

Аслан Б. Тасмаганбетов
**РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ
В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА**

В статье рассмотрен кластерный подход к устойчивому развитию туризма в регионе. Показаны основные преимущества использования кластерного подхода. Проанализировано влияние туристических кластеров на экономическую ситуацию в регионах. На основе кластерного анализа регионы дифференцированы по уровню развития туристической деятельности.

*Ключевые слова: туризм; кластер; регион; туристический кластер.
Форм. 1. Табл. 1. Лит. 22.*

Аслан Б. Тасмаганбетов
**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ
У РЕГІОНАХ КАЗАХСТАНУ**

У статті розглянуто кластерний підхід до стійкого розвитку туризму в регіоні. Представлено основні переваги використання кластерного підходу. Проаналізовано вплив туристичних кластерів на економічну ситуацію в регіонах. На основі кластерного аналізу регіони диференційовано за рівнем розвитку туристичної діяльності.

Ключові слова: туризм; кластер; регіон, туристичний кластер.

Aslan B. Tasmaganbetov¹
**DEVELOPMENT OF TOURISM CLUSTERS
IN KAZAKHSTAN'S REGIONS**

The article considers the cluster approach to tourism sustainable development in regions. The key advantages of using the cluster approach are identified. The influence of tourism cluster on the economic situation in regions is analyzed. On the basis of cluster analysis the regions are differentiated by the level of tourism activity development.

Keywords: tourism; region; cluster; tourism cluster.

Постановка проблемы. Туризм уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Об этом свидетельствует тот факт, что на долю туризма приходится около 10% мирового национального продукта. В связи с этим Президент в своем Послании народу Казахстана от 18 февраля 2005 г. одним из 7 кластеров, определяющих долгосрочную специализацию экономики страны в несырьевых отраслях, выделил туризм, которому придается важное значение как отрасли, способствующей созданию современной инфраструктуры и развитию регионов в Казахстане [1]. Однако положительное влияние туризма на экономику государства происходит лишь в том случае, когда туризм развивается всесторонне, то есть не превращает экономику страны в экономику услуг. Другими словами, экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм должен развиваться параллельно с другими отраслями народнохозяйственного комплекса [3].

Анализ последних исследований и публикаций. В рыночных условиях хозяйствования проблемам формирования и развития туризма посвящены

¹ Aktobe's K. Zhubanov State University, Kazakhstan.

работы многих отечественных ученых. Изучению проблем развития туризма уделяется внимание отечественными учеными А. Алдашевой [2], Г.К. Калиевой [7], Г.К. Койшиной [8], В.А. Кораблевым [9], О.Б. Мазбаевым [10], К.С. Мухтаровой [14], Е.С. Никитинским [15], С.К. Сурагановой [18], А.Т. Тлеубердиновой [22], Ж.М. Шаекиной [22]. Кластерное развитие туризма рассматривается в трудах ученых, среди которых можно выделить А.А. Дуйсембаева [5], А.Ш. Нурғалиеву [17], С.К. Тажиеву [19].

Нерешенные части проблемы. Отечественными учеными освещаются обобщенная теория и практика организационно-экономического механизма создания и эффективного функционирования субъектов туристической деятельности. Сложившиеся ситуация на рынке туристических услуг страны требует выявления социально-экономических аспектов туристической деятельности, анализа причин и факторов, способствующих развитию индустрии туризма в регионах. Существенное значение имеют разработка и использование научных подходов к изучению туризма, формированию рычагов экономического регулирования и совершенствованию форм и методов управления туристической деятельностью в регионах.

Целью исследования является изучение состояния развития туризма и выявление основных направлений его социально-экономического развития в регионах.

Основные результаты исследования. Туристическая отрасль в Республике Казахстан является важной составляющей государственной социально-экономической политики и рассматривается на республиканском и региональном уровнях.

