

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ хабаршысының экономика сериясы – № 3 • 2018, 50-55 б.
Economic Series of the bulletin of the L.N. Gumilyov ENU – № 3 • 2018, 50-55 pp.
<http://bulecon.enu.kz/>; E-mail: vest_econom@enu.kz

XFTAP 06.71.57

Б.Ұ. Сыздықбаева¹, Ж.С. Раимбеков²

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
(E-mail: ¹syzdykbaeva_bu@enu.kz, ²raimbekov_zhs@enu.kz)

Аймақтық деңгейде туризмді дамытудың кластерлік саясаты

Аннотация. Мақалада Қазақстандық туристік кластердің территориялық сегментінің бірі Ақмола облысы туризм индустриясының даму стратегиясы зерттеледі.

Зерттеу барысында туризм индустриясын ұйымдастыруының басымды бағыттары белгіленді; туризм индустриясын дамыту шараларының артықшылықтары мен кемшіліктері көрсетілді; аталған саланың өңірдегі кәсіпкерліктің бәсекелестік артықшылықтарын сипаттайтын детерминанттар жүйесі анықталды.

Аймақтық деңгейде кластерді дамытудың негізгі бағыттары анықталды: кластерді институционалдық дамытуға көмек; кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруына бағытталған жобаларды қолдау механизмдерін дамыту; кластердің дамуына қолайлы жағдай жасау.

Аймақтық деңгейде туризмді дамыту стратегиясын жүзеге асыруға ұсыныстар берілді – рекреациялық және инвестициялық тартымдылығы жоғары мүмкіншілігі бар аймақ ретінде дамыту. Туристік индустрияны қалыптастыру облыстың даму стратегиясының механизмдерінің бірі болады.

Түйін сөздер. Туризм, қонақжайлық индустриясы, кластер, Қазақстан

DOI: <https://doi.org/10.32523/2079-620X-2018-3-50-55>

Кіріспе. Қазақстан Республикасының даму стратегиялық жоспарында туризм бөлек кластер және экономикалық дамудың ұлттық басымдыққа ие саласының бірі ретінде қарастырылады, сондай-ақ ол - ел экономикасы әртараптануының негізгі драйвері.

Біздің ел өзінің кең ауқымымен географиялық орналасу тұрғысынан Еуропа мен Азияның сауда қатынасы ортасында тиімді жолда орналасуы, қазіргі таңға дейін сақталған бай мәдени-тарихи мұрасы мен дәстүрарқасында туризмді сәтті дамыту үшін барлық негіздерге ие.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасында алты мәдени-туристік кластер құру қарастырылған:

1. «Астана –Евразия жүрегі» – Астана қаласы негізінде;
2. «Алматы – Қазақстанның еркін мәдени аймағы» – Алматы қаласы мен Алматы облысы аудандарын біріктіретін кластер;
3. «Алтай інжуі» Шығыс Қазақстан облысының солтүстік және шығыс бөліктерінен тұрады. Кластер орталығы Өскемен қаласы болады;
4. «Ұлы Жібек жолын жаңғырту» Қызылорда облысының орталық және шығыс бөлігін, Оңтүстік Қазақстан облысының оңтүстік-шығыс және солтүстік-батыс бөлігін және Жамбыл облысының оңтүстік-батыс бөлігін қамтиды;
5. «Каспий қақпасы» Маңғыстау облысын толықтай және Батыс Қазақстан мен Атырау облысының аудандарын қамтиды. Кластер орталығы Ақтау қаласы болады;
6. «Табиғат пен көшпелі мәдениет бірлігі» Ақмола және Қарағанды облыстарын, Солтүстік Қазақстан облысының оңтүстік-батыс бөлігін және Павлодар облысының батыс бөлігін қамтиды. Кластердің орталығы Бураба» курорттық аймағы болады.

Тұжырымдама туристік кластердің болашағы зор аудандарында кәсіпкерлік қызметті дамытуға көмектесуді қарастырады.

2025 жылға қарай туризм саласы ұлттық экономиканың бірден бір құраушы негізі болуы тиіс, оның ЖІӨ-дегі үлесі 8% дейін өсуі қажет (2016 жылы - 0,9%) [1].

