

G.S.Karenova

Objectives, opportunities and logic of operational analysis (CVP-analysis)

The essence of operational analysis to allow the dependence of the financial results of the business from the costs and production volumes. It is emphasized that this analysis is not possible without separation of costs into their fixed and variable. The attention is paid to the study of operational and financial leverage, acting as the main instruments of the operational analysis. The conclusion is that the analysis of values at the critical point (the analysis of break-even is based on relationships «cost — volume — profit»). It describes the tolerances used in the analysis of the behavior of profit, cost and volume.

References

- 1 Vetrov A.Ai. *Operational audit — analysis*, Moscow: Prospect, 1996, p. 127.
- 2 Apcherg A. *Management accounting: principles and practice*, translate from English, Moscow: Finance and statistics, 2002, p. 952.
- 3 Shevchenko I.T. *Managerial accounting for managers*, training-a practical guide, Moscow: ZAO Publishing house «Economy», 2001, p. 185.
- 4 Drury K. *Management accounting for business decisions*, textbook / Translate from English, Moscow: UNITY-DANA, 2003, p. 655.
- 5 Anankina E.A., Danilochkina N. *Cost Management*, Moscow: Publishing house prior, «IVECO Analyst», 1998, p. 64.
- 6 Khotynskaya G.I. *Financial management*, a training manual, Moscow: Publishing house «Business and Services», 2002, p. 192.
- 7 Homonko E.A., Tarasova T.F. *Cost Management in the enterprise*, textbook, Moscow: KNORUS, 2009, p. 320.
- 8 Kondratova I.G. *Fundamentals of management accounting*, study guide, Moscow: Finance and statistics, 2001, p. 160.
- 9 Horngren Ch.T., Foster J. *Accounting: managerial aspects*, translate from English, Moscow: Finance and statistics, 1995, p. 416.
- 10 Nurgazina Zh.K. *Managerial accounting*, textbook, Almaty: Association of universities of Kazakhstan, 2014, p. 411.

УДК 338.482.2 (574)

С.К.Ержанова, А.М.Ержанов

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
(E-mail: salta_27@mail.ru)

Перспективы развития кластерной модели туризма в Республике Казахстан

В статье рассматривается развитие туризма в Республике Казахстан. Перспективной моделью развития туризма в РК, отмечают авторы, является кластерная модель. Подчеркнуто, что развитие кластеров в туризме способствует увеличению эффективности рынка туристских услуг и, таким образом, росту благосостояния страны. Авторами выделено, что без инновационного подхода невозможно создать в современной экономике конкурентоспособный туристский продукт. Большая роль в этом вопросе принадлежит туристской науке.

Ключевые слова: туризм, международная выставка, тренд, модель, туристский кластер, туристский продукт, туроператоры, коэффициент детерминации, информация, корреляция.

В Республике Казахстан наблюдаются сильные диспропорции развития туризма. Значительно преобладает выездной туризм, который приводит к невидимому импорту капитала — деньги, потраченные отечественными туристами в зарубежных поездках, оплата транспортных расходов и других услуг в стране временного пребывания. Большинство туристских фирм в Казахстане ориентировано на выездной туризм. Таким образом, они являются агентами зарубежных туроператоров. Поэтому главным направлением развития туристского предпринимательства на сегодня является развитие въездного туризма.

В настоящее время в Республике Казахстан действует Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстана на 2010–2014 гг. (ГПФИИР) [1]. В рамках этой программы действует Отраслевая программа развития перспективных туристских направлений РК. Согласно утвержденному Указом Президента Республики Казахстан 30 января 2012 г. системному плану развития туризма в республике развивается 5 туристских кластеров: Астана, Алматы, Западный Казахстан, Восточный Казахстан и Южный Казахстан. Среди намеченных проектов: курортная зона Бурабай, относящаяся к кластеру Астаны, Катон-Карагай и Бухтарма в Восточном Казахстане, курорт Кендерли в Западном Казахстане, горнолыжный курорт Южный Каскелен, относящийся к кластеру Алматы. Реализация проектов приведет к стабильному росту доходов страны, позволит создать новые рабочие места и привлечь зарубежные инвестиции [2].

Не все регионы в Казахстане обладают необходимыми ресурсами для развития въездного туризма. Определение регионов с благоприятными условиями для его развития — одна из задач туристской деятельности.

