

УДК 338.22:338.48

А.Т. Тлеубердинова,
доктор экономических наук, профессор,
Карагандинский государственный университет
им. академика Е.А. Букетова

Д.М. Салауатова,
докторант PhD,
Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,
г. Караганда

Особенности организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности в туризме

Введение

Современные тенденции обострения конкуренции и растущего влияния глобализации способствуют поиску новых, более эффективных инструментов стимулирования предпринимательской активности.

Стимулирование предпринимательской активности является важнейшей макроэкономической задачей, требующей систематического подхода к стратегическим управленческим процессам развития туристской отрасли Республики Казахстан. Проведенный анализ показал, что в большинстве регионов данный подход, к сожалению, не используется. Развитие внутреннего и въездного туризма должно быть связано со стратегиями социально-экономического развития регионов Казахстана и должно учитываться при разработке планов стратегического развития отрасли. На практике, однако, большинство разработанных стратегических программ развития регионов даже не содержат разделов по стимулированию предпринимательской активности. Это связано с отсутствием систематического подхода к решению проблем в данном направлении.

На наш взгляд, одной из основных причин недоиспользования резервного потенциала туристской отрасли является

отсутствие эффективного организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности для развития отрасли.

Основная часть

В научной литературе механизм определяется как система, предназначенная для обеспечения организации, функционирования и существования природы управления [1]. Структура и содержание механизма меняются в зависимости от общественного производства. Ряд экономистов рассматривают этот механизм как сложную, многогранную систему, анализируя при этом только его компоненты [2, 3]. На современном этапе экономический механизм рассматривается как совокупность организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм для удовлетворения экономических законов [4].

Механизм стимулирования предпринимательской активности следует рассматривать в соответствии с управленческими областями, внутренней и внешней средой [5, 6]. Существуют такие внутренние факторы, как организационные, структурные, технические, экономические, административные, материальные и социальные.

В экономической литературе часто используется понятие «организационно-экономическое устройство», которое используется для определения организационных элементов экономического механизма (Современные тенденции в управлении развитием ..., 2014).

Теоретические и практические вопросы организационно-экономического механизма развития управления экономическими системами на разных уровнях изучались широко и всесторонне [7, 8, 9 и др.]. Эти научные труды раскрыли характер и состав организационных и экономических механизмов, методологию их развития.

Существуют два типа организационных и экономических механизмов – открытый и закрытый. Первый относится к сбалансированным механизмам национальной и мировой экономики, механизмам рыночного ценообразования, финансовым механизмам государств. Второй тип включает мультипликативные механизмы, которые имеют чередующиеся циклы экономического развития и сезонные колебания цен [8].

Большинство авторов согласны с тем, что основным фактором эффективности организационно-экономических механизмов является их адаптивность в условиях неопределенности [10, 11, 12]. Основная задача организационно-экономического устройства – структурирование управления через воздействие на объект управления.

Механизм управления представляет собой сложный набор инструментов, форм и методов управления, которые разрабатываются и используются органом управления для сознательного и целевого воздействия на экономическую систему в целях повышения ее эффективности. Эта экономическая категория объединяет экономические, организационные, правовые и другие формы, методы, нормы управления в экономический механизм и организационную структуру [1].

Зарубежный опыт изучения экономических механизмов предполагает выделение таких элементов (инструментов) механизма управления экономическими системами, как планирование с помощью системы методов, форм и терминов; организационную структуру производства и управления; экономические, организационные, правовые, социальные и другие методы управления [13]. Таким образом, суммируя мнения различных зарубежных авторов [14], мы можем утверждать, что они понимают организационно-экономическое расположение как механизм взаимодействия управляющих и контролируемых подсистем, являющихся набором экономических инструментов и рычагов, форм и методов воздействия на общественно-ориентированную экономическую систему.

Зарубежные исследователи выявили важные особенности, определяющие характер организационного и экономического устройства; элементы, в соответствии с которым механизм рассматривается как организующая система связей между структурными элементами; функциональность, определяемую как набор мероприятий, направленных на достижение определенной цели; основанность на процессах, характеризующих подготовку и принятие решений. Основная функция этого механизма заключается в разработке, принятии и реализации управленческих решений, направленных на достижение цели экономической системы. Объектом организационно-экономического устройства является способность достижения эффективности [15].

Организационно-экономическое устройство стимулирования предпринимательской активности – это количественная и качественная детерминированность социально-экономических отношений и пропорций, обеспечивающих принятие таких решений, способствующих развитию и функционированию экономической системы.

