**Туристские инновации: значение, формы и уровень ответственности за реализацию**

**Аннотация.**  Приоритетность развития туристской отрасли в Казахстане обоснована необходимостью диверсификации структуры национальной экономики и отхода от ее сырьевой направленности. Развитие въездного туризма должно способствовать росту валютных поступлений, внутреннего – обеспечению доступности отдыха для казахстанцев. События последних двух лет (пандемия COVID 19, осложнение геополитической ситуации в евразийском регионе) свидетельствуют о потребности повышения внимания к отечественному туризму и устранению проблем, тормозящих его развитие. Сегодня потребитель туристских услуг весьма разборчив в предложениях высоко турбулентного туристского рынка в силу больших возможностей собственной мобильности, широкого выбора турпродуктов. Поэтому успешность развития казахстанского туризма во многом определяется уровнем предоставляемых услуг. В условиях высокой конкуренции на туристском рынке достойную стабильную позицию может обеспечить только тот, кто способен своевременно реагировать на быстро меняющиеся потребности клиентов, успешно внедрять новейшие технологии обслуживания, гарантирующие максимальные удобства потребителям.

К сожалению, сегодня совершенно нельзя утверждать о том, что казахстанский туристский рынок адекватен всем нововведениям отрасли, известным в современном мире. Возможно, именно данное условие не позволяет обеспечить привлекательность отечественных туристских услуг не только для въездных, но и внутренних туристов. Успешная реализация инновационной политики в отрасли во многом определяется уровнем знаний о существующих инновациях и их разновидностях. Кроме того, эффективность предпринимаемых действий можно обеспечить только при правильном делегировании функциональной ответственности и полномочий стейкхолдерам.

Поэтому в данной статье ставится цель построения авторской модели реализации туристских инноваций с указанием уровней ответственности акторов туристской отрасли за внедрение новшеств в различные сферы деятельности. Предложенная модель применима при разработке стратегий развития туристской отрасли.

При написании статьи использованы методы анализа и синтеза, дедукции и индукции, сравнительного анализа, а также метод визуализации. Результаты исследования дополнят научные основы теории инноваций в туризме и могут представлять интерес при разработке региональных и национальных программ развития туризма.

**Ключевые слова:** туристские инновации, формы инноваций, уровень ответственности, акторы, модель реализации инноваций.

**ТУРИСТІК ИННОВАЦИЯЛАР: ІСКЕ АСЫРУДЫҢ МӘНІ, ФОРМАЛАРЫ ЖӘНЕ ЖАУАПКЕРШІЛІК ДЕҢГЕЙІ**

**Аңдатпа.**  Қазақстанда туристік саланы дамытудың басымдығы Ұлттық экономика құрылымын әртараптандыру және оның шикізаттық бағыттан ауысудың қажеттілігімен негізделген. Сырттан келушілер туризмін дамыту валюталық түсімдердің өсуіне, ішкі – қазақстандықтар үшін демалыстың қолжетімділігін қамтамасыз етуге ықпал етуі тиіс. Соңғы екі жылдағы оқиғалар (COVID 19 пандемиясы, Еуразия өңіріндегі геосаяси ахуалдың күрделенуі) отандық туризмге назар аударуды арттыру және оның дамуын тежейтін проблемаларды жою қажеттілігін айғақтайды. Бүгінгі таңда туристік қызметтерді тұтынушы өзінің ұтқырлығының үлкен мүмкіндіктеріне және туристік өнімдердің кең таңдауына байланысты жоғары турбулентті туристік нарықтың ұсыныстарын өте жақсы біледі. Сондықтан қазақстандық туризмді дамытудың табыстылығы көрсетілетін қызметтердің деңгейімен айқындалады. Туристік нарықтағы жоғары бәсекелестік жағдайында клиенттердің тез өзгеретін қажеттіліктеріне уақтылы жауап бере алатын, тұтынушыларға максималды ыңғайлылыққа кепілдік беретін жаңа қызмет көрсету технологияларын сәтті енгізе алатын адам ғана лайықты тұрақты позицияны қамтамасыз ете алады.

Өкінішке орай, бүгінгі күні қазақстандық туристік нарық қазіргі әлемде белгілі осы саланың барлық жаңалықтарына барабар деп айтуға болмайды. Мүмкін, дәл осы жағдай отандық туристік қызметтердің тек келушілер үшін ғана емес, сонымен қатар ішкі туристер үшін де тартымдылығын қамтамасыз етуге мүмкіндік бермейді. Саладағы инновациялық саясатты сәтті жүзеге асыру көбінесе қолданыстағы инновациялар мен олардың түрлері туралы білім деңгейімен анықталады. Бұдан басқа, қабылданатын іс-қимылдардың тиімділігін функционалдық жауапкершілік пен өкілеттіктерді стейкхолдерлерге дұрыс берген кезде ғана қамтамасыз етуге болады.