Одним из самых значительных событий в ближайшие годы будет проведение в Республике Казахстан в 2017 г. международной выставки ЭКСПО. Мировая практика показывает, что проведение подобных выставок увеличивает поток туристов в последующие после окончания выставки годы на 30 процентов. По предварительным данным Республику Казахстан посетят более 5 млн туристов. Потребуется целая армия работников туризма. Туристское предпринимательство и туристская отрасль должны быть готовы к проведению столь значительного события. Координирующую роль в этом вопросе должно взять на себя государство.

Перспективной моделью развития туризма в Республике Казахстан является кластерная модель.

Майкл Портер привёл классическое определение кластера. Под кластером он понимает группу географически соседствующих, взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, функционирующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга [3].

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 [4].

Туристский кластер — это совокупность организаций и фирм, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах. Основной целью кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного туристского комплекса [5].

Ядром туристского кластера являются поставщики услуг, иными словами, туристские агентства, предоставляющие услуги по привлечению иностранных туристов в Казахстан [6].

Развитие кластеров в туризме способствует увеличению эффективности рынка туристских услуг и, таким образом, способствует росту благосостояния страны. Роль исполнительной власти в развитии кластеров состоит в создании благоприятного делового климата для предпринимателей, участников проекта, что будет способствовать большей экономической эффективности и производительности в данном секторе экономики.

В туристском кластере участие в реализации и развитии туристского продукта принимают три ветви: представители туристского предпринимательства, представители государственной власти и общественные институты, т.е. все те организации, от которых зависит успех формирования и реализации на рынке туристского продукта.

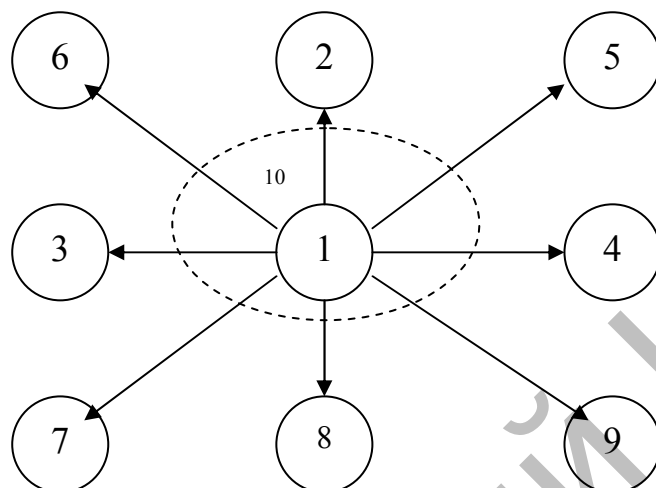
Туристский кластер характеризуется локальным развитием того или иного бизнеса, развитием небольшого количества выбранных видов туризма, т.е. развитие предпринимательского дела происходит на ограниченной географической территории. Выбор небольшого количества видов туризма способствует повышению качества туристских услуг.

Ограниченность территории способствует быстрому обмену информацией, опыту, совместному обсуждению и принятию решений. Таким образом, значительно сокращается время на создание,

внедрение и развитие нового туристского продукта. Кластерная модель развития создаёт наилучшие условия для внедрения инноваций в сфере туризма.

Следует отметить, что без инновационного подхода невозможно создать в современной экономике конкурентоспособный туристский продукт. Большая роль в этом вопросе принадлежит туристской науке.

На рисунке 1 приведена схема взаимосвязей основных компонентов туристского кластера. Для успешной взаимосвязи его основных компонентов необходимо создание эффективной информационной среды.



- 1 — туроператоры и турагенты; 2 — туристско-рекреационные ресурсы;
 3 — объекты размещения; 4 — объекты питания; 5 — транспорт;
 6 — потребители туристских услуг; 7 — коммуникации; 8 — акиматы;
 9 — общественные институции; 10 — информационная среда

Рисунок 1. Схема взаимосвязей основных компонентов туристского кластера (составлен авторами)

Одним из перспективных и приоритетных кластеров Казахстана несомненно является туризм. В таблице 1 приведено количество предприятий и индивидуальных предпринимателей, занимающихся размещением посетителей по Республике Казахстан.

