

МРНТИ 06.71.57

DOI: <https://doi.org/10.55871/2072-9847-2023-59-2-11-18>**Тлеубердинова А.Т.**

Э.ф.д., профессор

Қазақстан Республикасы Ғылым және білім министрлігі Ғылым комитетінің Экономика институты

Алматы қ., Қазақстан

E-mail: tat404@mail.ru

ORCID: 0000-0001-8762-5932

Салауатова Д.М.*

PhD, постдокторант

Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті

Қарағанды қ., Қазақстан

E-mail: d.salauatova@keu.kz

ORCID: 0000-0001-8569-3755

ТУРИЗМДЕГІ КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІ ЫНТАЛАНДЫРУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚҰРАЛДАРЫ: САЛЫҚ САЯСАТЫ

Аңдатпа: Тұрақты экономикалық жағдайдың қалыптасуы көбінесе елдегі кәсіпкерліктің даму қарқынына байланысты. Қазақстанда кәсіпкерлік қызметпен айналысу үшін неғұрлым перспективалы салалардың бірі туризм саласы болып табылады. Туристік бизнес бүкіл әлем бойынша экономиканың ең ірі және ең жылдам дамып келе жатқан секторларының бірі болып табылады. Туризм көптеген елдер экономикасының жетекші салаларының бірі болып табылады. Олардың ішінде Түркия, Греция, Египет, Испания, Франция, Үндістан, Малайзия, Таиланд, БАӘ және т.б. Осы елдердегі мемлекеттік қолдау есебінен туристік саланы дамытудың оң тәжірибесін біздің елімізде де қолдануға болады.

Туризм индустриясына елдің және оның өңірлерінің әлеуметтік-экономикалық әл-ауқатын арттыруда: мемлекеттік бюджетті толықтыру, ЖІӨ-нің өсуі, жаңа жұмыс орындарын құру, жұмыссыздық деңгейін төмендету, тарих пен мәдениетті сақтау, дәстүрлі қолөнерді жандандыру және т. б. маңызды рөл беріледі.

Алайда, елге туристік келу саны әлі де дамудың төмен қарқынымен сипатталады. Мұндай көрсеткіштердің себептері әлі де бар: туристік инфрақұрылымның дамымауы және қызмет көрсету сапасының төмендігі. Бұл проблемалар қолайлы экономикалық жағдайларды қалыптастыру арқылы туристік сала кәсіпкерлерінің қызметін ынталандыру мәселелерін қарастыру қажеттілігін анықтады.

Зерттеудің мақсаты- қаржы құралдары арқылы кәсіпкерлік қызметті ынталандыру жөніндегі шетелдік тәжірибені зерделеу және оларды отандық жағдайларда бейімдеу болып табылады.

Зерттеу теориялық талдау және синтездеу, салыстыру, жалпылау және шетелдік тәжірибені зерттеу әдістеріне негізделген.

Зерттеу қорытындысы бойынша туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметті ынталандыру бойынша бірқатар экономикалық шаралар ұсынылды.

Түйін сөздер: кәсіпкерлік, туризм саласы, ынталандыру, экономикалық шаралар, салық саясаты.

■ Кіріспе

Туристік сала ел бюджеті үшін табыс көзі болып табылады, бірақ соған қарамастан ол салықтарға өте сезімтал. Тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге қатысты туризм кірістердің өсуіне ықпал етіп, мемлекеттік қызметтер, инвестициялар және инфрақұрылымды дамыту үшін кіріс көзі болуы керек. Туристер әдетте оларға ұсынылатын сапалы қызметтер үшін төлейді. Ел туристерінің жоғары қатысуы қолайлы экологиялық жағдай, денсаулық сақтау және қоғамдық көлік жүйесі, байланыс құралдары және қауіпсіздік сияқты факторларға байланысты. Туризм дамуының жоғары қарқыны туристік индустрияға салықтық түсімнің артуына әсер етеді. Жоғары салық ставкалары туристік өнімнің бағасына әсер етеді. Осылайша, кәсіпкерлердің қызметін ынталандыру мақсатында жаңа қаржы құралдарын әзірлеу және енгізу қажеттілігі туындайды.

■ Мақсаты

Зерттеудің мақсаты экономикалық құралдар арқылы кәсіпкерлік қызметті ынталандыру және оларды отандық жағдайға бейімдеу бөлігіндегі шетелдік тәжірибені зерделеу болып табылады.

■ Әдебиетке шолу

Fuji, Khaled және Mak мәліметтері бойынша туризмге салынатын салықтар әр түрлі формада болады, және оны жергілікті үкімет шетелдік туристер мен тұрғындар пайдаланатын мемлекеттік қызметтерді қаржыландыру үшін алады [1]. Combs және Elledge туризм салығын қаржыландыру көзі ретінде анықтайды [2]. Abeyratne мәліметтері бойынша, туристік салықтар жергілікті әкімшіліктің құралдары ғана емес, туристік салық ұлттық деңгейде маңызды [3]. Bird туристік салықты екі санатқа бөлуге болатындығын айтады: жалпы салық жүйесі арқылы салық салу және туристік қызметтің нақты түрлеріне салынатын арнайы салықтар [4]. Икемді салық

жүйесі салықтан түсетін кірісті қалыптастыра алады және кірістерді бөлуді жақсартады.

Осылайша, туризмге салық салу-бұл туризм секторына тікелей немесе жанама әсер ететін мемлекеттік саясат, өйткені сұраныстың салыстырмалы икемділігіне байланысты туристердің мінез-құлқы оңай өзгереді (келу немесе келмеу), әсіресе салықтардың енгізілуіне немесе өзгеруіне, бағаның өзгеруіне байланысты.

