

на возникновение государственной молодежной характеризуется развитием процессов политики и состояние нормативно-правовых, социально-экономических и организационных мероприятий.

Общественная стабильность, межнациональное и межконфессиональное согласие в обществе в определенный период или для единого времени особо важно, причем в первую очередь необходимо для будущего.

Молодежное крыло приняло участие в организации на реализацию государственной этнополитики, укрепления национального единства и формирования, обеспечение общественного согласия и стабильности, государственных и гражданских институтов общества в сфере межэтнических отношений, взаимодействия, активизацию, прежде всего, государственных учреждений, регионов и национальных культурных центров, конфессий.

Ключевые слова: этнокультурные объединения, культура, этнополитика, общество, нации, молодежное крыло.

TLEUMURZIN, A.A., NURMAGAMBETOVA, L. I

FORMATION AND INSTITUTIONALIZATION OF YOUTH WINGS OF ETHNO-CULTURAL ASSOCIATIONS IN KAZAKHSTAN

In this article ethno-cultural associations by formation the institutional youth are considered. Legislative systemic positions of the formation of the state youth policy at the national level, in connection with this, the improvement of the institutions of youth policy and youth in the socio-political processes of full participation. The capital of the youth in the structure of the population constitutes a socio-demographic group. The reason for the emergence of the state youth is characterized by the development of policy processes and the state of regulatory, legal, socio-economic and organizational arrangements.

Public stability, interethnic and interfaith harmony in society in a certain period or for a single time is especially important, and first of all it is necessary for the future.

The youth wing took part in the organization for the implementation of state ethnopolitics, strengthening of national unity and formation, ensuring public harmony and stability, state and civil society institutions in the sphere of interethnic relations, interaction, activation of state institutions, regions and national cultural centers, confessions.

Keywords: ethno-cultural associations, culture, ethnopolitics, society, nations, youth wing.

УДК 338.48

Карамурзина, Ж.М.,

студентка 4 курса «Туризм», КГПУ

Панияз, А.П.,

старший преподаватель кафедры теории и практики физической культуры, спорта и туризма, магистр географических наук, КГПУ, г. Костанай., Казахстан

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА В КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье рассматривается стратегия развития туризма в области, которая базируется на понимании социально-экономической необходимости приоритетного развития туристского кластера как важного экономического инструмента, обеспечивающего приток финансовых поступлений в областной бюджет, способствующего росту занятости населения, позитивно влияющего на развитие многих отраслей экономики, прямо или косвенно связанных с туристским бизнесом. Особенностью кластерного подхода в туристской деятельности является то, что достигнутая одной или несколькими фирмами высокая конкурентоспособность имеет свойство распространяться на ее маркетинговую микросреду: поставщиков, конкурентов, посредников и потребителей. В настоящее время система кластера туризма по-прежнему разви-

вается по мере того, как туристская инфраструктура не полностью сформирована. Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта туристского кластера. Создание уникальной туристической индустрии, отвечающей современным требованиям, формирует конкурентоспособные туристические продукты и успешно развивает внутренний и въездной туризм. Тема статьи заключается в исследовании туристической направленности по регулированию туризма на основе кластерного подхода. Научная новизна заключается в разработке и обоснование теоретических и методологических положений, позволяющих использовать кластерный подход к исследованиям и поддержке развития туризма в области. Практическое значение заключается в том, что основные результаты исследования могут быть использованы в качестве теоретической основы для новых исследований в области управления по туризму. Практическая значимость результатов может заключаться в использовании рекомендаций, представленных в разработке программ развития туризма.

Ключевые слова: туристическая отрасль, туристский кластер, концепция туристского кластера, особенности применения кластерного подхода в туристской сфере деятельности, характеристика туристского кластера.

1. Введение

Кластеры – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных предприятий и организаций, конкурирующих между собой, но вместе с тем дополняющих друг друга и ведущих совместную работу в определенных областях бизнеса. Кроме того, функционирование кластеров обеспечивается участием в их деятельности компаний, оказывающих финансовые, банковские и иные посреднические услуги, а также университетов и научно-исследовательских институтов. Портер (1993).

Туристский кластер представляет собой взаимодействие организаций различных сфер деятельности. В структуру кластера входят субъекты туристской индустрии (турфирмы, турбазы, гостиницы), транспортные (автовокзалы, автобусные парки, служба такси), медицинские (больницы, поликлиники, медицинские центры), образовательные (вузы, ссузы), финансово-кредитные (банки, фонды) и другие организации. Все они в совокупности образуют единый комплексный туристский продукт области. Казахстанская туристская ассоциация (электронный ресурс).