Как видно из таблицы 1, по количеству предприятий и индивидуальных предпринимателей, занимающихся размещением посетителей по регионам, лидируют Восточно-Казахстанская, Акмолинская и Карагандинская области.

Т а б л и ц а 1

Количество предприятий и индивидуальных предпринимателей, занимающихся размещением посетителей

Регионы	Годы		
	2010	2011	2012
	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь
1	2	3	4
Республика Казахстан	1 273	1 417	1 432
Акмолинская область	180	212	144
Актюбинская область	37	40	47
Алматинская область	104	131	134
Атырауская область	55	57	53
Западно-Казахстанская	37	37	44

1	2	3	4
Жамбылская область	40	47	53
Карагандинская область	124	135	143
Костанайская область	57	58	70
Кызылординская область	48	46	44
Мангистауская область	25	28	42
Южно-Казахстанская область	70	72	103
Павлодарская область	51	55	55
Северо-Казахстанская область	36	44	48
Восточно-Казахстанская область	211	233	234
г. Астана	115	129	135
г. Алматы	83	93	83

Примечание. Источник — stat.gov.kz [7].

На рисунке 2 показана динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами за 2010–2012 гг. по Республике Казахстан.

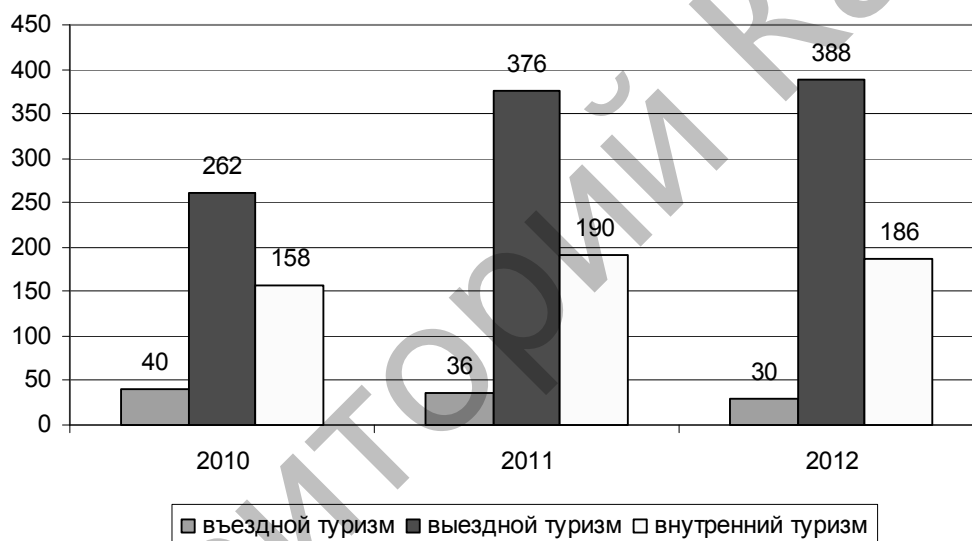


Рисунок 2. Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами, тыс. чел. [7]

В таблице 2 приведено количество туристских фирм и индивидуальных предпринимателей по областям.

Т а б л и ц а 2

Количество предприятий и индивидуальных предпринимателей, занимающихся туристской деятельностью, ед.

Регионы	Годы					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	2	3	4	1	2	3
Республика Казахстан	1 058	1 227	1 276	1 350	1 715	1 994
Акмолинская область	27	33	34	33	48	45
Актюбинская область	20	31	28	30	33	38
Алматинская область	48	55	44	37	97	49
Атырауская область	28	30	25	32	35	38
Западно-Казахстанская область	18	21	20	26	25	30

1	2	3	4	1	2	3
Жамбылская область	19	21	21	19	24	27
Карагандинская область	59	77	83	94	113	157
Костанайская область	25	34	34	37	45	53
Кызылординская область	4	3	2	6	11	10
Мангистауская область	22	26	30	31	34	61
Южно-Казахстанская область	22	29	25	31	52	89
Павлодарская область	51	54	59	62	61	65
Северо-Казахстанская область	18	20	23	21	18	20
Восточно-Казахстанская область	45	59	60	51	68	88
г. Астана	61	92	92	169	208	270
г. Алматы	591	642	696	671	843	954

Примечание. Источник — stat.gov.kz [7].