■ Материалдар мен әдістер

Туризм саласы зерттеу нысаны болып табылады. Туризм басқа секторлармен салыстырғанда қауіпті бизнес ретінде қабылданады. Іскерлік цикл және туризмнің маусымдық сипаты қысқа, жоғары кірісті маусымға, толтырудың төмен деңгейіне және қуаттылықтың жеткіліксіздігіне байланысты сектордағы кәсіпорындардың тәуекел дәрежесін арттырады.

Зерттеудің теориялық және әдіснамалық негізі диалектикалық және жүйелік тәсілдердің принциптері болды, жалпы ғылыми әдістер қолданылды: талдау және синтез, жалпылау.

■ Нәтижелер мен пікірталас

Туристік кәсіпорындар мен кәсіпкерлерге арналған экономикалық құралдары қаржыландыру көздері бойынша - мемлекеттік немесе жеке - және фирманың өмір сүру кезеңдері бойынша жіктелуі мүмкін (1-сурет). Халықаралық тәжірибеден туристік фирмалар үлестік қаржыландыруға қарағанда (мысалы, фирманың жарғылық капиталындағы үлестер, венчурлық капитал) қарызды қаржыландыруға (мысалы, стандартты банктік несиелер, активтерге негізделген қаржыландыру) көбірек сүйенетіні байқалады.

1-суретте әдеттегі фирманың өмірлік циклі бойындағы негізгі қаржылық құралдар көрсетілген, олар жалпы келесі кезеңдерден тұруы мүмкін: ерте (өндіріс тұжырымдамасынан, бизнесті бастаудан бастап, нақты жұмысқа дейін), өсу (кеңейту кезеңдері мен өндірісті стандарттауды қоса алғанда), жетілу және мүмкін құлдырау.



1 – сурет. Туристік фирманың экономикалық қажеттіліктері

Ескерту - авторлармен құрастырған

Еуропа елдеріндегі туризмді дамыту тәжірибесі көрсеткендей, мемлекеттік сектор кәсіпкерге жаңа жобаның құндылығын ескеруге мүмкіндік беретін гранттар, субсидиялар немесе салық жеңілдіктерін қоса алғанда, қаржылық ынталандырудың арқасында фирманың бастапқы кезеңінде маңызды рөл атқарады [5]. Дамудың бастапқы сатысындағы мемлекеттік араласу субсидиялар, неғұрлым тиімді кредиттік шарттарды ұсыну, неғұрлым төмен ставкалар және неғұрлым ұзақ өтеу мерзімдері бойынша жүзеге асырылады.

Мемлекеттік араласу сонымен қатар кәсіпкерліктің таралуына, жеке сектордың (бизнес және венчурлық капитал) күш-жігерін мемлекеттік қолдаумен (субсидияланған пайыздық мөлшерлемелер, негізгі қарызды кейінге қалдырылған төлеу, ұзақ мерзімге қамтамасыз етудің несиелер) біріктіруге ықпал ететін синергияны құра отырып, қоғамдық, жеке және академиялық секторды байланыстыратын инкубаторлар арқылы кәсіпкерлікті ынталандыру үшін жағдай жасауға бағытталған) [6]. Мемлекеттік қолдау: туризм саласындағы нысаналы жобаларға бөлінетін субсидиялар, гранттар немесе салықтық жеңілдіктер туристік секторға инновациялар әкеледі. Несиелік кепілдіктер түріндегі ішінара мемлекеттік қолдау кәсіпкер тарапынан кепілдің жоқтығын өтей алады.

Даму кезеңінде компания экономикалық тұрғыдан тиімді, қажеттіліктерді қаржыландыру, жаңарту және кеңейту үшін несиелерге, венчурлық капиталға немесе жеке қорларға дербес қол жеткізе алады. Күнделікті операцияларды қаржыландыру кезінде шағын бизнес негізінен жеке несиелер, овердрафт қаражаты, несие карталарын пайдалану, жинақ және айналым капиталы сияқты ішкі және бейресми қаржыландыру көздеріне сүйенеді.

Қысқа мерзімді банктік несиелер маркетингтік қызметті, жаңа бағдарламалық жасақтама мен технологияны қаржыландыруға немесе өнімді жаңартуға өте қолайлы. Орта және ұзақ мерзімді банктік несиелер ірі инвестициялық жобаларға, соның ішінде жаңа нысандарды жөндеуге немесе дамытуға қолайлы. Овердрафт қаражаты маусымдық кәсіпорындар ақша ағындарын басқару үшін пайдаланатын маңызды, бірақ қымбат құрал болып табылады, әсіресе маусымның басында.

Қаржыландыру құралы әр түрлі тәуекел / қайтару дәрежесі бар қарыз бен капиталдан (гибридті) тұратын қаржы құралдары болып табылатын мезониндік қаржы деп аталуы мүмкін. Ішінара қаржыландырудың осы нұсқасы туралы хабардар болмауына, инвестициялардың едәуір минималды көлеміне және туризм саласындағы қаржыландырудың осы түрін қолдау үшін институционалдық негіздің болмауына байланысты қаржыландырудың бұл түрі Қазақстанда аз таралған.

Еуропа елдерінде краудфандинг (crowdfunding) сияқты қаржыландыру түрі танымал болып келеді, бұл жобаны бірнеше несие беруші қаржыландыратын қарыз алу механизмі [7, 8].

Сонымен қатар, туристік фирманың даму сатысына байланысты инвестициялық преференцияларды саралауды қарастыруға болады.