Сондықтан, осы мақалада туристік инновацияны жүзеге асырудың авторлық моделін құру мақсаты әртүрлі қызмет салаларына инновацияларды енгізудегі туристік саладағы жауапкершілік деңгейлерін көрсету болып табылады. Ұсынылған модель туристік саланы дамыту стратегиясын әзірлеуде қолданылады.

Мақаланы жазу кезінде талдау және синтездеу, индукция және дедукция, салыстырмалы талдау әдістері, сондай-ақ визуализация әдісі қолданылды. Зерттеу нәтижелері туризмдегі инновациялар теориясының ғылыми негіздерін толықтырып, туризмді дамытудың аймақтық және Ұлттық бағдарламаларын жасауға қызығушылық тудыруы мүмкін.

**Түйінді сөздер:** туристік инновациялар, инновациялардың формалары, жауапкершілік деңгейі, акторлары, инновацияны енгізу моделі.

**Tourism innovations: meaning, forms and level of responsibility for implementation**

**Annotation.** Development priority tourism in Kazakhstan justified by need to diversify structure national economy and moving from material orientation. Development inbound tourism should contribute to growth currency earnings, internal - ensuring the availability recreation for Kazakhstanis. Events the last two years (COVID pandemic) show need to increase attention to domestic tourism and eliminate development problems. Today, tourist services consumer is picky in turbulent tourist market due to possibilities their own mobility, wide choice tourist products. Therefore, success development Kazakhstan tourism is determined by level services provided. In conditions high competition in tourism, worthy stable position can be provided by able to respond in time to rapidly changing customer needs, successfully implement the latest service technologies that guarantee maximum convenience to consumers.

Unfortunately, we can’t say Kazakhstan tourist market is adequate to all innovations known in modern world. Perhaps this condition doesn’t ensure attractiveness domestic tourist services not only for incoming, but also for domestic tourists.

Therefore, this article aims to build author's model implementation tourism innovations, indicating the levels responsibility actors in tourism industry for the introduction innovations in various fields activity. The proposed model is applicable in the development strategies development tourism industry.

Due article, methods analysis and synthesis, deduction and induction, comparative analysis, as the visualization method were used. The results study will complement the scientific foundations theory innovation in tourism and can be interest in development regional and national tourism development programs.

**Keywords:** tourism innovations, forms of innovations, level of responsibility, actors, model of innovation implementation.

**Введение.** В современном мире туризм является ключевым источником дохода во многих странах, будучи в авангарде регионального развития, активно способствуя диверсификации экономической структуры и решая проблему занятости. Туризм играет особую роль в секторе услуг различных экономик, поскольку он способствует их экономическому росту и обеспечивает доход. Выступая катализатором социально-экономического развития, туристская сфера не только оказывает услуги по организации путешествий, но и формирует доходы государства и многих ключевых отраслей экономики, как транспорт, сфер размещения и питания, торговля, строительство. ВВП некоторых стран практически полностью формируется за счет туристских прибытий. Туризм обладает высоким «мультипликативным» эффектом и имеет значение коэффициента косвенного воздействия на смежные с туризмом отрасли. Такое косвенное влияние осуществляется через расходы туристов и, соответственно, получаемые доходы туристских, транспортных, торговых и других компаний. По данным Всемирной туристской организации, туризм оказывает косвенное влияние на развитие более 32 отраслей экономики, что позволяет утверждать о жизненной важности развития туризма для всей мировой экономики [1].

Сегодняшняя высокая конкуренция, экономическая и политическая нестабильность во многих регионах требуют от туристских организаций постоянной адаптации к быстро меняющимся условиям внешней среды. Повышение конкурентоспособности данного сектора имеет основополагающее значение с учетом его важности и глобализации экономики. Ключом же повышения его конкурентоспособности являются инновации. Постоянно растущие потребности и запросы туристов, а также насыщенность туристского рынка определяют необходимость постоянного поиска новых видов туристского продукта, открытия новых направлений и т. д., иначе говоря, необходимость внедрения инновационных способов развития индустрии туризма.

На рост и развитие современного туризма большое влияние оказывают новые инновационные туристские продукты и идеи. Бурные изменения внешней среды налагают необходимость постоянного изучения и введения новшеств для того, чтобы выжить и поддерживать конкурентные преимущества, отвечающие потребностям все более искушенных туристов. Туристы выбирают услуги поставщиков, в первую очередь, исходя из того, насколько хорошо они создают для них ценность.