Каждый кластер рассматривается в разрезе следующих ключевых характеристик:

- географическая концентрация и взаимосвязи участников;
- кооперация и конкуренция между фирмами кластера;
- доступ к качественным факторам производства;
- близость к рынкам сбыта продукции;
- инновационность;
- соответствующие институциональные предпосылки. Марков (2010).

Конфигурация туристского кластера, по С. Нордин, представляет (рис. 1):

- комплекс туристских ресурсов, привлекающих некоренных жителей территории;
- концентрацию компаний, направленных на удовлетворение туристского спроса: рестораны, сектор размещения, транспортные услуги, ремесла и туристские агентства и т.д.;
- сектора и производства, направленные на поддержку туристских услуг;
- экологически чистую и дешевую инфраструктуру (дороги, топливо, канализация, медицинское обслуживание);
- компании и институты, обеспечивающие необходимую квалификацию кадрам, информационную поддержку и финансовый капитал;
- внутренние агентства, организующие и внедряющие кластерную концепцию;
- государственные органы, регулирующие и координирующие структуры, влияющие на кластерные образования.



Рисунок 1 – Структура туристского кластера по С. Нордин. Митрофанова (2010)

Кластер является реальным механизмом сотрудничества в проведении совместной деятельности всех заинтересованных акторов (в нашем случае туристского инвайронмента) с целью реализации программ и планов, направленных на эффективизацию туристского направления в развитии города, области, региона. Рыжков (2008).

Кластеры функционируют в определённой экономической обстановке (среде) от которой во многом зависит их конкурентоспособность. Она показывает разное воздействие на кластеры, в одних случаях препятствуя их развитию, в других наоборот способствуя росту. Влияние экономической обстановки обусловлено действием четырёх сил – составных успеха в конкурентной борьбе. Они представлены графически в виде ромба как ромб конкурентных преимуществ М.Портера в соответствии с рисунком 2.

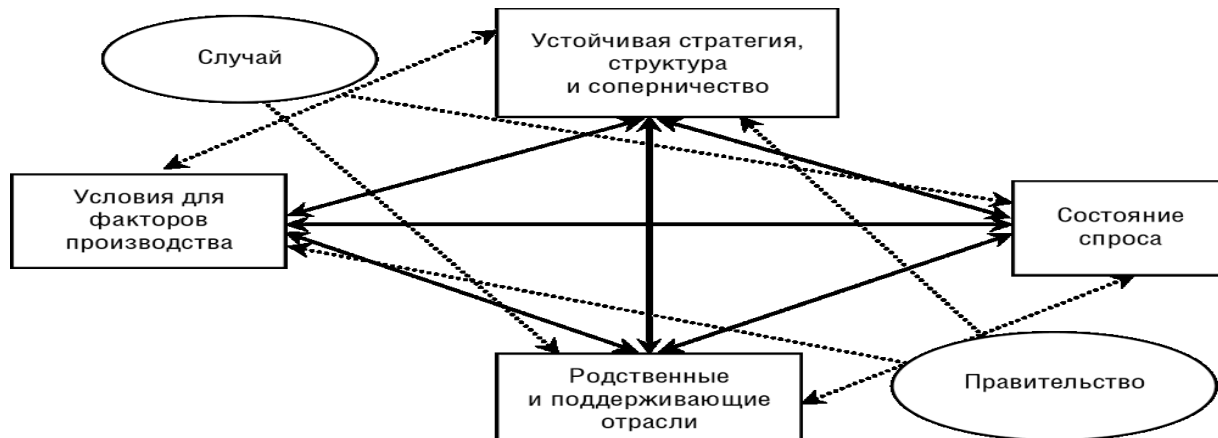


Рисунок 2 – Ромб конкурентных преимуществ М.Портера

Ромб образует следующие элементы:

- условие для факторов производства. Обеспеченность природными и культурными туристскими ресурсами, планирование устойчивого их использования, уровень развития туристской инфраструктуры, доступ к современным технологиям, а также капитальным и качественным трудовым ресурсам и пр.;

- состояние спроса. Количественные и качественные параметры спроса на туристский продукт: объём и сезонность туристских потоков, демографическое и социально-экономические характеристики туристов, страны (районы) их прохождения, туристские мотивации и поведение степень удовлетворенности, предложенным туристским продуктом, изначальная информация о туристском центре, образ туристской территории у посетителей и др.