Из таблицы 2 видно, что количество туристских фирм и индивидуальных предпринимателей увеличивается по всем областям Казахстана и в целом по республике.

Составим прогноз количества турфирм в Республике Казахстан. Сравним трендовые модели, построенные на основе фактических данных — количества туристских фирм за 2007–2013 гг. (табл.2), и приведем оценку трендовых моделей по коэффициенту детерминации (табл.3).

Т а б л и ц а 3

Оценка трендовых моделей по коэффициенту детерминации

Уравнение	Коэффициент детерминации, R^2
$y = 551,67 \ln(x) + 872,28$	0,7828
$y = 22,167x^2 + 14,31x + 1043,6$ (полиномиальная, $m=2$)	0,9778
$y = -2,0833x^3 + 47,167x^2 - 71,107x + 1118,6$ (полиномиальная, $m=3$)	0,9787
$y = 960,53 x^{0,3636}$	0,8430
$y = 913,9 e^{0,1231x}$	0,9622
$y = 19164x + 777,57$	0,9401

Примечание. Составлена авторами.

На рисунке 3 построена предварительная регрессионная линия тренда для числа туристских фирм в Республике Казахстан, выбранная на основе максимального коэффициента детерминации.

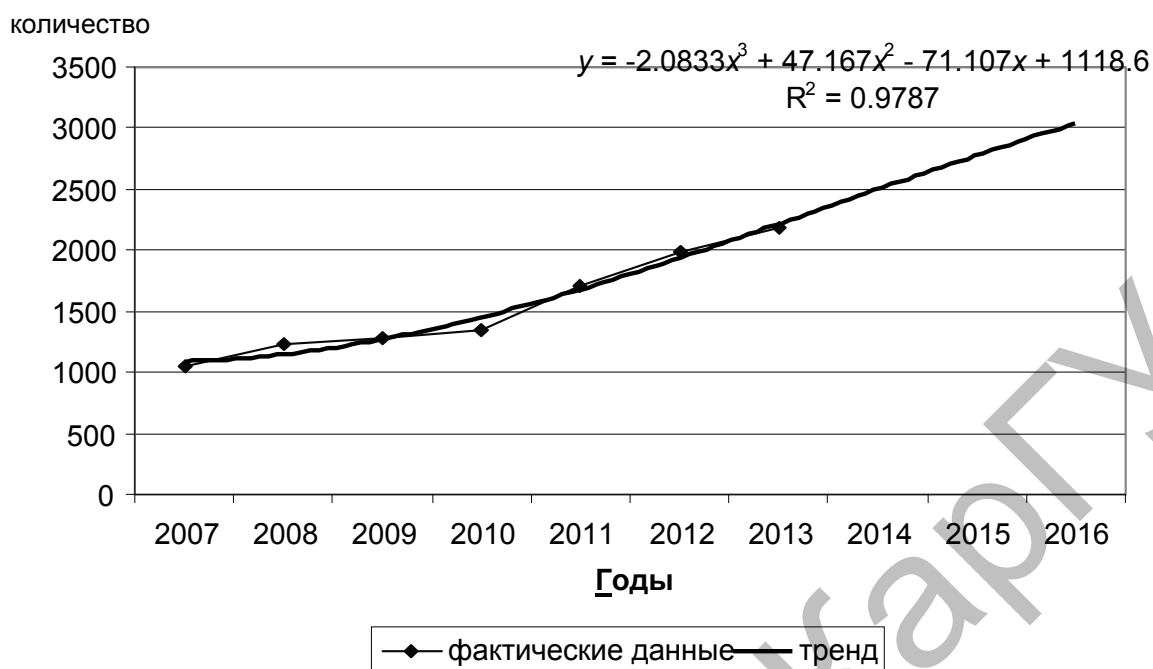


Рисунок 3. Предварительная линия тренда для числа туристских фирм в Республике Казахстан (составлен авторами)

Линия тренда является полиномиальной третьего порядка (формула 1).

$$y = -2,0833x^3 + 47,167x^2 - 71,107x + 1118,6, \quad (1)$$

где y — количество туристских фирм; x — время, в годах ($x = 1$ для 2007 г., $x = 2$ для 2008 г. и т.д.).