Первым шагом формирования организационно-экономического механизма системы стимулирования предпринимательской активности является категоризация целей. В этом контексте цели трансформируются в цели и функции (критерии), которые определяют оценку цели, то есть определяют категории критериев оценки. Далее следует установить факторы, влияющие на достижения целей. Если требуемая

комбинация факторов не может быть сформирована, определяются новые категории целей. Затем снова формируются критерии и влияющие силы.

Подводя итоги зарубежного и отечественного опыта, можно отметить, что следующие системные особенности, представленные на рисунке 1, характеризуют организационно-экономический механизм стимулирования предпринимательской активности.

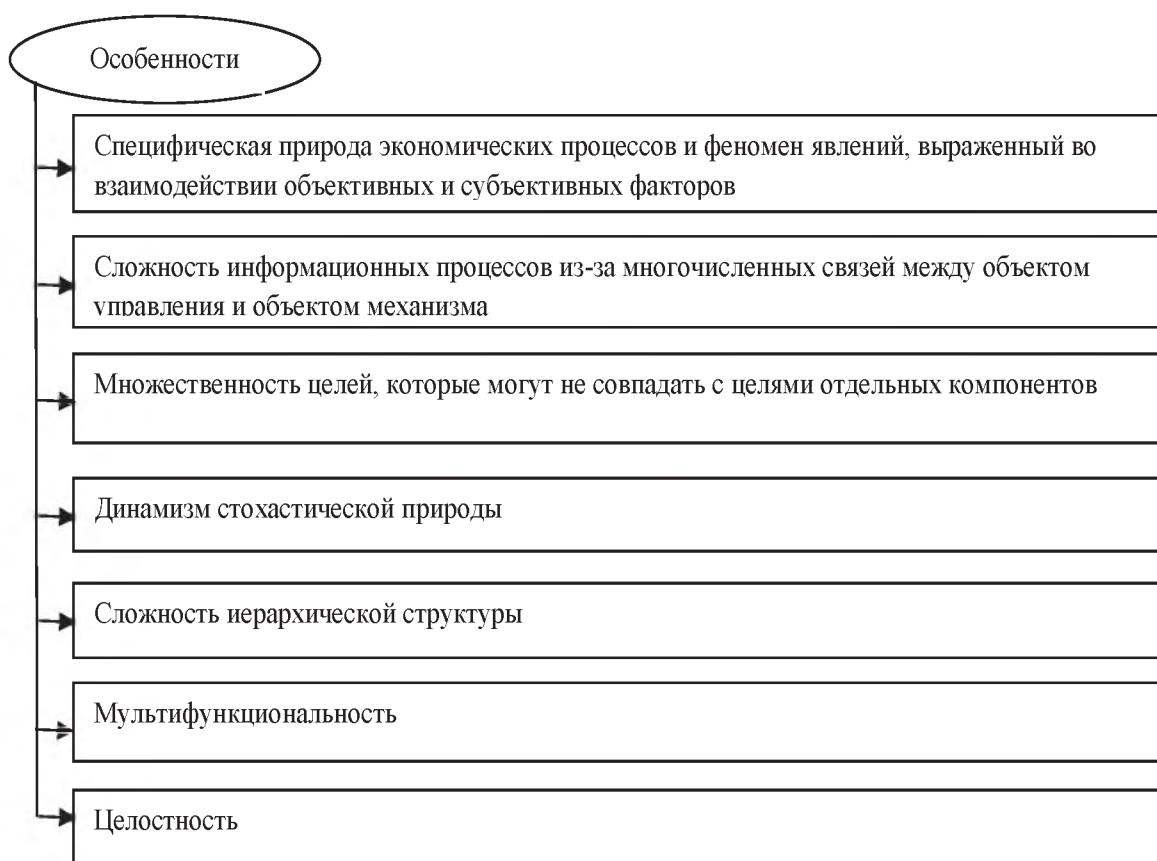


Рисунок 1 – Системные особенности организационного и экономического механизма

Примечание – Составлено по данным [1].

Организационная структура организационно-экономического управления включает в себя следующие этапы:

- определение объектов и целей управления, стратегии управления и формирования системы управления;

- уточнение выбора осуществления управленческой деятельности;

- поиск внешних возможностей для повышения экономической системы, рациональное использование дефицитных ресурсов;

- повышение эффективности экономической системы.

По мнению российских ученых А. Савченко и В. Соловьева, организационно-экономическое устройство управления может включать следующие аспекты функционирования:

- организационные, описывающие форму связей, относительную сопоставимость объемов, качество и зависимость параметров системы на определенном уровне управления, а именно административные, иерархические отношения управления;

- с описанием характера и качества связей, возможностей, пропорциональности параметров для использования ресурсов, освещения вопросов, связанных с функционированием и развитием экономических систем, и предоставления определенных результатов [4].