Таблица 1. Основные показатели развития туристической деятельности в Республике Казахстан*

На начало года	Количество туристических фирм	Обслужено посетителей туристическими фирмами, тыс. чел.		
		въездной туризм	выездной туризм	внутренний туризм
2009 г.	1203	43 29,8	64 13,9	4055,7
2010 г.	1252	47 12,6	74 12,3	4473,7
2011 г.	1567	56 85,1	80 20,4	5327,7

* разработано на основе [20].

Как видно из табл. 1, в Республике Казахстан в 2011 г. осуществляли свою деятельность 1567 организаций с различной формой собственности. Рост количества туристических фирм по сравнению с 2010 г. составил 25,2%.

Что касается въездного туризма: страну посетили в 2011 г. 5685 тыс. чел., что больше показателя 2009 г. на 31,2% и 2010 г. – на 20,6%. Обслуживание посетителей по выездному туризму также увеличилось в 2010 г. до 7412 тыс. чел., или на 15,6% по сравнению с 2009 годом. В 2011 г. число обслуженных туристическими фирмами клиентов выросло по сравнению с 2009 г. на 25,1%.

Социально-экономические условия формирования туристических кластеров в РК обуславливаются ростом благосостояния, наличием свободного времени, развитием инфраструктуры, кадровым обеспечением, развитием экономики. В настоящее время среднегодовые затраты на организацию отдыха в семейном бюджете казахстанских граждан составляют примерно 7% всех

расходов, тогда как в ряде таких стран, как: в США они составляют 42,4% потребительских расходов, в Англии – 32,7%, Швеции – 32,1% [4].

Одним из главных инструментов разработки экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности является кластерный подход. Но, как показывает мировая практика, на создание полноценно функционирующих кластеров туризма требуется значительное время.

Отличительной особенностью кластера является возникновение в его рамках ряда положительных эффектов, обеспечивающих сравнительные преимущества данной формы организации межфирменных взаимосвязей. В первую очередь, это эффект масштаба производства. Вследствие чего и происходит снижение затрат. Этот эффект используется и вне кластерных образований, однако глубина координации, тесные партнерские связи участников кластера позволяют извлечь значительно больше выгоды в аналогичные временные периоды.

Вторым преимуществом является эффект охвата. Он возникает при существовании фактора производства, который может быть использован одновременно для получения нескольких видов продукции. При группировке фирм в кластер эффект охвата значительно усиливается, поскольку возникает возможность использовать такой многофункциональный фактор на самых разнообразных предприятиях при минимальных трансакционных издержках, связанных с его передачей.

Третьим преимуществом кластера является эффект синергии. При действии этих трех эффектов (масштаба, охвата и синергии) неприбыльные предприятия кластера могут преодолеть нижнюю границу рентабельности с помощью специализации, обеспечивающей повышение производительности труда и снижение себестоимости производимых благ. Тем самым предприятия кластера получают дополнительные конкурентные возможности [6].

Помимо этого, важной отличительной чертой кластера является фактор инновационной ориентированности. Кластеры, как правило, формируются там, где осуществляется или ожидается «прорывное» движение в области техники и технологий производства и последующий выход на новые рыночные ниши. В этой связи многие страны – как экономически развитые, так и только начинающие формировать рыночную экономику – все активнее используют кластерный подход в поддержке наиболее перспективных направлений и форм предпринимательской деятельности, в формировании и регулировании своих инновационных систем [11].

Помимо указанных выше несомненных достоинств кластеров, можно говорить и об их недостатках. Как утверждалось ранее, кластер является формой повышения конкурентоспособности как в пределах одной страны, так и на международных рынках. В результате усиления конкуренции с зарубежными производителями возрастает эластичность спроса на рабочую силу в кластерах, что может привести к стагнации зарплаты или к повышению в них уровня безработицы [13].

В качестве основных проблем развития туристических кластеров на региональном уровне сегодня можно выделить следующие:

- отсутствие правовой базы формирования кластеров;

- отсутствие желания руководящих работников к инновациям;
- отсутствие соответствующей региональной инфраструктуры и транспортной доступности регионов;
- необходимость значительного времени для реализации идеи туристического кластера.

