

УДК 338.38

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ

Мырзалиева Раушан Бакытжанкызы

rauка_98@list.ru

студентка 4 курса специальности «Туризм» ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Мусабаева Асемкуль Канановна

Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития туризма на международном и региональном рынках. Туристский потенциал рекреационных ресурсов и историко-культурного наследия позволяет республике гармонично интегрироваться в международный рынок туризма и достичь интенсивного развития туризма в стране.

В настоящее время в своей экономической политике Казахстан определил выбор модели конкурентоспособной экономики с приоритетными отраслями, имеющими экономический потенциал повышения конкурентоспособности, положив тем самым начало развитию системы казахстанских кластеров. В этой связи суть предполагаемых изменений заключается в том, что государство должно регулировать деятельность не одной конкретной отрасли, а кластера.

Согласно теории Майкла Портера, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы гос. управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [1].

М. Портер считает, что конкурентоспособность страны следует рассматривать через призму международной конкурентоспособности не отдельные ее фирм, а кластеров – объединений фирм различных отраслей, причем, принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы.

Цель создания туристского кластера – конкурентоспособность территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта, в том числе:

- повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер,
- стимулирования инноваций,
- стимулирования развития новых направлений.

По мнению профессора М.П. Войнаренко, чтобы кластер состоялся как жизнеспособная, самодостаточная, успешная и эффективная организация, необходимо пять условий [2].



Рис.1. Необходимые условия для создания кластеров

А как собственно создаются туристские кластеры?! Давайте рассмотрим карту туристского кластера, разработанную АО «Центр маркетинго-аналитических исследований» и представленную на рисунке-2. Ядром туристского кластера являются поставщики услуг, иными словами, – это туристские агентства, предоставляющие услуги по привлечению иностранных туристов в Казахстан. Гостиницы, дома отдыха, транспортные компании являются также немаловажным звеном в туристском бизнесе и зачастую включаются в пакет услуг, предоставляемых туристскими агентствами [3].

Места привлечения представляют очень важную сторону карты туристского кластера, поскольку они отражают не только понимание запросов туристов, но и отличительную черту каждого государства в отдельности. Конкурентное преимущество Казахстана заключается в уникальной культуре (исторический туризм), наличии живописной дикой природы (экологический туризм), а также возможности заниматься активными видами отдыха, такими как спортивный туризм, экстремальный туризм. К сожалению, на сегодняшний день туроператоры не имеют конкретного представления, какой вид туризма необходимо развивать.



Рис.2. Карта туристского кластера

Вследствие непонимания видов туризма возникает проблема незнания своего клиента, иными словами, страны туриста. Посетители являются очень важной частью туристского кластера, поскольку от предпочтений заказчика будет меняться сама карта туристского кластера. Косвенными поставщиками туристских услуг являются рестораны и организации, занимающиеся безопасностью туристов. На сегодняшний день взаимосвязь данного сектора с туристскими агентствами недостаточно развита [4].



Рис. 3. Показатели конкурентных преимуществ

Как уже было отмечено выше, формирование отрасли должно сопровождаться наличием конкуренции на местном рынке, что в свою очередь вызывает постоянный процесс накопления конкурентных преимуществ. В связи с этим формирование туристского кластера в Казахстане, являющегося новым направлением в развитии национальной экономики, сопровождается рядом нерешенных проблем, требующих изучения и более детального анализа его конкурентных преимуществ (рис. 3).

В июне 2017 года правительством была утверждена Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года. Программный документ разработан в рамках Плана нации «100 конкретных шагов» по реализации пяти институциональных реформ, озвученных Президентом РК Н.А. Назарбаевым. Предполагается, что концепция будет реализовываться в два этапа: первый этап – 2018-2020 годы и второй этап – 2021-2023 годы. С учетом особенностей регионов будут также развиваться и новые направления туризма – сакральный, кемпинговый, гастрономический, охотничий, этнографический, социальный и другие [5].

Согласно Концепции, в Казахстане предполагается создание и развитие следующих шести региональных культурно-туристских кластеров:

«Астана – сердце Евразии» – это туристский кластер на базе столицы. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере – это МІСЕ-туризм и кратковременный отдых.