Сложность и систематичность методов воздействия на многовекторные факторы обуславливают необходимость комплексной интеграции и дифференциации связей для адаптации и эффективности организационно-экономического механизма [16]. Все функции и отношения этих методов должны быть взаимно согласованы в рамках организационно-экономического устройства управления на основе главной цели механизма – стимулирования предпринимательской активности. Поэтому механизм может включать в себя отдельные элементы, которые оказывают конкретное воздействие на компоненты системы, способные дать возможность реагировать на изменяющиеся условия окружающей среды, другими словами, создать адаптивный механизм.

В связи с этим важно рассмотреть этапы формирования организационно-экономического устройства управления системой, а также выделить функции механизма в качестве основы для учета особенностей его функционирования в современных условиях. Система элементов

и их связи, единство законов и правил, методы и инструменты управления являются наиболее важными при определении механизма в целях стимулирования предпринимательской активности.

Принимая во внимание прямое и косвенное влияние туризма на местные общины, главная цель политики и стратегий на местах должна быть нацелена на его развитие, поощрение и стимулирование. Инициированные меры и программы для стимулирования развития туризма должны учитывать принципы устойчивого развития и сохранения природной среды. В большинстве случаев центральные и местные органы власти должны содействовать предпринимателям туризма, участвуя в обучении, оказании непосредственной помощи при региональном планировании, обеспечивая техническую инфраструктуру, формируя налоговые правила, развивая туристские достопримечательности, поддерживая туристские дестинации, разрабатывая маркетинговую стратегию, создавая туристские информационные офисы и др. Продвижение предпринимательства должно стать существенной частью местных, региональных и национальных стратегий развития.

Каждый регион создает свою собственную предпринимательскую культуру, которая отражается как в сформированном имидже как туристском направлении, так и в туризме. Исследования показывают, что успешные предприниматели тратят больше времени на создание партнерств, весьма важных для достижения успеха. Поэтому поддерживающие партнерские отношения могут стимулировать творчество и инновации и тем самым способствовать росту и диверсификации туристского продукта в регионе. Ввиду значительного положительного воздействия туризма на экономические, социальные, культурные и экологические стороны жизни общества

все заинтересованные стороны должны участвовать в разработке программ организационного развития и их последовательном продвижении.

Принятие стратегий и политики на региональном и национальном уровнях является обязанностью правительства, которое должно устанавливать законодательные и нормативные положения в отношении туристской деятельности, формировать инвестиционную стратегию и политику маркетинга, в которой разъясняется роль туризма в экономике [17]. В свое время усилия правительств европейских стран, направленные на стимулирование роста туризма, привели к:

- инвестициям в общую инфраструктуру и инфраструктуру туризма: транспорт, общественные услуги, связь, зоны отдыха, природные парки, разработка мер для занятий спортом (например, катание на лыжах, охота и спортивная рыбалка, гольф);

- административной поддержке быстрого запуска бизнеса, упрощения доступа к информации;

- финансовым или налоговым льготам, особенно на ранних этапах развития сельского туризма на местном или региональном уровне (например, снижение налогов, субсидий);

- системе безопасности для займов или взаимные гарантии, которые могут помочь предпринимателям начать или расширить свой бизнес (например, предоставление кредитов с субсидируемыми процентами или выгодными условиями);

- содействие предоставлению услуг в области туризма и финансированию завершения работы информационных бюро по туризму;

- образовательной и технической помощи, особенно полезной для предприятий в сельской местности (например, бесплатное обучение, техническая помощь в маркетинге, разработка технико-экономических обоснований, разработка

местных проектов развития в сельской местности).

Для поощрения предпринимательства центральным и местным органам власти в первую очередь необходимо создать элементы инфраструктуры и коммунальных услуг для создания климата, в котором предприниматели чувствовали бы высокую оценку своих инициатив. В районах, где имеется неиспользованный потенциал туризма, следует рассмотреть возможность поддержки развития предпринимательства с помощью соответствующих мер, а именно:

- создания стабильной бизнес-среды, менее бюрократической, в целях способствования и развития инициатив предпринимателей;

- финансовой или фискальной поддержки, особенно на первых этапах создания бизнеса. Например, налоговые скидки в первые годы (5–7 лет) бизнеса имеют решающее значение, особенно в сельских районах, где туристские предприятия являются небольшими, а уровень прибыльности – низким;

- профессиональной подготовки населения, обеспечивающая, в частности, обучение, которое позволяет развивать навыки и компетенции, необходимые для начала и ведения бизнеса;

- выявления и оценки предпринимательских навыков населения, особенно в сельских районах;

