

Кластерный подход как ключевой инструмент развития туризма в регионе

А.В. Глоова

ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский торгово-экономический институт»

Статья посвящена особенностям развития индустрии туризма в России. Определены аспекты социально-экономической значимости туристской деятельности. Рассмотрены преимущества кластерной политики как ключевого инструмента при решении задач, необходимых для качественного развития туристской отрасли в регионах, инновационного потенциала и уровня экономического развития страны в целом.

Ключевые слова: туризм, туристические услуги, кластер, туристский кластер

Cluster type is a key approach (instrument) of tourism in a region

A.V. Gloova.

This article is devoted to tourism behavior characteristics in Russia/ Aspects of social and economic weight of tourism are discerned. Cluster type advantages are considered as the key instrument in problem solving, which are need for qualitative tourism evolvement, innovative potential and country's development level as well.

Key words: tourism, services in tourism, cluster, tour cluster.

В современных условиях туризм имеет четкие характеристики и множество определений в понятийном смысле. Испытывая прямое влияние экономики, туризм, в отличие от путешествий, характеризуется двойственностью внутренней природы, так как является не только массовым и особым видом отдыха, но и деятельностью по организации и осуществлению путешествий.

Во многих странах туризм развивается быстрыми темпами, является ведущей отраслью страны и имеет важное социально-экономическое значение, т.к. ведет к увеличению валютных поступлений, созданию новых рабочих мест, развитию социальной и производственной инфраструктуры в регионах, интегрированию во все отрасли, связанные с производством туристских услуг и обеспечению роста уровня жизни местного населения.

В России, в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.10.1996г.,

определены основные принципы политики государства в данном секторе экономики:

- обеспечение гражданского права на отдых и свободное передвижение;
- регулирование отношений, которые возникают в процессе реализации данного права;
- установление законодательных основ, нацеленных на организацию единого туристского рынка;
- рациональное использование туристских ресурсов.

В этой связи федеральным законом сформулировано следующее определение понятия «туризм».

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания. [1]

Вследствие того, что туризм основан на использовании местных туристских ресурсов, приносящих региону или государству доход, важнейшей задачей является предоставление качественных услуг туристам, а также качественное развитие самой туристской индустрии.

Туристская индустрия - это совокупность средств размещения, транспортных средств, объектов питания, мест развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. [1]. Располагая материально-технической базой, туристская индустрия способствует обеспечению занятости большого количества людей и связана со всеми секторами национальной экономики.

Туризм, в зависимости от обслуживания категорий населения и составляющих его услуг, подразделяется на внутренний и международный.

Внутренний туризм – представляет собой временный выезд граждан в пределах национальных границ своей страны для отдыха, удовлетворения потребностей развлекательного характера, занятий спортом, получения познавательной информации, и иных туристских целях.

Международный туризм – это целенаправленная и организованная деятельность предприятий туристской сферы, основанная на предоставлении туристского продукта и туристских услуг иностранным туристам на территории Российской Федерации (въездной туризм), а также предоставлением таких продуктов и услуг за рубежом (выездной туризм).

Потенциал России для развития внутреннего и въездного туризма трудно переоценить. Богатое природное и культурно-историческое наследие страны предполагает возможность предоставления разнообразных видов туризма: рекреационный туризм (являющий своей целью отдых и развлечения), лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный (в состав которого входят религиозный, паломнический), деловой,

образовательный, экстремальный, спортивный, экологический, сельский, научный и др.

Вместе с тем, следует отметить, что туристский потенциал нашей страны используется далеко не в полной мере. Сдерживающими факторами развития как внутреннего, так и въездного туризма, является неразвитая инфраструктура, отсутствие благоприятного инвестиционного климата, низкое качество предоставления туристских услуг, отсутствие имиджевого позиционирования Российской Федерации как туристской державы на международном рынке, что оказывает негативное влияние на рейтинговые показатели страны.

По результатам исследований, представленных на Всемирном экономическом форуме (ВЭФ), Россия в 2009 году заняла 59 место среди 133 стран по конкурентоспособности туристского сектора экономики, по качеству дорог - 104, по числу мест в гостиницах - 85, а по ценовой доступности размещения в них - 115, по открытости для туризма - 108, по эффективности маркетинговой деятельности в туризме - 122, по отношению местного населения к иностранцам - 131. [4]

На плечи участников рынка в сфере туризма ложится нелегкий труд: необходимо возрождение внутреннего туризма и его социальной составляющей, вложение значительных финансовых средств в создание новых мест отдыха и реставрацию существующих, укрепление и расширение материальной базы туризма.

Надо понимать, что одни только уникальность природных ресурсов и культурное наследие не могут быть единственным и достаточным условием для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристско-рекреационного потенциала. В современной глобальной экономике состояние туризма во многом на прямую зависит от развития наиболее конкурентоспособных туристских консолидаций, основанных на использовании не только культурно-исторических и природных ресурсов, но и соответствующей инфраструктуры, профессиональных кадров, образовательных и научно-производственных учреждений, широкой сферы развлечений и т.п..

