

Евлоева А.С., Абишева Г.О.

**Индустрия развлечений
Казахстана: анализ
современного состояния
и перспективы развития**

В статье рассмотрена структура индустрии развлечений, ее место в индустрии туризма. Рассмотрены такие понятия индустрии развлечений, как туристское впечатление, тематизация, виртуализация и др. Определено место индустрии развлечений и отдыха в общей системе туризма Республики Казахстан. Также в статье проведен анализ основных показателей предприятий индустрии развлечений, дана общая характеристика современного состояния туризма в целом, а также индустрии развлечений в частности. Рассмотрены основные факторы, влияющие на масштабы и уровень развития индустрии развлечений в Республике Казахстан. Обозначены значимые тенденции, характеризующие современную индустрию развлечений, существующие проблемы и возможные пути их решения.

Ключевые слова: индустрия туризма, индустрия развлечений, туристское впечатление, туристский продукт, тематизация.

Yevloyeva A.S., Abisheva G.O.

**Entertainment industry of
Kazakhstan: analysis of
current state and prospects of
development**

The article describes the structure of the entertainment industry, its place in the tourism industry. Report considers such concepts of entertainment industry, as a tourist experience, theming, virtualization, and others. Are defined the place of entertainment and recreation industry in general tourism system. The article also analyzes the main indicators of business entertainment, the general characteristic of the modern state of tourism in general, as well as the entertainment industry in particular, are considered the main factors influencing the scope and level of development of the entertainment industry in the Republic of Kazakhstan. Marked important trends in modern entertainment industry, existing problems and possible solutions.

Key words: tourism industry, entertainment industry, tourist impression, tourist product, theming.

Евлоева А.С., Абишева Г.О.

**Қазақстандағы ойын-сауық
саласы: қазіргі кездегі
жағдайын талдау және даму
келешектері**

Мақала ойын-сауық индустриясының құрылымын, соның туризм саласындағы орнын сипаттайды. Ойын-сауық саласының туристік әсері, тақырыбы, виртуалдандыру және т.б. ұғымдар қарастырылған. Ойын-сауық және демалыс индустриясының ҚР-дың жалпы туризм жүйесіндегі орны анықталған. Сонымен қатар, мақалада ойын-сауық саласының негізгі көрсеткіштерін талдау, қазіргі кездегі туризм саласының жалпы сипаттамасы, ҚР-дағы ойын-сауық индустриясын дамыту мен қолдану деңгейіндегі негізгі факторлар талқыланды. Қазіргі заманғы ойын-сауық өнеркәсібін сипаттайтын маңызды үрдістер және маңызды мәселелер мен солардың ықтимал шешімдері белгіленген.

Түйін сөздер: туристік индустрия, ойын-сауық саласы, туристік әсер, туристік өнім, тематизация.

**ИНДУСТРИЯ
РАЗВЛЕЧЕНИЙ
КАЗАХСТАНА: АНАЛИЗ
СОВРЕМЕННОГО
СОСТОЯНИЯ И
ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ****Введение**

Являясь одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики, туризм прочно вошел в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи и традиции разных народов. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления. Как отрасль туризм имеет важное экономическое значение, основанное на интегрированном использовании производственно-экономического и трудового потенциала многих отраслей общественного производства и природных ресурсов. Туризм оказывает определяющее влияние на сохранение и использование культурно-исторического потенциала территории. В представлении большинства людей туризм связан с отдыхом, получением удовольствия и новых впечатлений. Туристское впечатление представляет собой комплекс эмоций, и душевного и физического состояния туриста, которые он обретает в ходе путешествия. Основа этих эмоций формируется благодаря «продукту» индустрии развлечений, которая также выступает частью обширного межотраслевого комплекса – туристской индустрии.

Исходные данные и методы исследования

Индустрия развлечений включает предприятия, основная деятельность которых связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях – цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, кинотеатры, спортивные залы, библиотеки, а также отрасли промышленности, выпускающие соответствующее оборудование или инвентарь (рисунок 1).