- устойчивая стратегия структура и конкуренция, то есть общеэкономический контекст, в котором работают компании. Это условие входа на рынок и выхода из него, острота конкурентной борьбы и наличие у компаний согласованной стратегии ее ведения, экономическая политика, система налогообложения и др.;

- родственные и поддерживающие отрасли. Наличие (отсутствие) конкурентоспособных поставщиков и родственных отраслей. На эти детерминанты конкурентоспособности влияют две независимые силы: правительство и случай. Пилипенко (2005).

2. Материалы и методы

В статье применяются систематические методы, статистический анализ, логический и структурный анализ, обобщения и синтез, структурный и функциональный анализ. В частности, системный подход позволил рассматривать туристический кластер как открытую систему, состоящую из множества элементов – туристских компаний, специализированных поставщиков услуг и взаимодействующих продуктов друг с другом и во внешней среде.

Таблица 1 – Основные проблемы и тенденции развития туристской отрасли в Костанайской области

Основные проблемы	Тенденция развития
<p>Отсутствие развитой инфраструктуры туризма; низкий уровень гостиничного сервиса; снижение объемов туристских потоков; низкий уровень инвестиционной активности; материальная база объектов размещения, включая гостиницы, характеризуется степенью морального и физического износа; слабый уровень информационного сопровождения направленного на повышение привлекательности туристского имиджа города в процессе привлечения туристов; нежелание тур компаний города, работать по направлениям «въездной» и «внутренний» туризм, продвигать Костанай как туристское направление; низкая привлекательность объектов города для массового туризма; отсутствие развитой инфраструктуры туризма на природных территориях; несоответствие мест проживания для туристов международным стандартам; низкий уровень пропаганды и продвижения туристских маршрутов по культурно-историческим и природным местам на уровне области, республики; отсутствие развитой инфраструктуры туризма; материальная база объектов размещения, включая гостиницы, характеризуется степенью морального и физического износа; проведение мероприятий по внутреннему туризму.</p>	<p>Строительство объектов инфраструктуры туризма; за счет привлеченных, либо собственных средств создание условий для развития сети гостиниц, гостевых домов, кемпингов; формирование информационной базы инвестиционных проектов в сфере туризма и услуг, дорожного сервиса и инвестиционных предложений по созданию региональных туристских продуктов; строительство объекта инфраструктуры в недостающих районах; формирование и распространение информации о туристском потенциале города и области; создание условия для развития инфраструктуры туризма; улучшение качества обслуживания местами размещения; разработка и пропаганда туристских маршрутов; увеличение информационной доступности путем создания туристского контента; оказание поддержки субъектам малого и среднего бизнеса и создание благоприятных условий для их деятельности; развитие гостинично-сервисного комплекса и приведение его в соответствие с мировыми стандартами; выгодное географическое и коммуникационно-транспортное расположение нашего района создает предпосылки для налаживания международного сотрудничества, в частности с российскими партнерами; ограниченная готовность к оказанию новых видов услуг препятствуют эффективному использованию сильных сторон, что, как следствие, приводит к созданию незначительного количества рабочих мест. В этой сфере имеется много неиспользуемых возможностей.</p>

Предложения по развития туристических направлений в Костанайской области.

1. Развитие гастрономического туризма.

Гастрономический туризм – это знакомство с лучшими отечественными продуктами у которых есть все шансы стать национальными гастрономическими брендами, которые можно и нужно представлять на международном рынке, и которые могут стать мощным толчком для развития гастрономического туризма в своем регионе.

Задача гастрономического туризма: повысить культуру посещения ресторанов без повода, познакомить жителей города с лучшими проектами по комфортной цене, вторая – дать импульс для внутреннего туризма.

Способы осуществления: Сделать гастрономический фестиваль, приурочить к событийному туризму.

«Любой фестиваль – это праздник и развлечение, а гастрономический фестиваль – это еще и просвещение в гастрономическом плане, соприкосновение с культурой еды и питья.

Прежде всего, ресторан получает известность и так называемый отложенный спрос. Люди, познакомившиеся с ним на фестивале, еще не раз вернуться в течение года, при условии, что им понравилась концепция и ресторанное блюдо на фестивале.