Характерным для туристской отрасли в России сегодня является возрастание количества выезжающих за границу, при одновременном существовании значительных проблем, касающихся внутреннего туризма. Государство находится в поисках адаптивных стратегических решений, позволяющих изменить подобную неблагоприятную ситуацию в отрасли. Одним из таких решений является повышение конкурентоспособности уже существующих туристских регионов и развитие новых.

Анализ мировой хозяйственной практики показывает, что наиболее экономически эффективным, конкурентоспособным и перспективным направлением развития территорий является использование кластерного подхода, который в последние годы стал главным инструментом, служащим для разработки экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности предлагаемых услуг.

Термин «кластер» заимствован из английского языка, буквально означает «расти вместе». Интерес к кластерам как эффективному инструменту повышения конкурентоспособности появился в последней четверти XX века.

Основоположником кластерного подхода к определению и повышению региональной конкурентоспособности является профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. По Портеру, кластер - это группа географически локализованных взаимосвязанных компаний - поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.[3]

Главным выводом, сделанным Портером, являлось следующее: чем больше развиты кластеры в отдельной стране, тем выше в этой стране уровень жизни населения и конкурентоспособность компаний.

В последнее время и в России все большее внимание в региональном развитии уделяется подходу, основанному на кластерах. Принципы организации и формирования кластеров изложены в Концепции кластерной политики в РФ, принятой Правительством в 2008 г. Вследствие чего, применение кластерного подхода в стратегии социально-экономического развития ряда регионов Российской Федерации заняло одно из передовых мест.

Реализация политики, основанной на кластерном подходе, способствует повышению конкурентоспособности через реализацию эффективного взаимодействия участников кластера, базирующемся на близком географическом расположении, широком доступе к информации, инновациям, ноу-хау», высококвалифицированным кадрам, специализированным услугам, при одновременном снижении транзакционных издержек.

Становление и развитие кластеров в современной экономике ведет к привлечению прямых зарубежных инвестиций и активной внешнеэкономической интеграции. Вхождение в глобальные цепочки создания добавочной стоимости при помощи кластеров способствует существенному увеличению уровня технологической базы, качеству и скорости экономического роста.

К числу признаков, характерных кластеров относят:

- наличие у субъектов кластера конкурентных преимуществ для его развития, к которым относятся, в том числе: выгодное географическое положение, формирование необходимой инфраструктуры, наличие поставщиков комплектующих и связанных услуг, доступ к сырью, высокоспециализированным кадровым ресурсам, наличие исследовательских организаций и профильных учебных заведений;

- сильные конкурентные позиции на региональных и международных рынках;

- высокий потенциал участников кластера для организации и увеличения экспорта;
- наличие координации в коллективной деятельности по продвижению на внутренних и внешних рынках товаров и услуг;
- эффективность взаимодействия между субъектами кластера, вследствие использования различных механизмов, таких как субконтрактация, партнерские отношения, устанавливаемые с образовательными учреждениями и исследовательскими организациями;
- множественность субъектов, задействованных в выгодном для всех участников сотрудничестве, провоцирует возникновение синергетического эффекта взаимодействия.

Вектор развития российской туристической индустрии определен в концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)», принятой Правительством Российской Федерации.

Суть концепции находит отражение в использовании кластерного подхода в развитии туризма, т.е. сосредоточения в рамках ограниченной территории организационных и финансовых усилий, направленных на создание оптимальных условий для развития туристской инфраструктуры и сферы сопутствующих услуг.

Подчеркивая то, что ключевые туристско-рекреационные ресурсы являются базой для формирования туристского кластера в регионе, необходимо понимать, что наряду с предприятиями, задействованными в производстве и реализации туристских услуг, участниками кластера также становятся местные администрации, представители общественности, профессиональные объединения, образовательные учреждения, научно-исследовательские институты и т.д. При этом туристский кластер может формироваться не только на региональном уровне, но и на более локальном (муниципальном) уровне. В тоже время имеются примеры туристских кластеров, являющихся межрегиональными.

Одной из явных особенностей кластера считается способность быстро реагировать на различные изменения рыночных условий и адаптироваться к ним, что составляет явное преимущество для рыночного хозяйства. Это отражается в наличии широких возможностей для развития инновационной деятельности.

Необходимость стратегического подхода в сфере туризма обусловлена постановкой таких задач, как организация рационального потребления, проведение мероприятий по восстановлению и сохранению историко-культурного наследия, выявление направлений, приоритетных для данной региональной экономики и т.п. Стратегическая адаптивность кластера достигается наличием среды, позволяющей создавать особые условия для поиска конструктивных инновационных решений с их последующим незамедлительным внедрением в экономический оборот.

Субъектами туристского кластера в регионе являются: туроператоры, турагенты, транспортные организации объекты общественного питания и

гостиничного хозяйства, различные типы специализированных организаций, общественных объединений, информационных структур, предприятий, оказывающие юридические, консалтинговые услуги, образовательные и научные учреждения.