Индустрия развлечений выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. Предприятия индустрии развлечений отличаются специфические технологии, системы управления,

результаты деятельности, организация труда персонала. Индустрия развлечений служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся

предпосылках, в чем заключается социальная направленность ее развития. Заполняя часть своего свободного времени развлечениями, человек восстанавливает себя и как трудовая единица [1].

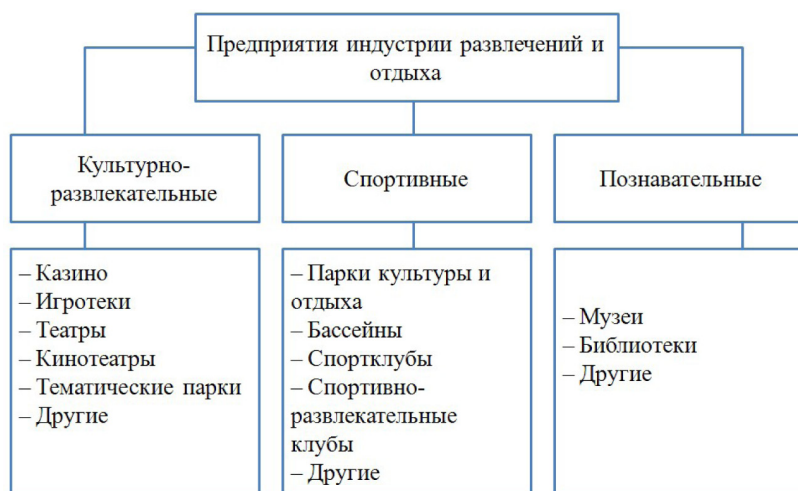


Рисунок 1 – Классификация предприятий индустрии развлечений и отдыха

Среди значимых тенденций, характеризующих современную индустрию развлечений, можно выделить следующие пункты:

1. Глобализация и укрупнение объектов мировой индустрии развлечений. Тенденции глобализации привели к тому, что в настоящее время мировая развлекательная индустрия представлена не просто отдельными заведениями для нескольких видов развлечений, а целыми мегакомплексами, предоставляющими широкий спектр разнообразных услуг отдыха и развлечений – от всевозможных шоу, показов мод, выставок, просмотра кинофильмов, спортивных состязаний до разнообразных спортивных и оздоровительных мероприятий.

2. Интеграция развлечений в другие направления деятельности (Retailtainment, Edutainment, Sportainment, Therapintainment). Рынок развлечений продолжает расти не только путем освоения новых сугубо развлекательных форм, но и путем проникновения развлекательного компонента в другие направления деятельности, ранее не связанные с развлечениями.

3. Тематизация (Theming – концептуализация) объектов индустрии развлечений. В качестве инструмента для придания отличительной черты современным развлекательным центрам выступает тематизация (концептуализация) – theming

– выбор единой тематики и использование ее как в оформлении, так и в названиях центра.

4. Виртуализация индустрии развлечений. Появление цифровых мультимедийных данных знаменует собой новую эру индустрии развлечений. Быстрое развитие технологий скоростного подключения и увеличение производительности ПК сыграло роль своего рода сигнала для поставщиков услуг к появлению новых возможностей для развлечений. Кроме того, подобные ПК позволяют подключать множество разнообразных устройств, на которых мультимедийные данные можно воспроизводить в любом месте и в любое время [2].

Результаты и обсуждение

Республика Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный потенциал для развития туризма на международном и региональном рынках, который еще предстоит реализовать. Огромная территория, разнообразие ландшафтов и климатических зон, богатое культурное наследие и истинное гостеприимство позволяют характеризовать Казахстан как страну, обладающую большим туристским потенциалом. Однако, сегодня влияние туризма на экономику

Казахстана незначительно в силу таких обстоятельств, как неразвитая инфраструктура, невысокие доходы населения, финансирование туристской отрасли по остаточному принципу, неоправданно высокие цены на туристские услуги.

