

МРПТИ 71.37.01

JEL F02

THEORETICAL ASPECTS OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT

G.U.Makenova

Ph.D. student,
Al-Farabi KazNU,
Almaty, Kazakhstan

M. Tuleubayeva

c.e.s., associate professor,
Eurasian Technology University,
Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose – Taking into account global changes in the global tourism industry, the rapid development of the tourism cluster and the cultural and tourist cluster as the new types of tourism are considered as a key mechanism for rapid economic growth. In addition, the development of the cultural and tourist cluster infrastructure seems to be a stimulus that affects the development of the cluster.

Methodology – In the course of the research, M.Sc. Porter, M. Enreuth., P. Rosenfeld, D. Dahman, A. Marshal, Russian scientists, Yu. Lavrikova, A. Migranyan, S. Valeeva, E. Shirikhina, comparing the main scientific views of the domestic scientists to defining the Concept of the Tourist Cluster, based on the works of O.Sabden, S.Espayev, K.Ualiev, G.Duisen.

At the same time, the Concept of Tourism Development in the Republic of Kazakhstan, State Program for Tourism Development under the State Program for 2025, theoretical aspects of cluster development based on UNWTO were studied.

Originality / Value – The author of the research explores the ways of applying the necessary methods, studying foreign experience of tourist cluster types. Identify the advantages and disadvantages of the tourist cluster.

Findings – The necessity of cultural-tourist cluster development with the formation of global changes at the end of the article.

Kazakhstan is at the new stage of social and economic modernization, so the implementation of the domestic strategy of joining the ranks of the 30 most competitive countries in the world. To achieve this goal, the creation of an innovative economy and the development of the non-extractive sector.

Keywords – tourism, cluster, cultural and tourist cluster, national cluster models, synergism, competition.

МӘДЕНИ-ТУРИСТІК КЛАСТЕР ДАМУЫНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Г.У.Макенова

Ph.D. студент,

Аль-Фараби атындағы ҚазҰУ
Алматы, Қазақстан Республикасы

М.К. Тулеубаева

э.ғ.к., доцент,

Евразиялық Технологиялық Университеті,
Алматы, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Зерттеу мақсаты – Әлемдегі жаһандық өзгерістерді ескере отырып, туризм саласының соңғы жылдарында туризм кластерінің қарқынды дамуы мен туризмның жаңа түрлері ретіндегі мәдени-туристік кластер материалдық сферадан материалдық емес сфераға көшуі экономиканың жылдам түрде өсуіне итермелейтін негізгі механизм ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, мәдени-туристік кластердің инфрақұрылымының дамуы, жалпы кластердің дамуына әсер етуші ынталандырушы құрал ретінде зерттелуі.

Әдістемесі - Зерттеу барысында шетелдік зерттеушілердің еңбектерінің негізінде М. Портер, М. Энрайт., С. Розенфельд, Д. Дахмен, А. Маршал, ресей ғалымдарынан, Ю.Г. Лаврикова, А. Мигранян, С. Валеева, Е. Ширихина, отандық ғалымдардан О.Сәбден, С. Еспаев, Қ. Уәлиев, Ғ. Дүйсеновтың еңбектеріне сүйене отырып, «Туристік кластер» тұжырымдамасын анықтауда мақсаты мен негізгі ғылыми көзқарастары салыстырылып қарастырылды.

Сонымен бірге, Қазақстан республикасының туризмді дамыту Тұжырымдамасы, Туризмді дамытуда Мемлекеттік 2025 жылға дейінгі Бағдарламасы, UNWTO деректері негізінде кластерлік дамудың теориялық аспектілері зерттелді.

Ерекшелігі/Құндылығы – Зерттеуші автор туристік кластер түрлерінің шетелдік тәжірибесін зерттей отырып, қажетті әдістерді қолдану жолдарын анықтау. Туристік кластердің артықшылықтары мен кемшіліктерін білу.

Қорытындысы – Мақаланы зерттеу қорытындысында жаһандық өзгерістердің қалыптасуымен мәдени-туристік кластердің дамуының қажеттілігі.

Қазақстан әлеуметтік-экономикалық жаңарудың жаңа кезеңінде, сондықтан әлемдегі бәсекеге қабілетті 30 елдің қатарына қосылудың отандық Стратегиясын жүзеге асыру. Осы мақсатқа жету үшін инновациялық экономиканы құру және шикізаттық емес секторды дамыту болып отыр.

Түйін сөздері - туризм, кластер, мәдени-туристік кластер, ұлттық кластерлік үлгілер, синергизм, бәсекелестік.

КІРІСПЕ

Туризм әлеуметтік мәселелерді шешу, қосымша жұмыс орындарын құру, халықтың жұмыспен қамтылуын арттыру және халықтың әл-ауқатын арттыруда маңызды рөл атқарады.

Туристік ресурстар - туристердің рухани қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын, олардың физикалық күшін қалпына келтіруге және дамытуға ықпал ететін табиғи, тарихи және мәдени нысандар, сонымен қатар, туристерге көрсетілетін мәдени-тарихи құндылықтар нысандарын қоса алғанда.

Туристік ресурстардың мәні туристік өнімді қалыптастыру үшін, демек, туризмді жоспарлау және дамыту үшін негіз болып табылады.

Туристік ресурстардың түрлері, олардың ерекшеліктері туристік өнімдерге сұранысты анықтайды және жанама түрде - бүкіл туристік инфрақұрылымды қалыптастыруға және қолдауға көмектеседі.

Туристiк ресурстардың бiрегейлiгi (жергiлiктi дәстүрлер, әдет-ғұрып және демалыс мәдениетi) туристiк кластердiң қалыптасу үдерiсiн және негiзгi туристiк өнiмдердi анықтайды.

Туристiк өнiмдерге туристiк сапарлар кезiнде туристердiң қажеттiлiктерiн қанағаттандыру үшiн қажет қызметтердiң, жұмыстардың, тауарлардың жиынтығы кiредi.

ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Туризмнің түрлері көп, соның бiрi этникалық және мәдени, рухани туризмдер.

Этникалық грек тiлiндегi «этнос» сөзiнен шыққан - «халық» мағынасын бередi. Туризмнің сыртқы және iшкi түрлерi бар. Сыртқы түрiне - бұл басқа елдер халықтарының дәстүрлерiн, әдет-ғұрыптарын, салт-дәстүрлерiн, тiлдерiн, күнделiктi өмiрiн және т.б. зерттеу, ал iшкi түрiне - тек өз елiне қатысты салт-дәстүрлер және т.б. [1].

Мәдени туризмдi дамыту елiмiздегi туристерге келушiлердi кеңейтедi. Мәдениет - қоғамның даму деңгейi оның тарихи жолы емес. «Мәдениет» сөзi латынша «cultura» және өсiру, тәрбие беру, құрметтеудi бiлдiредi.

Шетелдiк ғылыми журналдарда этнографиялық ұғым «мәдени туризмге» жақын («cultural heritage tourism», «heritage tourism» или «diaspora tourism» - «мәдени мұра туризмi», «мұра туризмi» немесе «диаспора туризмi» мағыналарын бередi).

Этнографиялық туризмнің негiзгi ресурстары халықтардың мәдени-тарихи дәстүрлерi болып табылады.