Индекс корреляции R^2 близок к единице ($R = 0,9787$), что говорит о достаточно тесной связи между фактическими и трендовыми величинами y .

С помощью приведенного коэффициента детерминации проведем оценку адекватности трендовых моделей.

Коэффициент детерминации \hat{R}^2 определяет близость построенной регрессии к исходным данным, которые содержат случайную составляющую ε . Это снижает точность полученного уравнения регрессии для прогноза. При выборе уравнения регрессии учитывается не только величина R^2 , но также сложность уравнения регрессии, которая определяется количеством коэффициентов уравнения.

Данный учет отражается в приведенном коэффициенте детерминации (формула 2).

$$\hat{R}^2 = 1 - ((n - 1) (1 - R^2) / (n - m)), \quad (2)$$

где m — количество вычисляемых коэффициентов регрессии; n — количество введенных данных (точек).

Если количество коэффициентов у сравниваемых уравнений регрессии одинаково, то отбор наилучшей регрессии можно осуществлять посредством величины R^2 . В случае изменяющегося числа коэффициентов в уравнениях регрессии такой отбор целесообразно проводить по величине \hat{R}^2 .

В таблице 4 дана оценка адекватности трендовых моделей.

Оценка адекватности трендовых моделей

Уравнение	R^2	\hat{R}^2
$y = 551,67 \ln(x) + 872,28$	0,7828	$1 - ((7-1)(1-0,6127)/(7-1)) = 0,6127$
$y = 22,167x^2 + 14,31x + 1043,6$ (полиномиальная, $m=2$)	0,9778	$1 - ((7-1)(1-0,9560)/(7-2)) = 0,9473$
$y = -2,0833x^3 + 47,167x^2 - 71,107x + 1118,6$ (полиномиальная, $m=3$)	0,9787	$1 - ((7-1)(1-0,9578)/(7-3)) = 0,9367$
$y = 960,53 x^{0,3636}$	0,8430	$1 - ((7-1)(1-0,7106)/(7-1)) = 0,7106$
$y = 913,9 e^{0,1231x}$	0,9622	$1 - ((7-1)(1-0,9258)/(7-1)) = 0,9258$
$y = 19164x + 777,57$	0,9401	$1 - ((7-1)(1-0,8837)/(7-1)) = 0,8837$

Примечание. Составлена авторами.

В качестве уравнения с наилучшей адекватностью выбираем уравнение, имеющее наибольшую величину приведенного коэффициента детерминации \hat{R}^2 . Из данных таблицы 4 видно, что таким уравнением является полиномиальное уравнение второго порядка $y = 22,167x^2 + 14,31x + 1043,6$, имеющее величину $\hat{R}^2 = 0,9473$. На основе данного уравнения построим окончательную регрессионную линию тренда (рис. 4).

Согласно уравнению выбранной линии тренда количество турфирм в Республике Казахстан к 2016 г. может достичь значения 2967 (турфирм).

