

УДК 330.341

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРОВ КАК РЫНОЧНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

© 2015 г. И. Ю. Швец

Институт проблем управления РАН, г. Москва

В статье рассмотрены подходы к пространственно-региональной кластеризации туристской сферы, базовые условия создания туристского кластера, принципы создания и управления туристского кластера.

Ключевые слова: *кластер; территория; предпринимательство; туризм; управление.*

The article describes the approach to spatial and regional clustering of tourist areas, the creation of basic conditions for tourism cluster, the principles of creating and managing a tourism cluster.

Key words: *cluster; territory; entrepreneurship; tourism; management.*

Каждая страна и даже регион формируют для себя собственную концепцию развития туризма. Это связано с тем, что регионы мира отличаются друг от друга наличием и характером рекреационных ресурсов, уровнем их привлекательности для жителей других стран и районов, уровнем жизни местного населения, характером экономических задач, решаемых в настоящее время обществом. Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма, который в рыночной экономике определяется зачастую не прямой отдачей вложенных средств, а тем, чего мы лишаемся, не вкладывая эти средства в другую сферу. Но значение туризма в социально-экономическом развитии страны трудно переоценить. Ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации как природной, так и социальной среды приводят к синдрому «накопленной усталости», снижению иммунитета, повышению заболеваемости и смертности населения. И именно перед туристским бизнесом стоит задача не только создания экономически эффективной деятельности, но и социальная задача ликвидации последствий этих негативных влияний, посредством организации условий для восстановления сил, здоровья, получения новых знаний

и впечатлений. На сегодняшний день отсутствуют единые, комплексные, теоретически обоснованные подходы к построению концепции формирования кластеров в туристских регионах в странах с формирующейся рыночной экономикой. Существующие же реалии социально-политической и экономической жизни страны требуют развития туристских регионов.

Весомый вклад в исследование устойчивого экономического развития территории в рыночных условиях на основе кластерного подхода сделали: В. Василенко, П. Гудзь, А. П. Дашкова, А. Нестеренко, Н. Пирси, М. Портер, А. Хобиби. В работах М. Портера, А. Хобиби, Н. Пирси [1; 2; 3] рассмотрены общие теоретические подходы существования, конкурентные преимущества кластерных систем в странах с устойчивой рыночной экономикой. П. Гудзь рассматривает механизм действия кластера как квазикорпорации, на основе которой строится модель управления регионом [4, с. 23–32]. В. Н. Василенко рассматривает развитие региональной экономики на основе объединения, гармонизации регионального экономического пространства [5]. В научных работах А. Дашкова, А. Нестеренко [6; 7] направления развития кластерной системы узко локализованы на отдельных ре-

гиональных кластерах. Интересный подход к развитию региональной системы управления инновационным развитием сферы туризма рассмотрен в работах Ю. Ю. Швеца [8; 9]. Научные достижения ученых имеют важное научное и практическое значение. Вместе с тем проблема устойчивого территориального развития России, в том числе туристских регионов и формирующихся на их основе региональных кластеров, требует дополнительного исследования.

Целью данной статьи является рассмотрение формирования кластеров как рыночных инструментов пространственного развития предпринимательства.

Различным типам туристской деятельности соответствуют соразмерные туристские пространства, представляющие собой часть социального пространства, объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации. Размер и состав внутренней организации туристского пространства имеет иерархическую структуру.

Туристское пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное [10; 11]. К организованному туристскому пространству относят пространство, имеющее организованную систему управления условий туристской деятельности, главной целью которой является повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных локальных пространств разного масштаба. К неорганизованному туристскому пространству относят пространство, в котором система условий для туристской деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

Объединение предприятий в границах населенного пункта формирует рекреационный пункт и определяет его специализацию [11, с. 48]. Территориальная специализация на выполнении туристско-рекреационной функции базируется на имеющихся конкурентных преимуществах территории: наличие и типы рекреационных ресурсов, их сочетаемость; уровень развития рыночной, производственной инфраструктуры, уровень развития сопутствующих видов деятельности. Перевес в структуре ресурсов культурно-

исторических создает основу формирования туристско-экскурсионной специализации элемента территориальной структуры в территориальном разделении труда, а природно-рекреационных — туристско-рекреационной или курортной. В зависимости от специализации элементов территориальной структуры, концентрации туристской деятельности, они могут быть представлены пунктами, центрами, узлами, имеющими как дискретные, так и ареальные формы (табл. 1) [11, с. 49].