Инвестициялық кезеңде болуы мүмкін:

- мемлекеттік заттай гранттар (жер учаскелері);
- объектілерді құру кезінде импортқа кедендік баждар мен қосылған құн салығын (ҚҚС) салудан босату;
- объектінің құнына қосылатын тауарларды, жұмыстар мен көрсетілетін қызметтерді жеткізушілердің айналымдарын қосылған құн салығынан босату (құрылыс құнының төмендеуі және қорландыру қажеттілігі);
- инвестициялық преференциялар үшін жобаның ең төменгі құнына қойылатын талаптарды азайту.

Инвестициядан кейінгі кезеңде:

- есептелген корпоративтік табыс салығының сомасын 100 пайызға азайтуды; жер салығының ставкаларына 0 коэффициентін қолдануды; салық базасына 0 пайыз ставка бойынша мүлік салығын есептеуді қамтитын салықтар бойынша преференциялар;
- коммуникациялар және абаттандыру объектілеріне арналған келісімшарт мерзімі ішінде біркелкі сомалармен өтеу жолымен берілетін инвестициялық субсидия;
- шетелдік білікті және біліктілігі жоқ жұмыс күшін тартуға квота беру.

Қаржыландыру мәселесі туристік кәсіпкерлік мемлекеттік саясаттың ерекше міндетіне айналған жағдайда шешіледі. Мысалы, Швейцария үкіметі инвестициялардың жетіспеушілігі көрсетілетін қызметтердің бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететіндігін анықтаған кезде, туристік сектор кәсіпорындарына мемлекеттік қаржылық қолдау аясы едәуір кеңейтілді.

Швейцариядағы қонақжайлылық индустриясын қаржыландыру өміршең табысты компаниялар үшін анықталған қаржыландыру тапшылығын жабуға көмектесті. Швейцариядағы мейрамханалар мен қонақ үйлердің тек 35%-ы банктік несие және/немесе несие желісін орташа деңгейде алды. Туристік кәсіпорындарға қаржыландырудың кең спектрі ұсынылды, соның ішінде төмен пайыздық несиелер; швейцариялық қонақүйлерді несиелеу қоғамы арқылы қонақүйлерге кеңес беру қызметтері; туризм инфрақұрылымы жобалары үшін пайызсыз несиелер; ұлттық аймақтық бағдарлама арқылы құрылысқа қатысы жоқ жобаларға (нарықты зерттеу, ынтымақтастық) қайтарымсыз гранттар; және қарапайым несиелер алу үшін несиелік кепілдіктер [9].

Қаржылық қолдауды бірнеше кантондар ұсынды. Мәселен, мемлекеттік қаржыландыру құралдарына қонақжайлылық саласындағы кәсіпорындарға бағдарланған швейцариялық қонақ үйді несиелеу қоғамы, сондай-ақ тұтастай алғанда кәсіпорындарды қолдайтын кооперативтердің аймақтық кепілдік саясаты кіреді. Швейцариялық қонақ үйді несиелеу қоғамы (SGH) қонақ үйлер мен жеке несие берушілер үшін төмен пайыздық несиелер ұсынады және консалтингтік қызметтерді ұсынады. SGH қонақжайлылық секторына көрсетін қаржылық көмек экономикалық тұрғыдан маңызды. 2015 жылы SGH өзінің несиелік саясатын қайта қарап, қаржылық көмек нұсқаларына айтарлықтай икемділік берді. Қызметтің географиялық ауқымы көбірек аймақтардың қонақүйлерін қолдау үшін кеңейтілді, SGH қаржыландыру көлемі ұлғайтылды. Жеке несиелеу

көлемі 2 миллион швейцариялық франктан 6 миллионға дейін өсті. Бұл ретте, ерекше жағдайларда неғұрлым ірі қарыздар мүмкін болды. Несиелер, әдетте, ақша ағындарын дисконттау әдісі негізінде есептелген таза құнның 40% құрайды. Швейцария Конфедерациясына қосымша несие берудің арқасында 2016-2019 жылдардан бастап SGH қарыздарының көлемін кеңейту мүмкін болды [9].

SGH сонымен қатар жаңа инвестициялық жобаларды бағалау, техникалық-экономикалық негіздемелерді әзірлеуге көмектесу және инновациялық бизнес-тұжырымдамаларды құру арқылы қаржыландыруға қолжетімділікті жақсарту үшін консалтингтік қызметтер көрсетеді. Ол сондай-ақ инвестицияларға байланысты гранттар бойынша кеңес береді, компанияларға білім алуға мүмкіндік береді және туризм және қонақжайлылық саласындағы компаниялармен ынтымақтастықта қолдау көрсетеді.

Жаңа аймақтық саясат (NRP) туристік инфрақұрылым жобаларына пайызсыз несие береді (мысалы, қабельдік және қонақ үй құрылымдары) және құрылысқа қатысы жоқ жобаларға қайтарылмайтын гранттар (мысалы, нарықты зерттеу). 2012 жылдан бастап барлық жобалардың 36%-ы, гранттардың 22%-ы және несиелердің 80%-ы туризммен байланысты болды. Бағдарлама қонақжайлылық секторында SGH және NRP ұсынатын гранттар мен қаржылық көмектің үйлестіруін жақсартуға, әсерді оңтайландыруға және ашықтығын арттыруға бағытталған.

Кепілдік кооперативтері несие лимиттерін беру арқылы қонақжайлылық индустриясында операциялық несиелерді алуды жеңілдетеді, бұл шағын бизнеске банктер бас тартуы мүмкін несиелерді алуға мүмкіндік береді.