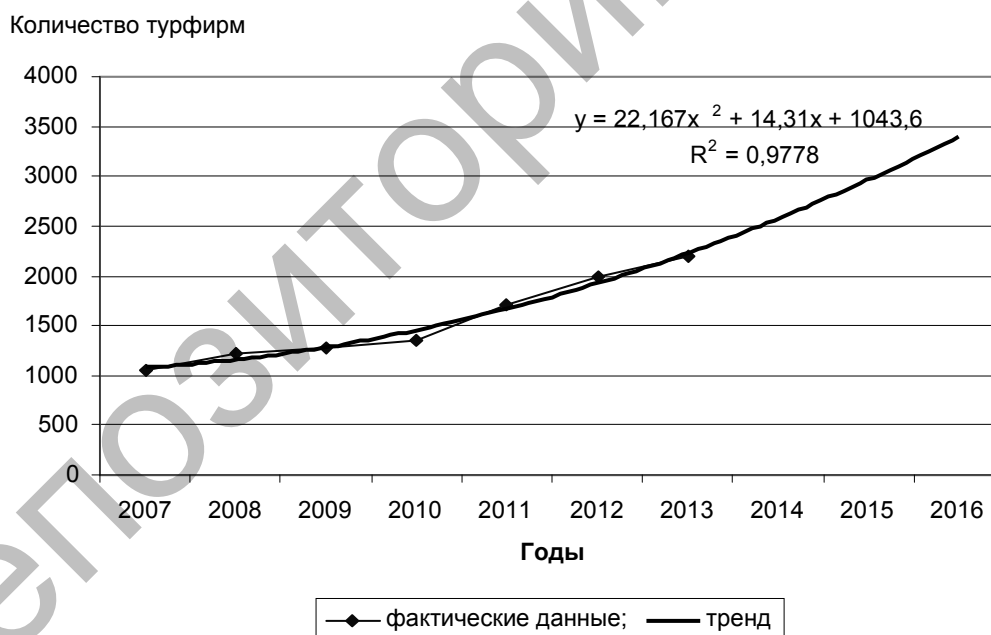


Рисунок 4. Окончательная регрессионная линия тренда для числа туристских фирм в Республике Казахстан (составлен авторами)

Таким образом, в результате проведенной нами работы можем сказать, что в Республике Казахстан принята кластерная модель развития туризма. Развитие кластеров в туризме способствует увеличению эффективности рынка туристских услуг и, таким образом, содействует росту благосостояния страны.

Список литературы

- 1 Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010–2014 годы от 19 марта 2010 года № 958. — [ЭР]. Режим доступа: www.invest.nauka.kz
- 2 Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года от 23 февраля 2013. — [ЭР]. Режим доступа: tengrinews.kz/kazakhstan
- 3 *Портер М.Е.* Конкуренция. — М.: Вильямс, 2005. — 608 с.
- 4 *Марков Л.С.* Институциональные аспекты функционирования инновационного кластера // Менеджмент инноваций. — 2010. — № 4. — С. 292–301.
- 5 http://kultura.admin-smolensk.ru/turism/news_3867.html — официальный сайт Департамента Смоленской области по культуре и туризму.
- 6 *Есмаханова А.С.* Перспективы развития туризма в Казахстане // Вестн. КазНУ. Сер. эконом. — 2006. — № 1. — С. 116–119.
- 7 stat.gov.kz — официальный сайт по статистике Республики Казахстан.

С.К.Ержанова, А.М.Ержанов

Қазақстан Республикасында туризмнің кластерлік моделінің даму болашағы

Мақалада Қазақстан Республикасында туризмнің даму моделі қарастырылған. Қазақстан Республикасында туризмнің даму болашағының моделі болып кластерлік модель саналады. Туризмдегі кластердің дамуы нарықтағы туризм қызметінің тиімділігінің өсуіне, еліміздің жағдайының жақсаруына әкеледі. Авторлар қазіргі заманғы экономикада бәсекеқабілетті туристік өнімді инновациялық тұрғыдан қарамайынша нәтижеге қол жеткізе алмайтындығы жайлы қырытынды жасаған.

S.K.Yerzhanova, A.M.Yerzhanov

Perspectives of cluster model of tourism development in Republic of Kazakhstan

Article describes development of tourism model in Republic of Kazakhstan. Cluster model is ought to be perspective of developing of tourism in Republic of Kazakhstan. The development of clusters in tourism helps to increase the efficiency of the market of tourist services and, therefore, contribute to the welfare of the country. The authors noted that without an innovative approach competitive tourism product can not be created in the modern economy. A major role in this matter belongs to the tourism science.

References

- 1 State program of instant industrial-innovative development in Republic of Kazakhstan in 2010–2014, from 19 march 2010 № 958, [ER]. Access mode: www.invest.nauka.kz
- 2 Concept of developing tourism branch in Republic of Kazakhstan from 23 february 2013 to 23 february of 2020, [ER]. Access mode: tengrinews.kz/kazakhstan
- 3 Porter M.E. *Competition*, Moscow: Williams, 2005, p. 608.
- 4 Markov L.S. *Innovation management*, 2010, № 4, p. 292–301.
- 5 http://kultura.admin-smolensk.ru/turism/news_3867.html — official web-site of Smolensk region cultural and tourism Department.
- 6 Esmahanova A.S. *KazNU herald. Economics series*, 2006, № 1, p. 116–119.
- 7 stat.gov.kz — official statistics web-site of Republic of Kazakhstan.