Наличие правовой базы формирования кластеров существенно способствует организации подобных образований на региональном уровне.

Процесс формирования туристического кластера начинается с появления инициатив разных субъектов от предприятий и организаций, обеспечивающих производство и реализацию туристических продуктов и услуг до представителей власти, научно-исследовательских институтов, образовательных учреждений, профессиональных объединений, представителей общественности и т.д.

Туристический кластер может формироваться на местном и региональном уровнях. Существуют примеры межрегиональных туристических кластеров. Однако он предполагает создание управляющей компании, разработку стратегического плана развития туризма на территории, осуществление текущего управления, проведение мониторинга, дальнейшее саморазвитие на принципах самоуправления. Управляющая компания – самостоятельное юридическое лицо, деятельность которого основана на принципах государственно-частного партнерства, т.е. в управляющей компании представлены власти региона и бизнес-структуры, общественные организации и т.д. [13].

Подобная модель позволяет учесть интересы всех активных участников кластера, а также обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие территории.

Одним из этапов реализации кластерного подхода, исходя из географического принципа его формирования, является разработка региональной модели для определения внутренних районных и межрегиональных кластеров, которая включает природно-рекреационные ресурсы и историко-культурное наследие, туроператоров, фонд размещения и коммунальное хозяйство, инфраструктуру, продовольственную базу, научный сектор и органы управления.

Важнейшими экономическими предпосылками формирования и развития туристических кластеров является их финансовое и кадровое обеспечение. На формирование туристического кластера оказало определенное влияние изменение формы собственности туристических предприятий и организационно-правовых форм. Развиваются они за счет собственных источников финансирования, которых, конечно, недостаточно для обновления их материально-технической базы. В связи с этим следует стимулировать внешних инвесторов вкладывать средства в развитие казахстанского туристического бизнеса. Для подготовки компетентного персонала необходимо создать условия для подготовки и переподготовки специалистов туристического бизнеса в Казахстане на всех уровнях: управленческом, хозяйственном и сервисном. Решающим условием, определяющим формирование и развитие туристических кластеров, является оценка природных условий и ресурсов, которая в сфере лечения и отдыха очень сложна. В отличие от оценки лечебных ресурсов

здесь необходимо учитывать и такие факторы, как привлекательность пейзажей, их экзотичность и неповторимость, проводить оценку природных ресурсов для целей туризма и отдыха, проводить комплексную оценку как лечебных ресурсов, так и природных условий [21].

Предприятия получают выгоды от принадлежности к кластеру посредством:

- повышения эффективности системы поставок сырья, компонентов и комплектующих, более успешного применения субконтрактации;
- доступности и качества специализированного сервиса;
- доступа к различным финансовым ресурсам (например, источникам рискованного финансирования для новых технологических компаний в кластере информационных технологий);
- доступности и качества возможностей для проведения НИОКР;
- доступности специализированных и производительных человеческих ресурсов;
- построения формальных и неформальных отношений для передачи рыночной и технологической информации, знаний и опыта;
- создания системы для выявления коллективных выгод и опасностей, формирования общего видения и продуктивной стратегии развития кластера;
- создания системы взаимоотношений «бизнес – власть».

Обычно кластер состоит из компаний малого и среднего бизнеса, каждая из которых не получает значительных выигрышей от конкуренции с другой входящей в кластер компании. В то же время компании кластера получают выигрыш от компактного расположения, что связано с использованием специализированных ресурсов. Успешное развитие кластеров предполагает массовое производство, обычно ориентированное на мировые рынки. В этом смысле развитие кластеров требует значительной интеграции территории в более широкое экономическое пространство [12]. Кроме того, используя репутацию кластера, предприятия малого и среднего бизнеса получают новые возможности доступа к финансовым ресурсам. Имидж кластера переносится внешними по отношению к кластеру партнерами и на отдельные предприятия.

Создание туристического кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона.