Бiрiккен Ұлттар Ұйымының Бүкiләлемдiк туристiк ұйымы (UNWTO) 1985 жылы мәдени туризмге «қатаң мәдени немесе бiлiм беру мақсаттары үшiн сапар» деп анықтама бередi.

Америка Құрама Штаттарындағы тарихи ескерткiштердi қорғау ұлттық қоры мәдени туризмдi «тарихи орындарға бару, сондай-ақ адамзат тарихын көрсететiн көрiктi жерлердi зерттеу» ретiнде анықталады [2].

Ескерткiштер мен аландарды сақтау жөнiндегi халықаралық кеңес (ICOMOS) мәдени туризмдi анықтайды: «Бұл туризмнің ерекше түрi, оның мақсаты (көптеген басқа мақсаттар арасында) ескерткiштер мен көрiктi жерлердi ашу» [3].

Мәдени туризм қазiргi қоғамда маңызды фактор болып табылады. Мәдени туризм екi компоненттен тұрады: табиғи және мәдени мұра. Бұл арнайы пейзаждар мен түрлi ескерткiштер мен мұражайлар, тарихи қалалар мен елдi мекендер, археологиялық қазба жұмыстары, қолөнер мен мерекелер, сондай-ақ халық тағамдары [4].

М.Д. Сушинская мәдени туризм белгiлi бiр мақсаттағы айрықша сипаттамаларды түсiнудi, яғни мәдени немесе тарихи мұраны, қазiргi заманғы өнердi, өмiр сүру әдiсiн және мақсатты мәдениеттi түсiндiрудi қамтамасыз ететiн iскерлiк тәжiрибенi түсiнудi қалыптастыратын тұтынушы туризмiнiң кең ауқымын қамтиды.

Туризм жүйесiндегi белгiлi бiр сала ретiнде мәдени туризм келесiдей үш бағыт бойынша жүзеге асырылады:

1. Жаңа тәжiрибе мен мәдени қажеттiлiктердi қанағаттандыру үшiн әсер алуды көздейтiн туристiк қызметтiң сипаты. Бұл мүмкiндiк туристiк қызметтiң басқа түрлерiнен мәдени туризмнің тұжырымдамалық ерекшелiгiн тудырады.

2. Мәдени туризмге қызығатын туристердi ынталандыру. Бұл белгi мәдени туризмдегi туристiк сұраныстың түрiн сипаттайды.

3. Ұсыныстың сипаттамасы - мәдени туризм саласында сұранысты қанағаттандыру процесiне тартылған арнайы туристiк ресурстар.

Туризмнің осы белгiлерiнiң негiзiнде мәдени туризмге анықтама беруге болады.

Мәдени туризм - бұл тарихи мұраны бейнелейтiн, мәдени өмiрге, мұражайларға және тарихи орындарға, көркем галереяларға, музыкалық және драмалық театрларға, концерттiк аландарға және жергiлiктi халықтың дәстүрлi демалыс уақытын көрсететiн мәдени көрiктi жерлерге бару үшiн толық немесе iшiнара негiзделген тұрақты тұратын жерiнен тыс адамдардың қозғалысы, мәдени құндылықтарды қанағаттандыру үшiн жаңа ақпарат, тәжiрибе және әсер алу үшiн заманауи өнер және орындаушылық өнер, дәстүрлi құндылықтар, қызмет және тұрғындарының күнделiктi тұрмысы [5].

1980-шы жылдарға дейін туристік нарықта салыстырмалы түрде аз маңызы бар сфера - мәдени туризм болатын. Негізі мәдени туризмнің жеті түрі бар, олардың әрқайсысы белгілі бір мәдени және тарихи орындарға баруға бағытталған. Мәдени туризмнің негізгі түрлеріне:

1. Сәулет туризмі - мәдени маңызы бар архитектуралық нысандарға бару;

2. Тарихи туризм - бұл туризмнің ерекше түрі, негізгі бағыты - тарихи шайқастарға, мұражайларға, қираған жерлерге және тарихи және әскери архитектураның өзге де түрлеріне бару;

3. Туристік әдебиет және өнер - театрлар, галереялар, суретшілер мен жазушылар үйлері мен мұражайлары;

4. Музыкалық туризм - концерттер, фестивальдар, карнавалдар;

5. Мәдениет парктерінің туризмі - ландшафтты зерттеу;

6. Қала - қалалардың архитектурасы және панорамалары;

7. Ауылдық - елді мекендер, таза ауа, мәдениет және фольклор.

В.А. Квартальновтың жазуынша, халықтың мәдени белгілері (өрнегі) әрдайым қызығушылық туғызатынын жазады.

Туристердің, әлемнің әртүрлі бөліктерінде тұратын халықтарға ең қуатты әсер етуші фактор (мотиватор) ол туристің табиғи қызығушылығы.

Өңірлерде мәдени туризмді қарқынды дамытудың алғышарттарына: экономикалық, әлеуметтік, ақпараттық, ғылыми факторлар және т.б. жатады. Экономикалық факторлар - мәдени туризмнің дамытуына, мәдени туризмнің материалдық-техникалық базасы мен инфрақұрылымының дамытуына, туризм индустриясын бюджеттік қаржыландыруға, отандық және шетелдік инвестициялардың тартылуына, яғни жалпы мәдени туризмнің дамуына оң әсер етеді.

Қазіргі уақытта мәдениет ресурстарын, өнімдер мен инфрақұрылымды дамыту мәдени туризмнің ерекшелігі болып табылады.

Бүгінде Бүкіләлемдік туристік ұйымның мәліметі бойынша, мәдени туризм жаппай туристік қызметтің басты бағыты болып табылады. Бүкіләлемдік туристік ұйымның (ЮНВТО) мәліметтері бойынша, туризм - әлемдік экономикадағы жоғары табысты және қарқынды дамып келе жатқан салалардың бірі. Бұл сала әлемдік ЖІӨ-ң 9% -ын, әлемдік экспорттың 6% -ын құрайды, мұнда әрбір 11-ші жаңа жұмыс орны құрылады [6].

Мәдени туризм инфрақұрылым объектілері арқылы осы үдерісті қамтамасыз ететін мәдени құндылықтар мен факторларын беру, ауыстыру үдерісінде интеграция жүйесінде жүзеге асырылады.

Сондықтан туризмнің бұл түрі материалдық және материалдық емес қызмет түрлерімен (халық көлөнері; мұражай, театр, көрме залдары, мәдени ескерткіштер және т.б.) сипатталады.

Осыған байланысты инфрақұрылымның дамуы мәдени туризмнің даму деңгейіне тікелей әсер етеді, керісінше мәдени шаралар санының өсуі, мәдени туризмде жұмыс істейтін адамдардың саны, мәдени туристерді қамтамасыз ету бойынша қызметтердің қажеттілігі елдің немесе аймақтың экономикасына тікелей әсер етеді.

Экономикалық ғылымдар докторы Д.Коль атап өткендей, туристік өнім қазіргі уақытта елеулі өзгерістерге ұшырап отыр - ол аймақтардағы мәдени-тарихи, мәдени-рекреациялық, рухани құндылықтар, тұтынушының рухани бағытына ауысуына әкеліп жатыр.

Осыған байланысты, туристердің ең мықты және жағымды әсерлері үшін барлық туристік аумақтарда туристік өнімді қалыптастыру және ілгерілету үшін жаңа механизмдерді, яғни кластерлерді және туризммен байланысты кәсіпкерлік құрылымдарды құру қарқынды түрде жүріп жатыр [7].

