

10.11. ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Морозова И.А., д.э.н., профессор кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»;
 Волков С.К., к.э.н., доцент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»;
 Яковенко Н.П., магистрант кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»;
 Орлова О.В., студент кафедры «Мировая экономика и экономическая теория»

Волгоградский государственный технический университет

В статье рассматриваются условия развития внутреннего туризма в Российской Федерации. Теория кластеров рассматривается как наиболее из эффективных подходов к развитию индустрии туризма. Авторами предлагается обобщенная структура функционирования туристического кластера в регионе.

На современном этапе социально-экономического развития мировой экономической системы туризм является одним из приоритетных направлений стратегического развития территорий, а также главным источником доходов от экспорта услуг и важным социально-экономическим фактором развития дотационных регионов.

Функционирование конкурентной стратегии в сфере туризма возможно лишь в условиях существования соответствующей инфраструктуры и программы поддержки предпринимательства малого и среднего уровня в регионе.

РФ обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. На ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события. Во многих регионах представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов и комплексов, пользующихся большой популярностью у российских и иностранных туристов. Наличие разнообразных туристско-рекреационных ресурсов страны позволяет развивать практически все виды туризма, в том числе рекреационный (пляжный), культурно-познавательный, деловой, активный, оздоровительный и экологический туризм, а также морские и речные круизы, сельский туризм и др. [2, с. 58].

Проведенный анализ реализованных и потенциальных возможностей российской туристской индустрии позволяет сделать вывод о том, что имеющийся значительный туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере. В 2012 г. РФ посетили 33 млн. иностранных граждан [6], из которых около 18% прибыли с туристскими целями, тогда как, согласно прогнозу Всемирной туристской организации, являющейся специализированным учреждением Организации Объединенных Наций, РФ при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры способна принимать в год до 40 млн. иностранных туристов.

Основными факторами, сдерживающими рост конкурентоспособности РФ на международном рынке туристских

услуг и, как результат, препятствующими реализации ее туристского потенциала, являются:

- слабо развитая, а в ряде регионов отсутствующая обеспечивающая инфраструктура туристских объектов, что является препятствием для привлечения частных инвестиций в туристскую сферу;
- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточность, а в ряде регионов отсутствие средств размещения туристского класса и объектов досуга, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях страны);
- отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии вследствие недостатка профессиональных кадров;
- недостаточное продвижение туристского продукта РФ на мировом и внутреннем туристских рынках [1, с. 7].

В последние десятилетия главенствующим подходом к повышению уровня конкуренции и увеличению эффективности экономического роста признается теория кластеров, которая заключается в сосредоточении на конкретной территории конкурирующих фирм, относящихся к определенным видам экономической деятельности и обеспечивающих конкуренцию на отраслевом, региональном, национальном и мировом рынках [3, с. 50].

Кластерные структуры открывают новые возможности для упорядочивания возникающих проблем и разработки возможностей их преодоления. С помощью влияния и надежности кластера, предприниматели и региональные власти совместно могут искать пути рационального продвижения идей через государственные структуры. Сюда входит подготовка законопроектов и продвижение на федеральном уровне отраслевых и региональных инициатив.

Реализация кластерного подхода в производственных структурах региональной экономики требует изменения экономической политики, координации и взаимопомощи при кластеризации, увеличения эффективности сотрудничества власти и предпринимательства.

Для того чтобы увеличить прибыльность туризма, необходимо осуществлять его развитие, основываясь на кластерном подходе совместно с новой парадигмой конкурентоспособности.

Туристско-рекреационные кластеры создаются для повышения конкурентоспособности территории посредством синергетического эффекта, включая:

- увеличение эффективности работы организаций, входящих в структуру кластера;
- стимулирование инновационной деятельности и развития новых направлений.

Создание туристического кластера определяет общую направленность территории и оказывает влияние на имидж региона.

Туристско-рекреационный кластер определяется как «сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний»:

- туроператоров, турагентов, сферы размещения, поставщиков туристических услуг, транспортных компаний, инфраструктуры;
- научно-исследовательских институтов;
- вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом».

