

### Резюме

Для эффективного развития туристской отрасли целесообразно формирование кластеров. Туристские кластеры представляют собой взаимосвязанные элементы туристского рынка, объединенные в единую систему. В Казахстане есть необходимые природные ресурсы для создания кластеров. Процесс создания туристского кластера включает этапы: исследование кластерного подхода, оценка потенциала кластерного развития в регионе, анализ основных препятствий, возникающих при его формировании, выявление опыта и использование этих результатов.

### Summary

It is appropriate to form clusters to develop tourism industry efficiently. Tourism clusters are interrelated elements of the tourist market combined into a single system. Kazakhstan has necessary natural resources to create clusters. The process of creating tourism cluster includes the following steps: the study of the cluster approach, assessment of the potential cluster development in the region, analysis of the major obstacles in its formation, the identification of expertise and use these results.

### Ключевые слова

Туристский кластер, горный и экологический туризм, ресурсы, пэкидж-тур, эффективность конкурентоспособность, поставщики услуг, экономика, туристско-рекреационные ресурсы.

## Формирование туристских кластеров в Казахстане

Стабильное развитие экономики зависит от эффективного управления и организации, предполагающее взаимосвязь всех структурных подразделений, которое можно обеспечить с помощью кластеров. Формирование туристских кластеров относится к развитию приоритетных отраслей экономики Казахстана.

Для создания кластера необходима благоприятная экономическая среда и непосредственное участие органов управления региона. В туризме к окружающей экономической среде можно отнести не только традиционные элементы, такие как нормативно-правовую базу и инфраструктуру туризма, но и ряд специфических показателей, а именно, таких как качество рабочей силы, связанные с туристской деятельностью фирмы [1, 2].

Ценность кластерной системы заключается в том, что она способствует специализации и активному экономическому развитию определенного региона. Компании, работающие в условиях кластерной системы используют в современные технологии, повышают производительность труда и

совершенствуют организационные методы управления и функционируют в виде взаимосвязанной эффективной системы. Расположение предприятий в одном регионе способствует их эффективной работе и повышению конкурентоспособности.

В Казахстане можно выделить несколько регионов, которые имеют условия для формирования эффективных туристских кластеров. Одним из таких регионов является южный Казахстан, а именно Алматинский регион.

К предпосылкам формирования кластера в Алматинском регионе можно отнести следующие преимущества:

- богатые туристско-рекреационные ресурсы, в частности горные;
- высокоразвитая инфраструктура туризма;
- большое количество высококлассных отелей, входящих в международные гостиничные цепи;
- высокий уровень развития транспортных коммуникаций;
- привлекательность Алматы, как исторического, делового и культурного центра Казахстана.

Развитие кластера должно происходить при участии государства, которое устанавливает механизм организации и построения взаимосвязей между субъектами на одной территории.

В этом отношении следует отметить важную роль правительства Казахстана и местных органов власти в становлении туристского кластера. Большую роль играет экономическая политика местной власти, которая, будучи изначально направлена на подъем региональной экономики, при правильно выбранных приоритетах и учете интересов крупных компаний, вполне может способствовать созданию конкурентоспособных кластеров в регионе. Не смотря на то, что постоянно разрабатываются программы развития туризма, они не всегда успешно реализуются.

Последняя программа развития туризма, принятая в Казахстане – это «Отраслевая программа по развитию перспективных направлений туристской индустрии РК на 2010-2014 годы», целью которой является реализация государственной программы по формированию индустриально-инновационного развития Республики Казахстан [3].

Основные цели программы являются формирование туристского имиджа, разработка маркетинговой стратегии и улучшения кадровой политики. Впервые в разработанной программе ключевым ее пунктом определяется разработка туристской маркетинговой стратегии.

В программе отмечено, что туроператоры Казахстана, в основном занимаются предложением пэкидж-туров, то есть массовых стандартных туров. Однако рынок туризма в Казахстане по данному направлению пришел к уровню насыщения, и возникает необходимость разработки уникальных эксклюзивных туров.

Отраслевой программой предусмотрено развитие в Казахстане экологического и горного туризма, а также создание туристского кластера вдоль международного транспортного коридора «Западная Европа - Западный Китай». Вместе с тем, выделение средств по данной программе

осуществляется по остаточному принципу, т.е. если планируемый бюджет сформирован, только тогда финансирование будет осуществлено.

Зарубежный опыт турфирм развитых и развивающихся стран показывает, что фирмы часто вынуждены интегрироваться по вертикали, производя не только свои собственные компоненты, но и нередко необходимые для производственных процессов ресурсы. Чаще всего им приходится строить не только региональную инфраструктуру, но и собственные обучающие центры, и другие виды обслуживания основных производственных и непроизводственных процессов. Поэтому туристских фирмы иногда должны диверсифицировать свою деятельность в рамках реализации кластерной программы.

Формирование эффективной кластерной системы в туризме возможно, только если они будут заниматься в первую очередь въездным туризмом. Для формирования и развития въездного туризма целесообразно создание комплексной инфраструктуры. Региону нужно развивать не только внешние коммуникации и инфраструктуру, но и предприятия индустрии развлечения и анимации.