Мақсат. Зерттеу жұмысының мақсаты туризмді дамыту стратегиясын аймақтық деңгейде анықтау (қонақжайлық индустриясы мысалында) болып табылады.

Міндеттер. Осы үшін келесідей мәселелердің шешімі қарастырылды: қонақжайлық индустриясы кәсіпорыны позициясын бағалау; кәсіпорын қызметінің даму болашағын бағалау; аймақта қонақжайлық индустриясын дамыту стратегиясы бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Қолданған әдістер. Зерттеу барысында маркетингтік талдау әдістері қолданылды: сауалнама және интервью, статистикалық талдау әдістері.

Талқылау және нәтижелер. Біз Ақмола облысы үлгісінде Қазақстанның туризмі мен қонақжайлылық индустриясын дамыту жағдайында мемлекеттік билік және жергілікті өзін-өзі басқару органдары жүзеге асыратын [2] кластерлерді дамытуға жәрдемдесудің негізгі бағыттарын қарастырдық.

Аудандағы туризм стратегиясының басты мақсаты – қазақстандық және шетелдік тұтынушыларға қызмет етуге кең мүмкіндік беретін жоғары тиімділікке ие туристік кешен құру. Бұл туристік индустрия кәсіпорындары мен ұйымдарының қызметі нәтижелерінің тиімділігін арттыру, ресурстарды (материалдық, қаржылық, кадрлық, ақпараттық) тиімді бөлу, сондай-ақ жаңа технологияларды, жүйелер мен осы қызметке байланысты үрдістерді қолдану және құру циклін қысқарту. Стратегиялық мақсаттар өзара байланысты және олардың әрқайсысы аудан экономикасымен туризм индустриясы арасында қарым-қатынас орнату тұрғысынан жеке маңызға ие.

Аймақтық деңгейде туристік индустрияны дамытудың келешек мүмкіндітері барлық тараптарды қамтитын және даму мақсаттарына қол жеткізу үшін жағдай жасау үшін кәсіпкерліктің өзара байланысты салаларының біртұтас жүйесін құруды және дамытуды қамтамасыз етуі тиіс.

Қонақжайлылық индустриясында ұйымдар мен кәсіпорындардың позицияларын бағалау үшін, біздің ойымызша, стратегиялық топтардың әдіснамасын пайдалануға болады [5, 463 б.]. Бұл кәсіпорынға осы саладағы бәсекелестікті жалпы бейнесін көруге және сыртқы жағдайлар өзгерген жағдайдағы ұйымдардың бәсекелестік позициясын болжауға мүмкіндік береді. Ақмола облысы нарығында қонақжайлық ұйымдарының қызметін бағалау үшін стратегиялық топтардың әдіснамасын пайдаланамыз. Ол үшін стратегиялық топтардың картасын құру мақсатында келесі сипаттамаларды таңдаймыз: баға, комиссия, ұсынылатын қызметтер жиынтығы (О - орналастыру, Т - тамақтану, К - көлік, С - клиенттің өтініші бойынша сервис, СС – клиенттің ескертуінсіз қызмет көрсету).

Бәсекелес фирмалар қай қызметке машықтанған, нарық түрімен жиынтықта осы сипаттамаларды балдық бағалай отырып, стратегиялық топтар картасын құруға болады (1 кесте).

1-кесте

Ақмола облысының қонақжайлық ұйымдарының негізгі сипаттамалары

Сипаттамалар	Қонақжайлық ұйымдары				
	1 топ	2 топ	3 топ	4 топ	5 топ
Баға, доллармен	600-700	700-800	800-900	900-1000	от 1000
Комиссиялар	төмен	төмен	орташа	жоғары	жоғары
Қызмет, тауар, жұмыс кешені (баллдар)	2 (О, Т)	3 (О, Т, С)	3 (О, Т, К)	4 (О, Т, К, С)	4 (О, Т, К, С, СС)
Нарық	жергілікті	аймақтық	аймақтық	ұлттық	халықаралық
Ескерту: Қонақжайлылық индустриясының нарығын зерттеу негізінде					

1-кестеде келтірілген деректерді пайдаланып, аталған ұйымдарды топтаймыз:

I - жергілікті нарықта жұмыс жасайтын және табысы төмен тұтынушыларға бағытталған ұйымдар (мотельдер, лагерьлер және т.б.). Клиенттеріне орналасу және тамақтану қызметін ұсынады;