Халықаралық тәжірибеге сүйене отырып, қазақстандық туристік кәсіпкерлікті дамыту мақсатында пайыздық мөлшерлемені жылдық 7-8% деңгейіне дейін субсидиялай отырып, объектілерді құру үшін ұзақ мерзімді (кемінде 20 жыл) Қарыз қаражатын беру тетігін пысықтау қажет. Мұндай қаржыландыру екінші деңгейдегі банктер арқылы жүзеге асырылуы және республикалық туристификация картасы объектілерінде қызметтің басым түрлері бойынша жаңа объектілер құруға инвестицияларды жүзеге асыратын барлық субъектілерге ұсынылуы тиіс. Этно-және агротуризмді дамыту жүзеге асырылатын аудандарда қонақ үйлер мен шағын қонақүйлер ашуға 3 млн. теңгеге дейінгі көлемде гранттар беруді ойластыру қажет.

Шет елдердің тәжірибесінен мемлекеттік-жекеменшік әріптестік шеңберінде мемлекеттік сектор жеке секторды қажетті патронатпен қамтамасыз ету және мемлекеттік қаражатты бөлу үшін қажетті саяси және құқықтық база үшін жауап беруі тиіс. Мемлекеттік және жеке секторлар бірлесіп жедел басшылық қағидаттарын әзірлеуге тиіс. Жеке сектор туристік нарықпен тұрақты байланыс нәтижелері бойынша практикалық ақпарат береді. Мемлекеттік сектор саланың қажеттіліктерін ескеретін және ортақ ұлттық мақсатқа қол жеткізуге бағдарланған басшылық қағидаттарды әзірлейді. Жеке сектор күнделікті қызмет үшін жауап береді. Ол жобалардың нұсқауларға сәйкестігін бағалайды, олардың орындалуын қамтамасыз етеді және мемлекеттік қаражаттың тек субсидияланатын жобаны қаржыландыру үшін пайдаланылатындығын тексереді (мақсатты қаражат бөлу). Жеке сектор сонымен қатар субсидияланған жобалардың экономикалық пайдасын қамтамасыз етуі керек. Мемлекеттік сектор үшін серіктестіктің басты артықшылығы-тұрақты шығындардың болмауы. Жеке сектор қаржыландырылатын әрбір жоба үшін мемлекеттік сектордан ақы алады, бірақ барлық басқа тұрақты шығындарды көтереді.

Мысалы, Австрияның туризмді дамыту банкі (ОЕНТ) туризмдегі үкіметтік және аймақтық субсидиялардың үйлестірушісі ролін атқарады. Ол Үкіметпен, әр түрлі аймақтармен тығыз байланыста, бұл барлық жобаларға қол жетімділікті қамтамасыз етеді. Австрияның саяси аймақтарымен ынтымақтастық ОЕНТ клиенттер федералды және аймақтық субсидияларға өтініш бере алатын жалғыз терезе ретінде әрекет етуге мүмкіндік береді, тек бір институттың өтінімді өңдеуі нәтижесінде әкімшілік кедергілер азаяды. Аймақтық субсидиялар көбінесе пайыздық мөлшерлемені субсидиялауда көрінеді, бұл клиент үшін ұзақ мерзімді (дерлік) пайызсыз несие болып табылады. Ұсынылатын мемлекеттік кепілдіктер туристік бизнес үшін кең мүмкіндіктер ашады. Осы мемлекеттік кепілдіктер бойынша толық тәуекелді үкімет көтереді.

Мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің мұндай моделі Үкіметтің әкімшілік шығыстарын қысқартуға ықпал етеді. ОЕНТ құрылымы толығымен өзін-өзі қаржыландырады, яғни нақты шығындар - бұл субсидия шығындары, бірақ жалақы немесе әкімшілік шығындар емес. Өтінімдердің өсуі, әсіресе стартаптар мен кепілдіктер үшін, ұсынылған қаржы құралдарын Австриядағы туризм индустриясы оң қабылдағанын көрсетеді. Бағдарламаға қатысуға өтінімдердің саны жылына орта есеппен 800-ге жуық, олардың шамамен 13%-ы жаңа фирмалардан келеді.

Бұл модель Австриядағы туристік кәсіпорындарды қолдауда өте сәтті болды. Үкіметпен тығыз ынтымақтастық жалпы өсу стратегияларына қолдау көрсетілетінін және халықаралық маркетингтік науқандар Австрияның туристік бағыт ретінде белгілі бір имиджін қалыптастыратынын білдіреді.

Бұдан басқа, мемлекеттік-жекешелік әріптестіктің бұл нысаны экономикалық құлдырау кезінде қарыз қаражатына сұранысқа жәрдемдесу арқылы қарсы циклдік іс-қимылдарды қамтамасыз етеді. Серіктестік шеңберінде қайта құрылымдауды қолдау бөлімі күрделі экономикалық жағдайларда компанияларға қаржылық қолдау көрсетеді. ОЕНТ туризм индустриясының нақты қажеттіліктеріне қысқа мерзімді әрекеттермен жауап беруге қабілетті. Мысалы, 2013 жылы Дунай аймағындағы су тасқынынан зардап шеккен кәсіпорындарға арнайы көмек көрсетілді [10].

ЕОНТ ұсынған субсидиялар туризмге инвестиция салудың қуатты қозғалтқышы болды. Бұл мемлекеттік-жекеменшік әріптестіктің табысының негізгі факторлары мекеменің жиынтық тәжірибесі мен сенімділігінде жатыр.