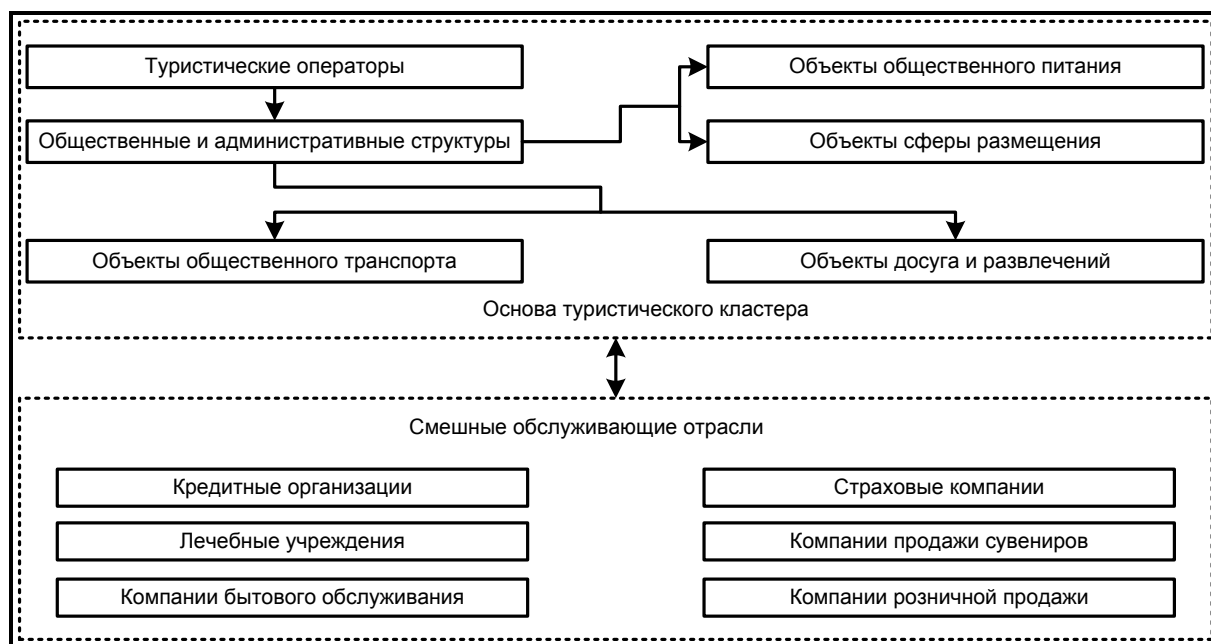


Рис. 1. Обобщенная структура функционирования туристического кластера в регионе

Кластерный подход в туристической индустрии – подход с позиции предпринимательства и рекреационного развития. Рекреационное развитие – это территориальное развитие с помощью проектирования предприятий рекреации и туризма. Развитие такого рода заинтересовано в переходе к формированию совокупности отдельных объектов в форме кластеров. Центральным понятием кластеризации являются «туристские ресурсы». Им принадлежит главенствующая роль в развитии туризма.

Турист – главное звено кластера, на него направлена вся деятельность. Важным является тот факт, чтобы новый туристский продукт мог заинтересовать туриста. Путешествуя, турист потребляет различного рода услуги – общего назначения, специфические туристические и сопутствующие товары. На первом плане у него стоят услуги по удовлетворению первичных потребностей – жилье, питание, транспорт, досуг. Именно из-за этого главными элементами кластерной структуры являются производители и поставщики специализированных туристских услуг. Развитие кластера зависит также от экономических, политических климатических и социокультурных условий, которые имеют тенденцию постоянно изменяться [4, с. 173].

Исходя из вышеперечисленных особенностей, была создана новая авторская обобщенная схема структурирования и функционирования туристических кластеров в конкретном регионе (рис. 1).

Следует заметить, что туристический кластер – это одна из форм организации производительных сил всех участников данной модели, которая предусматривает создание нового туристического продукта на основе маркетинговых коммуникаций в туризме, что позволит им успешно конкурировать на туристических рынках разных уровней [5, с. 38].

Проанализировав всю информацию, полученную в ходе исследования, стоит отметить, что стратегию развития регионального туризма формируют такие факторы, как достаточный приток туристов в регион, необходимый объем инвестиций в туристическую

сферу, развитие транспортной инфраструктуры и приемлемый ценовой диапазон туристических услуг. Именно данные направления в сочетании с кластерной политикой позволяют региону успешно развивать туристическую деятельность.

Стратегии социально-экономического развития большого числа регионов РФ ориентированы на появление в субъектах кластерных элементов управления. В последнее время довольно часто при создании проекта развития территорий, регионы уделяют внимание туристской сфере с точки зрения возможности диверсифицировать экономику. Похожая тенденция имеет место и в тех субъектах, которые носят статус монопрофильных. Благодаря развитию смежных и альтернативных отраслей хозяйства, таких как туризм, данные регионы имеют возможности для улучшения экономического состояния.

Морозова Ирина Анатольевна

Волков Сергей Константинович

Яковенко Наталия Павловна

Орлова Ольга Викторовна

Литература

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.) [Электронный ресурс] : федер. целевая программа. Доступ из справ.-правовой системы «КлнсультантПлюс».

2. Волков С.К. Российская Федерация как туристское направление: проблемы продвижения и пути решения [Текст] / Волков С.К. // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – №4. – С. 57-63.
3. Воробьев А.Д. и др. Стратегическое управление персоналом [Текст] / А.Д. Воробьев, С.Б. Жданов, Ю.А. Кузьмина // Управление персоналом. – 2008. – №15. – С. 48-53.
4. Громыко Ю.В. Что такое кластеры и как их создавать? [Текст] / Ю.В. Громыко // Институт региональных инновационных систем. – 2007. – 332 с.
5. Смирнова И. Туризм как ресурс [Текст] / И. Смирнова // Новые ресурсы России. – 2008. – №1.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Ключевые слова

Туристская отрасль; кластер; синергетический эффект; регион; стратегия развития.

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена тем, что Российская Федерация обладает мощнейшими природно-климатическими, социально-экономическими, культурно-историческими туристскими ресурсами. На их основе можно создать уникальную туристскую индустрию, отвечающую современным требованиям, сформировать конкурентоспособные туристские продукты и успешно развивать внутренний туризм. Кластерный подход является наиболее комплексным и отвечающим современным требованиям экономического развития территорий.

Научная новизна и практическая значимость. В работе проанализированы факторы, сдерживающие рост конкурентоспособности РФ на международном рынке туристских услуг. На основе авторских обобщений предлагается унифицированная схема структурирования и функционирования туристических кластеров в конкретном регионе. Сделанные рекомендации могут быть использованы органами исполнительной власти федерального уровня в процессе разработки комплексной стратегии развития и позиционирования РФ на туристских рынках.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Шаховская Л.С., д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Мировая экономика и экономическая теория» Волгоградского государственного технического университета