Кластер - ғылыми-техникалық, экономикалық және басқа да салалардағы тиімділікке және нәтижелікті қамтамасыз ету үшін белгілі бір салада іс-әрекеттерді үйлестірудің және ынтымақтастықтың ортақ бағдарламасын жасайтын ұйымдардың, яғни кластер мүшелерінің жиынтығы [8].

Кластер тақырыбын зерттеушілерге шетел ғалымдарынан, М.Портер, М.Ж.Энрайт., С. Розенфельд, Д.Дахмен, А.Маршал, ресей ғалымдарынан, Ю.Г.Лаврикова, А.Мигранян, С.Валеева, Е. Ширихина, В.Редреев, И.Карабейников, отандық ғалымдардан О.Сәбден, Ғ.Дүйсен, Р.Құрбанованың ғылыми жұмыстарында терең зерттеліп, қарастырылған.

Зерттеу әдістемесі.

Кластерлік тәсілдің теориялық аспектілерін алғаш болып зерттегендердің бірі Гарвард бизнес мектебінің профессоры М. Портер және оның ізбасарлары жеткілікті түрде зерттеген. Кластер ұғымын зерттеуде ғалымдардың осы саланы талдауда берген түсініктемелеріне тоқталамыз. «Туристтік кластер» тұжырымдамасын анықтауда мақсаты мен негізгі ғылыми көзқарастарын 1 кестеде қарастырамыз.

Кесте 1 - «Туристтік кластер» анықтамасына негізгі ғылыми- теориялық тәсілдері

№ п/п	Тұжырымдаманың анықтамасы	Авторлар, дереккөз дер
1	Кластер - бұл өзара әрекеттесетін өзара байланысты компаниялар мен белгілі бір салада жұмыс істейтін, өзара әрекеттесетін және бір-бірін толықтыратын өзара байланысты ұйымдар тобы [9].	М.Портер
2	Автор кластерді «экономикалық қызметтің ең тиімді және өзара байланысты түрлерінің шоғырлануы, яғни мемлекеттің бүкіл экономикалық жүйесінің» алтын бөлігін «құрайтын және өнеркәсіпте, ұлттық және әлемдік нарықтарда бәсекеге қабілетті позицияларды қамтамасыз ететін табысты бәсекелес фирмалардың өзара байланысы бар топтардың жиынтығы» [10].	А.А. Мигранян
3	М. Энрайт кластерге қатысушы фирмалар бір-біріне жақын орналасқан өнеркәсіптік кластері болып табылатын аймақтық кластер бар екеніне қорытынды жасады [11].	M.J. Enright
4	Швед ғалымы Е.Дахменің анықтамасынан, кластер - экономиканың «даму блоктары» секторларының бірігуі, яғни бір сектордың дамуы екінші сектордың қарқынды дамуын қамтамасыз ету қабілеті арасындағы байланыстың болуы [12].	Dahmen E.
5	С. Розенфельд экономикалық кластерді «бизнеске, инфрақұрылымға, еңбек нарығына және жалпы мүмкіндіктер мен ортақ тәуекелдерден пайда алатын қызметтер үшін белсенді арналармен, ұқсас немесе қосымша фирмалардың географиялық шектеулі шоғырлануы» деп анықтайды [13].	Rosenfeld S.A.
6	Инновациялық дамуға бағытталған инновациялық кластер - ғылыми білімдер мен бизнес-идеяларды жетілдіру орталықтары негізінде әрекет ететін, жоғары білікті мамандарды даярлауға бағытталған ұйымдардың мақсатты түрде құрылған тобы [14].	С.В. Валеева
7	Кластер - бұл ұйымдардың жиынтығы, яғни, ғылыми- техникалық, экономикалық және басқа салалардағы нәтижеге және тиімділігіне қол жеткізу үшін белгілі бір салада қызметестікті үйлестірудің жалпы бағдарламасын жасайды [15].	Ю.Г.Лав- рикова
8	XX ғасырдың танымал экономисті. А. Маршалл кәсіпкерлер ассоциациясы кластерлеуде маңызды рөл атқаратынын айтты. Әрине, кәсіпкерлер бірлестігі өз мәселелерін жеке кәсіпкерге қарағанда әлдеқайда тиімді шеше алады. Шағын және орта бизнестің өз қиындықтары бар екендігін атап өтті [16].	А. Маршалл
9	Кластер - бұл ұйымдастырудың арнайы жүйесі, кәсіпорындардың ғана емес, тұтастай өнеркәсіптік тізбекті тартумен айналысады. М. Портердің айтуынша, «кластерлер постиндустриалды экономиканы қалыптастыру жағдайында бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге бағытталған мүдделі тараптардың күш-жігерін біріктірудің ұйымдастырушылық нысаны» [17].	М. Портер
10	Кластерлердің негізгі мақсаты - бизнесті жүргізу үшін және өңір үшін қарқынды дамып, жоспарға сәйкес стратегияны ескере отырып дамыту. Кластер - болашақта бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етудің нақты мүмкіндігі, яғни. кәсіпорындарды 5-10 жылға немесе одан да көп мерзімге дамытудың ұзақ мерзімді стратегиясын жасауға шақырды. Кластерлік кәсіпорындар экономиканың нақты секторында мамандандырылған және географиялық түрде оқшаулануы. Кластерлерді біріктіру міндеті - күшті кәсіпорындардың әлсіз- дерді тартуында [16].	Е . Ю . Ширихина
11	Жаңа ғасырдың тарихы әлі жазылмаған, бірақ алдағы жаңа білімдердің, ғылыми, ақпараттық және технологиялық өзгерістердің, әлеуметтік- экономикалық трансформациялардың әлемді қатты және тез өзгертетінін түсіну керек. Сондықтан қазақстандық ғалым О.Сабден «Түркістан өңірі – рухани-технологиялық кластер» атты жаңа мегажобасын ұсынады. Бұл мегажоба екі бағытты қамтиды: рухани-мәдениетті қалпына келтіру арқылы Түркістанды рухани орталыққа айналдырады және Қазақстан жедел дамудың траекториясына өтуі керек [18].	О.Сабден
12	Қазақстандағы туристік және рекреациялық кластерлерді дамыту үшін аумақтардың табиғи рекреациялық әлеуетін пайдалану қажет. Автор мемлекеттік және жеке бизнестің күш-жігерін шоғырландыруды ұсынады [19].	Ғ.М. Дүйсен

Ескерту - автордың [9-19] дереккөздері негізінде жасалған.

Осылайша, 1 кестедегі кластер ұғымына берген анықтамаларға сәйкес, авторлар кәсіпорындардың инфрақұрылымдық, аумақтық, салааралық белгілерімен, ерекшеліктерімен өз тұжырымдамаларын біріктіреді.

Кластерлік жолмен құрылған кәсіпорындардың нақты мақсаты бар екендігі белгілі және ол инновациямен шектелмейді.

Туристтік кластерді құрудың мақсаты - синергиялық әсерге байланысты туристік нарықтағы аумақтың бәсекеге қабілеттілігін арттыру, оның ішінде: кластерге кіретін кәсіпорындар мен ұйымдардың тиімділігін арттыру және инновацияларды ынталандыру және жаңа туристік бағыттарды дамыту болып табылады [20].