Из основных направлений туризма наиболее актуальными и перспективными для столицы являются конгрессно-деловой, событийный и этно-туризм (культурно-спортивные мероприятия, события, конференции, форумы и т.д.).

«Алматы – свободная культурная зона Казахстана» – это кластер, включающий город Алматы и часть Алматинской области, в котором определены 12 ключевых мест туристского интереса. Среди них такие известные объекты, как:

- археологические петроглифы Тамгалы (объект ЮНЕСКО);
- государственный национальный природный парк «Алтын-Эмель», включенный в предварительный список ЮНЕСКО;
- Чарынский каньон на территории Чарынского государственного национального природного парка (ГНПП);
- озеро Балхаш (юго-восточная часть);
- озеро Алаколь (южная часть);
- водохранилище Капчагай;
- международный туристский центр «Акбулак»;
- горнолыжные зоны вблизи города Алматы с Иле-Алатауским ГНПП, включенным в предварительный список ЮНЕСКО;

- Жонгар-Алатауский ГНПП и другие.

Алматы станет центром международного делового и горнолыжного туризма и будет позиционироваться как кластер «Развлечения в городе и в горах». К основным туристским продуктам, которые будут представлять данный кластер, относятся МІСЕ-туризм, культурный и экологический туризм, отдых в горах и на озерах, кратковременный отдых.

«Жемчужина Алтая» включает северные и восточные части ВКО. Усть-Каменогорск будет являться центром кластера, в котором определены восемь ключевых мест туристского интереса:



Кластер «Жемчужина Алтая» будет позиционироваться как «Мир чудес природы» и являться центром развития экологического туризма. К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся активный и приключенческий туризм, отдых в горах и на озерах, пантолечение, гастрономический туризм и другие.

«Возрождение Великого Шелкового пути» является кластером, который включает центральные и восточные части Кызылординской области, юго-восточную и северо-западную части ЮКО и юго-западную часть Жамбылской области.

Центральным объектом кластера будет город Туркестан, позиционирующий себя как духовный, историко-культурный и туристский центр Казахстана на уровне признанных международных центров паломничества и туризма. Кластер «Возрождение Великого Шелкового пути» будет позиционироваться как «Сердце Великого Шелкового пути». К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся духовный, историко-культурный туризм.

«Каспийские ворота» является кластером, который включает в себя всю Мангистаускую область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской областей. Город Актау будет являться центром данного кластера, в котором расположены следующие ключевые места туристского интереса:

- подземные мечети Бекет-Ата, Шопан-Ата и Караман-Ата, мавзолей Омара и Тура;
- гора «Шеркала»;
- «Каракия» – Каракольский государственный природный заказник;
- комплекс памятников «Бокеевская Орда»; городище «Сарайшык»;
- курортная зона Кендерли.

К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся пляжный, исторический, промышленный, культурный туризм и турне.

«Единство природы и кочевой культуры» включает Акмолинскую и Карагандинскую области, юго-западную часть Северо-Казахстанской и западную часть Павлодарской областей. Щучинско-Боровская курортная зона будет являться центром кластера. В будущем кластер может быть дополнен новыми местами туристского интереса, включенными в предварительный список ЮНЕСКО: мегалитические мавзолеи периода Бегазы-Дандыбаевской и Тасмолинской культур. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере – это культурный туризм и турне, отдых в горах и на озерах, кратковременный и активный отдых.

Успешная реализация кластерных инициатив предполагает достижение следующих результатов [6].

- устойчивое повышение роста национальной экономики и более равномерное распределение выгод от подобного роста;
- диверсификация экономики через смещение акцента с добывающих отраслей;

- сильное деловое сообщество в недобывающих секторах, фокусирующееся на устойчивой конкурентоспособности;
- существенное улучшение качества делового и инвестиционного климата;
- международное признание Казахстана конкурентоспособной страной;
- оптимизированные внешнеэкономические связи с соседними странами.

