

Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций

¹ Татьяна Павловна Левченко

² Каринэ Карапетовна Кулян

³ Маргарита Карапетовна Кулян

¹ Сочинский государственный университет, Россия
354000, Сочи, ул. Советская, 26а
доктор экономический наук, профессор
E-mail: lekonst@mail.ru

² Сочинский государственный университет, Россия
354000, Сочи, ул. Советская, 26а
кандидат экономических наук, доцент
E-mail: karinakulyan@rambler.ru

³ Сочинский государственный университет, Россия
354000, Сочи, ул. Советская, 26а
кандидат экономических наук, доцент
E-mail: kmk079@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Рассмотрено понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика, а также признаки формирования туристского кластера.

Ключевые слова: туристская дестинация, кластер, региональный туристский кластер, кластерный подход, устойчивое развитие регионального туристского кластера.

УДК
338.486.4

В настоящее время в экономических исследованиях регионального туризма достаточно бурно развивается так называемый кластерный подход. Необходимость поддержания и развития туристских кластеров отмечается практически во всех документах стратегического развития туристской сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и региональном уровнях управления. В этой связи проблемы идентификации (выявления) туристских кластеров, оценки их воздействия на экономику региона, а также управления развитием кластерных образований в сфере туризма приобретают все большую актуальность [1].

Научными изысканиями в области кластеров занимались многие выдающиеся ученые. Авторы в зависимости от контекста исследования по-разному трактуют определение понятия кластера. Основоположителем кластерного подхода в экономике признан М. Портер, который определяет кластер как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [2].

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, был М. Монфорд. Концепция туристского кластера, по М. Монфорду, включает в себя следующие аспекты:

- услуги, предоставляющиеся туристскими предприятиями или бизнесом (предприятия размещения, рестораны, кафе, туристические агентства, аквапарки и тематические парки и т.д.);

- богатство (наслаждение), полученное в результате отпуска и отдыха;
- многоплановое сотрудничество взаимосвязанных компаний и отраслей;
- развитая инфраструктура транспорта и связи;
- дополняющая деятельность (коммерческие ассигнования, традиции отдыха);
- поддерживающие сервисы (информация);
- природные ресурсы и институциональная политика.

В то время как М. Монфорд уделял внимание характеристикам и компонентам кластера, М. Бени подчеркивал связь между агентствами, кооперацию, внешне наблюдаемую в виде сетей при определении кластера.

«Туристский кластер – группа туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченная высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющая налаженные социальные и политические связи, а также отлаженное управление в компаниях, образующих сети по производству туристских услуг, обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества».

А. Родригес отношения между предприятиями и институтами в туристском кластере рассматривает в двух направлениях:

1. *Горизонтальные связи.* Создание стратегических альянсов, где соглашения могут быть двух видов: с одной стороны, соглашения между предприятиями, выпускающими однородную продукцию (одинаковая хозяйственная деятельность) среди предприятий, работающих в сфере размещения, развлечений, транспортных услуг и предприятий питания. С другой стороны, соглашения могут заключаться между фирмами, предлагающими разнородный туристский продукт, формирующими различные компоненты комплексного туристского продукта (туристской услуги) [3].

2. *Вертикальные связи.* Создание стратегических сетей, основанных на односторонних отношениях поставщик-потребитель на основании денежно-продукционного обмена, где одни партнеры являются поставщиками необходимого сервиса или продукции, необходимой второй стороне согласно договору по принципу денежного вознаграждения.

Туристский кластер по А. Родригесу – группа компаний и институтов, выпускающих туристский продукт или группу продуктов. Данные компании и институты концентрируются по географическому принципу и имеют вертикальные связи (цепи компаний, выпускающих туристский продукт) и горизонтальные связи (включая промышленность, нормативную поддержку, информационный обмен).

Теоретическим обоснованием туристического кластера и возможностью применения данной теории на практике занималась С. Нордин (2003) [4].

Преимущества от кооперации фирм, предоставляющих туристские услуги, позволяют эффективно использовать коллективные возможности создания туристской услуги и способствуют развитию не относящихся напрямую к данной сфере предприятий. Создание туристского кластера приводит к диверсификации и углублению специализации продукции, реконструкции совместно используемой инфраструктуры, а также дает возможность получения выгоды от появления возможности обсуждения сложных вопросов при тесном контакте с поставщиками (о доступности необходимых компонентов).

Кроме выше перечисленных преимуществ, кооперированные сети способствуют развитию новых моделей производственного процесса и организации, обмену технической и иной рыночной информации, соглашений при покупке и продаже товаров и услуг, выработке общей маркетинговой компании. Взаимодействие и синергия, появившаяся в результате совместных действий, имеет явное преимущество перед изолированно работающими компаниями.