Туристтік ресурстардың сәйкестендірілуі кластерлердің қажетті элементтерін анықтауға мүмкіндік береді. Туристтік кластерлердің құрамы туралы деректер 2-кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – Туристтік кластердің құрамын анықтау тәсілдері

№	Авторлар	Туристтік кластердің элементтері
1	Е.Г.Карпова	Туристтік қызмет көрсету үдерісінде пайда болатын бизнес-үрдістер (негізгі және қосалқы) [21].
2	О.Д.Коль	Аттракторлар, туристік бағыттың жоғары бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін түрлі кешендер; қажетті сапалы туристік қызметтерді жеткізушілер; табиғат ресурстары [21].
3	М. Монфорд	Туристтік қызметтердің жиынтығы; туристік қызметтерден өз қажеттілігін қамтамасыз ету; кәсіпорындар мен өндірістердің өзара әрекеттестігі; көлік және коммуникация инфрақұрылымы [21].
4	Н.С. Николаева	Қызметтің жекелеген түрлеріне мамандандырылған ұйымдар; өнімдер немесе қызметтерді ұсынатын ұйымдар; қызмет көрсету ұйымдары; Ғылыми-зерттеу институттары мен оқу орындары [22]; инновациялық кәсіпкерлік инфрақұрылымының субъектілері.
5	С.Н. Ордин	Туристтік ресурстардың жиынтығы; туристік компаниялардың шоғырлануы; қызмет түрлері туризмді қолдауға бағытталған; біліктілікті арттыру, ақпараттық және қаржылық қолдау көрсететін мекемелер; кластерлік тұжырымдаманы әзірлейтін және іске асыратын агенттіктер; кластерлік құрылымдарды реттейтін және басқаратын мемлекеттік органдар [21].
6	И.С Милославский	Туристтік ресурстар мен компаниялар; тамақ, орналастыру және тасымалдау; инженерлік және қаржылық инфрақұрылым; медициналық мекемелер [23].
7	И.Г. Шепелев, Ю.А. Маркова	Туризм инфрақұрылымы және тиісті инфрақұрылым; негізгі және қосымша объектілер; табиғи, экономикалық және әлеуметтік-саяси жағдайлар [24].
Ескерту – автор [20-24] дереккөздері негізінде жасалған.		

Ұсынылған авторлар арасында туристік кластердің құрамын анықтауға арналған тәсілдер өте ұқсас болып отыр, басты айырмашылықтар туристік кластер элементтерінің белгілі бір топтарына қатысты ерекшеліктерімен, бизнестік үрдіске тигізетін әсерлерімен байланысты екендігін түсінеміз.

ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ

Осылайша зерттеу тәжірибесіне сәйкес, туристік кластердің дамуы М.Портер әдісіне сәйкес географиялық кеңістіктегі жалпы туризмнің инфрақұрылымының дамуымен анықталады. Мемлекеттің кластерлік саясатының мақсатының орындалуымен байланысты.

Кластерлік саясаттың мақсаты өңірлік кластерлерді қалыптастыратын шаруашылық субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жағдай жасау арқылы аймақтағы әлеуметтік-экономикалық өсуді арттыру болып табылады

Әлеуметтік-экономикалық өсудің сапалы белгілеріне (критерийлеріне) мыналар жатады:

- аймақтағы экономикалық өсудің жоғары қарқыны (республикалық орташа деңгейден жоғары болуы);
- аймақтағы жалпы өнеркәсіптік өндірістегі жоғары технологиялық өнімнің үлесін арттыру;
- аймақтағы өзгерістер арқылы, қосылған құнды ұлғайту;
- өндірістік үрдістердегі білім рөлін күшейту;
- аймақтағы халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын жақсарту (орташа республикалық деңгейден жоғары);
- инновациялық өсуге және инновациялық өнімнің артуына итермелейді.

Кластерді дамыту үдерісінде кластерлік құрылымдарға мемлекет тарапынан қолдау көрсетіледі, яғни мемлекеттік-жекеменшік серіктестік қағидаттарына негізделеді, сонымен қатар кластер үшін ең маңызды болып табылатын фирмалардың байланысын қалыптастырады. Яғни, ынтымақтастық барысында кішігірім фирмалар ірі компаниялармен бірігіп кетуі мүмкін немесе мемлекеттің тәрпынан қатаң бақылау жүргізіледі [25].

Кластердің қарқынды жұмысының жалғасуына кластер элементтерінің әсері үлкен. Кластердің негізгі элементтері географиялық белгілерге (барлық кластер мүшелерінің аумақтық қоғамдастығына) сәйкес қалыптасады. Кластердің ядросы, оның негізі - зерттеу объектісі болып табылады.

Кластер мүшелеріне: туристер, туристік қызметтерді жеткізушілер (орналастыру және тамақтандыру, көліктік кәсіпорындар, мәдени-құндылықтар (мұражайлар, ескерткіштер, театрлар, этнографиялық нысандар және т.б.), туристік компаниялар, тәуелсіз мамандандырылған компаниялар, түрлі делдалдар (туроператорлар және турагенттіктер) және мәдени іс-шараға (жарнама агенттіктері және т.б.) қолдау көрсететін мамандандырылған делдалдар, университеттер, ғылыми-зерттеу институттары, біліктілікті жоғарылату курстары, сертификаттау, қаржы орталықтары, жалпы, мәдени туризм индустриясын дамытуға арналған ұйымдар жатады.

Кластердің ауқымы қатысушылардың санына және мәдени іс-шараларға, кластерге енгізілген шаруашылық бірліктерінің қызметтерін өндіру мен сатудан түсетін кірістер мен шығыстарға байланысты болады.

Әрі қарай, 2015-2017 жж. Қазақстан республикасына қарқынды түрде келуші туристерге талдау жасаймыз, өйткені кіріс және шығыстар келуші және кетуші туристердің санымен байланысты.

Кесте 3 – Қазақстан Республикасына келуші туристер саны, 2015-2017 жж. [26].

Мемлекеттер	2015, адам	2016, адам	2017, адам	ҚР-на келуші 2017 ж. туристер үлесі, %	олардың рейтингтегі орны
Өзбекстан	2 297 180	2 459 757	3 344 577	43,4	1
РФ	1 646 568	1 587 409	1 708 873	22,2	2
Қырғызстан	1 359 625	1 348 709	1 273 378	16,5	3
Әзербайжан	89 296	94 846	110 980	1,4	4
Германия	88 346	90 286	99 396	1,3	5
Түркия	106 301	89 611	98 840	1,3	6
Қытай	111 706	117 465	94 817	1,2	7
Беларус	62 786	63 520	70 810	0,9	8
Оңтүстік Корея	22 046	22 276	30 582	0,4	9
АҚШ	29 124	26 402	29 632	0,4	10
Ұлыбритания	24 201	20 166	21 341	0,3	11
Монғолия	15 941	17 506	20 687	0,3	12
Италия	18 823	15 609	14 924	0,2	13
Грузия	16 459	16 537	19 070	0,2	14
Нидерланд	10 021	9 367	8 938	0,1	15
Ескерту – автор [26] дереккөздері негізінде жасалған.					

Кесте мәліметтеріне сәйкес, Қазақстанға жиі келуші туристер санатына ТМД елдерінен: Ресей, Өзбекстан, Қырғызстан, ал алыс шетел мемлекеттерінен: Түркия, АҚШ, Ұлыбритания, Германия және т.б.