Значимость кластера по туризму усилится, если отечественные туристские фирмы будут функционировать и сотрудничать с иностранными фирмами, так как это даст возможность усилить внешние связи кластера и использовать иностранный опыт.

Географическое масштабирование туристского кластера зависит от концентрации туристских ресурсов. Туристский кластер развивать в масштабах страны является затратным и не эффективным, поскольку туристско-рекреационные ресурсы сконцентрированы только в определенных регионах обеспечивают необходимость развития туристского кластера в отдельном регионе.

Для формирования туристского кластера в Алматинском регионе необходимо первоначально определить его структурные элементы. По вертикале, в состав туристского кластера входят туристские фирмы и органы управления по туризму, по горизонтали целесообразно объединять деятельность таких сфер, как гостиницы, предприятия общественного питания, транспорт и коммуникации. Однако для эффективной работы кластерной системы необходимо активизировать деятельность взаимосвязанных отраслей, обеспечивающих комфортное функционирование туристской отрасли.

К дополнительным структурным подразделениям можно отнести, торговлю, образование в сфере туризма. Важное значение, в работе и организации кластера отводится государству и органам, регулирующим туристскую сферу деятельности. В условиях формирования туристского кластера особое значение приобретает стимулирование деятельности туристских фирм, которые занимаются приемом иностранных туристов и внутренним туризмом.

Туристский кластер Алматинского региона ориентирован на создание четырех основных сегментов: культурно-познавательный, горный, экологический и деловой туризм.

В качестве показателей результативности функционирования кластера может выступать наличие в нем общественных объединений, работающих на принципах саморегулирования, форм доверия между участниками кластера, прозрачности коммерческой информации внутри кластера.

Для кластеров характерны следующие особенности:

- территориальная (построение кластеров связано с определенной территорией);
- горизонтальная (объединение нескольких отраслей, входящих в крупный кластер);
- вертикальная (наличие иерархической связи производственного процесса);
- латеральная (объединения разных секторов одной отрасли);
- технологическая (включение совокупности производств с одинаковой технологией);
- фокусная (наличие крупного предприятия, объединяющего несколько фирм) [4].

Сотрудничество в рамках кластера может иметь негативные последствия в виде утраты самостоятельности и снижению активности отдельных предприятий.

При разработке программы кластерного развития необходимо учитывать особенности отрасли. В сфере туризма также имеются своя специфика, кроме концентрации предприятий в одном регионе, необходимо наличие туристско-рекреационных ресурсов, их привлекательность.

Образующим элементом или основой туристского кластера являются поставщики услуг – туристские агентства, предоставляющие услуги по привлечению туристов. В 2010 г. в Казахстане официально зарегистрировано 1276 турфирм, из которых более половины функционируют в г. Алматы.

Кластер, как и любая структура, имеет жизненный цикл. Первая фаза – это период его зарождения, базой для которого является наличия в определенном регионе турфирм и отелей. Развитие туристского кластера в Казахстане обусловлено имеющимися туристско-рекреационными ресурсами, строительством высококлассных отелей, формированием индустрии развлечения.

Вторая фаза – возникновение кластера предполагает, что начинается процесс кооперации и сбалансированное сотрудничество между участниками туристского рынка.

На третьей стадии развития кластера начинается процесс взаимодействия не только основных участников кластера, но и привлекаются дополнительные структуры, обеспечивающие качественное функционирования отрасли. К таким структурам можно отнести учебные заведения, театры, кинотеатры, тематические парки т.д.

Сформированный кластер – это динамичный организм, поэтому предполагается, что он находится постоянно в развитии и полученный опыт повышения конкурентоспособности у основных структурных элементов может распространяться и использоваться другими предприятиями кластера.

Следовательно, процесс создания туристского кластера можно представить в виде следующих этапов: исследование кластерного подхода и адаптация его особенностей к условиям Казахстана, оценка потенциала кластерного развития в Алматинском регионе и его сочетание с имеющимися экономическими возможностями, планирование мероприятий, направленных на создание туристского кластера, анализ основных препятствий, возникающих при его формировании, выявление опыта и использование этих результатов.

#### Литература

1. Алимбаев А.А. Проблемы формирования среднего класса и развитие кластерной модели в Казахстане, Караганда, 2005 – 317 с.
2. Ферова И.С. Кластерный подход: от концепции к промышленной политике региона. Красноярск: КрасГУ 2005.
3. «Отраслевая программа по развитию перспективных направлений туристской индустрии РК на 2010-2014 годы», октябрь 2010 года
4. Афанасьев М., Мясникова Л. Мировая конкуренция и кластеризация экономики // Вопросы экономики, 2005, №4, С. 75-86.

#### Резюме

Для эффективного развития туристской отрасли целесообразно формирование кластеров. Туристские кластеры представляют собой взаимосвязанные элементы туристского рынка, объединенные в единую систему. В Казахстане есть необходимые природные ресурсы для создания кластеров. Процесс создания туристского кластера включает этапы: исследование кластерного подхода, оценка потенциала кластерного развития в регионе, анализ основных препятствий, возникающих при его формировании, выявление опыта и использование этих результатов.