Форматы гастрономических и ресторанных фестивалей с каждым годом эволюционируют в других странах и предлагают широкий выбор тематических событий, направленных на самую разнообразную аудиторию: от домохозяек и гурманов до шефов и инвесторов.

Пример осуществимости: проведение мастер-классов, выступлений шефов.

2. Развитие этнографического и этнического туризма.

Этнографическим туризм – это вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта и традиций народа, этноса, проживающего сейчас и проживающего когда-либо на данной территории.

Этнотуризм основан на интересе туристов к подлинной жизни народов, к ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством и культурой. В современном унифицированном мире человек стремится к самоидентификации, ищет и изучает свои этнические корни для того, чтобы почувствовать себя особенным, обладающим глубинной историей и собственными культурными традициями. А познание других культур и этнических особенностей позволяет ему составить целостную картину многогранного мира народов и народностей, уникальных в своей индивидуальности. Этнотуризм содействует более тесным связям, обменом представителями этих народов, включению их культуры в мировое культурное наследие.

Как правило, каждому желающему вместе с осмотром местных достопримечательностей, знакомством с национальными традициями предлагается занятия ремеслами, пешими или конными прогулками, оздоровительными мероприятиями, рыбалкой, общение с домашним скотом. Вы также может принять участие в традиционных праздниках и обрядах, попробовать блюда национальной кухни и приобрести в качестве сувениров предметы традиционного быта.

Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития этнографического 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 этнографического туризма в стране.

В последнее время наблюдается увеличение интереса иностранных туристов к туристским достопримечательностям Республики Казахстан. Обусловлено это явление, прежде всего, географическим положением республики, большим потенциалом в области организации туристских привлекательных маршрутов и т.д. Туристская привлекательность Казахстана

объясняется наличием уникальных природных зон и заповедников, историко-культурных достопримечательностей мирового уровня.

Этнический туризм может рассматриваться как одно из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства. Развитие этнического туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий.

3. Развитие охотничьего и рыболовного (трофейного) туризма.

Основной целью охотничьего и трофейного туризма является добыча трофейных животных (охота и рыбалка). Данный вид туризма постепенно развивается и входит в сферу деятельности охотничьих хозяйств области.

Спортивно-любительская охота наряду с основной целью – добычей дичи (часть которой становится товарной продукцией) развивает физическую подготовку и специальные навыки у спортсменов; на её основе развивается охотничий туризм.

Объектами спортивной охоты являются боровая, степная, водоплавающая и болотная дичь, заяц, лиса, волк, копытные звери. Научная охота ведется по заданиям исследовательских учреждений для изучения охотничьей фауны, болезней диких животных, охотничьего дела, краеведения (чучелами диких животных пополняются музеи и научные коллекции).

Способы осуществления: Фотоохота, охотничьи туры.

Районами с благоприятными условиями для развития охотничьего трофейного кластерного участка являются Алтынсаринский, Амангельдинский, Жангельдинский, Мендыкаринский, Наурузумский и Камыстинский районы Костанайской области, а также территория г. Аркалык. В указанных районах расположена большая часть охотничьих хозяйств. В охотхозяйствах области можно вести охоту на следующих животных и птиц: утку, гуся, лысуху, сурка, барсука, зайца, лису, волка, кабана, косулю.

3. Результаты и обсуждения

По мнению А. Ю. Александровой решающую роль в развитии индустрии туризма сегодня играют кластеры, как один из эффективных способов привлечения клиентов и повышения конкурентоспособности туристической отрасли экономики. Она считает, что складывающаяся в рамках экономических зон систему взаимосвязанных фирм, организаций и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения можно рассматривать как зарождающийся региональный туристический кластер. Александрова (2007).