Келуші және кетуші туристер арасындағы айырма (сальдо) теріс көрсеткішке тең, негізгі себептеріне: туризм саласындағы қызметтің төмендігі, туристік өнімдер сапасының сын көтере алмауы.

Шетелдік туристерді Қазақстанның туристік ресурстары, оның табиғаты, тарихи ескерткіштері, біздің ата-бабаларымыздың тарихын бейнелейтін мұражайлар үлкен қызығушылық тудырады. Бүгінгі күні Қазақстанда көптеген ескерткіштер мен мұражайлар бар. Әрі қарай, ескерткіштер, мұражайлар және Қазақстанның қорықтары қарастырылады.

Кесте 4 - Қазақстан Республикасының 2014-2017 жж. мәдениет нысандары

Мәдениет нысандары	2014	2015	2016	2017
Музейлер, соның ішінде:	231	234	238	240
- тарихи	48	50	50	54
- жергілікті тарихи	89	89	90	88
- ескерткіштер	50	52	53	57
- ғылыми	7	4	4	3
- өнер-тарихи	12	11	12	11
- табиғат мұражайлары	9	10	10	9
- басқалары	16	18	19	18
Мұражай қорықтары, тарихы мен мәдениет ескерткіштерінің саны, бірлік	1 317	1 411	1 453	1 453

Ескерту – автор [27] дереккөздері негізінде жасалған.

Сонымен, 2017 жылды 2014 жылмен салыстырғанда 3,8% көтерілген, ал мұражай қорықтары, тарихы мен мәдениет ескерткіштерінің саны 1,3 % өскен. Мұражайлар мен қорықтардың сақталуы, қорғалуы туристерді тартушы объекті немесе туристік ресурс негізінде көрінеді.

Аймақтардың имиджінің өсуі туристік кластерлердің құрылуымен байланысты. Туристік кластерді құру аумақтың орналасуын анықтайды және аймақтың имиджінің қалыптасуына әсер етеді.

БҰҰ Бүкіләлемдік туристік ұйымының (UNWTO) бағалауы бойынша, 2030 жылға қарай белгілі қалаларда танымал курорттар мен тарихи-мәдени ескерткіштерге 1,8 миллиард адам келеді, ал қонақ үй және АҚШ туристік қызметтерінен түсетін табыс шамамен 2 трлн. долл. құрайды. Туризмде шамамен 550 млн. жуық жұмыс орны ашылады деп болжануды. Келесі кестеде 2013-2017 жж. ҚР-сы туризм саласындағы жұмысшылардың саны беріледі.

Кесте 5 – Қазақстандағы туризм саласындағы қызметкерлер [28].

Көрсеткіш	2013	2014	2015	2016	2017
Туроператорлардың, туристік агенттіктердің және туризм саласында қызмет көрсететін басқа да ұйымдардың қызметі	6,6	6,5	7,3	7,2	7,3
Тұру қызметтерін ұйымдастыру	22,0	25,7	25,3	26,5	27,6
Санаторлық – курорттық ұйымдардың қызметі	10,8	10,3	10,5	10,0	9,6
Демалыс, ойын-сауық, мәдениет және спортты ұйымдастыру бойынша іс-шаралар	61,5	65,8	68,2	70,2	71,8
Барлығы:	100,9	107,6	111,3	113,9	116,3

Осылайша, туризм саласында жұмыспен қамтудың өсу үрдісі артып келеді. Туризм саласындағы ұйымдарға қызмет көрсететін қызметкерлер 2017 жылы 2013 жылмен салыстырғанда 25,4% -ға өскен. 2017 жылы турагенттіктер мен туроператорларда жұмыс істейтін қызметкерлердің саны 2013 жылмен салыстырғанда 10,6% -ға артқан. Жалпы туризм саласында жұмыс істейтін қызметкерлердің үлесі сол кезеңде 15,3% -ға өскен.

Туризмнің индустриясы қарқынды түрде Қытай, Үндістан және Ресей жерлерінде қатты байқалады. Қазақстан Ресей мен Қытайдың жақын көршісі ретінде, әлемдегі іскерлік және жалпы туризмде өз орнын ала алады.

Жалпы туристік ағымда қаржылық жағдайға байланысты орта топтың өкілдері басым болып отыр. Сонымен бірге бүкіл әлем бойынша саяхаттаудың құнының төмендеуі, негізінен арзан әуе бағалары, саяхат уақытын 1-3 күнге қысқартуы, баламалы жерлерге орналасу мен көлік құралдарын таңдаумен байланысты болып отыр.

Туризм индустриясы әлемдегі жалпы өнімнің шамамен 10% -ын, әлемдік экспорттау қызметтерінің 30% -ын, әлемдік инвестициялардың 7% -ын, жұмыс орындарының 10% -ын және барлық салық түсімдерінің 5% -ын құрайды.

Қазіргі уақытта туризм - әлемдегі ең тиімді бизнес түрлерінің бірі. Әлемдік капиталдың шамамен 7% -ын пайдаланып туризм мұнай, мұнай өнімдері мен автомобильдерді экспорттаудан кейін үшінші орынды иеленді [25].

Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, мемлекеттік-жекеменшік серіктестік механизмдері және мемлекеттік қолдау шаралары туризм индустриясының серпінді дамуының негізгі факторларының бірі болып табылады. Туристік инфрақұрылымы дамыған елдерде индустрия мемлекеттік және жеке инвестицияларды белсенді түрде қолдауының негізінде дамып келеді.

Мысалы, Испанияда мемлекет жобаның құнының 30%-не дейін гранттық тең қаржыландыруды ұсынады, ал Португалияда мемлекет туристік объектілерді салу үшін 10 жылға дейін пайызсыз несие береді, Малайзияда туризмді дамытушылар толық салықтан босатылған.

Оңтүстік Африка Республикасында халықаралық нарықтарға қолжетімділікті қолдау Бағдарламасы және туризм саласындағы шағын орта бизнестің сапасын жақсарту Бағдарламасы бар. Бұл бағдарлама көрмеге қатысу үшін мемлекет тарапынан кәсібі шығындар үшін 30% -дан 50% -ға дейінгі жеңілдіктер, Road Show-ға қатысу үшін, сапа белгісін алу үшін (НАССР, ISO) және басқалар қарастырылған.

Пуэрто-Рикода туризм және круиздік индустрияның қолдау жүйесі бар, ол жүйенің салық жеңілдіктері бойынша 10 жылға дейінгі 50%-қ жеңілдікпен туризммен байланысты субъектілер қамтамасыз етіледі.

Венгрияда туризм индустриясы саласында біліктілігін арттыру, салық жеңілдіктері, инвестициялары 50 млн. еуродан асатын инвесторларға және кем дегенде 50 жаңа жұмыс орнын ашатындарға мемлекеттік қолдау, Венгрия бағдарламаларында қарастырылған.

Туристік секторды мемлекеттік қолдау бірден 5 бағыт бойынша жүзеге асырылады Өзбекстанның тәжірибесі бойынша осы бағыттарға: шағын және орта бизнеске қолдау көрсету, қонақүйлерді тұрғызу және жаңғырту, тікелей инвестицияларды ынталандыру, туристерге көлік сатып алуды қолдау, технологияларды енгізуді ынталандыру болып табылады. Мысалы, 2022 жылдың 1 қаңтарына дейін Өзбекстанның туристік фирмалары туристік класстағы импорттық автокөліктерге кедендік баж салығын төлеуден босатылаған.