Қазақстандық жағдайларда кәсіпкерлікті қаржыландыруда австриялық мемлекеттік-жекеменшік әріптестік тәжірибесін қолдану мүмкіндігін талдау әлеуетті жобаларды бағалау мен қаржыландырудың осындай тетігіне қатысуға қабілетті жеке банктерді іріктеу қажеттігін атап көрсетеді. Үкімет қызметтің екі саласында да: туризм және банк саласында қажетті ноу-хауы бар серіктестерге сенуі тиіс. Мұндай серіктестіктің негізгі міндеті нарықтық өзгерістерді ескере отырып, ұсыныстарды үнемі жақсарту болуы керек. Тұрақты негізде қол жетімді ұсыныстардың тұрақтылығы мен сенімділігін қамтамасыз етумен қатар, кенеттен туындаған мәселелерге жауап берудің икемділігін қамтамасыз ету қажет.

Туристік бизнесте тұтынушының таңдауын анықтайтын сұраныстың маңызды факторларының бірі-баға. Академиялық зерттеулер Еуропаға кіру туризмі үшін туристік сұраныстың орташа баға икемділігі - 1,291 екенін көрсетеді. Бұл бағаның 1% өсуі Еуропадағы туризмге сұраныстың орташа есеппен 1,291%-ға төмендеуіне әкелетінін көрсетеді [11]. Басқа ғалымдар белгілі бір қашықтыққа сұраныстың баға икемділігі межелі жерге байланысты деп санайды. Мысалы, Ноттингем университетінің зерттеушілері ЕО-ның басқа жекелеген елдеріндегі Франция тұрғындарының туризмге деген сұранысына әртүрлі факторлардың әсерін зерттеу үшін идеалды сұраныс жүйесінің моделін жасады. Олардың моделі Ұлыбританияда, Италияда және Испанияда бағаның 1%-ға өсуі Франциядан келген туристерге сұраныстың сәйкесінше 2,2%, 1,75% және 1,8% төмендеуіне әкелгенін көрсетті [12].

Бағаның сұранысқа әсері сапардың мақсатына да байланысты. Мысалы, іскери туристер балама бағыттарды немесе болу ұзақтығын таңдауда икемді саяхатшыларға қарағанда саяхат бағасының өзгеруіне онша сезімтал емес, бұл халықаралық туризмге сұраныстың икемділігін мета зерттеумен расталады, оған сәйкес іскерлік сапарлардың орташа баға икемділігі 0,35 құрайды. Бұл межелі жердегі бағаның 1%-ға өсуі іскерлік сапарларды орта есеппен 0,35%-ға төмендететінін көрсетеді [13]. Жағажай туристері туризмнің басқа түрлерін тұтынушылардан айырмашылығы, бағаның өзгеруіне сезімтал, бұл жақын алмастырғыштардың болуымен түсіндіріледі.

Туризм индустриясында баға бәсекеге қабілеттілігін ынталандырудың маңызды құралы салық саясаты болып табылады.

Сарапшылар атап өткендей, туристік көрсетілетін қызметтерге сұраныстың баға икемділігі басқа салалардың тауарлары мен көрсетілетін қызметтерімен салыстырғанда өте жоғары. Сонымен қатар, туристік индустрия шығаратын қызметтерді жақын алмастырғыштары бар «сәнді» тұтыну нысаны ретінде қарастыруға болады (мысалы, бағасы мен сапасы ұқсас пакеттерді ұсынатын балама бағыттар). Төмен немесе жоғары бағамен көрінетін бағаны құрайтын салықтардың шамалы өзгеруі де туристік келу деңгейіне айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Туризм саласындағы төмен бағалар шетелден келу туризмінің өсуін ынталандыру және жергілікті тұрғындарды шетелдік турларды емес, ішкі турларды таңдауға ынталандыру арқылы шығу туризмін қысқарту арқылы экспорттың өсуіне және импорттың азаюына ықпал етеді.

Пайда маржасы төмен және айтарлықтай буферлік капитал резервтері жоқ шағын және микро туристік сектор кәсіпорындары үшін салық жүйесіндегі шағын өзгерістер өміршеңдік пен банкроттық арасындағы айырмашылықты білдіруі мүмкін, өйткені бұл кәсіпорындар, әсіресе орналастыру секторында, ірі кәсіпорындардың (қонақ үйлердің) айтарлықтай бәсекелестігіне тап болады. Осылайша, жалпы туристік сала салықтардың өзгеруіне өте осал болумен қатар, туристік кәсіпкерлік үшін проблема салыстырмалы түрде ірі бизнестің тұрақты емес позициясымен күрделене түседі.

Сонымен қатар, келуші туристердің келуі басым болған жағдайда, туризммен байланысты секторларға салық салу басқа секторларға салық салудан гөрі тиімдірек, өйткені шетелдік туристердің тұтынушылық профицитінің төмендеуі ұлттық деңгейде әлеуметтік қамсыздандыруға әсер етпейді. Сондықтан туризм секторы көбінесе әр түрлі елдердің үкіметтері үшін кірісті көбейтудің оңай әдісі болып табылады. П.Форсайт пен Л. Дуайер туризмдегі салықтар үкіметтердің туристерден максималды жалдау ақысын алуға деген ұмтылысының көрінісі деп санайды, бұл саясаткерлер саланың ұзақ мерзімді өсуінен гөрі мемлекеттік кірістердің қысқа мерзімді өсуін қалайды деген тәуекелді анықтайды [14].

