

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ

Аннотация: Развитие туризма в России в настоящее время идет весьма активно. Развитию туризма способствует, в том числе, кластерный подход, которым занимались большое количество ученых. Формирование и развитие туристских кластеров в России весьма перспективно и учитывает вопросы развития инфраструктуры, но так же имеет свои плюсы и минусы.

Ключевые слова: кластеры, туристский кластер, модель туристического кластера, туристская инфраструктура

Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. В экономике отдельной страны туризм выполняет ряд важных функций:

- выступает источником валютных поступлений для страны и средством для обеспечения занятости;

- способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма;

- расширяет вклады в платежный баланс и ВВП страны и создает условия для повышения уровня благосостояния нации.

Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, наряду с нефтедобывающей промышленностью и автомобилестроением.

В настоящее время примерно каждые 10-12 лет наблюдается увеличение практически в двое мировых туристических потоков. Во многих странах уже сейчас количество туристов, посещающих страну, многократно превышает число постоянно живущего населения. Россия в этом случае далеко не исключение [1].

Отдельные показатели деятельности туристической индустрии в России в 2010 году по данным Росстат говорят о том, что данная тенденция наблюдается и в России, хотя и с меньшей интенсивностью [2]:

- выездной туризм – 13, 1 млн. граждан России. Наблюдается прирост на 38 %, по сравнению с периодом 2008-2009 годов.

- въездной туризм (деловой) – 2,4 млн. граждан других государств. Наблюдается прирост на 14,3%, по сравнению с периодом 2008-2009

- внутренний туризм (туристический и экскурсионный) – 32,1 млн. Наблюдается прирост на 0,5%, в сравнении с периодом 2008-2009

- объем гостиничных и других платных услуг 203,2 млрд. рублей + 1,6 % (по сравнению с аналогичным периодом 2008-2009 г.)

- доля туризма в структуре ВВП страны 3 %, с учетом смежных отраслей 6,5 %.

По прогнозу Всемирной туристической организации (специализированное учреждение в структуре ООН), у России существует возможность ежегодно принимать порядка 40 млн. иностранных туристов. Согласно международному рейтингу, цель которого заключалась в оценке конкурентоспособности страны в туристском секторе, который был опубликован Всемирным экономическим форумом в марте 2009 года, Россия занимает 59 место из 133 стран, при этом природные ресурсы России позволили ей занять 5 место, а оценка объектов культурного наследия – на 9 [3].

Развитие мирового туризма в основном происходит по кластерной системе и Россия не исключение.

В последнее время одним из главных инструментов в разработке экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности стал кластерный подход. На основании данных экспертов, кластеризация охватила порядка 50% экономик ведущих мировых держав. Практически полностью охвачены кластеризацией экономика Дании, Норвегии, Швеции, Финляндии. Стремительное развитие кластерного подхода наблюдается в странах Юго-Восточной Азии, Японии и Китае [4].

К развитию туризма на региональных и внутристрановых уровнях так же должен быть применен комплексный подход и комплексный анализ, который может быть осуществлен путем кластеризации отрасли. Анализ и оценка взаимодействия (не только территориальных) отдельных туристских объектов позволяет объединять их кластеры, которые в перспективе могут рассматриваться как отдельно взятые туристско-рекреационные объединения. Такой подход существенно сокращает размерность задачи управления развитием региона. Кластеры могут функционировать как на временной, так и на постоянной основе. Первые могут формироваться на время инвестиционной деятельности в виде освоения капитальных вложений и иметь в своем составе строительные организации.

Научными исследованиями вопросов кластеризации занимались многие известные ученые. Не существует однозначной трактовки понятия кластера. Первооткрывателем и основоположником кластерного подхода в экономике по праву можно считать М. Портер, который в своих работах дал следующее определение кластера: «это группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга».

В туристской сфере кластеры можно определить как концентрация в пределах определенной взаимосвязанных и взаимодействующих организаций и предприятий, которые занимаются разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также развитием деятельности, смежной с рекреационными услугами и туризмом [1].

Цель создания туристско-рекреационных кластеров – это прежде всего повышение конкурентоспособности региона или страны на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, а так же развитие, входящих в кластер, предприятий и организаций, стимулирование инноваций и новых эффективных направлений деятельности. Формирование туристических кластеров в целом определяет пози-

ционирование территории и оказывает определяющее влияние на формирование имиджевых характеристик региона.

Несмотря на то, что вопросам изучения и формирования и развития туристического сектора в отдельных регионах и в стране в целом, посвящено достаточно много научных подходов, кластерные исследования туризма либо не достаточны, либо отсутствуют полностью. Исходя из этого, существует острая необходимость в разработке теоретических и практических аспектов использования кластерного подхода к рассмотрению объекта, проблем и перспектив развития туристских кластеров, а также методов их регулирования.