Шетелдік тікелей инвестицияларды тартатын және экономиканың секторларында туристік қызмет көрсетуге маманданған кәсіпорындар корпоративтік табыс салығын, мүлік салығын, әлеуметтік инфрақұрылымды жетілдіру мен дамытуға салықтан босатылады, сондай-ақ Республикалық жол қорына салынатын міндетті төлемдер бойынша тікелей шетелдік инвестициялар көлемі (АҚШ валютасымен) 300 мыңнан 3 млн.долл. дейін – 3 жылға, 3 млн.долл. 10 млн.долл. дейін – 5 жылға және 10 млн. долл. жоғары болса – 7 жылға босатылады [25]. Келесі 6 кестеде әлем бойынша туризм саласын мемлекет тарапынан қолдау жұмыстары көрсетілген.

Кесте 6 – Туризм саласын дамытуда шетелде жүргізілетін мемлекеттік қолдау шаралары [25].

№	Қолдау шаралары	Түркия	Австралия	Грекия	Өзбекстан	Венгрия	Біріккен Араб Әмірлігі
1	Күрделі шығыстарды субсидиялау	ия	ия	ия	ия	ия	ия
2	Жеңілдетілген кедендік рәсімдеу	ия	ия	ия	ия	ия	ия
3	Мемлекеттік жерді беру	ия	ия	жоқ	ия	жоқ	ия
4	Салық жеңілдіктері	ия	ия	ия	ия	ия	ия
5	Оқу субсидиялары	ия	ия	ия	ия	ия	жоқ
6	Көлік субсидиялары	ия	ия	ия	ия	ия	ия
7	Газ, су және электр қуатына жеңілдіктер	ия	жоқ	жоқ	жоқ	жоқ	жоқ
8	Шетел жұмысшыларын шақырту рұқсаты	ия	жоқ	жоқ	жоқ	жоқ	ия

Бұл бағытта Түркияның тәжірибесі таңқаларлықтай, 1982 жылдан бері туристік бизнес мемлекеттік қолдау негізінде жүзеге асырылып отыр. 2017 жылдың өзінде Түркия еліне 32 млн. астам туристер келген.

Түркия Республикасы Мәдениет және туризм министрлігінің мәліметтері бойынша, мемлекеттік қолдау бағдарламалары мен мемлекеттік-жекеменшік әріптестік механизмдері арқасында, 1982 жылдан бастап туристер саны жиырма есеге артты, туризмнен түскен табыс алпыс рет өскен.

Қазақстан әлеуметтік-экономикалық жаңарудың жаңа кезеңінің басында тұр. Мемлекеттің келесі онжылдықтағы маңызды міндеттерінің бірі - әлемдегі бәсекеге қабілетті 30 елдің қатарына қосылудың отандық Стратегиясын жүзеге асыру. Осы мәселелерді шешу үшін инновациялық экономиканы құру және шикізаттық емес секторды дамыту шешуші рөл атқарады.

Қазақстан қолайлы геосаяси позицияға ие, әлемдік мәдени-тарихи мұраның маңызды табиғи және рекреациялық ресурстары мен объектілеріне ие (ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұра тізіміне 11 объекті енгізілген), бірегей табиғи әртүрлілік, әлемдік туризм картасында негізгі ойыншы болу үшін жаңа туристік өнімдерді және барлық қажетті негізгі алғышарттарды дамыту үшін әлеуетке ие.

2025 жылға дейінгі Қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытуда мемлекеттік бағдарламасы қабылданды. Бағдарламаның негізгі мақсаты Қазақстан Республикасының жалпы ішкі өніміндегі туризмнің үлесін 2023 жылға қарай кем дегенде 8% жеткізу.

Дүниежүзілік экономикалық форумның (БЭФ) Ғаламдық бәсекеге қабілеттілік индексі бойынша Қазақстан 2016-2017 жылы 137 елден 53-ші орынды иеленіп, 2017-18 жылмен салыстырғанда өз көрсеткішін 57 орынды (4,35 индексі) иеленді [29].

Қазақстан Ғаламдық бәсекеге қабілеттілік индексін көтеру үшін республикадағы басым бағыттарды дамыту қажет.

Қазақстандағы 10 басым туристік бағытарға мыналар жатады: Алакөл көлі, Алматы облысының таулы кластері, Щучинск-Боровская курорттық аймағы, Баянауыл курорттық аймағы, Имантау-Шалқар курорттық аймағы, Балқаш көлі, Шарын шатқалы, Түркістанның тарихи-мәдени туризмін дамыту, Маңғыстау жағажай туризмін дамыту, Астанада MICE туризмін дамыту.

Осыған орай, 2004 жылдан бастап Қазақстан аумағында тарихи-мәдени ескерткіштер мен объектілерді қалпына келтіруге бағытталған «Мәдени-Мұра» бағдарламасы жүзеге асырылуда.

Мемлекет басшысының 2014 жылғы Жарлығымен бекітілген Қазақстан Республикасының мәдени саясат тұжырымдамасының басымдықтарын есепке ала отырып, Қазақстанда алты мәдени-туристік кластер құруға бағытталып отыр [30]. Оларға:

1. «Астана - Еуразияның жүрегі»
2. «Алматы - Қазақстанның еркін мәдени аймағы»
3. «Алтайдың маржаны»
4. «Ұлы Жібек жолын жаңғырту»
5. «Каспий қақпасы»
6. «Табиғат пен көшпелі мәдениеттің бірлігі»

Бірінші кезектегі кластерлер - «Астана - Еуразияның жүрегі» және «Алматы - Қазақстанның еркін мәдени аймағы» кластерлері. Екінші басым кластерлер - қалған кластерлер болып табылады.

Бүгінгі күні көптеген елдерде туризмді дамытудың экономикалық тартымдылығы байқалады, салық түсімдерінің артуы, жұмыспен қамтудың артуы, өмір сүру деңгейінің жақсаруы және инвестициялардың жақсаруы байқалады.

Бөлімді қорыта келе, туристік кластер ұғымын зерттеуші ғалымдардың берген негізгі ғылыми көзқарастары әртүрлі, бірақ берілген анықтамаларына сәйкес, зерттеуші-ғалымдар кәсіпорындардың инфрақұрылымдық, аумақтық, салааралық белгілерімен және ерекшеліктерімен өз тұжырымдамаларын біріктіретіндігін көреміз.

ҚОРЫТЫНДЫ

Мақаланы қорыта отырып, туризм секторының инвестициялық тартымдылығын арттыру және саланы дамыту үшін жағдай жасау үшін, қазақстандық туризмді жаһандық туристік нарыққа интеграциялау үшін экономиканың басым салаларының бірі ретінде заманауи, жоғары тиімді және бәсекеге қабілетті туристік кешендер құруда инвестиция тартылуы қажеттігі туындайды.

Туризм саласының институционалды тиімділігін арттыру үшін экономика, мәдениет, балалармен және жастармен, азаматтардың әлеуметтік қорғалуын, дене шынықтыру мен спортты, білім беруді, жұмыспен қамтуды дамытуды және еліміздің табиғи және мәдени-тарихи қорларын сақтауды қамтуда тығыз интеграция, яғни ықпалдасу болуы қажет.