Н. А. Пелевина считает, что туристический кластер является крупным самостоятельным межотраслевым хозяйственным комплексом, который лежит не в привычной вертикальной плоскости, а охватывает некое горизонтальное пространство, включающее предприятия и организации разной отраслевой принадлежности. Он представляет собой совокупность взаимосвязанных отраслей и производств региональной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность по удовлетворению потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий при рациональном использовании всех имеющихся туристических ресурсов региона. Пелевина (2008)

М. Портер «глобализирует» указанные предпосылки и отводит кластерам позитивную роль в улучшении предпринимательского климата, увеличении экспорта и привлечении инвестиций. Портер (1993) Т.В. Цихан выделяет экономическую роль кластеров как усилителя международной конкурентоспособности страны: «Для всей экономики государства кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка», отмечая также интеграционную функцию кластера, основанную на преодолении недостатка других форм интеграции: «центром кластера чаще всего, бывает несколько мощных компаний, при этом между ними сохраняются конкурентные отношения». Цихан (2003) А.А. Мигранян также отмечает позитивные факторы кластерного подхода, такие как: снижение трансакционных издержек, рост эффективности специализации производства за счет концентрации конкурентов, потребителей и поставщиков в одном хозяйственном пространстве; синтез синергических эффектов, основанных на всеобщей стандартизации продукции, эффекте масштаба и инновационном харак-

тере кластерного подхода (в основе построения наиболее развивающихся кластеров лежат наукоемкие новации); снижение совокупных затрат на разработку и внедрение новаций. Мигранян (электронный ресурс)

Современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- рациональное использование имеющегося природного потенциала региона;
- приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории;
- создание и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса на территории региона;
- демонстрация исторического, культурного и духовного наследия народов;
- формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;
- поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере;
- разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа региона как туристического региона;
- привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов;
- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристского бизнеса.

Общую направленность целей кластерной организации туристического хозяйства обуславливают принципы туристического кластера. Для туристического кластера определены следующие основополагающие принципы:

1. взаимопонимание и готовность к сотрудничеству всех участников процесса;
2. равноправие и паритетность всех участников конструктивного диалога;
3. добровольность выбора форм сотрудничества;
4. взаимное информирование и выполнение, принятых на себя обязательств, согласно хозяйственным договорам, заключаемым непосредственно между участниками кластера. Недосвитий (2010).

4. Вывод

На основании сделанного нами исследования, можно сделать вывод о том, что туризм в Республике Казахстан является приоритетным направлением. Индустрия туризма позволяет создать рабочие места гораздо быстрее и легче, чем другие отрасли региональной экономики. Развитие туризма создает отличные предпосылки сбалансированному развитию всей территории. Основной целью развития туризма в Казахстане является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, на базе которого будут обеспечиваться условия для развития отрасли как сектора экономики, интеграции в систему мирового туристского рынка и развитие дальнейшего международного сотрудничества в области туризма. Учитывая, что Казахстан обладает уникальным природным потенциалом, у страны есть все возможности для развития различных видов туризма: культурно-познавательного, экологического, экстремального, делового, оздоровительного и другие.

Наша работа позволяет сделать вывод о том, что создание туристского кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование положительного имиджа региона, что в целом создаст высоко интегрированные туристские предложения и конкурентоспособные туристские продукты.

Конкурентоспособность выступает тем фактором, который определяет место регионов в экономике Казахстана. Поэтому кластерный подход может стать эффективным инструментом стимулирования экономического развития регионов и страны в целом.

Развитие в определенных туристских кластерах с конкурентоспособным туристским бизнесом, которым занимаются профессиональные работники туризма, предлагающие привлекательные туристские продукты на внутреннем и международном рынках туризма в данном

направлении, способствует мощному и стабильному росту доходов от туристской деятельности для всех вовлеченных заинтересованных сторон – государства, бизнеса и работников.

Разработка и реализация кластерной политики является основой инновационного развития национальной экономики, ее модернизацией в соответствии с меняющейся конъюнктурой международного рынка.

В нашем исследовании мы выяснили, что кластер функционирует только в определенной среде, а именно в благоприятных условиях (политических, социо-культурных, экономических, природных), которые представляют собой совокупность внешних факторов, обеспечивающих конкурентоспособность туристских услуг. Благоприятные условия – это комплексное понятие и включает такие элементы, как ресурсы (природные, человеческие), научно-исследовательский потенциал, инвестиционный климат, проводимая на территории политика властей, характер конкуренции, уникальность производимой продукции и услуг, потребности местных потребителей, квалификация поставщиков, наличие связанных отраслей.

В результате проведенной нами работы можем сказать, что развитие кластеров в туризме способствует увеличению эффективности рынка туристских услуг и, таким образом, содействует росту благосостояния страны.

Ценность кластерной системы заключается в том, что она способствует специализации и активному экономическому развитию региона. Компании, работающие в условиях кластерной системы, используют современные технологии, повышают производительность труда и совершенствуют организационные методы управления и функционируют в виде взаимосвязей эффективной системы.