Туризммен байланысты жағымды сыртқы әсерлерді елемеге болмайды, олар өндірушілер мен тұтынушылардың шешімдерінде де ескерілмейді. Мысалы, туризм жергілікті тұрғындарға басқа ұлттар мен мәдениеттермен танысуға мүмкіндік береді, ал елдегі қолайлы туристік тәжірибе халықаралық қатынастарға әсер етуі мүмкін ізгі ниетті тудыруы мүмкін. Сондай-ақ, саланың жұмыспен қамтуға және өсуді ынталандыруға қосқан үлесінен көрінетін туризмнің айқын экономикалық артықшылықтары бар. Сондықтан дестинацияның бағалық бәсекеге қабілеттілігін және соның салдарынан туристік сұранысты арттыру мақсатында салықтарды төмендетуге жақсы негіз бар.

Туризмге байланысты қызметке ҚҚС-тың кез келген төмендеуі тұтынушыға берілетін болады. Егер туризмге деген сұраныс салыстырмалы түрде серпімді болса, қонақ үйлер мен мейрамханалар сияқты туризмге байланысты тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге ҚҚС мөлшерлемесінің төмендеуі туристердің жалпы шығындарының өсуіне әкеледі және керісінше.

Екі негізгі фактор салықтың өзгеруінің туризмдегі сұранысқа, сектордағы шығындарға және өндірушілердің кірістеріне әсерін бірлесіп анықтайды:

- 1) ҚҚС өзгерісін бағаға ауыстыру дәрежесі;
- 2) туристік сұраныстың бағаның өзгеруіне сезімталдығы (сұраныстың баға икемділігі).

ҚҚС өзгеруіне байланысты жалпы экономикалық әсер содан кейін туризм индустриясы мен экономиканың басқа секторлары арасындағы байланыстарға байланысты болады [15].

ҚҚС-ны төмендетудің туризмге және жалпы экономикаға әсері шешуші дәрежеде кәсіпорындардың ҚҚС-ны түпкілікті тұтынушыға беру дәрежесіне, яғни «өтпелі» деп аталатын механизмге байланысты, бағаның төмендеуі немесе көтерілуі нәтижесінде тұтыну бағаларында көрсетілген салықтың өзгеру пайызы: қай тарап салық ауыртпалығын көтереді немесе қай тарап салықты төмендетудің көбірек пайдасын алады.

Сарапшылардың пікірінше, ҚҚС резиденттер мен резидентент еместерді қамтитындықтан, ол айтарлықтай салық базасын құрайды, сондықтан ставкалардың төмендеуі соңғы тұтынушы үшін туристік өнім бағасының төмендеуіне ықпал етуі мүмкін және туристік ағындарға және соның салдарынан елдердің экономикасына пропорционалды емес оң әсер етуі мүмкін. Бұдан басқа, іс жүзінде көрсетілетін қызметтердің экспорты болып табылатын шетелдік азаматтарға көрсетілетін қызметтерді сату бойынша қонақ үйлердің айналымына ҚҚС салу объектілерінен алып тастауға болады.

Жеңілдікті салық салу тетіктерін бизнесті қолдаудың басқа шараларынан бөлек қолдануға болмайтынын түсіну қажет. Салықтық жеңілдіктер бюджет кірістерінің қысқаруына әкеледі және мемлекет пен жергілікті билік органдарының өздерінің әлеуметтік міндеттемелерін орындауына теріс әсер етуі мүмкін.

■ Қорытынды

Осылайша, шетелдік тәжірибеге сүйене отырып, туризм саласындағы кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыру үшін бірқатар экономикалық шараларды ұсынуға болады.

Туристік көрсетілетін қызметтердің бағасын қатаң түрде өзіндік құн бойынша белгілеу. Туристік қызмет көрсетудің оңтайлы бағасын белгілеуге ықпал ететін туристік объектілерді салу және пайдалану үшін шикізат пен ресурстардың отандық өндірісін дамыту. Мұның барлығы өз кезегінде ішкі туризмге сұраныстың артуына ықпал етеді.

Туризм секторынан түсетін салық түсімдерін туристік инфрақұрылымды, туризм саласындағы инвестициялық жобаларды дамыту мен жақсартуға пайдалану. Туризмдегі кәсіпкерлікті дамытудың негізгі шарттарының бірі – кәсіпкерлікті дамытуға және бизнес үшін перспективалы сала ретінде туризмді таңдауға қолайлы жағдай туғызатын инфрақұрылымның даму деңгейі.

Салық ставкаларын көрсетілетін қызмет түріне, кәсіпорын көлеміне, кәсіпорынның даму кезеңіне байланысты саралау. Салық ставкаларының шамалы өзгеруінің өзі туристік келу көлеміне, демек, туристік кәсіпорынның пайдасына әсер етуі мүмкін.

Сонымен қатар, салық саласында қазақстандық нарықта шетелдік туристік өнімді сататын турагенттермен салыстырғанда туроператорларға салық жүктемесін азайтуды қарастырған жөн.

Жергілікті туристік прокатты енгізу, мысалы, көлік құралдарына және т.б.

Объектілерді салу кезінде кедендік әкелу баждарын және ҚҚС төлеуден босату. Туризм ұлттық экономикаға көбірек кіріс беретін шынымен басым секторға айналуы үшін туризм саласындағы салық саясатын қайта қарау қажет. Еуропалық немесе жаһандық экономикалық дағдарыстың нәтижесінде мұндай салық қолданылатын көптеген еуропалық елдердегідей қонақ үйлер үшін қазіргіге тең немесе одан аз қосылған құн салығын қолданған жөн.