Всемирная туристская организация определяет туристский регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг [12]. Из этого определения вытекает, что туристский регион — это цель путешествия, туристский продукт и конкурентоспособный субъект. Стратегической целью региона как конкурентной единицы является обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Конкурентоспособность регионального туристского рынка зависит от ряда влияний: социально-экономической системы, туристской политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Индустрия туризма интегрирована в экономику региона, посредством кооперационных отношений, социальной, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, на основе взаимодействия рыночных сил спроса и предложения, скорректированных государственной экономической политикой, и базируется на региональных ресурсах: природно-климатических, географических, экологических, культурно-исторических, инфраструктурных (трудовых, финансовых, информационных, технологических), организационно-экономических.

Особенностью туристской деятельности является то, что туристская услуга для конечного потребителя представляется как цепь услуг (размещения, питания, транспортных, медицинских, развлекательных и др.), что предполагает большое количество участников рынка [13], и потребитель рассматривает цен-

Таблица 1
Территориальная структура туристского рынка

Элементы территориальной специализации рынка потребителя	Элементы территориальной специализации рынка производителя		Форма элементов территориальной специализации	
	посредника	продюцента туристско-экскурсионных услуг	продюцента курортных услуг	дискретные
Пункт	Пункт	Экскурсионный пункт		Стандартн. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
Центр	Центр	Туристско-экскурсионный центр		Стандартн. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
Узел	Узел	Туристско-рекреационный узел	Курорт	Дифференциров. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 100 тыс. чел.
			Курортная местность	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
			Курортный район	Узкая специализация, уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт до 10 тыс. чел.
			Курортная зона	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт свыше 100 тыс. чел.

ность туруслуги с точки зрения ее сложности, проецирует свои впечатления от потребленных услуг в целом на регион, как единое целое. В связи с наличием большого количества субъектов туристского рынка и их разноуровневостью, деятельность участников рынка часто бывает не согласована, что приводит к снижению ценности туристского продукта для потребителя, и, таким образом, снижает привлекательность региона, степень его конкурентоспособности, приводит к отказу потребителя совершать поездку в данный туристский регион.

Уровень развития туризма в регионе, степень его конкурентоспособности оказывают непосредственное влияние на уровень развития конкурентоспособности всего туристского региона. Рассмотрение данного влияния представлено в Концепции устойчивого развития туризма, представленной всемирной туристской организацией [10]. В концепции рассматривается влияние туристского комплекса, как функционально-территориальной системы, на развитие региона по ряду направлений. Во-первых, прямое влияние: расходы туристов превращаются в доходы туристских по назначению субъектов хозяйствования, что дает возможность развития воспроизводственных процессов, как на уровне туристского предприятия, так и предприятий региона, включенных в кооперационные связи, создания нового туристского продукта и его продажи. Второе влияние носит косвенный характер, которое можно представить как зависимость: в результате экономической деятельности туристских по назначению субъектов хозяйствования уплачиваются налоги, часть которых перечисляется в бюджет региона, направляемый на его развитие. Эти средства являются доходами предприятий, обеспечивающих туристскую деятельность, налоги с деятельности которых частично перечисляются в бюджет региона, что дает возможность развития расширенного воспроизводственного процесса на уровне региона, выраженного в мультипликационном эффекте. Третье влияние носит в большей степени социальный характер. Расширенный характер воспроизводственных процессов в туристском регионе приводит к созданию новых рабочих мест, которые выражаются ростом доходов домохозяйств, и таким обра-

зом, наблюдается тенденция повышения уровня качества жизни населения региона.