- консультаций, предлагаемых предпринимателям и их семьям, при возникновении проблем в ходе ведения бизнеса. Успешный предприниматель должен обладать многими и разнообразными качествами: проциательностью, настойчивостью, общими знаниями и знаниями в своей области деятельности, умением контролировать и управлять;

- создания предпринимательской культуры на местном и региональном уровнях и поощрения людей к риску туристского предпринимательства;

- создания местных и региональных сообществ развития предпринимательства при поддержке министерства туризма, торгово-промышленных палат, управлений регионального развития, оказывающих прямую поддержку всем, кто заинтересован в развитии бизнеса;

- создания региональных бизнес-центров при поддержке региональных торгово-промышленных палат, а также региональных форумов для предоставления консультаций по улучшению туристского продукта по международным стандартам, вопросам по законодательной базе, национального и регионального финансирования, модернизации или строительства объектов, подготовки бизнес-плана или обмена опытом;

- поощрения важности предпринимательства среди женщин и молодежи из сельских районов и предоставления учебных программ для улучшения деловых навыков, признания рыночных возможностей и расширения возможностей трудоустройства;

- стимулирования конкуренции путем присуждения премий успешным предпринимателям и предпринимательской активности;

- создания информационных кампаний по вопросам преимуществ предпринимательства при поддержке массовых медиа, организации мероприятий в сообществах, награждения лучших бизнес-планов;

- проведения политики регионального развития туризма и маркетинговых стратегий управлениями регионального развития, местными органами власти и правительством при поддержке местных специалистов и операторов туризма;

- поддержки инновационных идей, особенно защищающих окружающую среду и увеличивающих занятость и качество местной жизни;

- развития технической инфраструктуры. У предпринимателя могут быть хорошие идеи, но если техническая инфраструктура имеет низкое качество, то инициативы имеют мало шансов на успех [18].

Организационно-экономический механизм как целостная система влияния формируется на основе методологических компонентов, которые создают его «целевую» составляющую. Следует рассматривать такие компоненты, как цели и задачи, принципы, методы; формы и инструменты управления, и давать их краткую характеристику.

На основе обобщения зарубежного опыта предлагается модель организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности, предполагающая использование систематического подхода к разработке стратегии развития предпринимательства в туристской отрасли и содержащая следующие компоненты (рисунок 2):

- организационные элементы механизма;

- экономические элементы механизма;

- государственное регулирование предпринимательства в сфере туризма;

- развитие въездного и внутреннего туризма на основе обеспечения предпринимательской активности.

Компоненты, которые следует учитывать при создании механизма стимулирования предпринимательской активности, включают принципы, методы, инструменты, форму реализации организационно-экономического механизма. Разработка организационно-экономического механизма стимулирования основывается на принципах самоорганизующейся системы, эффективности, экономичности, сочетания централизации и децентрализации управления.



Рисунок 2 – Модель организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности в туризме

Примечание – Составлено авторами.

К методам организационно-экономического механизма стимулирования относятся экономические, организационно-распорядительные, моделирование и анализ. Инструменты организационно-экономического механизма стимулирования включают экономические средства (субсидии, дотации, инвестиции, займы, уровень налогов, санкции, страхование, цену ресурсов) и организационные средства (норматив, регламент, контроль,

информационно-консультационное обеспечение). К формам реализации организационно-экономического механизма стимулирования относятся моделирование, прогнозирование, оценка эффективности деятельности предпринимателей, использование стандартов качества и др.

К факторам формирования организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности в туризме относятся правовые,

экономические, научно-технологические, социальные, ресурсные факторы, а также налоговая и финансово-кредитная политика и уровень подготовки профессиональных кадров. От степени развития данных факторов зависит уровень предпринимательской активности.

Законодательство в сфере туризма представлено законом РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан», правилами лицензирования туристской деятельности [19, 20].

Закон РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан» определяет правовые, экономические, социальные, организационные основы туристской деятельности как одной из отраслей экономики Республики Казахстан.

Основными принципами государственного регулирования туристской деятельности в Республике Казахстан являются:

1) содействие туристской деятельности и создание благоприятных условий для ее развития;

2) определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности;

3) формирование представления о Республике Казахстан как о стране, благоприятной для туризма;

4) обеспечение безопасности, защиты прав туристов и лиц, осуществляющих туристскую деятельность, Республики Казахстан и их объединений, а также защита их интересов и имущества.

Правила лицензирования туристской деятельности разработаны в соответствии с Законом РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан», Законом РК «О лицензировании», иными нормативными правовыми актами и определяют порядок, условия выдачи, учета государственных лицензий на право осуществления туристской деятельности (туроператорской, турагентской деятельности, оказания услуг инструктора туризма) областными

(города республиканского значения, столицы) исполнительными органами - лицензиарами.