Туризмді дамытудың мемлекеттік қорын құру. Мамандандырылған қор туризм саласының қажеттіліктерін қаржыландыруға, несиелер мен кепілдіктер беруге бағытталатын болады. Өзара несие және өзара сақтандыру қоғамдарын дамыту. Туристік кәсіпорындардың кепілдерін жою. Мемлекет кепілдіктерін, кепілдік кооперативтерін дамыту. Гранттарды қоса қаржыландыру жүйесін дамыту. Краудфандингтің дамуы, жобаны бірнеше несие берушілер қаржыландыратын қарыз алу механизмі.

Осылайша, экономикалық қолдау туризмдегі кәсіпкерлік белсенділікті ынталандырудың маңызды және тиімді бағыттарының бірі болып табылады, өйткені ол субъектілерге бизнесті ұйымдастыру және жүргізу үшін тікелей қаражат беруді көздейді. Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қаржыландыру ерекше орын алады, өйткені кәсіпкерлерді қолдау бағдарламаларын әзірлеумен және қаржыландырумен тек мемлекет айналысады.

ҚАРЖЫЛАНДЫРУ

Бұл зерттеуді Қазақстан Республикасы ғылым және жоғары білім министрлігінің ғылым Комитеті қаржыландырады (ИРН АР14972652).

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Fuji, E., Khaled, M., & Mak, J. The exportability of hotel occupancy and other tourist taxes. *National Tax Journal*, 38, 1985. – p. 169–177.
2. Combs, J.P., and B. Elledge, Effects of a Room Tax tions. There are a wide variety of factors affecting the on Resort Hotels/Motels, *National Tax Journal*. Vd. seasonal pattern of the revenue series. Hotel room 32, 1979. p. 201-207.
3. Abeyratne, R.I.R. «Air Transport Tax and its consequences on Tourism», *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, 1993. p. 450-460.
4. Bird, R.M. Tax Policy and Economic development. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1992.
5. OECD «Financing approaches for tourism SMEs and entrepreneurs», *OECD Tourism Papers*, OECD Publishing, Paris, 2017. <http://dx.doi.org/10.1787/8d06572a-en>
6. Ribau C. P., Moreira A. C., Raposo M. SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view // *Journal of Business Economics and Management*. – 2017. – T. 18. – №. 5. – p. 920-934.
7. Frimanslund T., Kwiatkowski G., Oklevik O. The role of finance in the literature of entrepreneurial ecosystems // *European Planning Studies*. – 2022. – p. 1-20.
8. Dominika Kaczan «Crowdfunding as an innovative way of financing projects by society based on the fintech industry». *Zarządzanie Mediami Tom, 7 (2)*, 2019. p. 117-126.
9. Khalilov L., Yi C. D. Institutions and entrepreneurship: Empirical evidence for OECD countries // *Entrepreneurial Business and Economics Review*. – 2021. – T. 9. – №. 2. – p. 119-134.
10. Hellenic Fund for Entrepreneurship and Development (ETEAN SA) www.etean.com.gr (қол жеткізу күні 25.02.2023)
11. Peng et al. «A meta-analysis of international tourism demand elasticities», *Journal of Travel Research*, Vol. 54(5), 2015. – p. 611-633.
12. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. Final Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. ISBN 978-92-79-69659-6 doi: 10.2873/22642. <http://www.europa.eu>
13. Ibragimov, K., Perles-Ribes, J. F., & Ramón-Rodríguez, A. B. The economic determinants of tourism in Central Asia: A gravity model applied approach. *Tourism Economics*, 28(7), 2022. – p.1749–1768. <https://doi.org/10.1177/13548166211009985>.
14. Forsyth, P. and L. Dwyer, 2002, «Market Power and the Taxation of Domestic and International Tourism» *Tourism Economics*, 8(4), 2002. p. 377-399.
15. Tleuberdinova, A., Shayekina, Z., Salauatova, D., & Pratt, S. Macro-economic Factors Influencing Tourism Entrepreneurship: The Case of Kazakhstan. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 2021. – p. 179–209. <https://doi.org/10.1177/0971355720981431>

REFERENCES:

1. Fuji, E., Khaled, M., & Mak, J. The exportability of hotel occupancy and other tourist taxes. *National Tax Journal*, 38, 1985. – p. 169–177.
2. Combs, J.P., and B. Elledge, Effects of a Room Tax tions. There are a wide variety of factors affecting the on Resort Hotels/Motels, *National Tax Journal*. Vd. seasonal pattern of the revenue series. Hotel room 32, 1979. p. 201-207.
3. Abeyratne, R.I.R. «Air Transport Tax and its consequences on Tourism», *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, 1993. p. 450-460.
4. Bird, R.M. Tax Policy and Economic development. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1992.
5. OECD «Financing approaches for tourism SMEs and entrepreneurs», *OECD Tourism Papers*, OECD Publishing, Paris, 2017. <http://dx.doi.org/10.1787/8d06572a-en>
6. Ribau C. P., Moreira A. C., Raposo M. SMEs innovation capabilities and export performance: an entrepreneurial orientation view // *Journal of Business Economics and Management*. – 2017. – T. 18. – №. 5. – p. 920-934.
7. Frimanslund T., Kwiatkowski G., Oklevik O. The role of finance in the literature of entrepreneurial ecosystems // *European Planning Studies*. – 2022. – p. 1-20.
8. Dominika Kaczan «Crowdfunding as an innovative way of financing projects by society based on the fintech industry». *Zarządzanie Mediami Tom, 7 (2)*, 2019. p. 117-126.
9. Khalilov L., Yi C. D. Institutions and entrepreneurship: Empirical evidence for OECD countries // *Entrepreneurial Business and Economics Review*. – 2021. – T. 9. – №. 2. – p. 119-134.
10. Hellenic Fund for Entrepreneurship and Development (ETEAN SA) www.etean.com.gr (Qol jetkizu küni 25.02.2023)
11. Peng et al. «A meta-analysis of international tourism demand elasticities», *Journal of Travel Research*, Vol. 54(5), 2015. – p. 611-633.
12. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. Final Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. ISBN 978-92-79-69659-6 doi: 10.2873/22642. <http://www.europa.eu>
13. Ibragimov, K., Perles-Ribes, J. F., & Ramón-Rodríguez, A. B. The economic determinants of tourism in Central Asia: A gravity model applied approach. *Tourism Economics*, 28(7), 2022. – p.1749–1768. <https://doi.org/10.1177/13548166211009985>.
14. Forsyth, P. and L. Dwyer, 2002, «Market Power and the Taxation of Domestic and International Tourism» *Tourism Economics*, 8(4), 2002. p. 377-399.
15. Tleuberdinova, A., Shayekina, Z., Salauatova, D., & Pratt, S. Macro-economic Factors Influencing Tourism Entrepreneurship: The Case of Kazakhstan. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 2021. – p. 179–209. <https://doi.org/10.1177/0971355720981431>