II - аймақтық нарықта жұмыс жасайтын және орташадан төмен табысты тұтынушыларға бағытталған ұйымдар («Светлый» пансионаты, «Пансионат «Жумбақтас» ЖШС, «Көкшетау қонақ үйі» ЖШС, «Достық» қонақ үй кешені және т.б.), клиенттеріне шағын ыңғайлылыққа ие орналасу және тамақтану қызметін ұсынады;

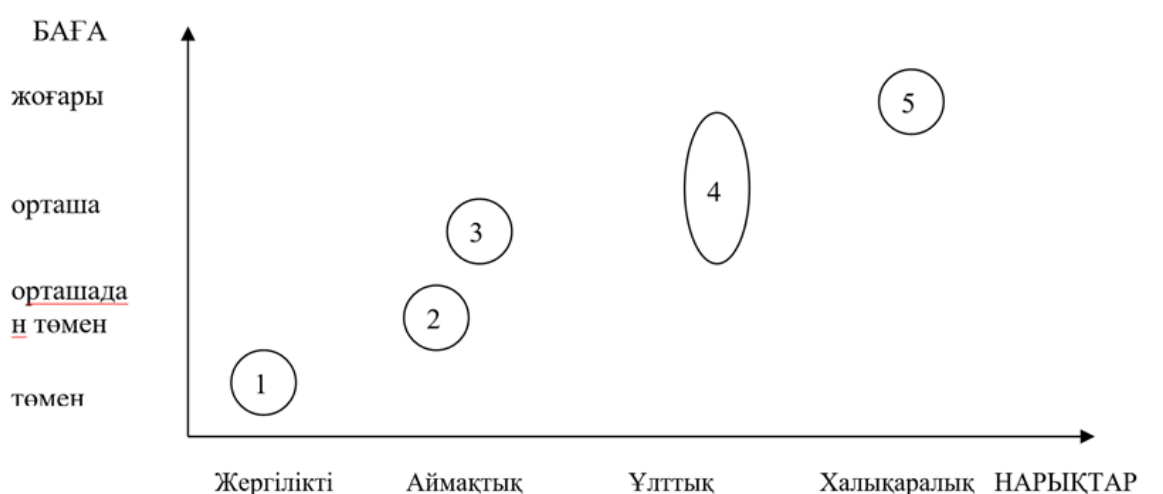
III - аймақтық нарықта жұмыс жасайтын және орташа табысты тұтынушыларға бағытталған ұйымдар («АқЖелкен» пансионаты, «Ақмолатурист» АҚ, «Полет Бурабай» демалыс базасы, «Евразия» пансионаты, «Теремок» отелі және т.б.), клиенттерінің өтінішіне орай шағын сервис, орналасу және тамақтану қызметін ұсынады;

IV - ұлттық нарықта жұмыс жасайтын, орташа және жоғары табысты тұтынушыларға бағытталған ұйымдар («Санаторий «Оқ-Жетпес» АҚ, «Санаторий «Зеленый Бор» ЖШС және т.б.), келесідей қызметтер ұсынады: О, Т, К, С;

V – ұлттық және халықаралық нарықта жұмыс жасайтын және жоғары табысты тұтынушыларға бағытталған ұйымдар («Санаторий «Оқ-Жетпес» АҚ, ОАО «Щучинский санаторий» («Жерұйық»), «Самал» отелі және т.б.), келесідей қызметтер ұсынады: О, Т, К, С, СС.

Осыған байланысты барлық ұйымдар тек III-V тобының қонақ үйлері жетекші орын алады деуге болады, өйткені олар қызметтердің толық жиынтығын ұсынады, орташа табысты тұтынушылармен жұмыс істейді, туристік агенттіктерге жоғары комиссиялар ұсынып, табысы төмен клиенттерді тарту үшін мүмкіндігінше бағаларды төмендетеді.

Осы мәліметтер негізінде стратегиялық топтар картасын құруға болады (сурет 1), келесідей шартты мәндер қолданып: «мотелдер» - 1, «Светлый» - 2, «Евразия» - 3, «Евразия-Делюкс» ЖШС - 4, «Оқ-жетпес» - 5.