При оказании услуг туроператора по выездному туризму размер облагаемого оборота определяется как разница между стоимостью реализации туристского продукта и стоимостью услуг по страхованию, перевозке пассажиров и проживанию, в том числе питанию, если стоимость такого питания включена в стоимость проживания. Индивидуальные предприниматели и юридические лица, имеющие лицензию на туристскую операторскую деятельность (туроператорскую деятельность) в соответствии с законодательством Республики Казахстан о туристской деятельности, ведут учет по товарам, работам, услугам в целях оказания услуг туроператора отдельно от остальной деятельности. Учет по товарам, работам, услугам в целях оказания услуг туроператора ведется отдельно по обороту, освобожденному от налога на добавленную стоимость и облагаемому обороту.

В Казахстане создан ряд отраслевых организаций: Казахстанская туристская ассоциация (КТА), Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов (КАГиР), Ассоциация по развитию внутреннего туризма в Казахстане «Менің елім» [21, 22, 23].

КТА является некоммерческой, неправительственной организацией, республиканской отраслевой ассоциацией. В состав КТА входят Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов (КАГиР), туристские, страховые и авиакомпании, вузы и СМИ.

Ассоциация стоит на защите интересов своих членов (сегодня их насчитывается более 270), осуществляет лоббирование и пропаганду туристской отрасли РК.

Основными целями деятельности КТА являются: согласованная консолидация и координация деятельности пред-

приятий и организаций, предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в гостиничной и туристической сфере, заинтересованных в повышении уровня профессионализма и качества предоставляемых услуг; защита прав и законных интересов членов ассоциации, а также представительство интересов членов ассоциации в правительственных и неправительственных учреждениях и организациях; продвижение казахстанского туристского продукта на мировой арене; формирование положительного туристского имиджа РК и отдельных регионов РК в зарубежных странах и др.

КАГиР – некоммерческая, неправительственная организация, объединяющая гостиничные комплексы РК, представительства международных гостиничных сетей, поставщиков гостиничной индустрии, СМИ. Основными направлениями деятельности КАГиР являются лоббирование интересов гостиничной отрасли, работа с правительственными ведомствами РК по защите интересов членов ассоциации, консультации и обучение и др.

Деятельность Ассоциации по развитию внутреннего туризма в Казахстане «Менің елім» направлена на популяризацию и развитие внутреннего туризма в стране. С этой целью опытными менеджерами разработаны пакеты эксклюзивных экскурсий по г. Астане, Акмолинской области, пакеты туров по Казахстану.

Созданию благоприятных условий для становления и развития малых предприятий, содействию повышения инновационной активности субъектов бизнеса способствуют бизнес-инкубаторы. В Казахстане насчитывается 40 бизнес-инкубаторов.

Для усиления переговорной силы бизнеса с Правительством РК и государственными органами создана Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен» [24].

Палата предпринимателей представляет интересы малого, среднего и крупного бизнеса, охватывая своей деятельностью все сферы предпринимательства, включая внутреннюю и внешнюю торговлю. Главная задача НПП «Атамекен» – защита прав и интересов бизнеса и обеспечение широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей в процесс формирования законодательных и иных нормативных правил работы бизнеса.

В 2016 году постановлением правительства был создан Корпоративный фонд «Туристік Қамқор», который был определен администратором системы гарантирования прав граждан РК в сфере выездного туризма [25].

Для развития туристского потенциала и привлечения инвестиций в отрасль была создана Национальная компания «Казах туризм», основными функциями которой определены:

- 1) продвижение Казахстана в качестве международной туристской дестинации;
- 2) профессиональное управление туристским брендом Казахстана;
- 3) формирование и реализация стратегии маркетинга;
- 4) привлечение въездных и внутренних туристов;
- 5) стимулирование притока внешних и внутренних инвестиций в туристскую индустрию;
- 6) участие на миноритарной основе в инвестиционных проектах;
- 7) создание центров по подготовке квалифицированных специалистов для туристской отрасли;
- 8) в качестве дополнительных функций планируется, что в 2018 году организация выступит в качестве оператора-лизингополучателя по программе поддержки отечественного производителя;
- 9) организация выступит в качестве координатора пилотного проекта по охотничье-трофейному туризму в рамках ГЧП [26].

Одним из механизмов стимулирования становления и экономического роста субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан, повышения эффективности использования финансовых средств государства, направляемых на поддержку малого и среднего бизнеса, является АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» [27]. Фонд «Даму» оказывает финансовую и нефинансовую поддержку предприятиям малого и среднего бизнеса.

