

КЛАСТЕРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

МОРОЗОВА Ю.Ю.

В данной статье рассмотрены основные направления взаимодействия организаций туристского бизнеса с участниками туристско-рекреационного кластера. Анализируется алгоритм позиционирования организаций туристского бизнеса во взаимодействии с участниками кластера.

Ключевые слова: туристский бизнес, туристско-рекреационный кластер, кластерное взаимодействие, позиционирование организаций.

УДК 338.2

Если рассматривать кластер с точки зрения взаимодействия участников, то он может быть определен как форма эффективного сосуществования организаций в туристско-рекреационной сфере, основанная на сотрудничестве и конкуренции между ними. Взаимодействие участников туристско-рекреационного кластера позволяет получить ряд выгод, основанных на более эффективном использовании ресурсов и преимуществ каждого из них, реализации совместных проектов с целью выхода на новые рынки, завоевания стратегического преимущества в конкурентной борьбе и т.д. [1].

Основную группу участников кластера образуют организации туристского бизнеса, которые постоянно взаимодействуют со своими потребителями, конкурентами, органами управления, поставщиками и другими организациями, входящими во внешнюю туристскую бизнес среду [2]. Исходя из этого, под кластерным взаимодействием в туристско-рекреационном кластере следует понимать совокупность деловых контактов, которые устанавливают организации туристского бизнеса с другими участниками кластера и воспроизводят в процессе своей деятельности.

По признаку направления взаимодействия в процессе обслуживания туристов можно выделить горизонтальные, вертикальные и смешанные формы сотрудничества.

Признаком вертикальных форм сотрудничества в туристско-рекреационном кластере являются тесные снабженческо-сбытовые или технологические связи между участниками [3]. С помощью вертикальных форм сотрудничества участники туристско-рекреационного кластера стремятся повысить качество обслуживания туристов, снизить затраты, связанные с оказанием туристских услуг.

Признаком горизонтального сотрудничества является экономическое равноправие участников, которые поддерживают друг друга, относятся к одной отрасли, близки по масштабам деятельности. Это гибкая модель, влияющая на результаты деятельности и систему управления входящих в нее организаций [4].

Вариантами горизонтального вида сотрудничества является заключение договоров о совместной деятельности, создание некоммерческих объединений организаций туристского бизнеса.

Для того чтобы проанализировать взаимодействие между участниками туристско-рекреационного кластера с точки зрения построенных между ними связей, необходимо рассмотреть потоки ресурсов, используемых во взаимоотношениях организаций туристского бизнеса, которые отражают характер взаимодействия организаций внутри кластера. Силу взаимосвязи можно оценить путем проведения анализа интенсивности контактов между организациями туристского бизнеса за определенный промежуток времени по потокам ресурсов.

Основные потоки ресурсов, анализируемые с целью установления взаимосвязи в туристско-рекреационном кластере, включают финансовые потоки, информационные потоки, потоки услуг, потоки материальных ресурсов, потоки трудовых ресурсов.

Оценка этих потоков для участников кластера является главным фактором, определяющим приоритетные направления взаимодействия с партнерами.

Рассмотрим направления кластерного взаимодействия на примере организации туристского бизнеса, обменивающейся потоками ресурсов с другими участниками кластера (рис. 1).

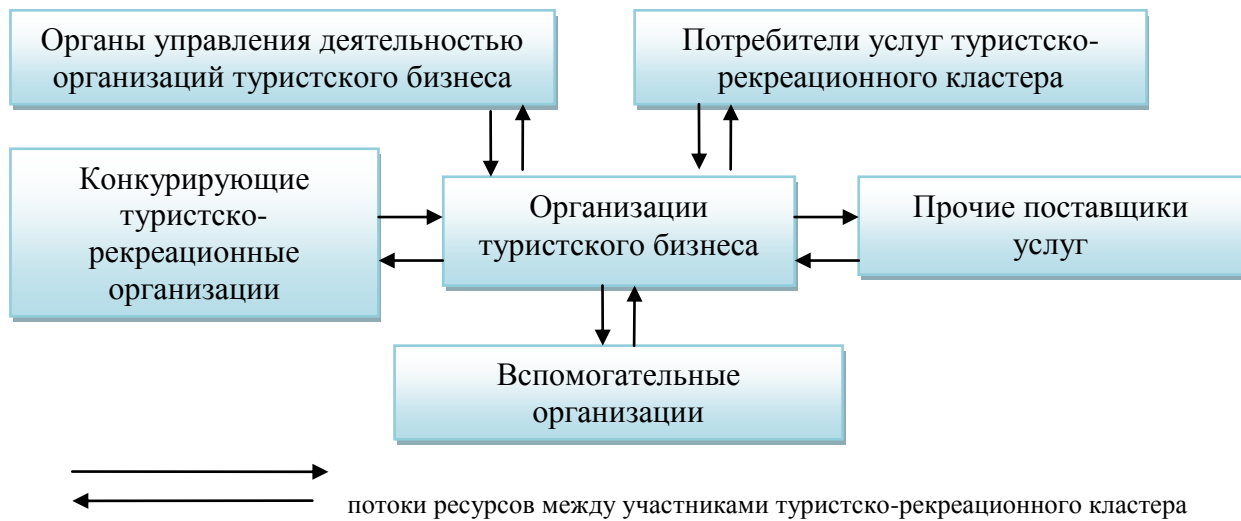


Рис. 1. Направления взаимодействия туристской организации с участниками туристско-рекреационного кластера

По рассматриваемым потокам взаимодействие основано на взаимном обмене ресурсами. Это может быть движение финансовых ресурсов в обмен на туристские или материальные ресурсы.