1-Сурет – Стратегиялық топтар картасы

Тұтынушылардың бәсекеге қабілеттілігін талдай отырып, біз «Евразия-Делюкс» ЖШС-нің мысалында орташа табысты тұтынушылардан табысы жоғары тұтынушылар деңгейіне көшу үрдісі ретінде көре аламыз. Егер біз бәсекелестікті ауыстыру қызметтерін қарастыратын болсақ, ұйымдар ұқсас қызметтерге назар аударып, бағасын, жаңалығын және сапасы есебінен өз өнімдерін жақсартуы керек.

Бұрынғы зерттеулердің нәтижесі бойынша [4] Ақмола облысында туризмді одан әрі дамыту инфрақұрылымды дамытуды, кәсіпкерліктің осы саласына қатысты саясатты қайта қарауды, қызметтерді дамыту үшін коммуникациялық құралдарды пайдалануды талап етеді, бұл кешенді дамуға мүмкіндік береді.

Зерттеу нәтижелері Ақмола облысында туризм және қонақжайлылық индустриясын қолайлы жағдайларда дамыту перспективалары бар екенін көрсетті. Сонымен қатар, аймақтағы қонақжайлылықтың кәсіпкерлік кешенін құру меншік иелерінің жеке жауапкершілігін және жаңа бизнеспен бірге жүретін жеке тәуекелді көздейтіндігін ескеру қажет. Оларды дамыту және ұзақ мерзімді перспективада өсуі нарықтық өзгерістерді алдын-ала болжау және олардың ұйымдастырушылық құрылымын клиенттердің қажеттіліктеріне бейімдеуге байланысты.

Аймақта қызмет етуші субъектілердің қызығушылықтарын тұтас біріктіретін экономикалық байланыстар жүйесін құру қажет. Ол үшін ынталандыру, қаржыландыру және логистикалық жүйелерін пайдалануға болады. Осылайша, жергілікті салық бөлігіндегі салық жеңілдіктері мүмкіндіктері олардың орналасқан жеріне белсенді көмек көрсететін субъектілерге ең қолайлы халықты көрсетуге мүмкіндік береді.

Мемлекеттік және жергілікті билік органдарының қолдауымен шетелдік және қазақстандық инвесторларды тартуға болады. Бұл салада қонақжайлық индустриясын дамытуды жеделдету үшін екі қор көзі ұсынылады: сыртқы және ішкі инвестициялар. Ішкі инвестицияларды ынталандыру әдістері аумақтың ішкі әлеуетін (табиғи ресурстар, өндіріс, көлік, байланыс, еңбек) жандандырумен байланысты.

Осыған байланысты өңірлік дамуды реттеудің ықтимал әдістеріне мыналар жатады: тікелей мемлекеттік реттеу, кәсіпкерліктің осы саласын ынталандыру және шағын және орта бизнесті нығайту.

Ақмола облысындағы қонақжайлылық индустриясын талдау республикалық көрсеткіштермен салыстырғанда оның өсу қарқыны төмен екенін көрсетті [6]. Алайда, бұл қызмет көрсету кешені бәсекелестік артықшылықтардың детерминанттары, ұсынылған өнімдердің саралануы және биліктің тиісті мемлекеттік қолдауымен одан әрі дамыту үшін қажетті айнымалылармен сипатталады.

Тәжірибе көрсеткендей, Ақмола облысында кәсіпкерліктің осы саласын дамытуды үйлестіретін кез-келген ұйымды бөліп шығару мүмкін емес. Қонақжайлық индустриясының барлық ұйымдары мен кәсіпорындары өз бетінше жұмыс істейді. Олардың қызметі әрқашан аумақтың мүдделеріне сәйкес келмейді. Бұл келіспеушілік, бір жағынан, еңбек ресурстарына қажеттілікті, қаржы ресурстарын пайдалануды анықтауда, ал екінші жағынан, аумақтық ынтымақтастық жағдайында, өнімді емес саланы дамыту және т.б. сияқты көрінеді. Осы сервистік кешенді дамыту стратегиясын әзірлеу кезінде экономикалық және әлеуметтік аспектілерді есепке ала отырып, кәсіпорындардың, салалардың және аумақтардың мүдделерінің дәйектілігі болуы керек. Осылайша, өңірдің біртіндеп дамуы жұмыс орындарының санын ұлғайту және келушілер үшін тиісті инфрақұрылымды дамыту мақсатында қаралады. Және тағайындалған пункттің инфрақұрылымын басқа салалардан пайда алуға мүмкіндік беретін етіп ұйымдастыру қажет.