Расширенное определение региона как вертикальной (отраслевой) и горизонтальной (межотраслевой) интеграционных функционально-территориальных систем позволяет сформировать методическую базу изучения индустрии туризма. Предметом анализа является туристская система, в границах которой функционируют туристские предприятия, организации и учреждения разных форм собственности и хозяйствования, которые используют природные, лечебные, познавательные ресурсы и другие ресурсы с целью предоставления целевым потребителям рекреационных услуг и получения прибыли.

Интеграционные процессы между участниками туристского рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения, и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения, и внутри самого рынка предложения турпродукта формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных интеграционных связей: воспроизводственных, распределительных, управленческих и других, напрямую зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристского региона, интенсивности спроса на турпродукт данного региона, на основе чего и определяется масштаб деятельности регионального туристского рынка и его специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристского рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории: материальным производством, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением, формируются на основе участия в территориальном разделении труда и специализации.

Важную роль в формировании конкурентных преимуществ различных объектов мо-

гут сыграть кластерные системы. В связи с разнообразием структур и масштабов кластеров существует ряд подходов к их определению. Если в основу их типологии положить направленность преимущественных интеграционных связей: вертикальные, горизонтальные, географические, то выделяют: вертикальные производственные цепи, промышленные, инновационные, региональные кластеры. Для определения стратегии создания туристского кластера должна быть всесторонне проанализирована сущность национальной экономической системы, выявлены важнейшие хозяйственные связи и исследованы проблемы взаимовлияния сопряженных производств, влияния внутренних и внешних рынков на планируемый процесс повышения конкурентоспособности туристских предприятий, услуг.

Многообразие и многоаспектность экономических связей между предприятиями, экономические, финансовые и экологические проблемы, возникающие в туристской экономике, приводят к выявлению того факта, что отдельные предприятия и их руководители не могут противостоять возникающим проблемам и решать их в одиночку. С этим связана необходимость регулирования всего спектра экономических связей на основе законодательных принципов и норм национального и международного права с учетом неукоснительного соблюдения национально-государственных интересов.

Следующим важным аспектом выработки комплексной концепции создания кластеров в туристской сфере является разработка и принятие существующей модели управления конкурентоспособностью, исследования ее функционирования в процессе повышения уровня конкурентоспособности. Эта модель должна выявлять факторы конкурентоспособности при анализе влияния экзогенных переменных на эндогенные и исследовать процесс повышения уровня конкурентоспособности при различных параметрах. Это, в свою очередь, позволяет определить экономическую сущность процесса повышения уровня конкурентоспособности туристских предприятий, услуг.

Выработка комплексной концепции повышения конкурентоспособности туристских предприятий, объединенных в туристский кластер, опирается на то, что экономи-

ческая сущность этого процесса повышения состоит в следующем:

- формировании конкурентных преимуществ на основе цепочек создания ценности;
- сохранении природно-климатических туристских ресурсов;
- развитии внутренних рынков со все возрастающим качественным спросом;
- формировании конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
- создании производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
- формировании конкурентных преимуществ на основе доступности информации;
- образовании конкурентных преимуществ на основе доступности для всех участников кластера новых технологий;
- разработке принципов управления кластерной системой туристского региона.

Концепция формирования кластера в туристском регионе существенно зависит от адекватного определения экономических интересов страны. Анализ показал, что в РФ имеются следующие категории экономических интересов: к рынкам сбыта; к рынкам сырья; к географической близости к рынкам; к регионам с большим демографическим потенциалом и/или высоким платежеспособным спросом населения; поддержание определенных степеней свободы от мирового рынка туризма, что означает повышение конкурентоспособности национального туристского комплекса и обеспечение экономической безопасности страны.