Взаимодействие, происходящее без привлечения финансовых ресурсов, может быть связано с тем, что организация туристского бизнеса предоставляет услуги в обмен на материальные ресурсы или какие-либо услуги, которые может оказать партнер в соответствии со своей специализацией.

Таким образом, связи между организациями в туристско-рекреационном кластере осуществляются посредством финансовых, информационных, материальных и других потоков ресурсов, которые объединяют различные организации.

Финансовые возможности организаций во внутрикластерном взаимодействии характеризуются тем, какие потоки тех или иных видов ресурсов они могут предложить для обмена с другими участниками туристско-рекреационного кластера. Одновременно привлекательность участия в кластере для организаций туристского бизнеса определяется тем, какие существующие в нем потоки ресурсов они могут получить в процессе внутрикластерного взаимодействия.

Исходя из этого, построим алгоритм позиционирования рекреационных организаций в кластере, воспользовавшись подходами, разработанными специалистами консультационной фирмы «МакКинзи» в целях анализа портфеля продукции компании [5].

На наш взгляд, позиционирование организаций туристского бизнеса во внутрикластерном взаимодействии в кластере включает последовательную реализацию следующих этапов (рис. 2):

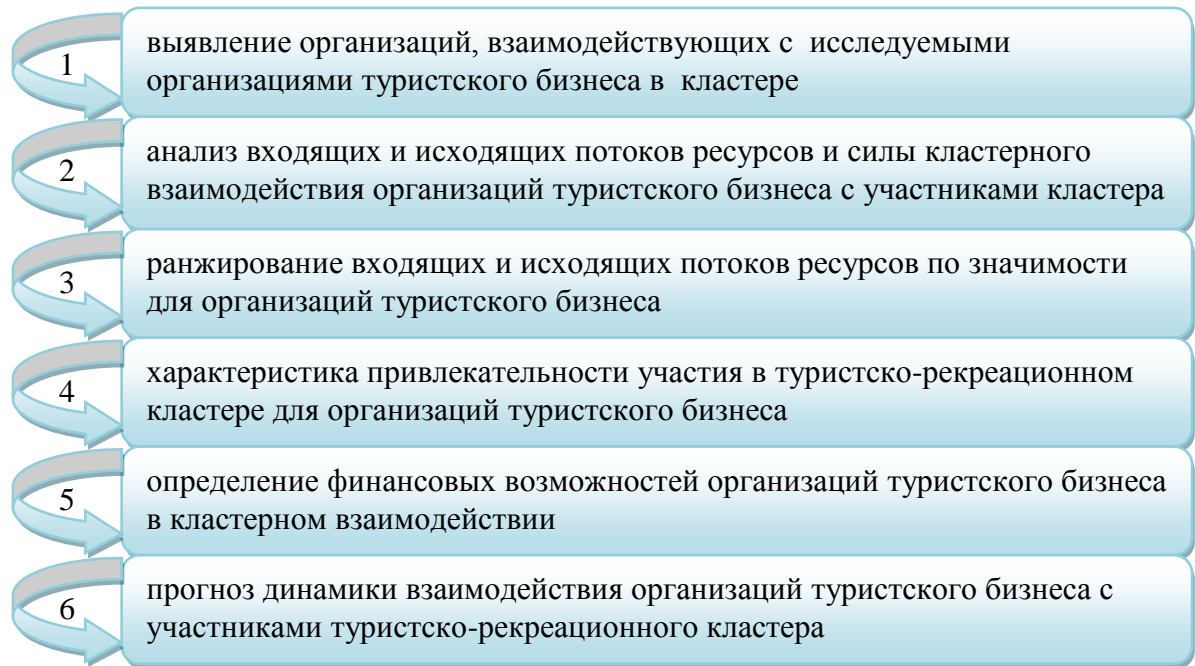


Рис. 2. Алгоритм позиционирования организаций туристского бизнеса во взаимодействии с участниками туристско-рекреационного кластера

Сначала определяется круг участников, с которыми взаимодействуют исследуемые организации туристского бизнеса, исходя из особенностей организации процесса обслуживания туристов или осуществления каких-либо дополнительных видов. Далее анализируются входящие и исходящие потоки различных ресурсов, используемые во взаимоотношениях между исследуемыми организациями туристского бизнеса и участниками кластера.

Для этого строится аналитическая таблица, в строках которой отражаются входящие и исходящие потоки ресурсов, с помощью которых организации туристского бизнеса взаимодействуют с другими участниками кластера. Количество столбцов определяется числом участников туристско-рекреационного кластера, взаимодействие с которыми анализируется (табл. 1).