Осыған байланысты, біздің ойымызша, қонақжайлылық индустриясын дамытудың келесі стратегиясын ұсынуға болады: аумақтың параллель дамуы рекреациялық және инвестициялық тартымдылық орны бар. Дәстүрлі модельдерден айырмашылығы, бұл опция ірі бастапқы инвестицияларды талап етпейді, бірақ аймақ дамып келе жатқан, соның ішінде шағын және орта кәсіпорындарға қаржы ресурстарын бірге-бірге құюды көздейді.

Бизнестің осы саласының кәсіпорындары мен ұйымдарының, қонақжайлылық индустриясының субъектілерінің мүмкін болатын іскерлік белсенділігінің болжамды құндылықтарын зерттеу олардың өсуін көрсетті. Тиісінше, өнімнің (қызмет көрсетулердің, тауарлардың, жұмыстардың) күтімі мен жеткізілуі артады [6]. Демек, қонақжайлылық индустриясында тікелей және жанама жұмыс істейтін кәсіпорындардың саны өсіп келеді.

Келушілердің санының артуы жергілікті билік органдарын қонақжайлық индустриясының кәсіпорындары мен ұйымдарын дамытуға және қолдауға ынталандырады. Кәсіпкерліктің әртүрлі кәсіпкерлік қызметтің осы саласының қызметтері, жұмыстары мен тауарлары әртараптандырылған және дамыған салалары бұған жауап береді. Қонақжайлық индустриясының субъектілерінің түрлі санаттары бойынша аймаққа қызығушылықты арттыру осы саланың элементтерін дамытумен бірге жүруі керек. Дамудың басында аймаққа адамдарды жеткізу бойынша жетекші көлік автокөлік желісі болады, өйткені басқа көлік құралдары жақсы дамымаған. Осыған байланысты, аймақта мамандандырылған автомобиль турларының дамуын ұсынуға болады.

Алдында зерттелгендей [3], аймақтағы туризмді дамытумен қатар аймақтың экономикасына, өңдеу және қызмет көрсететін кәсіпорындарға да инвестициялар өсуде.

Бұл үшін барлық жағдайлар бар: туризмнің дамуын ынталандыратын «Бурабай» арнайы экономикалық аймағының болуы; Астана қаласының және Бурабай ЕЭА есебінен шағын бизнестің дамуы және сату нарығын ұлғаюы. Осы кезеңде Ақмола облысының қонақжайлылық индустриясы нарығында алға жылжу мәселелерін шешу маңызды. Ол үшін белгілі және тартымды аумақтардың деректерін білдіру үшін маркетингтік коммуникация құралдарын пайдалану қажет. Бұл маңызды рөл әр түрлі жарнамалық буклеттер мен жарнамалардың, әсіресе интернетте, шығарылуы мүмкін. Бұдан басқа, қонақжайлылық индустриясын дамыту үшін табысты қаржы және стратегиялық бағытты қамтамасыз ететін әкімшілік әдістерді қолдану қажет. Бұл үшін біз осы бағытта аймақтың дамуына арналған үйлестіруші орган қажет. Аймақтағы тартымды жерлердің дерекқорын құрып, келуге болатын ең қызықты орындармен бірге бірнеше туристік бағыттарды анықтау маңызды.

Кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және олардың өзара іс-қимылының тиімділігін арттыруға бағытталған жобаларды қолдау тетіктерін әзірлеу. Атап айтқанда, туристік кластерді дамытудың шарты ретінде инвестициялық қызметті ынталандыру тәсілдерін құру.

Алға қойылған мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізу мынадай басым бағыттарды іске асыру арқылы жүзеге асырылады:

- туристік кластердің инвестициялық тартымдылығын арттыру үшін жағдай жасау;
- сыртқы экономикалық қызметті дамыту;
- инвестициялық инфрақұрылымды дамыту;

- жарнамалық және көрме қызметі;
- кадрларды даярлау және қайта даярлау.