Целью концепции создания туристского кластера должно быть повышение конкурентоспособности туристских предприятий и постепенный выход услуг отечественного туристского комплекса в группу лидеров на мировых рынках. Достижение этих целей должно основываться на: создании условий для стабильного экономического развития экономики региона; полной занятости трудовых ресурсов региона, снижении социальной напряженности; воспроизводстве природных ресурсов, экологической безопасности; создании условий для самовоспроизводства факторов производства и создании конкурентных преимуществ на основе выделения приоритетных направлений в формировании

условий для повышения производительности и доступности новых технологий; создании экономического, организационного и правового механизма.

В совокупности факторов, определяющих основные направления концепции формирования кластеров в туристских регионах, важную роль играет процесс смены лидеров на мировых рынках туризма и связанные с этим экономические противоречия. Руководство региона при повышении уровня конкурентоспособности туристского комплекса должно проводить целенаправленную политику для каждого фактора производства, причем основные параметры этих частных политик должны соответствовать национально-государственным интересам страны, быть согласованными со всеми тенденциями и перспективами развития мирового рынка туризма.

Объектом управления в региональных экономических системах являются экономические отношения, которые можно представить как систему отношений, формирующую одну из возможных моделей организации общественного производства на данной территории. Такие отношения возникают между множеством отдельных участников общественного производства, формируя тем самым различные их виды: от производственных до культурно-этнических. Очевидно, что создать полную модель таких отношений не представляется возможным, поэтому необходим выбор конечного их множества, позволяющий управлять определенными параметрами региона. Именно механизм управления организацией с его принципами, блоками функционирования, элементами и органами управления как раз и призван упорядочивать по возможности наиболее максимальное количество таких отношений в систему управления. В такой системе управления субъектами есть не только органы управления, юридические, физические лица, общественные организации, занимающиеся любой деятельностью в рамках определенной территории, кластера, но и непосредственно сам экономический регион. Механизм управления организацией обеспечивает воспроизводство или изменения характеристик процесса экономических отношений между отдельными субъектами. Следовательно, механизм управления орга-

низацией кластера можно представить как некоторую систему, которая должна обеспечивать постоянное управляющее воздействие, направленное на обеспечение определенных результатов деятельности, т. е. способствовать динамичному характеру воспроизводственных процессов на данной территории.

Концепция создания кластеров должна исходить из определенных методических основ.

Принципы создания модели системы управления туристским кластером должны базироваться на основе системности. Использование системного подхода дает возможность принятия качественных управленческих решений. Система состоит из двух составляющих: 1) внешнее окружение, включающее вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь; 2) внутренняя структура — совокупность взаимосвязей между участниками кластера.

Регулирование системы управления туристским кластером обеспечивает такую ее деятельность, при которой выравнивается состояние выхода системы по заданной норме. Следовательно, главная задача сводится к установлению заданного состояния функционирования системы, предусмотренного планированием как упреждающим управлением. Сложность управления зависит, прежде всего, от количества изменений в системе и ее окружении.

Сущность управления туристским кластером нужно рассматривать как совокупность следующих процессов: организация управления, управление и информация. Организация управления туристским кластером должна формироваться в соответствии с выделенной целью и объектом управления. Поэтому эффективность организации управления в значительной степени зависит от четкости формулирования целей управления.

Система управления туристским кластером должна строиться по следующим группам принципов: базовые, связи системы с внешней средой кластера, методология целеполагания, функционирования и развития системы туристского кластера.

К базовым принципам следует отнести: первичность целого, несводимость системы, сложность структуры системы, способность к саморазвитию системы, вертикальная це-

лостность системы, горизонтальная обособленность системы, иерархичность системы, взаимосвязанности процессов управления конкурентоспособностью.

Внешние принципы управления туристским кластером включают: взаимозависимость системы и внешней среды, степень самостоятельности системы, ее открытость, совместимость системы.

Принципы целеполагания системы управления туристским кластером включают: целенаправленность и наследственность системы, ориентацию управления подсистемы на нужды потребителя, приоритет качества и интересов системы более высокого уровня, надежность системы, ее оптимальность, неопределенность информационного обеспечения и мультипликативность системы.