Авторлардың теориялық тұжырымдамаларымен таныса отырып, жалпы мәдени туризм саласын, мәдени кластерлерді қарқынды дамыту мақсатында, сонымен қатар шетел тәжірибесіне сүйене отырып келесі шаралардың орындалу қажеттілігі туындайды:

- өңірлерге инфрақұрылымды қажетті деңгейде дамытуға қол жеткізу үшін тиімді, жауапты инвесторларды тарту;

- «Қазақстанда жасалған» брендин дамытуда, кіші және орта бизнеске қолдау көрсету, яғни оларға салық жеңілдіктерін қарастыру;

- өңірлік имиджді дамытуда кәсіби мамандарды даярлауға субсидия бөліну жолдарын қарастыру;

- мәдени-туристік кластердің әлемдік деңгейде жандануына орай, кәсіби оқу орындарына гранттық орындарын көбейту;

- жастар арасында өз тіліне деген патриоттық сезімді ояту үшін, мәдениетін сақтау, оның ұлттық белгісін (кодын) сақтау мақсатында оқу орындарында «Мәдени тілдесу» тақырыптарына республикалық деңгейде конкурстар жүргізу;

- мәдени-туризм саласындағы субъектілерге ынталандырушы фактор ретінде 20-30 пайызға дейін (жұмыс өтіліне байланысты) жалақы көлемін қайта қарастыру;

Жалпы туризмнің кез келген түрі оның инфрақұрылымының дамуымен байланысты. Әлемдік тәжірибелерге сүйене отырып, Қазақстан туризм кластерін дамыта отырып, туризм индустриясында жоғары көрсеткіштерге жетуге мүмкіндіктері үлкен.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Нанакина, Ю. С., Рамазанова Л.Р. (2017), Этнотуризм как новое направление туриндустрии: значение и факторы социально-экономического развития. Царскосельские чтения, МНК. Изд. Ленинградский гос.университет им А.С.Пушкина (С-П), стр. 325

3 <URL:///C:/Users/admin/Downloads/etnoturizm-kak-novoe-napravlenie-turindustrii-znachenie-i-factory-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya.pdf> (дата обращения: 17.03.2019)

4 Севастьянов, Д.В., Щукин, А.И. (2012), Предпосылки развития экологического и этнического туризма на северо-западе России // Вестник. С.-П. гос. университет. - Серия. 7. Геология. География. – Выпуск 3.

5 Пресняков, В.Н., Жулина, М.А. (2012), Народные промыслы республики Мордовия и этнический туризм // География и туризм: сб. науч. тр. – Пермь.

6 Севан, О. (2005), Культурный и сельский туризм сегодня и завтра. Ж. «Обсерватория культуры» / НИЦ Информкультура РГБ. – № 4 стр. 28 – 35.

7 URL:// <http://www.ecovast.ru/images/turism05.pdf> (дата обращения: 17.03.2019)

8 Сущинская, М.Д. (2010), Культурный туризм. Учебное пособие. - СПб.: Изд. СПбГУЭФ, стр. 128.

9 Каримова, М. (2017), КИСИ, научный сотрудник КИСИ при Президенте РК. URL: <https://365info.kz/2017/08/turisticheskie-klastery> 9(дата обращения: 10.08.2017)

10 Коль, О.Д. (2010), Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе// Проблемы современной экономики. – №3(33).

11 Вовенда, А. В., Кошечая, В. А. (2017), Кластерный подход в развитии международного туризма на примере российско-финляндских отношений, Научные труды СЗИУ - филиала РАНХиГС. Том 8. - Выпуск 1(28). Материалы 2 МНПК по вопросам государственного управления и общественного развития «Горчаковские чтения», стр.21.

12 Портер, М. (2003), Конкуренция / – М.: Изд. дом «Вильямс», стр. 495.

13 Мигранян, А.А. (2002), Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой// Вестник Киргизско-Российского славянского университета.–№ 3.

- 14 Enright, M.J. (1996), Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda / M.J. Enright; in U.H. Staber, N.V. Schaefer and B. Sharma (eds), Business Networks: Prospects for Regional Development. – Berlin: Walter de Gruyter & Co. P. 190–213.
- 15 Dahmen, E. (1950), Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919–1939 / E. Dahmen. – Stockholm.
- 16 Rosenfeld, S.A. (1997), Bringing business clusters into the mainstream of economic development / S.A. Rosenfeld // European planning studies. – № 5. – P. 3–23.
- 17 Валеева, С.В. (2016), «Развитие концепции кластерного подхода в туризме». Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - № 1, стр. 124.
- 18 Лаврикова, Ю.Г. (2009), Кластеры как рыночный институт пространственного развития экономики региона, автореферат. д.э.н. стр.4.
- 19 Ширихина, Е.Ю. (2014), Кластерный подход в туризме ж. Экономика и управление в сфере услуг. стр.362.
- 20 Портер, М. (2001), Конкуренция. Пер. с англ. — М.: Изд. Дом «Вильмс», стр. 495.
- 21 Сабден, О. (2014), Неоиндустриальная модель экономического развития и формирование перспективных инновационных кластеров, - Вена, Австрия: Ассоциация перспективных исследований и высшего образования «Восток-Запад». стр. 62.
- 22 Дүйсен, Ф. (2010), Рекреационное освоение регионов Казахстана в условиях вхождения в мировой туризм: теория, стратегия и практика.- Алматы, б. 186-187
- 23 Бунаков, О.А. (2011), Кластерный подход к позиционированию в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, - № 4 (28). - № гос. рег. статьи 0421100034/0116. (дата обращения: URL: <http://uecs.mcnir.ru>).
- 24 Валеева, С.В. (2016), Развитие концепции кластерного подхода в туризме. ж. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - №1. стр.126.
- 25 Евпланов, А. (2011), Договорились о термине. Депутаты выяснили, что такое туристический кластер // Российская Бизнес-газета. - № 800.
- 26 Мантаева, Э.И. (2011), Куркудинова Е.В. Мировой опыт кластерной модели развития // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. -№4.
- 27 URL:<http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1085-2012-02-28-05-46-20> (дата обращения: 23.10.2016)
- 28 Портер, М. (2005), Конкуренция. - М.: Вильямс, стр. 608.
- 29 Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2025 г.
- 28 Доступно:https://www.mks.gov.kz/rus/zakonodatelstvo/publichnoe_obsuzhdenie/proekty_aktov_prezidenta/turizm/
- 29 Сборник Туризм, (2012-2017), Сборник Нац. экономика, стр.11, 72
- 30 Сборник Культура Республики Казахстан, стр.12
- 31 Сборник Реальный сектор экономики, (2012-2017), Раздел Нац. экономика, стр. 11-72
- 32 The Global Competitiveness Report 2017–2018.
- 33 Доступно: URL: www3.weforum.org/.../GCR2017-2018/.../TheGlobalCompetitivenessReport2017-2018... (accessed 17.03.2019)
- 34 Қазақстан Республикасының мәдени саясат тұжырымдамасы. №939 Жарлығы. 4 қараша 2014.
- 35 Қолжетімді: URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1400000939>