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Тлеубердинова А.Т.

Д.э.н., профессор

Институт экономики Комитета науки Министерства
науки и образования Республики Казахстан

г.Алматы, Казахстан,

E-mail: tat404@mail.ru

ORCID: 0000-0001-8762-5932

Салауатова Д.М.*

PhD, постдокторант

Карагандинский университет Казпотребсоюза
г.Караганды, Казахстан

E-mail: d.salauatova@keu.kz

ORCID: 0000-0001-8569-3755

Аннотация: Становление стабильной экономической ситуации во многом зависит от темпов развития предпринимательства в стране. Одной из наиболее перспективных отраслей для занятия предпринимательской деятельностью в Казахстане является отрасль туризма. Туристский бизнес является одним из крупнейших и наиболее быстрорастущих секторов экономики во всем мире. Туризм является одной из ведущих отраслей экономики многих стран. Среди них Турция, Греция, Египет, Испания, Франция, Индия, Малайзия, Таиланд, ОАЭ и др. Позитивный опыт развития туристской отрасли за счет поддержки государства в этих странах можно применить и в нашей стране.

Индустрии туризма отводится значительная роль в повышении социально-экономического благосостояния страны и ее регионов: пополнение государственного бюджета, рост ВВП, создание новых рабочих мест, снижение уровня безработицы, сохранение истории и культуры, возрождение традиционных ремесел и др.

Однако, количество туристских прибытий в страну все еще характеризуется низкими темпами развития. Причинами таких показателей все еще остаются: неразвитость туристской инфраструктуры и невысокое качество сервиса. Данные проблемы определили необходимость рассмотрения вопросов стимулирования деятельности предпринимателей туристской сферы через формирование благоприятных экономических условий.

Целью исследования является изучение зарубежного опыта в части стимулирования предпринимательской деятельности через финансовые инструменты и адаптация их в отечественных условиях.

Исследование базируется на методах теоретического анализа и синтеза, сравнения, обобщения и изучения зарубежного опыта.

По итогу исследования было предложено ряд финансово-экономических мер по стимулированию предпринимательской деятельности в сфере туризма.

Ключевые слова: предпринимательство, отрасль туризма, стимулирование, экономические меры, налоги

FINANCIAL INSTRUMENTS FOR STIMULATING ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN TOURISM

Tleuberdinova A.T.

D.e.s., Associate Professor
 Institute of Economics Science Committee of the
 Ministry of Science of Higher Education of the
 Republic of Kazakhstan
 Almaty, Kazakhstan
 E-mail: tat404@mail.ru
 ORCID: 0000-0001-8762-5932

Salauatova D.M.*

PhD, postdoctoral student
 Karaganda University of Kazpotrebsoyuz
 Karaganda, Kazakhstan,
 E-mail: d.salauatova@keu.kz
 ORCID: 0000-0001-8569-3755

Abstract: The formation of a stable economic situation largely depends on the pace of development of entrepreneurship in the country. One of the most promising industries for doing business in Kazakhstan is the tourism industry. The tourism business is one of the largest and fastest growing economic sectors in the world. Tourism is one of the leading sectors of the economy in many countries. Among them are Turkey, Greece, Egypt, Spain, France, India, Malaysia, Thailand, UAE, etc. The positive experience of developing the tourism industry through state support in these countries can be applied in our country.

The tourism industry has a significant role to play in improving the socio-economic well-being of the country and its regions: replenishing the state budget, GDP growth, creating new jobs, reducing unemployment, preserving history and culture, reviving traditional crafts, etc.

However, the number of tourist arrivals in the country is still characterized by low rates of development. The reasons for such indicators still remain: the underdevelopment of tourism infrastructure and the low quality of service. These problems determined the need to consider the issues of stimulating the activities of entrepreneurs in the tourism sector through the formation of favorable economic conditions.

The aim of the study is to study foreign experience in terms of stimulating entrepreneurial activity through financial instruments and adapting them to domestic conditions.

The study is based on the methods of theoretical analysis and synthesis, comparison, generalization and study of foreign experience.

As a result of the study, a number of financial and economic measures were proposed to stimulate entrepreneurial activity in the tourism sector.

Keywords: entrepreneurship, tourism industry, incentives, economic measures, taxes