Конфигурация туристского кластера, по С. Нордин, представляет (рис. 1):

- комплекс туристских ресурсов, привлекающих некоренных жителей территории;
- концентрацию компаний, направленных на удовлетворение туристского спроса: рестораны, сектор размещения, транспортные услуги, ремесла и туристские агентства и т.д.;
- сектора и производства, направленные на поддержку туристских услуг;
- экологически чистую и дешевую инфраструктуру (дороги, топливо, канализация, медицинское обслуживание);
- компании и институты, обеспечивающие необходимую квалификацию кадрам, информационную поддержку и финансовый капитал;
- внутренние агентства, организующие и внедряющие кластерную концепцию;
- государственные органы, регулирующие и координирующие структуры, влияющие на кластерные образования.

Предложенное С. Нордин понимание туристского кластера – проявление системного подхода к организации туристской деятельности – очень близко к определению курортно-туристского комплекса (КТК) М.А. Абрамова и к многим другим отечественным подходам.

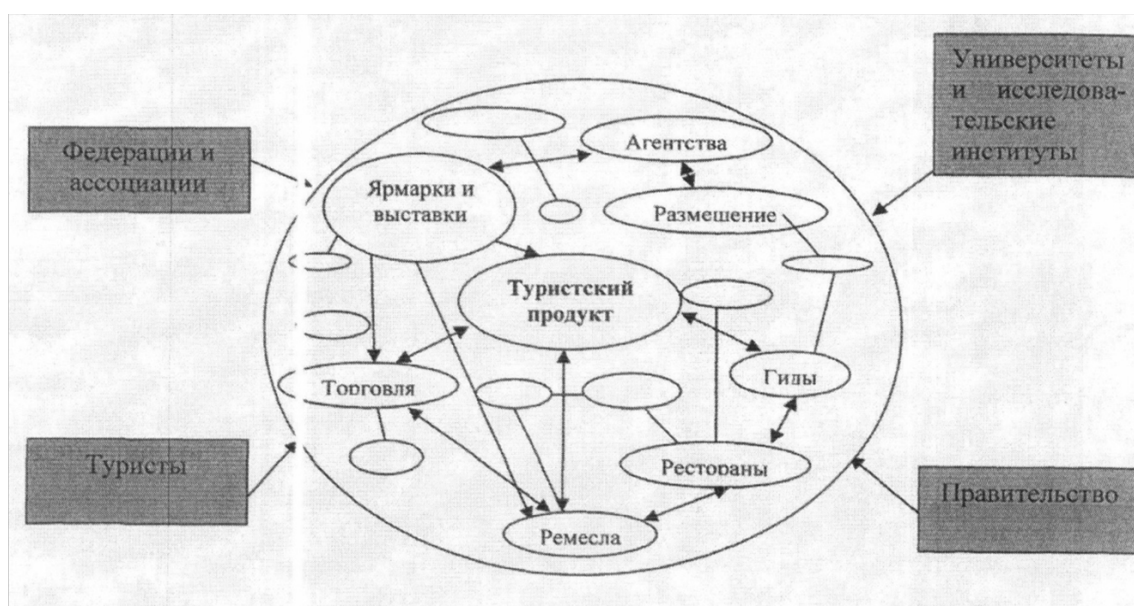


Рис. 1. Структура туристского кластера по С. Нордин

Основное отличие туристского кластера от КТК, с одной стороны, инновационный характер деятельности кластера и повышение конкурентоспособности предприятия, с другой стороны, отечественные подходы к организации туризма ориентированы на развитие территории и самой отрасли в целом, а данная интерпретация туристского кластера нацеливает на микроуровень – развитие отдельного предприятия в сетевой цепочке, и лишь как следствие территориальное развитие. Рассматриваются лишь экономические связи, сетевые связи, не учитывается взаимодействие туристского кластера с внешней средой (природной, социальной, культурной).

Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика. Под «региональным туристским кластером» понимается форма организации туризма, представленная совокупностью предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей, объединенных горизонтальными связями, синергия которых приводит к повышению эффективности функционирования совокупности в целом и ее отдельных предприятий, возникновению эффекта инновационности, способствует усилению внутри- и межрегионального разделения труда.