Виды финансовой поддержки:

- льготное кредитование через банки второго уровня в рамках целевых программ для регионов и отдельных отраслей, микрокредитование через микрокредитные организации;

- субсидирование – снижение ставки вознаграждения по кредитам на развитие бизнеса, выдаваемым банками;

- гарантирование – предоставление частичной гарантии в качестве залога по кредитам банков.

Виды нефинансовой поддержки, осуществляемые в Центрах обслуживания предпринимателей:

- бесплатные семинары и мастер-классы по профильным направлениям бизнеса;

- бесплатный консалтинг и сервисная поддержка по важнейшим направлениям ведения бизнеса и госпрограммам поддержки малого и среднего бизнеса.

В сфере туризма запущена программа развития туристского бизнеса южной столицы «Алматы туризм».

В организационно-экономическом механизме стимулирования государство в лице своих институтов должно занимать ведущее место. Организационно-экономический механизм включает такие мероприятия, как совершенствование законодательной базы, системы налогообложения, политики поддержки предпринимательства, подготовка квалифицированных кадров в сфере туризма, развитие инфраструктуры туризма,

формирование отраслевых сетей и объединений, информационно-консультативное обеспечение.

Государственное регулирование стимулирования предпринимательской активности должно осуществляться в следующих областях: полное или частичное покрытие затрат на развитие туристского предложения; льготное кредитование и налогообложение; финансирование научных исследований и разработок, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма.

Выводы и заключение

Главной целью организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности в туризме станет создание благоприятной предпринимательской среды для занятия бизнесом.

Предпринимательская активность в сфере туризма приведет к формированию бренда казахстанского туристского продукта за счет обеспечения конкурентоспособности туристских услуг.

Результатом действия организационно-экономического механизма станет повышение качества предоставляемых туристских услуг, стабильность спроса на туристские услуги, что приведет к повышению доли въездного и внутреннего туризма в Казахстане и, как следствие, доходности в отрасли. Развитие туристской отрасли обеспечит рабочие места, а значит, и социально-экономическую стабильность в регионах.

Организационно-экономическое формирование системы стимулирования предпринимательской активности включает в себя следующие этапы:

1. Информационная подготовка: определение объекта управления, определение функций объекта управления, поиск доступной информации, постановка целей и задач, формирование принципов.

2. Рейтинг приоритета: выявление существующих и потенциальных угроз развития экономической системы, их характер; государственный анализ экономической системы; определение приоритетов развития.

3. Выбор основных структурных элементов: выбор методов, инструментов, форм управления; выбор методов обратной связи с объектами управления; определение центров ответственности и необходимых ресурсов; выбор областей стратегического управления; контроль производительности.

4. Формализация механизма: обоснование элементов механизма, их связей; определение инструментов в соответствии с целями и задачами; представление схемы механизма.

5. Основные принципы совершенствования организационно-экономического устройства управления экономическими системами должны включать децентрализацию, всесторонность, систематичность, гибкость, прозрачность, стабильность, непрерывность, ориентацию на инновации, адекватную социально-экономическую ситуацию.

Организационно-экономический механизм в современных условиях должен быть основан на оценке главных факторов внешней и внутренней среды по отношению к анализируемой системе. Выбранная стратегия развития играет особую роль в улучшении организационно-экономического устройства. Стратегические аспекты оказывают наиболее существенное влияние на успешную работу экономической системы в целом и отдельных ее бизнес-процессов в частности. При изменении стратегии развития приоритеты развития и организационная структура также могут значительно измениться. В свою очередь это определяет изменение структуры и инструментального содержания организационно-экономического механизма.

Таким образом, установлено, что формирование организационно-экономического механизма стимулирования предпринимательской активности должно способствовать развитию предпринимательства в туристской отрасли, направленного на рост внутреннего и въездного туризма, определению его основных факторов и компонентов, которые следует учитывать при создании механизма.

Список использованных источников

1. Kutran K. Organizational and Economic Arrangements of Economic Systems Management. Revista ESPACIOS. – Vol. 38 (№ 46). – 2017. P. 41.
2. Abalkin L.I. (1980). What is the economic mechanism? Journal of “Mysl”, 80.
3. Belleflamme P. & Peitz M. (2010). Industrial Organization: Markets and Strategies. Cambridge University Press: Summary and Resources
4. Savchenko A.V. & Solovyov V.P. (2013). The essence and components of organizational-economic mechanism of fostering innovation in the enterprise. Electronic scientific specialized edition of “Efficient economy”, 12 [electronic resource]. Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>.
5. Diba M. (2005). Theoretical and methodological foundations of economic regulation in modern economic system. Journal of Economy of Ukraine, 10, 42-48.
6. Vagina E.Y. (1990). Economic Mechanism: problems of the present and the past. Publishing house Znanie, 64.
7. Mookherjee D. & Tsumagari M. (2014). Mechanism Design with Communication Constraints. J. of Pol. Econ.
8. Heyne P., Boettke P.J. & Prychitko D.L. (2014). The Economic Way of Thinking. (13th ed.). Pearson, 130–132.
9. Bergek A., Jacobsson S., Carlsson B., Lindmark S. & Rickne, A. (2008) Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis, Research Policy, 37, 407-429.