Все нормативно-правовые документы: законы, указы Президента Республики Казахстан призваны содействовать созданию и укреплению в Казахстане цивилизованного и конкурентоспособного туристского рынка, который мог бы внести вклад в развитие национальной экономики. Однако, в нормативно-правовых документах об индустрии развлечений, ее значимости в туристской системе, состоянии и развитии в целом говорится либо очень мало, либо ничего вовсе. Так, согласно Концепции развития туристской

отрасли Республики Казахстан до 2020 года индустрия развлечений и отдыха, наряду с пищевой промышленностью, проектными и строительными услугами, всеми видами ремесленничества и индустрией питания, должна быть включена в соответствующие отраслевые программы и планы приоритетного развития смежных секторов.

Статистика деятельности парков, цирков, театров и других культурно-развлекательных предприятий показывает положительную динамику. Увеличилось как число организаций в целом, так и количество проводимых мероприятий, а также число их посетителей. Основная масса культурно-зрелищных мероприятий приходится на Карагандинскую и Южно-Казахстанскую области, а также города Астана и Алматы (Рисунок 2).

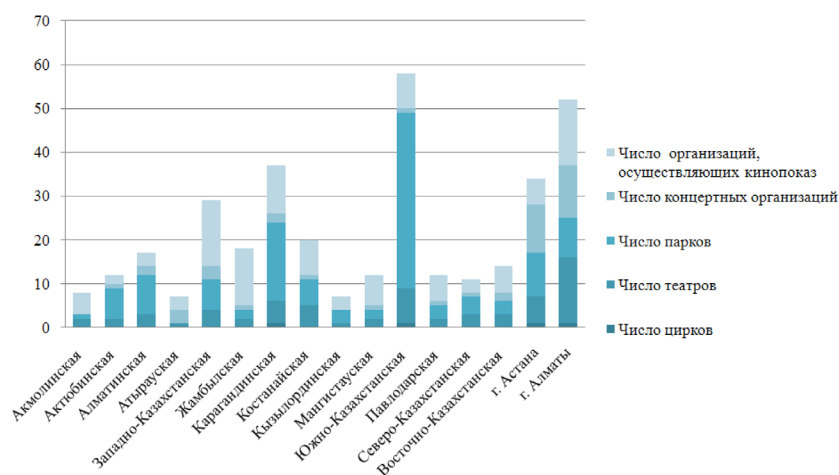


Рисунок 2 – Количество основных объектов индустрии развлечений по административным областям Казахстана на 2015 год [3]

В территориальном разрезе наибольшее число парков развлечений и отдыха имеется в Южно-Казахстанской (40 единиц) и Карагандинской (18 единиц) областях. В 2015 году парками было проведено 2727 культурно-массовых мероприятий. Общее количество досуговых объектов составило 2427 единиц, из них 57,1 % или 1385 единиц приходится на игровые автоматы. Наиболее оснащенными являются парки развлечений и отдыха г. Астаны. В них расположено 477 досуговых объектов. Число посетителей досуговых объектов составило 16184,1 тыс. человек. Из числа посетителей 55,2 % (8938,9 тыс. человек) – посетители аттракционов, 22,8 % (3694,4 тыс. человек) – провели досуг, играя на игровых автоматах, 22,0 % (3550,8 тыс. человек) – посетители прочих досуговых объектов. Наиболее

посещаемыми парками развлечений и отдыха в Республике Казахстан являются парки г. Алматы (6512,4 тыс. человек) и парки г. Астана (2235,2 тыс. человек) [3].