С помощью кластеров органы власти могут эффективнее использовать новые рыночные тенденции для социально-экономического развития региона, сочетая оценки внутри кластера и понимание внешних макроэкономических факторов, социально-политических тенденций и реалий. Кроме того, так они могут повысить эффективность инициатив по стимулированию развития частного сектора экономики.

Успех кластеров укрепляет и развивает экономическую ситуацию в регионе, содействуя экономическому росту.

Постоянное взаимодействие способствует формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями с взаимодополняющими активами и профессиональными навыками.

В перспективе все стороны развития туристических кластеров и учет мероприятий по охране и улучшению природных условий не только должны

повысить эффективность отдыха населения республики, что важно в социальном плане, но и обеспечить увеличение притока туристов, как отечественных, так и зарубежных.

Действия по поддержке развития туристического кластера можно условно разделить на следующие предложения:

- по улучшению правовой, финансовой поддержки и действий по стимулированию развития кластера;
- разработка мер по стимулированию активности участников кластера;
- по совершенствованию политики государства, направленной на улучшение бизнес-климата и развитие туризма;
- по поддержке кластеров через институты развития и технопарки.

Поддержка туристических кластеров должна основываться на комплексных действиях государственного и частного секторов, в частности, на понимании приоритетности создания конкурентоспособной туристической индустрии в целях достижения устойчивого и динамичного социально-экономического уровня развития региона.

Для дифференциации регионов по уровню развития туристической деятельности был использован метод кластерного анализа, результаты которого позволили дать оценку степени их развития в деятельности рынка туристических услуг Казахстана. Для характеристики туристической деятельности в регионах нами были определены следующие экономические показатели за 2011 г. [16]:

$$r = \sqrt{\sum_{k=1}^p (x_{ki} - x_{kj})^2}, \quad (1)$$

где x_1 – количество номеров, ед.; x_2 – предоставлено койко-суток; x_3 – заполняемость гостиниц, %; x_4 – количество обслуженных посетителей местами размещения, чел.; x_5 – количество туристических фирм и индивидуальных предпринимателей, ед.; x_6 – обслужено туристов, чел.; x_7 – количество реализованных путевок, ед.; p – количество показателей деятельности регионов ($p = 7$); $i, j = 1; 16$ – код региона.

Принцип работы иерархических агломеративных процедур состоит в последовательном объединении групп элементов, сначала самых близких, затем все более отдаленных друг от друга, исходя из матрицы расстояний. В результате реализации процедуры кластерного анализа исходная совокупность из 16 регионов была разбита на 3 основных кластера: к кластеру 1 приналежат г. Астана и Алматы, Восточно-Казахстанская и Карагандинская области. К 2 кластеру – Актыубинская, Мангистауская, Алматинская, Западно-Казахстанская, Костанайская, Южно-Казахстанская, Атырауская, Павлодарская и Акмолинская области. К 3 кластеру – Кызылординская, Жамбылская и Северо-Казахстанская области.

Выводы. Развитие туристических кластеров в регионах Казахстана является одним из условий повышения конкурентоспособности отечественной экономики и интенсификации механизмов частно-государственного партнерства. Формирование туристического кластера в современных условиях может быть осуществлено при наличии 4 основных составляющих: капитала,

технологии, кадров, рекреационных ресурсов. Это означает, что недостаточно иметь капитал, необходимы высококвалифицированные кадры, современные технологии. А это требует выбора места, где имеются рекреационные ресурсы (четвертая составляющая), которые являются в Казахстане дешевыми, что и определяет высокую рентабельность туристической деятельности. Важное значение имеет правовое обеспечение развития туристических кластеров. Немаловажным является создание инфраструктурных условий для деятельности малого и среднего бизнеса.

1. Рост благосостояния граждан Казахстана – главная цель государственной политики: Послание президента РК Назарбаева НА от 28 января 2011 г. // www.akorda.kz.

2. *Алдашева А.А.* История развития международного туризма Казахстана в 1991–2000 гг.: Автореф. дис... канд. истор. наук. – Алматы, 2004. – 31 с.