10. Haken H., & Portugali J. (2014). *Information Adaptation: The Interplay Between Shannon Information and Semantic Information in Cognition*. Heidelberg, etc.: Springer.

11. Feldman M.S. & Orlikowski W.J., 2011. *Theorizing Practice and Practicing Theory*. In: *Organization Science*, 22(5), 1240-1253.

12. Shkolny O.O. (2007). *Organizational and economic arrangement of competitiveness management of agrarian enterprises (monograph)*. Uman: Uman State Agrarian University Publishing, 308.

13. Ferreira M.A.M. & Filipe J.A. (2012). A Stochastic Model in Assessing Resources Dynamics Study. *Journal of Applied Management and Investments*, 1(4), 388-392.

14. Galaty M.L., Parkinson W.A., Pullen D.J. & R.M. Seifried (2014). Mycenaean-scapes: geography, political economy, and the Eastern Mediterranean world-system 449-459. In G. Touchais, R. Laffineur and F. Rougemont (eds), *L'environnement naturel et la relation homme-milieu dans le monde Egéen protohistorique*, Actes de la 14e Rencontre Egéenne internationale, Paris, Institut National d'Histoire de l'Art (INHA), 11-14 décembre 2012. Peeters: Leuven, Liège.

15. Owens J. (2013). *As-Is and To-Be Process Modeling: a Flawed and Failed Paradigm*. White paper. UK: Orbus.

16. Bakasv A.A. (2003). *Economic modeling of socio-economic systems: Collection of Scientific Works*, 7, 158.

17. Veer M., Tuunter E. (2005). *Rural tourism in Europe, An exploration of success and failure factors*. Hague: Stichting Recreatie.

18. *Making Tourism more sustainable. A Guide for Policy Makers*. www.world.tourism.org

19. Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года, № 211-II, «О туристской деятельности в Республике Казахстан», https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1023618

20. Закон Республики Казахстан от 11 января 2007 года, № 214-III, «О лицензировании» (с изменениями и дополнениями). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30087221

21. <http://www.kaztour-association.com/>

22. <http://kagir.kz/>

23. <https://assotsiatsiya-po-razvitiyu-vnutrennego-turizma-v-satu.kz/>

24. <http://atameken.kz/kk/>

25. <https://kapital.kz/gosudarstvo/61558/v-kazahstane-sozdana-nackompaniya-kazah-turizm.html>

26. <http://www.fondkamkor.kz/index.html>

27. <https://damu.kz/>

References

1. Kutran K. *Organizational and Economic Arrangements of Economic Systems Management*. *RevistaESPACIOS*, Vol. 38 (№46), 2017. P.41.

2. Abalkin L.I. (1980). *What is the economic mechanism?* *Journal of "Mysl"*, 80.

3. Belleflamme P. & Peitz M. (2010). *Industrial Organization: Markets and Strategies*. Cambridge University Press: Summary and Resources

4. Savchenko A.V. & Solovyov V.P. (2013). *The essence and components of organizational-economic mechanism of fostering innovation in the enterprise*. Electronic scientific specialized edition of "Efficient economy", 12 [electronic resource]. Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>.

5. Diba M. (2005). *Theoretical and methodological foundations of economic regulation in modern economic system*. *Journal of Economy of Ukraine*, 10, 42-48.

6. Vagina E.Y. (1990). *Economic Mechanism: problems of the present and the past*. Publishing house Znanie, 64.

7. Mookherjee D. & Tsumagari, M. (2014). *Mechanism Design with Communication Constraints*. *J. of Pol. Econ.*

8. Heyne P., Boettke P.J. & Prychitko D.L. (2014). *The Economic Way of Thinking*. (13th ed.). Pearson, 130-132.

9. Bergek A., Jacobsson S., Carlsson B., Lindmark S. & Rickne A. (2008) *Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis*, *Research Policy*, 37, 407-429.

10. Haken H., & Portugali J. (2014). *Information Adaptation: The Interplay Between Shannon Information and Semantic Information in Cognition*. Heidelberg, etc.: Springer.