К настоящему времени основные сегменты рынка развлечений в нашей стране сформированы не полностью. Ориентировочные сравнения сети предприятий индустрии развлечений в других странах дают однозначный результат: даже по количественным показателям отставание Республики Казахстан весьма значительно. Например, развлекательных центров, гостиниц, мотелей, кемпингов, музеев, парков, прокатных пунктов и т.д. в стране в десятки раз меньше в сравнении с другими странами. На начальной стадии развития находятся такие объекты отдыха и развлечений, как тематические парки,

клубы здоровья, гольф-клубы, автоматические кинотеатры и кинотеатры для автомобилистов, кафе клубного типа, трейлерные парки, комплексы аттракционов на базе электронной техники. Во много раз меньше число аквапарков, бассейнов, кортов и центров горнолыжного спорта. Слабо развит рынок услуг для полноценного семейного досуга. Сегодня для семейного отдыха предлагаются другие, упрощенные формы развлекательных центров.

Выводы

Основные факторы, влияющие на масштабы и уровень развития индустрии развлечений в Республике Казахстан, те же, что и влияющие на развитие туризма в целом: неразвитая туристская инфраструктура; отсутствие благоприятных условий для инвестиций; низкое качество обслуживания туристов; слабая поддержка со стороны органов государственной власти всех уровней; отсутствие имиджевого позиционирования Казахстана как туристской дестинации. Тем не менее, индустрия развлечений начинает набирать обороты благодаря росту покупательной способности населения, корректировке ценовой политики производителями, совершенствованию законодательной базы и накопленному менеджерами опыту в управлении объектами индустрии развлечений. Таким образом, в целях системного улучшения существующей ситуации и дальнейшего развития индустрии развлечений предлагается постановка и решение следующих задач:

– проведение в постоянном режиме комплекса маркетинговых и социологических ис-

следований на различных сегментах рынка туристско-рекреационных услуг для определения концепций рекламно-информационной деятельности предприятий;

– создание объектов развлекательной индустрии (тематических парков, аттракционов и др.) и предприятий, обслуживающих зрелищные мероприятия, особенно в районах с ограниченным или неосвоенным ресурсным туристско-рекреационным потенциалом;

– разработка и внедрение унифицированного брендинга Казахстана как туристской дестинации, тематизация его отдельных туристских продуктов;

– разработка событийного календаря региона и позиционирование его и отдельных мероприятий на туристских сайтах и в изданиях бесплатных объявлений с целью привлечения целевой клиентуры, особенно в межсезонье;

– регулярное проведение на территории области имиджевых мероприятий и рекламных экскурсионных туров для представителей зарубежных туристских компаний, руководителей крупных промышленных предприятий, отраслевых профсоюзов, медицинской общественности и членов ассоциации писателей и журналистов, работающих в сфере туризма;

– оценка эффективности рекламно-информационного воздействия на потребителей туристского продукта с целью внесения корректив и радикальных изменений в маркетинговую стратегию.

– осуществление единой координированной политики государства и общественных институтов в формировании позитивного имиджа Республики Казахстан.

Литература

- 1 Стальная В.А. Место и роль индустрии развлечений в мировой и отечественной сфере услуг // Общество и экономика. – 2009. – № 1. – С. 118–128.
- 2 Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма: учебник. – М.: Советский спорт, 2003. – 416 с.
- 3 Официальная статистическая информация (по отраслям): туризм (официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан) [электронный ресурс]. – URL: http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afzLoop=8402994586103366 (дата доступа 10.10.2016).

References

- 1 Stal'naya V.A. Mesto i rol' industrii razvlechenij v mirovoj i otechestvennoj sfere uslug // Obshchestvo i ehkonomika. – 2009. – № 1. – S. 118–128.
- 2 Temnyj YU.V., Temnaya L.R. EHkonomika turizma: uchebnik. – M.: Sovetskij sport, 2003. – 416 s.
- 3 Oficial'naya statisticheskaya informaciya (po otraslyam): turizm (oficial'nyj sajt Komiteta po statistike Ministerstva nacional'noj ehkonomiki Respubliki Kazahstan) [ehlektronnyj resurs]. – URL: http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afzLoop=8402994586103366 (data dostupa 10.10.2016).