Кооперация между многочисленными хозяйствующими субъектами, относящимися к индустрии туризма или тесно связанными с ней, в условиях рыночной экономики приводит к формированию специализированных формальных или неформальных туристских кластеров, дистриктов. Отсутствие надлежащей кооперации сдерживает этот процесс. В состав регионального туристского кластера включены взаимодействующие хозяйствующие субъекты в сфере туризма, сопряженных видов деятельности, органы управления и координации, общественные организации, научные институты. Функциональная структура регионального туристского кластера включает в свой состав институциональную среду, инновационную среду и среду производства турпродукта. Функционирование регионального туристского кластера происходит в активном взаимодействии с экологической, социально-культурной, экономической и институциональной средой. Структура регионального туристского кластера в разных регионах отличается по компонентам в зависимости от территориального сочетания рекреационных ресурсов, предпосылок концентрации туристских предприятий различной специализации.

Туристские кластеры различной специализации на территории имеют несколько путей развития. Некоторые распадаются, другие укрупняются и разрастаются. В условиях высокой конкурентной борьбы туристские кластеры склонны к кооперированию, проведению

совместной взаимодополняющей деятельности, а также к партнерству с другими отраслевыми кластерами. Этот процесс характеризует формирование регионального туристского кластера, который определяется наличием географических, экономических, социальных и инфраструктурных признаков.

Для анализа процесса формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории предложен метод балльной оценки по совокупности признаков, позволяющий использовать не только качественный анализ, но и количественный. Каждая группа включает первичные и вторичные признаки. По комплексу первичных признаков региональный туристский кластер определяется как объективно существующее образование. Вторичные признаки свидетельствуют о зрелости кластера. Каждый первичный признак оценивается одним баллом, вторичные признаки – 0,5 баллами. Общая сумма баллов характеризует стадию развития регионального туристского кластера, что соответствует его типологии по генетическим признакам (табл. 1).

Формирование координирующего органа внутри кластера – явление необязательное, однако в условиях национальной преемственности ведения экономической политики необходимо отметить, что данный этап важен не только для органов территориального развития, но и для самих бизнесменов, т.к. одна из важнейших функций данного органа – обеспечение диалога между участниками туристского процесса, образовательными и научными центрами, инвесторами и предпринимателями смежных отраслей экономики.

Типологию регионального туристского кластера, помимо генетических признаков, предлагается проводить по функциональным признакам (отражают особенности функционирования, специализацию) и иерархическим признакам (отражают ранг туристского кластера и его роль в структуре рекреационного хозяйства).

Функциональные признаки. Специализация регионального туристского кластера напрямую связана с источниками, ресурсами его формирования и составом его участников.

Региональный туристский кластер формируется в результате слияния локальных туристских кластеров на его территории. Возникновение таких кластеров происходит под влиянием следующих факторов и условий:

Ресурсные факторы (природные, культурно-исторические, трудовые, финансовые и земельные ресурсы, наличие инфраструктуры) – потенциал для развития конкретных видов туризма – определяют специализацию кластера, предусматривают специфику дополняющих предприятий (агротуристический кластер, лечебно-оздоровительный кластер, водно-спортивный кластер и др.).

Деятельностные факторы (созданные в результате деятельности человека) – обеспечивают конкурентоспособность туристской деятельности за счет условий, созданных и внедренных именно на данной территории.

К ним относятся технологические ноу-хау в туризме, специфические знания, навыки и промыслы, обуславливающие специализацию территории. Причем территория может не обладать ресурсными факторами, кластер может быть создан на основании деятельностных факторов.

Процесс формирования и развития регионального туристского кластера замедляется лимитирующими факторами: экономическими, институциональными, географическими, социальными и инфраструктурными. Выявление лимитирующих факторов способствует прогнозированию процесса формирования и развития регионального туристского кластера, помогает выбрать релевантную (в соответствии со спецификой региона) позицию властей при формировании кластера (дирижирование, невмешательство, создание необходимых условий).

Рассмотрение организации туризма на основании кластерной концепции позволяет предложить новые методы зонирования дестинации. Кластерный подход к развитию туризма имеет два аспекта: территориальный и отраслевой. Туризм может рассматриваться в качестве естественного катализатора развития территории. Неконтролируемое, неорганизованное развитие туризма имеет негативные последствия: наносит ущерб окружающей среде, приводит к разрушению культурного и исторического наследия, становится угрозой потенциалу развития туризма на территории [5].

Одновременно туризм – источник дохода, способствующий формированию новых рабочих мест, развитию территории, стимулирующий развитие социальной и экологической инфраструктуры. Существует взаимосвязь между устойчивым развитием экономической,

социально-культурной, природной, институциональной подсистемами и устойчивым развитием сферы туризма, включающей в себя элементы всех перечисленных подсистем. При устойчивом развитии туризма наблюдается превалирование позитивного влияния на природную, социально-экономическую среду над негативным. Для примера, территория также является ресурсом, обеспечивающим дополнительные конкурентные преимущества туристскому предприятию [6].

