден - бір факторлардың бірі. Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың 1 наурыздағы: «Қазақстан өз дамуындағы жаңа серпіліс жасау қарсаңында: Қазақстанның әлемдік бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясы» атты Қазақстан халқына Жолдауында: «Шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры халықтың кәсіпкерлік әлеуеті мен бастамашылығын іске асыруға тырысқан түрлі топтары үшін қаржы ресурстары мен сараптама жасаудың нақты қайнарына айналуға тиіс. Қордың өкілдік желісін кеңейту, өңірлердегі кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған жұмысты күшейту қажет», - делінген. Шағын кәсіпкерлікке мемлекеттік қолдау шаралары әрбір елде болатын іс-әрекет шаралары. Біздің Қазақстан жағдайында мемлекеттік қолдау әртүрлі бағыттарда жүзеге асырылады. Болашақта елде шағын кәсіпкерлікті дамытуды одан әрі кеңейту бағыттары жоспарланып отыр. Осыған байланысты кәсіпкерлік бағытты жандандыру шаралары да ұйымдастырылу үстінде [1].

Шағын кәсіпкерлікпен айналысатын кәсіпорындар үшін ең өзекті мәселе болып меншік құралдары мен капиталдың ұзақ мерзімді көздер есебінен туындайтын қаржылық стратегия табылады. Ғылыми зерттеулер көрсеткіштері бойынша тек қана 5% шетел кәсіпорындары инвестициялық қорлар есебінен қаржыландырылады. Көбінесе, шағын кәсіпкерлік меншік жинақтарынан, туыстарының, достарының жинақтарынан, сондай - ақ коммерциялық банктердің несиелерімен қаржыланады. Қазақстанда меншікті құралдар шағын кәсіпкерлік субъектілерін қаржыландырудың негізгі көзі болып табылады. Бірақ олар қаржыландырудың барлық қажеттіліктерін жаба алмайды. Бұл жағдайда қаржыландырудың альтернативті көзі болып банк несиелері табылады.

Қазақстан Республикасында «Казкоммерцбанк» ААҚ-мы кәсіпкерлікпен айналысатын жеке тұлғаларға несие беру бағдарламасын жүргізеді [2].

### Кесте 1

Несие мөлшері	500 АҚШ долларынан дейін 30000 АҚШ долларына
Мерзімі	12 айға
Пайыздық ставкасы	айына 2- 2.6 % мөлшерінде беріледі

Ал Тұран Әлем Банкі алатын болсақ, несиелендіру бағдарламасы құрылысқа және қозғалмайтын мүлікті жөндеуден өткізуге, кәсіпкерлік қызметті жүргізуге, айналым капиталын толықтыруға, сауда келісімдерін жүргізуге, материал және шикізаттар сатып алуға, машинамен жабдықталуға жүргізіледі.

Халықтық Жинақ Банкі орта және шағын бизнес субъектілерін несиелендіру бағдарламасын, сондай-ақ орта және шағын агробизнесі қаржыландыру бағдарламаларын жүргізеді. Бұл бағдарлама несиелік қызметтер комплексін ұлғайту, шағын кәсіпкерлік субъектілерін, олардың қызметтік инфрақұрылымдық, транспорттық, өндірістік сферасындағы орнын ұлғайту мәселелерін орындайды. Несиелендіру заңды және жеке тұлғаларға жүргізіледі. Кепіл ретінде ғимараттар, құрылғылар, пәтерлер, тұрғын үйлері,