Туристский сектор экономики, базирующийся на кластерной организации, обладает явственными преимуществами. Органы власти при таком походе располагают действенным инструментарием по организации эффективного взаимодействия с бизнесом, в результате которого происходит более глубокое понимание показателей, характеризующих его состояние, а, соответственно, и тактических задач, необходимых для его успешного развития. Следствием этого является стратегическое планирование, основанное на реальном, целенаправленном и мотивированном использовании региональных ресурсов.

Благодаря тесным партнерским связям субъекты кластера извлекают более значительные выгоды за аналогичный промежуток времени. Предприниматели получают возможность систематизировать возникающие проблемы, выбирать пути, позволяющие преодолевать их с наименьшими потерями. Тандем региональной власти и бизнес-сообщества, характерный для кластера, посредством его авторитета и влияния способствует более действенному продвижению через федеральные структуры избранных инициатив, отражаемых в подготовке законопроектов, прохождению на федеральном уровне необходимых отраслевых и региональных преобразований.

Модель туристского кластера, обеспечивая устойчивость социально-экономического развития региона, способна учитывать интересы всех участников-активистов.

Формирование, также как и развитие, кластеров в туристской отрасли сопровождается следующими основными проблемами:

- отсутствие соответствующей инфраструктуры, а для некоторых регионов РФ и вовсе транспортной доступности;
- скудность познаний кадрового персонала, способного оценивать выгоды и конкурентные преимущества при такой форме кооперации;
- слабая восприимчивость руководящего состава к внедрению преобразований и инноваций;
- отсутствие в туристской деятельности практики, основанной на стратегическом планировании в рамках государственно-частного партнерства;
- длительность периода становления туристского кластера (не менее 3-х лет).

В рамках существенного упрощения процедуры организации кластеров на территориях всех уровней (как региональном, локальном, так и стартовом) необходимо проработать и внедрить для таких образований нормативно-законодательную базу.

В настоящее время в Санкт-Петербурге - одном из крупнейших культурно-исторических центров, располагающем ярко выраженным

туристским потенциалом, проводятся мероприятия, направленные на активное применение кластерной политики в региональном развитии.

Целью кластерной политики является создание многопрофильного кластерного образования на территории Санкт-Петербурга для повышения его конкурентоспособности и уровня социально-экономического развития. Для чего планируется в полной мере использовать отраслевой, инновационный, финансовый, технологический, человеческий и административный ресурсы, учитывая интересы всех задействованных участников кластера.

Для Санкт-Петербурга благоприятна конъюнктура, существующая на мировом туристском рынке. Свидетельство этого – увеличение международного спроса на нашу страну в целом, повышение инвестиционной привлекательности туристской инфраструктуры, рост доли предпочтений, отданных культурно – познавательному и деловому туризму.

Туристские ресурсы Санкт-Петербурга обладают значительными конкурентными преимуществами, что позволяет находиться на лидирующих позициях в глобальном туристском рынке и предлагать разнообразные виды туризма, такие как культурно-познавательный, деловой, конгрессно-выставочный, водный, спортивный, научный, оздоровительный.

В настоящее время развитие города в качестве туристического центра является стратегическим направлением для Правительства Санкт-Петербурга, включающим в себя следующие аспекты:

- содействие развитию туризма как отрасли, играющей важную роль в проведении структурных преобразований в экономике города;
- содействие в решении задачи увеличения валового регионального продукта не менее чем в 1,5 раза за счет средств, полученных от туристской деятельности;
- приближение Санкт-Петербурга к ведущим лидерам среди международных центров туризма, прогнозируя при этом увеличение количества туристов до 10 млн. человек в год (крупный город приравнивается к мировому центру туризма, если годовой туристский поток превышает не менее чем в 2 раза численность местного населения).

Для достижения поставленных целей необходимо разработать и провести комплекс мероприятий, основанных на активном использовании преимуществ кластерного подхода.

Необходимо отметить, что туризм определил конкретные законы своего экономического и социального развития на законодательном уровне, как в национальных границах государств, так и в системе всемирных туристских связей.

Процесс формирования индустрии туризма и ее устойчивого развития, как одной из важнейших отраслей в региональной экономике, в настоящее время невозможен только лишь с использованием существующих рыночных механизмов, без действий, исходящих от государства, и оказывающих реальную поддержку. Именно государству здесь отводится роль катализатора

государственно-частного партнерства, включающего представителей власти, туристского бизнес-сектора, общественности и науки, чьи усилия должны объединиться в активном и коллективном участии по нахождению эффективного экономического рычага, способствующего качественному улучшению жизни, за счет внедрения социально-значимых программ и инновационных проектов на региональном уровне.

В этой связи, кластерная политика является ключевым инструментом при решении задач, необходимых для качественного развития туристской отрасли в регионах, инновационного потенциала и уровня экономического развития страны в целом.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями на 30.07.2010).
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19.07.2010 № 1230-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы №Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)».
3. Портер М. Конкуренция.: Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс»,2006.
4. World Economic Forum (WEF). Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. [Электронный ресурс.] – Режим доступа. URL: <http://www.weforum.org>.