Таблица 1

Признаки формирования туристского кластера

<i>Категория признаков</i>	<i>Первичные признаки (1 балл)</i>	<i>Вторичные признаки (0,5 балла)</i>
Географические	1. Локализация и концентрация предприятий индустрии туризма на относительно небольшой территории, располагающей природными, культурно-историческими и др. ресурсами; 2. Внутрорегиональное туристское разделение труда.	1. Оказание весомого влияния регионального туристского хозяйства на социально-экономическую структуру региона, стимулирование регионального развития; 2. Развитие сопутствующих отраслей, обеспечивающих функционирование туристской деятельности.
Экономические	1. Увеличение доли туризма в структуре платных услуг; 2. Активизация внутренних и внешних связей.	1. Укрепление лидеров туристского сектора; 2. Формирование благоприятной деловой и инновационной среды, привлекательной для партнерства 3. Разработка новых туристских продуктов, маршрутов; 4. Понимание индивидуальной конкурентоспособности участников кластера в конкурентоспособности всего кластера; 5. Значительное увеличение доли туризма в ВРП.
Социальные	1. Рост числа занятых в сфере сервиса и туризма; 2. Формирование рынка туристских трудовых ресурсов; 3. Создание университетов, научных институтов, открытие специализированных факультетов, занимающихся изучением, сферы сервиса и туризма, готовящих специалистов данного направления.	1. Получение возможности выбора разнообразного отдыха у местного населения.
Институциональные	1. Активное сотрудничество координирующих органов, организаторов туристской деятельности с R&D; 2. Формирование государственно-частного партнерства в регионе в сфере туризма, (финансирование, координация, обучение).	1. Усиление роли региона как туристского центра на национальном и международном уровне; 2. Создание инновационного регионального туристского бренда; 3. Активное участие в выставочной деятельности.
Инфраструктурные	1. Развитие туристской инфраструктуры (велодорожки, пригалы, аэропорты и т. д.).	1. Развитие инженерной, социальной и экологической инфраструктуры.

Чрезмерная территориальная концентрация туристских предприятий часто носит отрицательный характер. Естественность природной среды теряется, а следовательно, теряется главное конкурентное преимущество. Таким образом, выявлена связь между устойчивым развитием регионального туристского кластера и его конкурентоспособностью,

которая переходит от низшего иерархического уровня туристского кластера – микрорегионального к высшему – макрорегиональному.

Данный подход разработан на основе адаптации теории интеграционной системы конкурентоспособности, диамантом конкурентных преимуществ Портера, концепцией устойчивого развития экономической, социально-культурной и экологической подсистем, модели влияния туризма на территориальное развитие [7]. Различные подходы к организации туристской деятельности имеют свои преимущества. В условиях рыночной системы хозяйствования актуально применять кластерный подход, учитывающий рыночные механизмы при локализации и кооперации предприятий туристской индустрии и сопряженных отраслей.

Примечания:

1. Кострюкова О.Н., Карпова Е.Г. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма // Проблемы современной экономики. 2011. № 4 (40).
2. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов // Современные исследования социальных проблем (электронный журнал) 2012. №3 (11).
3. Rodrigues A.B. Turismo rural: práticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto. 2003.
4. Интернет портал European tourism research institute. MID - Sweden Uni-versity. [Nordin S. Tourism clustering and innovation: path to economic growth and development] URL: http://ekstranett.innovasj.onnorge.no/Arena_fs/tourism-chustering-and-inno_etour0104.pdf (дата обращения 18.09.2009).
5. Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области): Автореф. дис... канд. геогр. наук. Калининград, 2010.
6. Васильева Л.В. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе: Автореф.дис... канд. эконом. наук. СПб., 2006.
7. Портер М. Конкуренция: исправленное издание / Пер. с англ. О.Л. Пелявского, А.П. Уриханяна, Е.Л. Усенко, И.А. Шишкиной. М.: Вильямс, 2005. 602 с.

Cluster Approach to Steady Development of Travel Destinations

¹ Tatyana P. Levchenko

² Karine K. Kulyan

³ Margarita K. Kulyan

¹Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya Str., Sochi 354000
Dr. (Economic), Professor
E-mail: lekonst@mail.ru

²Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya Str., Sochi 354000
PhD (Economic), Assistant Professor
E-mail: karinakulyan@rambler.ru

³Sochi State University, Russia
26a Sovetskaya Str., Sochi 354000
PhD (Economic), Assistant Professor
E-mail: kmk079@mail.ru

Abstract. The article is focused on cluster approach to steady development of travel destinations, considers the concept of «regional travel cluster» and its characteristics and the factors of travel cluster formation.

Keywords: travel destination, cluster, regional travel cluster, cluster approach, steady development of regional travel cluster.

UDC 338.486.4