Следовательно, процесс создания туристского кластера можно представить в виде следующих этапов: исследования кластерного подхода и адаптация его особенностей к условию Казахстана, оценка потенциала кластерного развития в Костанайском регионе и его сочетания с имеющимися экономическими возможностями анализ основных препятствий, возникающих при его формировании, выявление опыта и использование этих результатов что было выявлено в работе. Также, были выявлены следующие направления развития по туризму в Костанайской области:

1. Развитие гастрономического туризма.
2. Развитие этнографического и этнического туризма.
3. Развитие охотничьего и рыболовного (трофейного) туризма.

В ходе исследования работы была изучена развития туристской отрасли в городах и районах, входящих в Костанайскую область.

В работе были составлены основные проблемы и тенденции развития туристской отрасли в Костанайской области.

Таким образом, задачи были решены в полном объеме, цель достигнута – выявить и охарактеризовать главные особенности, тенденции и перспективы развития туристского рынка, и обозначить шаги по созданию и развитию туристического кластера в Костанайской области.

Список литературы

Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования [Текст] / Александрова А. Ю. // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. – № 1. – С. 61.

Институциональные аспекты функционирования инновационного кластера [Текст] / Марков Л.С. // Менеджмент инноваций. – 2010. – № 4. – С. 292–301.

Мигранян, А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://subcontract.ru/Docum/DocuInShow_DocumID_171.html.

Митрофанова, А.В. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области): Автореф. дис... канд. геогр. наук. [Текст] / А.В. Митрофанова. – Калининград, 2010. – С. 150.

Недосвитий, И.В. Формирование стратегического развития туристической отрасли в регионе на основе кластерного подхода: автореф. дис... канд. экон. наук. [Текст] / И.В. Недосвитий. – Чебоксары: ФГОУ ВПО «Чебоксарский государственный университет им. И.Н. Ульянова», 2010. – С. 3.

Кластерный подход к обеспечению развития туристско-рекреационной сферы региона [Текст] / Пелевина Н. А. // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – СПб, 2008. – № 12(86). – С. 340.

Пилипенко, И.В. Конкуренентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы [Текст] / И.В.Пилипенко М. – Смоленск: Ойкумена, 2005. С. – 469.

Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. – М.: Международные отношения. – 1993 – С. 896.

Рыжаков, Е.Д. Финансовое обеспечение концепции кластерной стратегии развития экономики региона: теория и методология [Текст] / Е.Д.Рыжаков автореф. дис... д-ра экономич. наук / Е.Д. Рыжаков. – Казань, 2008. – С. 323.

Кластерная теория экономического развития / Т.В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – № 5.

Материал поступил в редакцию: 07.06.2018

КАРАМУРЗИНА, Ж.М., ПАНИЯЗ, А.П.

ҚОСТАНАЙ ОБЛЫСЫНЫҢ ТУРИСТІК КЛАСТЕРІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ БОЛАШАҒЫ

Мақалада аймақтағы туризмді дамыту стратегиясы туристік кластердің әлеуметтік-экономикалық дамуының қажеттілігін аймақтық бюджетке қаржы түсімдерінің келуін қамта - масыз ететін маңызды экономикалық құрал ретінде қарастырылған. Сонымен қатар, жұмыспен қамтудың өсуіне ықпал етуі, экономиканың көптеген секторларын туризмге тікелей немесе жанама байланысты дамытуға әсері айқындалған. Туристік қызметтегі кластерлік тәсілдің ерекшелігі – бір немесе бірнеше фирмалардың жоғары бәсекеге қабілеттілігі маркетингтік микроортаға: жабдықтаушыларға, бәсекелестерге, делдалдарға және тұтынушыларға таралу мүмкіндігі. Қазіргі кезде Қостанай облысындағы туристік инфрақұрылым толық қалыптаспағандықтан туристік кластер жүйесі әлі де дамуда. Туристік кластерді құрастыру мақсаты – Қостанай облысындағы туристік кластердің қалыптасу болашағын зерттеу. Заманауи талаптарға сай келетін туризмнің бірегей кешенін құру, ол бәсекеге қабілетті туристік қызметтер жүйесін қалыптастырады, отандық және сыртқы туризмді қарқынды дамытады. Зерттеу пәні – кластерлік тәсіл негізінде туризмді реттеу бойынша Қостанай облысының туристік бағыттарын зерттеу. Ғылыми жаңалығы Қостанай облысында туризмді дамытуға және зерттеуге кластерлік көзқарасты пайдалануға мүмкіндік беретін теориялық және әдістемелік ережелерді әзірлеу және негіздеу. Практикалық маңыздылығы – зерттеудің негізгі нәтижелері туризмді басқару саласында жаңа зерттеулер үшін теориялық негіз ретінде пайдаланылуы мүмкін. Нәтижелердің практикалық маңыздылығы – туризмді дамыту бағдарламаларын әзірлеу барысында келтірілген ұсыныстарды пайдалану.