Кластерлік бастамаларға қаржылық және мүлікті қолдау құралдарын пайдалануды арттыру мақсатында атқарушы органдар мынадай тетіктерді пайдалануды қамтамасыз етуі тиіс:

- кластерлік көзқарасты орталық деңгейде әзірленген салалық және салалық даму стратегиясына, сондай-ақ мемлекеттік және ведомстволық мақсатты бағдарламаларға, аумақтық даму схемаларына интеграциялауды қамтамасыз ету;

- шағын бизнес субъектілеріне орта кәсіпкерлікке мемлекеттік қолдау көрсету тетіктерін тарату;

- қосалқы мердігерлік тетіктерді дамыту бойынша шаралар әзірлеу және құндылықтар тізбектерін жетілдіру мақсатында отандық кәсіпорындар мен ұйымдардың сапа менеджменті жүйесін енгізуге жәрдемдесу;

- инновациялық және кәсіптік білім беру саласындағы мемлекеттік-жекеменшік серіктестік жобаларына қолданбалы зерттеулердің бәсекеге қабілетті қолдау тетіктерін әзірлеу, кластерлік жобаларды дамытудың алғышарттарын қамтамасыз ету.

Туристік кластерді құру жөніндегі іс-шараларды іске асыру республикалық бюджет, жергілікті бюджеттер, облыстың мүдделі кәсіпорындарының және ұйымдарының меншікті қаражаттары есебінен, банктік заемдар, шетелдік инвесторлардың қаражаттары, басқа да көздер есебінен қамтамасыз етілуі мүмкін.

Жобаларға салынатын инвестициялар мынадай қаржы құралдарын пайдалану арқылы жүзеге асырылуы мүмкін: банктік заемдар, лизинг, концессия, займдар, кәсіпорындардың құрылуы, инвестициялық қорларды құру.

Кластердің дамуына қолайлы жағдайлар жасауды қамтамасыз ету, соның ішінде: кәсіптік білім беру жүйесінің тиімділігін арттыру; инфрақұрылымды дамытуға бағытталған мақсатты инвестицияларды енгізу; салық жеңілдіктерін беру; әкімшілік кедергілерді азайту.

Қорытынды. Бұл бизнестің құрамдас бөліктері арасындағы функционалдық айырмашылықтарға қарамастан, олар бір-бірімен ғана емес, сонымен бірге бүкіл аймақтың әлеуметтік-экономикалық жағдайына өзара ықпалдасады. Туризмді дамыту стратегиясына сәйкес, Ақмола облысы жергілікті тұрғындар, бизнесмендер мен туристер үшін бастапқыда дамиды. Туристік саланы қалыптастыру аймақтың стратегиялық даму механизмдерінің бірі болады.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасы: Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 30 маусымдағы қаулысы № 406 [Электр. ресурс]. - URL: <http://www.adilet.zan.kz/docs/P1700000406> (Дата обращения: 10.09.2018)
- 2.Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации. Минэкономразвития России от 26.12.2008 г. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.economy.gov.ru>. - 2009, 28 июля. (Дата обращения: 28.07.2009)
3. Раимбеков Ж.С., Кыдырбекұлы Д.А. Повышение инвестиционной привлекательности и потенциала кластерной системы в туризме // Вестник КазНУ имени Аль-Фараби. Серия экономическая. - 2013. - № 6. - С.88-94.
4. Сыздықбаева Б.У., Раимбеков Ж.С. Исследование стратегии индустрии гостеприимства на региональном уровне для содействия развитию туристического кластера // Китайско-Казахстанское сотрудничество в рамках проекта «Один пояс – Один путь»: Сб. матер. Евро-Азиатского форума экономики и политики. – Шэньян, 2017. – С.13 – 19.
5. Школа И. М., Ореховська Т. М. Менеджмент туристской индустрии: Учеб. пособие. - Черновцы: Книги - XXI, 2005. - 596 с.
6. Raimbekov Zh., Syzdykbaeva B. and etc. Forecast Indicators and Priorities of the Tourism Industry: A Study of Akmola Region, Kazakhstan // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2015. - Vol. 6. - No.6 - P.386-394.

Б.У.Сыздықбаева, Ж.С. Раимбеков

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Кластерная политика развития туризма на региональном уровне

Аннотация. В статье исследуется состояние развития индустрии туризма в Акмолинской области Казахстана как одного из территориальных сегментов казахстанского туристического кластера.