11. Feldman M.S. & Orlikowski W.J., 2011. *Theorizing Practice and Practicing Theory*. In: *Organization Science*, 22(5), 1240-1253.

12. Shkolny O.O. (2007). *Organizational and economic arrangement of competitiveness management of agrarian enterprises* (monograph). Uman: Uman State Agrarian University Publishing, 308.

13. Ferreira M.A.M. & Filipe J.A. (2012). *A Stochastic Model in Assessing Resources Dynamics Study*. Journal of Applied Management and Investments, 1(4), 388-392.

14. Galaty M.L., Parkinson W.A., Pullen D.J. & R.M. Seifried (2014). *Mycenaean-scapes: geography, political economy, and the Eastern Mediterranean world-system 449-459*. In G. Touchais, R. Laffineur and F. Rougemont (eds), *L'environnement naturel et la relation homme-milieu dans le monde Egéen protohistorique*, Actes de la 14e Rencontre Egéenne internationale, Paris, Institut National d'Histoire de l'Art (INHA), 11-14 décembre 2012. Peeters : Leuven, Liège.

15. Owens J. (2013). *As-Is and To-Be Process Modeling: a Flawed and Failed Paradigm*. White paper. UK: Orbus.

16. Bakasv A.A. (2003). *Economic modeling of socio-economic systems*: Collection of Scientific Works, 7, 158.

17. Veer M., Tuunter E. (2005). *Rural tourism in Europe, An exploration of success and failure factors*. Hague: Stichting Recreatie.

18. *Making Tourism more sustainable*. A Guide for Policy Makers. www.world.tourism.org

19. *Zakon Respubliki Kazakstan ot 13 iyunya 2001 goda № 211-II «O tyristskoi deyatel'nosti v Respublike Kazakstan»*, https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1023618

20. *Zakon Respubliki Kazakstan ot 11 yanvarya 2007 goda № 214-III «O licencirovanii»*. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30087221

21. <http://www.kaztour-association.com/>

22. <http://kagir.kz/>

23. <https://assotsiatsiya-po-razvitiyu-vnutrennego-turizma-v-satu.kz/>

24. <http://atameken.kz/kk/>

25. <https://kapital.kz/gosudarstvo/61558/v-kazahstane-sozdana-nackompaniya-kazah-turizm.html>

26. <http://www.fondkamkor.kz/index.html>

27. <https://damu.kz/>

Түйін

Жұмыстың мақсаты туристік салада кәсіпкерлік белсенділікті ынталандырудағы ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктің маңыздылығын және ерекшеліктерін анықтау болып табылады. Баяндама теориялық-эмпирикалық зерттеу болып табылады.

Мақалада «ұйымдастырушылық-экономикалық тетік» тұжырымдамасын анықтау мақсатында түрлі көзқарастар талданды, кәсіпкерлік белсенділікті ынталандырудағы ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктің ерекшеліктері мен негізгі элементтері анықталды.

Зерттеудің нәтижесі туризмдегі кәсіпкерлік белсенділікті ынталандырудағы ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктің үлгісін жасау болды.

Зерттеу нәтижелерін қолдану саласы туристік индустрия субъектілерінің қызметі болып табылады.

Ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктің нәтижесі ұсынылатын туристік қызметтердің сапасын арттыру, туристік қызметтерге сұраныстың тұрақтылығы болып табылады, бұл Қазақстанға келу және ішкі туризмнің үлесін ұлғайтуға сондай-ақ саланың табыстылығына әкеледі. Туристік саланы дамыту жұмыс орындарын қамтамасыз етеді, демек өңірлердегі әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық артады.

Түйін сөздер: кәсіпкерлік белсенділік, туризм саласы, ұйымдастырушылық-экономикалық тетік.

Summary

The purpose of the work is to determine the significance and features of the organizational-economic mechanism for stimulating entrepreneurial activity in the tourist industry. The paper is a theoretical-empirical study.

The article analyzes various points of view to the definition of the concept of «organizational-economic mechanism», identified features and the main elements of the organizational-economic mechanism for stimulating entrepreneurial activity.

The result of the research was the development of a model of the organizational-economic mechanism for stimulating entrepreneurial activity in tourism.

The field of application of the research results is the activity of the subjects of the tourist industry.

The result of the organizational-economic mechanism will be the improvement of the quality of the provided tourist services, stability of demand for tourist services, which will lead to an increase in the share of inbound and domestic tourism in Kazakhstan and as a result of profitability in the industry. The development of the tourist industry will provide jobs, and hence the socio-economic stability in the regions.

Keywords: entrepreneurial activity, tourism industry, organizational-economic mechanism.