3. *Бочкова Е., Кузнецова Е.* Эволюция территориальных форм общественного разделения труда: Монография. – Краснодар: Краснодарский ЦНТИ, 2011. – 134 с.

4. *Девятко В.В.* Персонал как конкурентное преимущество // *Отель.* – 1998. – №4. – С. 76–78.

5. *Дуйсембаев А.А.* Приоритетные направления модернизации регионального туристского рынка Казахстана // *Вестник Университета «Туран».* – 2011. – №1. – С. 78–82.

6. *Жансаимова А.Е.* Формирование туристского кластера и его влияние на экономику Республики Казахстан // *Вестник Университета «Туран».* – 2011. – №3. – С. 73–77.

7. *Калиева Г.К.* Экономические предпосылки развития туризма в Казахстане // *АльПари.* – 2011. – №2–3. – С. 164–165.

8. *Койшина Г.К.* Экономическая эффективность от туристской деятельности // *Саясат-Policy.* – 2010. – №2. – С. 16–18.

9. *Кораблев В.А.* Деловой туризм в Казахстане: состояние и перспективы развития // *Вестник Университета «Туран».* – 2012. – №1. – С. 78–83.

10. *Мазбаев О.Б.* Использование современных информационных технологий управления в системе туризма и гостеприимства // *Вестник Университета «Туран».* – 2009. – №4. – С. 68–70.

11. *Макогонов А.Н., Иванов А.С., Никитинский Е.С.* Характеристика нагрузки и условия оптимизации пешего передвижения туристов в пустынной местности: материалы XIII Международного научного конгресса «Современный олимпийский спорт и спорт для всех». – Алматы, 2009. – С. 55–58.

12. *Марков Л.С.* Экономические кластеры: понятия и характерные черты // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых: Сб. науч. тр. / Под ред. В.Е. Селиверстова, В.М. Марковой, Е.С. Гвоздевой. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. – Ч. 1. – С. 102–123.

13. *Мингалева Ж., Ткачева С.* Кластеры и формирование структуры региона // *Мировая экономика и международные отношения.* – 2009. – №5 – С. 100–102.

14. *Мухтарова К.С., Тажиева С.К.* Современный уровень развития туристской индустрии в Республике Казахстан // *Саясат-Policy.* – 2009. – №12. – С. 13–16.

15. *Никитинский Е.С.* 20 лет независимости Казахстана на пути устойчивого развития туристской индустрии // *Вестник Университета «Туран».* – 2011. – №4. – С. 52–57.

16. *Никитинский Е.С.* Участие в международных туристских выставках «Интурмаркет» (ITM) и «Путешествия и туризм» (MITT)–2008 – реальная возможность привлечь российских туристов на отдых в Казахстан // *Соклак-Тропинка.* – 2008. – №4–5. – С. 3–8.

17. *Нурғалиева А.Ш.* Формирование кластера туризма в Акмолинской области // *Саясат-Policy.* – 2010. – №3. – С. 84–88.

18. *Сураганова С.К.* Мировой опыт развития туристского кластера // Материалы международной научно-практической конференции: Проблемы становления инновационной системы и развития предпринимательства в Республике Казахстана. – Караганда, 2009. – Т. 2. – С. 155–158.

19. *Тажиева С.К.* Особенности управления туристским кластером в РК, на примере Мангыстауской области // *Евразийское сообщество.* – 2009. – №4. – С. 146–150.

20. *Туризм Казахстана: Статистический сборник.* – Астана, 2012. – 136 с.

21. *Уахитова Г.Б.* Формирование и развитие туристского кластера в Казахстане // Актуальные вопросы подготовки высококвалифицированных специалистов в вузе: материалы третьей

международной научно-практической конференции (29–30 марта 2007 г.). – Тараз: Таш, 2007. – Т. 3. – С. 210–214.

22. Шакина Ж.М., Тлеубердинова А.Т. Формирование конкурентоспособности туристических услуг // Маркетинг в России и за рубежом.– 2011.– №6. – С. 115–121.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2014.