Таблица 1

Анализ взаимодействия организаций туристского бизнеса с участниками туристско-рекреационного кластера

Потоки ресурсов i	Участники j	Показатели использования потоков ресурсов						
		X ₁	X ₂	...	X _n	Y	Z _i (Z ₀)	R _i (R ₀)
Финансовые		X ₁₁	X ₁₂	...	X _{1n}	Y ₁	Z ₁	Γ ₁
Потоки услуг		X ₂₁	X ₂₂	...	X _{2n}	Y ₂	Z ₂	Γ ₂
Материальные		X ₃₁	X ₃₂	...	X _{3n}	Y ₃	Z ₃	Γ ₃
Трудовые		X ₄₁	X ₄₂	...	X _{4n}	Y ₄	Z ₄	Γ ₄
Информационные		X ₅₁	X ₅₂	...	X _{5n}	Y ₅	Z ₅	Γ ₅
Финансовые		X ₆₁	X ₆₂	...	X _{6n}	Y ₆	Z ₆	Γ ₆
Потоки услуг		X ₇₁	X ₇₂	...	X _{7n}	Y ₇	Z ₇	Γ ₇
Материальные		X ₈₁	X ₈₂	...	X _{8n}	Y ₈	Z ₈	Γ ₈

Трудовые	X_{g1}	X_{g2}	...	X_{gn}	Y_g	Z_g	Γ_g
Информационные	X_{101}	X_{102}	...	X_{10n}	Y_{10}	Z_{10}	Γ_{10}

В данной таблице используются следующие обозначения:

i – индексы потоков ресурсов между организациями туристского бизнеса и участниками кластера;

j – индексы участников кластера, участвующих во взаимодействии с организациями туристского бизнеса;

X_j – j -тый участник, с которым взаимодействуют организации туристского бизнеса;

x_{ij} – количество обращений организаций туристского бизнеса к i -тому виду входящих или исходящих потоков в процессе взаимодействия с j -тым участником кластера в течение анализируемого периода;

y_i – общее количество контактов туристских организаций по i -тому виду потоков за анализируемый период как во взаимодействии с участниками кластера, так и в контактах с контрагентами, не участвующими в кластере;

z_i – коэффициент, характеризующий степень взаимосвязи организаций туристского бизнеса с участниками кластера по i -тому виду потоков:

$$z_i = \frac{\sum_{j=1}^n x_{ij}}{y_i} \quad (1)$$

Затем оценивается значимость потоков, по которым организации туристского бизнеса взаимодействуют с участниками кластера:

$$R_i = \sum_{i=1}^5 r_i = 1. \quad (2)$$

Далее осуществляется оценка привлекательности участия в кластере и определяются финансовые возможности туристских организаций во внутрикластерном взаимодействии.

Высокий уровень корреляции между ростом показателя привлекательности туристско-рекреационного кластера и финансовых возможностей в пределах одной организации означает, что повышение интенсивности взаимодействия участников кластера с организацией туристского бизнеса по входящим потокам влечет за собой повышение интенсивности взаимодействия этих участников по исходящим потокам внутри туристско-рекреационного кластера и наоборот. В этот процесс оказываются вовлеченными все новые группы туристско-рекреационных организаций, взаимодействующих с ними вспомогательных организаций, поставщиков материальных ресурсов, услуг и других участников кластера.

Таким образом, возникает своего рода мультипликативный эффект, усиливающий интенсивность кластерного взаимодействия, повышающий привлекательность участия в кластере для организаций туристского бизнеса и побуждающий их к максимальному использованию своих финансовых возможностей внутри туристско-рекреационного кластера.

Эффективность различных форм сотрудничества участников в туристско-рекреационном кластере зависит от влияния разнообразных факторов, целенаправленное воздействие на которые позволяет оптимизировать взаимодействие организаций туристского бизнеса.

Примечания:

1. Скоч А.В. Эффективность кластеризации региональной экономики // Экономические стратегии. 2007. № 05–06.

2. Мартышенко Н.С., Старков А.С. Методические основы оценки структуры туристско-рекреационного потенциала (на примере Приморского края) // Вестник национальной академии туризма. 2009. № 3 (11). С. 21–27.

3. Чилилов А.М. Туристские услуги: методология технического регулирования // Стандарты и качество. 2006. № 7.

4. Ялов Д.А. Кластерный подход как технология управления региональным экономическим развитием. СПб., 2006.

5. Матрица «Дженерал Электрик – МакКинзи» [Электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/mckinsey.htm>.

Сведения об авторе:

Морозова Юлия Юрьевна, аспирант
Сочинского государственного университета
туризма и курортного дела (г. Сочи).
E-mail: morozova-09@yandex.ru

THE CLUSTER INTERACTION AS A FACTOR OF TOURIST INDUSTRY
ORGANIZATIONS DEVELOPMENT

MOROZOVA Y.Y.

In this article the main trends of tourist industry organizations interaction with the participants of tourist-recreational cluster are discussed. The algorithm of tourist industry organizations positioning in cooperation with the cluster participants.

Keywords: tourist industry, tourist-recreational cluster, cluster interaction, organizations positioning.

UDC 338.2