В ходе исследования установлены приоритетные направления организации индустрии туризма,

преимущества и недостатки развития индустрии туризма, система детерминантов, определяющих конкурентные преимущества данной сферы предпринимательства в регионе.

Выявлены основные направления содействия развитию кластеров на региональном уровне: содействие институциональному развитию кластеров, развитие механизмов поддержки проектов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий, обеспечение формирования благоприятных условий для развития кластеров.

Предложены рекомендации по разработке стратегии развития туризма на региональном уровне - параллельное развитие территории как места с рекреационной и инвестиционной привлекательностью. Формирование туристской индустрии станет одним из механизмов стратегического развития области.

Ключевые слова. Туризм, предпринимательство, кластер, Казахстан.

B.U. Syzdykbayeva, Zh.S. Raimbekov

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Cluster-based policy tourism development at the regional level

Abstract. The article examines the state of development of tourism industry in the Akmola region of Kazakhstan, as one of the territorial segments of the Kazakhstan tourist cluster.

The study identified priority areas to organize tourism industry; advantages and disadvantages of development of tourism industry; a system of determinants determining the competitive advantages of this area of entrepreneurship in the region.

Main directions for promoting the development of clusters at the regional level are identified: support for institutional development of clusters; development of support mechanisms for projects aimed at improving competitiveness of enterprises; ensuring buildup of favorable conditions for the development of clusters.

Recommendations are proposed for creation of tourism development strategy at the regional level — concurrent development of the territory as a place with recreational and investment attractiveness. The formation of tourism industry will be one of the mechanisms for strategic development of the region.

Keywords. Tourism, entrepreneurship, cluster, Kazakhstan.

References

- 1 Qazaqstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2023 zhyлга deingi tuzhyrymdamasy: Qazaqstan Respublikasy ukimetinin 2017 zhyлgy 30 mausymdagy qaulysy № 406 [Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan until 2023] [Electr. resour.]. Available at: <http://www.adilet.zan.kz/docs/P1700000406> (Accessed: 10. 09.2018)
2. Metodicheskie rekomendatzii po realizatzii klasternoi politiki v subektah Rossiiskoi Federatzii. Mineconomrazvitiya Rossii 26.12.2008 g. [Electronnii resurs]. Available at: <http://www.economy.gov.ru>. - 2009, 28 iyulya (Accessed: 28.07.2018).
3. Raimbekov Zh.S., Kydyrbekuly D.A. Povyshenie investitsionnoi privlekatelnosti i potentsiala klasternoi sistemy v turizme [Increasing the investment attractiveness and potential of the cluster system in tourism], Vestnik KazNU imeni Al-Farabi. Seriya ekonomicheskaya [Bulletin of the Al-Farabi KazNU. Economic series], (6), 88-94(2013).
4. Syzdykbaeva B.U., Raimbekov Zh.S. Issledovanie strategii industrii gostepriimstva na regionalnom urovne dly sodeistviya razvitiyu turisticheskogo klastera [Research of the hospitality industry strategy at the regional level to promote the development of the tourism cluster], Kitaisko-Kaakhstanskoe sotrudnichestvo v ramkah proekta «Odin poyas – odin put: Sb. mater. Evro-Aziatskogo foruma ekonomiki i politiki [Chinese-Kazakhstan cooperation in the framework of the project “One Belt - One Way”: Collection of materials of the Euro-Asian Economic and Political Forum]. Shenyang, 2017. P.13 – 19.
5. Shkola I.M., Orehovska T. M. Menedzhment turistskoi industrii: Ucheb. Posobie [Tourism Industry Management: Tutorial] (Knigi- XXI, Chernovtzi, 2005, 596 p.).
6. Raimbekov Zh., Syzdykbaeva B. and etc. Forecast Indicators and Priorities of the Tourism Industry: A Study of Akmola Region, Kazakhstan, Mediterranean Journal of Social Sciences, 6(6), 386-394(2015).

Авторлар туралы мәлімет:

Сыздықбаева Б.Ұ. – э.ғ.д., «Туризм» кафедрасының профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Раимбеков Ж.С. - э.ғ.д., «Экономика» кафедрасының профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Syzdykbayeva B.U. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Tourism, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Raimbekov Zh.S. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Economics, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.