REFERENCES

- 1 Nanakina, YU. S., Ramazanova L.R. (2017), Etnoturizm kak novoye napravleniye turindustrii: znachenkiye i faktory sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya. Tsarskosel'skiye chteniya, MNK. Izd. Leningradskiy gos. universitet im A.S.Pushkina (S-P), str. 325
- 2URL: C:/Users/admin/Downloads/etnoturizm-kak-novoe-napravlenie-turindustrii-znachenie-i-factory-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya.pdf (data obrashcheniya: 17.03.2019)

- 2 Sevast'yanov, D.V., Shchukin, A.I. (2012), Predposylki razvitiya ekologicheskogo i etnicheskogo turizma na severo-zapade Rossii // Vestnik. S.-P. gos. universiyet. - Seriya. 7. Geologiya. Geografiya. - Vypusk 3.
- 3 Presnyakov, V.N., Zhulina, M.A. (2012), Narodnyye promysly respubliki Mordoviya i etnicheskoy turizm // Geografiya i turizm: sb. nauch. tr. - Perm'.
- 4 Sevan, O. (2005), Kul'turnyy i sel'skiy turizm segodnya i zavtra. Zh. «Observatoriya kul'tury» / NITS Informkul'tura RGB. - № 4 str. 28 - 35.
- 5 URL:// <http://www.ecovast.ru/images/turism05.pdf> (data obrashcheniya: 17.03.2019)
- 6 Sushchinskaya, M.D. (2010), Kul'turnyy turizm. Uchebnoye posobiye. - SPb.: Izd. SPbGUEF, str. 128.
- 7 Karimova, M. (2017), KISI, nauchnyy sotrudnik KISI pri Prezidente RK.
- 8 URL: <https://365info.kz/2017/08/turisticheskie-klastery> (data obrashcheniya: 10.08.2017)
- 9 Kol', O.D. (2010), Kontseptual'nyye osnovy formirovaniya klastera turisticheskikh predprinimatel'skikh struktur po v"yezdnomu turizmu v krupnom gorode// Problemy sovremennoy ekonomiki. - №3(33).
- 10 Vovenda, A. V., Koshevaya, V. A. (2017), Klasternyy podkhod v razvitii mezhdunarodnogo turizma na primere rossiysko-finlyandskikh otnosheniy, Nauchnyye trudy SZIU - filiala RANKhiGS. Tom 8. - Vypusk 1(28). Materialy 2 MNPK po voprosam gosudarstvennogo upravleniya i obshchestvennogo razvitiya «Gorchakovskiy chteniya», str.21.
- 11 Porter, M. (2003), Konkurentsia / - M.: Izd. dom «Vil'yams», str. 495.
- 12 Migranyan, A.A. (2002), Teoreticheskiye aspekty formirovaniya konkurentosposobnykh klasterov v stranakh s perekhodnoy ekonomikoy// Vestnik Kirgizsko-Rossiyskogo slavyanskogo universiteta.-№ 3.
- 13 Enright, M.J. (1996), Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda / M.J. Enright; in U.H. Staber, N.V. Schaefer and B. Sharma (eds), Business Networks: Prospects for Regional Development. - Berlin: Walter de Gruyter & Co. P. 190-213.
- 14 Dahmen, E. (1950), Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919-1939 / E. Dahmen. - Stockholm.
- 15 Rosenfeld, S.A. (1997), Bringing business clusters into the mainstream of economic development / S.A. Rosenfeld // European planning studies. - № 5. - P. 3-23.
- 16 Valeyeva, S.V. (2016), «Razvitiye kontseptsii klasternogo podkhoda v turizme». Natsional'nyye interesy: priority i bezopasnost'. - № 1, str. 124.
- 17 Lavrikova, YU.G. (2009), Klastery kak rynochnyy institut prostranstvennogo razvitiya ekonomiki regiona, avtoreferat. d.e.n. str.4.
- 18 Shirikhina, Ye.YU. (2014), Klasternyy podkhod v turizme zh. Ekonomika i upravleniye v sfere uslug. str.362.
- 19 Porter, M. (2001), Konkurentsia. Per. s angl. — M.: Izd. Dom «Vil'ms», str. 495.
- 20 Sabden, O. (2014), Neoindustrial'naya model' ekonomicheskogo razvitiya i formirovaniye perspektivnykh innovatsionnykh klasterov, - Vena, Avstriya: Assotsiatsiya perspektivnykh issledovaniy i vysshego obrazovaniya «Vostok-Zapad». str. 62.
- 21 Dyysen, Ğ. (2010), Rekreatsionnoye osvoyeniye regionov Kazakhstana v usloviyakh vkhozhdeniya v mirovoy turizm: teoriya, strategiya i praktika.- Almaty, b. 186-187
- 22 Bunakov, O.A. (2011), Klasternyy podkhod k pozitsionirovaniyu v turizme // Upravleniye ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal, - № 4 (28). - № gos. reg. stat'i 0421100034/0116. (data obrashcheniya: URL: <http://uecs.mcnp.ru>).
- 23 Valeyeva, S.V. (2016), Razvitiye kontseptsii klasternogo podkhoda v turizme. zh. Natsional'nyye interesy: priority i bezopasnost'. - №1. str.126.
- 24 Yevplanov, A. (2011), Dogovorilis' o termine. Deputaty vyyasnili, chto takoye turisticheskoy klaster // Rossiyskaya Biznes-gazeta. - № 800.
- 25 Mantayeva, E.I. (2011), Kurkudinova Ye.V. Mirovoy opyt klasternoy modeli razvitiya // Upravleniye ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal. -№4. URL:<http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1085-2012-02-28-05-46-20> (data obrashcheniya: 23.10.2016)
- 26 Porter, M. (2005), Konkurentsia. - M.: Vil'yams, str. 608.

- 27 Gosudarstvennaya programma razvitiya turistskoy otrasli Respubliki Kazakhstan do 2025 g. Dostupno:
28 https://www.mks.gov.kz/rus/zakonodatelstvo/publichnoe_obsuzhdenie/proekty_aktov_prezidenta/turizm/
29 Sbornik Turizm, (2012-2017), Sbornik Nats. ekonomika, str.11, 72
30 Sbornik Kul'tura Respubliki Kazakhstan, str.12
31 Sbornik Real'nyy sektor ekonomiki, (2012-2017), Razdel Nats. ekonomika, str. 11-72
32 The Global Competitiveness Report 2017–2018.
33 Available : *URL: [www3.weforum.org/.../GCR2017-2018/.../TheGlobalCompetitivenessReport2017-2018....](http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/~/TheGlobalCompetitivenessReport2017-2018.pdf)* (accessed 17.03.2019)
34 Qazaqstan Respwblikasınıñ мәдені sayasat tujırındaması. №939 Jarlıғı. 4 qaraşa 2014.
35 Qoljetimdi: *URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1400000939>*

Благодарю редакционную коллегию за большой труд при публикации данной статьи. Надеюсь на понимание и плодотворное сотрудничество в дальнейшем.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматриваются теоретические аспекты зарубежного опыта развития туристического кластера. В статье рассматриваются теоретические аспекты зарубежного опыта развития туристического кластера. На основе зарубежного опыта, исследователями туристического кластера проанализированы понятия «туристический кластер», «культурный туризм» и «культурно-туристский кластер».

SUMMARY

The article discusses the theoretical aspects of the foreign experience of tourism cluster development. Based on foreign experience, analysts of the tourist cluster "tourism cluster", "cultural tourism" and "cultural-tourist cluster" are analyzed.