Принцип функционирования и развития системы управления туристским кластером состоит в: непрерывности функционирования и развития системы, альтернативности путей ее функционирования и развития, а также предполагает синергичность, инерционность и адаптивность системы, интеграцию, организованность и уровень стандартизации системы, инновационный характер развития системы.

Соблюдение указанных принципов способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействий с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы. Системный характер использования элементов производительных сил в кластере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления его организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоответствий в экономическом пространстве региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать и создавать конкурентные преимущества как основу устойчивого развития.

В первую целевую группу включены вопросы выбора основных приоритетов развития территории с учетом условий рынка как внешнего, так и внутреннего, наличия кон-

курентных преимуществ территории, выбор основной специализации кластера.

Вторую целевую группу формируют законодательная база, с точки зрения инструктивной базы и системы государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства кластера.

Третья целевая группа состоит из системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность кластера.

Создание и развитие системы управления, опирающейся на данные целевые группы, даст возможность планомерного развития кластера.

Выводы. Экономика туристского рынка формируется и функционирует на основе интегральной взаимозависимости предприятий региона, деятельность которых напрямую или опосредованно связана с экономикой сферы туризма; сохранение экологического баланса природных ресурсов и исторических, конфессиональных объектов на рекреационных территориях.

Результатом развития региональной экономики является создание, поддержание конкурентных преимуществ и достижение более высокого уровня конкурентоспособности как всей сферы туризма, так и, в частности, зеленого туризма. Профилизация региона должна быть направлена на создание высокоразвитого туристского центра международного уровня, что даст возможность долговременного экономического развития. Реальное содержание концепции туризма обозначится в ходе столкновения отмеченных позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране, но, с другой стороны, в значительной степени и определит экономическую ситуацию в России.

Литература

1. *Портер М.* Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 1993. — 495 с.
2. *Hobiby A.* Motives and Markets. — Lexington, MA: Lexington Books, 1998. — 261 с.
3. *Piercy N.* Market strategic Change. — London: Harper Collins, 1991. — 419 с.

4. Гудзь П. В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. — Донецьк: ІЕПД НАН АІНІ, ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2001. — 270 с.

5. Василенко В. Н. Архитектура регионального экономического пространства: Монография. / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. — Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. — 311 с.

6. Нестеренко А. В. Влияние кластера на повышение производительности предприятий г. Бердянска. — Харьков: ТОВ «Знання LTD», 2001. — 48 с.

7. Дашикова А. П. Предпринимательство и бизнес. — М.: Филин, 1996. — 341 с.

8. Швец Ю. Ю. Формирование региональной системы управления инновационным развитием сферы туризма. — Симферополь: ДАЙПИ, 2012. — 339 с.

9. Швец Ю. Ю. Концептуальные подходы к управлению инновационной деятельностью туристического региона. // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник

наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. — 2011. — №7-1. — С. 175-179.

10. Мамутов В. К., Акмола А. И., Дементьева Т. Н. и др. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты. / Академия наук Украины. Институт экономики промышленности. — К.: Наукова думка, 1992. — 141 с.

11. Любимцева О. О. Рынок туристических услуг (геопросторовые аспекты). 3-е вид., перераб. та доп. — К.: Альтерпрес, 2005. — 436 с.

12. Устойчивое развитие туризма: Пособие для специалистов по местному планированию. — Мадрид: Всемирная туристская организация, 2003. [Электронный ресурс]. / Всемирная туристская организация. — Режим доступа: <http://www.world-tourizm.org/guso>, свободный (9.09.2014).

13. Швец И. Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. — Симферополь: ЧП «Предприятие «Феникс», 2011. — 364 с.

Поступила в редакцию

10 августа 2015 г.



Ирина Юрьевна Швец — доктор экономических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института проблем управления РАН.

Irina Yurievna Shvets — Ph.D., Doctor of Economics, Professor, Leading research officer in the Institute of Control Sciences RAS.

117997, г. Москва, ул. Профсоюзная, 65
65 Profsoyuznaya st., 117997, Moscow, Russia
Тел.: +7 495 334 89 10; e-mail: irina-shvets@yandex.ru