Стоит отметить, что Казахстан на данный момент переживает туристский бум. Потому что, в 2018 году республику посетили рекордное количество туристов. По данным Комитета по статистике, в 1 квартале 2018 года Казахстан посетили 1 млн 784 тыс. въездных туристов – на 405,6 тыс. человек больше, чем в 2017. Вырос и внутренний туризм – 1 млн 86,6 тыс. человек против 1 млн 17,3 тыс. в январе-марте 2018 года. Оба показателя являются рекордными [7].

В местах размещения республики в 1 квартале остановилось 980,1 тыс. человек – это на 47,5 тыс. больше, чем в 2017. Показатель интересен в первую очередь тем, что в первом квартале 2017 года в Казахстане проходила Универсиада, а это способствовало росту туристов. Но даже без нее число посетителей гостиниц растет.

По мнению экспертов, такой рост закономерен: только за 2017 год количество внутренних посетителей выросло на 20% по сравнению с прошлым годом. Для поддержки столь высоких показателей будет организовано сразу несколько масштабных экспедиций, которые охватят территорию от Алтая до Великого шелкового пути [8].

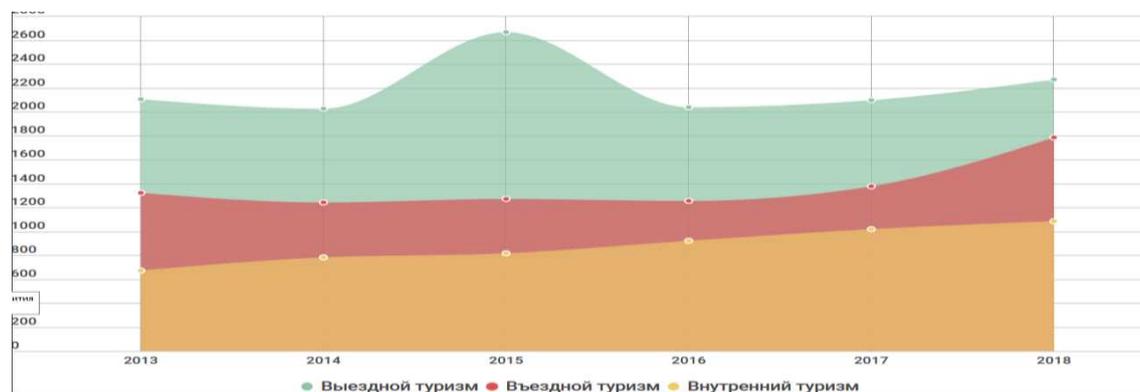


Рис.4. Показатели туризма за последние 6 лет

Наравне с концепцией в 2017 впервые была создана национальная компания «Kazakh tourism», задачами которой являются – продвижение туристского потенциала за рубежом, привлечение инвестиций в туристскую отрасль. А также данная компания будет нести ответственность за туристский потенциал Республики Казахстан.

Как сказал глава национальной компании [9]. «Мы видим, что казахстанцы проявляют все больше интереса к путешествиям внутри страны. Природа нашей страны удивительна – есть и горы, и степные просторы, и леса, и озера, и реки! Поэтому мы с гордостью проводим экспедицию, которая охватит территории от Алтая до Шелкового пути во всем ее разнообразии. Она будет направлена не только на популяризацию туризма, но в том числе и для выявления проблемных вопросов, чтобы найти необходимые инфраструктурные решения для дальнейшего развития этого направления на местах, актуализировать данные о туристских объектах. Все данные также лягут в разработку государственной программы развития туризма», Казахстан шаг за шагом идет к цели – стать державой на мировом континенте.

Список использованных источников

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа

2. Бойко А.Е. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России: автореф. дис. канд. экон. наук / А.Е. Бойко. - Новосибирск, 2011.
3. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров. – Интернет-ресурс: krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html
4. Панченко Л. Чем болеют наши кластеры? // Невское время. – 2000. – № 95(2218).
5. Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года: Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 июня 2017 г.
6. Czamanski and de Ablas L.A. Identification of industrial clusters and complexes: a comparison of methods and findings// Urban Studies 16. – 1979. – P. 6180.
7. Информационные данные Агентства РК по статистике. news.caspianworld.com/ru/.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/turisty-iz-kakih-stran-chasche-poseschayut-kazahstan-342909/
9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru-ru.facebook.com/qazaqtourism/>