***Мақаланың мәнін ашатын сөздер:** туристік сала, туристік кластер, туристік кластер тұжырымдамасы, туристік саладағы кластерлік тәсілді қолданудың ерекшеліктері, туристік кластердің сипаттамасы.*

KARAMURZINA, J. M., PANIAS, A. P.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST CLUSTER IN KOSTANAY REGION

The article considers the strategy of tourism development in the region, which is based on an understanding of the socio-economic need for priority development of the tourist cluster as an important economic tool, ensuring the inflow of financial revenues to the regional budget, contributing to the growth of employment, positively affecting the development of many sectors of the economy, directly or indirectly related to the tourist business.

The peculiarity of the cluster approach in tourism activity is that the high competitiveness achieved by one or several firms has the property to extend to its marketing microenvironment: suppliers, competitors, intermediaries and consumers. Currently, the tourism cluster system is still developing as the tourist infrastructure in the Kostanay region is not fully formed. The purpose of creating a tourist cluster is to

increase the competitiveness of the territory in the tourist market due to the synergistic effect of the tourist cluster. Creation of a unique tourism industry, which is responsible for modern requirements, forms competitive tourism products and successfully develops domestic and inbound tourism. Subject of research is to explore the tourist direction of Kostanay region in tourism regulation on the basis of cluster approach. Scientific novelty consists in the development and substantiation of theoretical and methodological provisions that allow using the cluster approach to research and support of tourism development in Kostanay region. The practical significance lies in the fact that the main results of the study can be used as a theoretical basis for new research in the field of tourism management. The practical significance of the results can be the use of recommendations presented in the development of tourism development programs.

Keywords: *tourism industry, tourist cluster, the concept of tourism cluster, especially the use of the cluster approach in the tourist area of activity, characteristic of tourist cluster.*

УДК 338.48

Гурская, И.Ф.,

*ст. преподаватель кафедры теории и практики
ФКСуТ, КГПУ, г. Костанай, Казахстан*

Колеснюк, Т.А.,

*студентка 4 курса,
КГПУ, г. Костанай, Казахстан*

МЕЖВУЗОВСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КГПИ С ПРИГРАНИЧНОЙ ТЕРРИТОРИЕЙ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА

Аннотация

В данной статье рассматривается межвузовское сотрудничество между КГПИ с приграничной территорией, как фактор развития экскурсионного туризма. В статье содержится краткий обзор договоров и соглашений между КГПИ и вузами Челябинской области. Приведены примеры туров для студентов Костанайской и Челябинской областей с учетом их предпочтений.

Ключевые слова: *сотрудничество, приграничная территория, экскурсионный туризм, межвузовское сотрудничество.*

1. Введение.

Экскурсионно-познавательный туризм давно выделился и стал самостоятельным видом туризма. Его основой является историко-культурный потенциал страны или региона, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Поездка может включать в себя и познавательные и рекреационные цели одновременно. Основа познавательного туризма – богатая экскурсионная программа, включающая осмотр достопримечательностей, памятников, музеев, уникальных природных объектов и явлений [1].

Культура является одним из ведущих элементов туристского интереса. Уровень культурного развития может быть применен для создания благоприятного имиджа региона. Элементы и факторы культуры, одним из которых считается экскурсионное обслуживание, могут являться каналами распространения информации о туристских возможностях местности. Достижение развития туризма зависит не только от материально-технической базы, отвечающей общественным стандартам и требованиям, но и от особенности национально-культурного наследия [2].

2. Материалы и методы.

При написании статьи и проведении исследования использовались такие методы, как анализ нормативно правовой базы сотрудничества КГПИ, синтез, анкетирование, математическая обработка данных и обзор литературных источников.