В настоящее время (с 2005 года) после принятия ФЗ №116 в Российской Федерации создаются особые экономические зоны, которые законодательно определены как территории, инвестиционная деятельность которых, стимулируется набором льгот и преференций. С 2007 В России года к перечню типов особых экономических зон так же была добавлена особая экономическая зона туристско-рекреационного типа [5].

В настоящее время на территории РФ официально зарегистрировано и действует 14 свободных экономических зон туристско-рекреационного типа, помимо этого, большое число проектов по разработке и созданию ОЭЗ находится в стадии формирования [4].

С августа 2012 года начала действовать Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». В основе данного проекта лежит кластерный подход, согласно которому государственная поддержка будет оказываться лишь ограниченному числу туристских проектов в регионах, имеющие ярко выраженным туристский потенциал. Все проекты будут проходить конкурсных отбор [6].

Следует учесть, что существуют отраслевые кластеры, которые сосредотачиваются вокруг определенной сферы деятельности, а так же и межотраслевые. Например, туристско-рекреационный кластер из объектов непосредственной организации туризма (турагенты, турбюро и т.п.), предприятий индустрии гостеприимства (кемпинги, отели и

т.п.), а так же включать долю учреждений из сферы общественного питания, транспортные, рекламные и т.д. компании, относящиеся к категории туристской инфраструктуры и к сопутствующей инфраструктуре.

Для туризма также характерно такое понятие, как элементарный туристский кластер, состоящий из совокупности структурных элементов (звеньев) кластерной системы в рамках конкретной территории, предприятия и т.д.

Создание и развитие кластерных образований представляет собой одну из важных факторов устойчивой стратегии развития бизнеса в регионе. Вообще, для сферы кластер представляет собой реальную возможность обеспечить себе конкурентоспособность в будущем, то есть, формировать долгосрочную стратегию развития предприятий. Здесь основным фактором успеха становится активная позиция лидера бизнеса и взаимовыгодное партнерство между интересами различных организационных групп в регионе. Соответственно, ключом к успеху кластера является цивилизованная конкуренция, ориентация на лидеров, и поддержка от администрации региона.

Наиболее выгодно создание туристско-рекреационных кластерных объединений среднему и малому бизнесу. Формирование и развитие кластеров создает большое количество преимуществ для структур всех масштабов, от регионов и до предприятий. Например, в точки зрения бизнес-среды, появление туристского кластера положительно отразится на возможности снижения барьеров для выхода на рынок за счет стандартизации требований в рамках кластера; повышение эффективности при организованном комплексного обучения персонала; улучшение условий закупки снаряжения, оборудования и информационных технологий; упрощение и получения доступа к заказам (клиентам); распространение "эффекта переноса" положительной деловой репутации кластера на его участников (бренды); появление возможности создание адаптационных условий для систем профессионального образования региона (финансирование за счет бюджетов) в отношении потребностей предприятий и организаций, входящих в кластер; региональные инновационные и иные программы,

реализующиеся в рамках региона, будут иметь возможность учитывать интересы кластера.

Преобладание кластеров в экономике, а не отдельно функционирующих компаний и отраслей безусловно актуально для региональной экономики, где наблюдается высокая географическая концентрация взаимосвязанных отраслей. Здесь также формирование и развитие кластеров даст дополнительные положительные мотивы. Во-первых, это даст возможность увеличения количества занятого населения; во-вторых, позволит привлекать квалифицированных специалистов; в-третьих, будет стимулировать развитие смежных секторов экономики и сфере услуг.

Одним из положительных сторон влияния на вопросы социально-экономического развития региона, при создании кластера, несомненно может стать гарантированное сохранение рабочих мест людям, которые работают в различных предпринимательских структурах, причем как в туристском секторе, так и смежных и сопутствующих отраслях. Помимо этого, положительным аспектом функционирования кластеров в регионе станет постепенный рост доли занятых в малом и среднем бизнесе, а так же сохранение и увеличение налоговой базы и сокращение выплат по безработице и т.д.

Для государственной экономики, кластеры являются точками роста внутреннего рынка.

Кластерные образования способствуют усилению конкурентных преимуществ отдельных компаний, а, соответственно, и структуры в целом, что позволяет достичь конкретного хозяйственного эффекта. Кластеры являются альтернативой отдельно взятому предприятию или отрасли, но одновременно представляют собой объект поддержки в рамках стратегий регионального развития. В целом можно выделить две взаимодополняющие стратегии развития кластеров: это стратегии, направленные на повышение использования знаний в существующих кластерах; и стратегии, направленные на создание новых сетей сотрудничества внутри кластеров.

Эффективно развивающиеся кластерные образования становятся перспективными объектами для появления стратегических инвесто-

ров и крупных капиталовложений. В центре кластера, как правило, сосредоточены несколько крупных компаний, между которыми сохраняются конкурентные отношения, но в то же время кластер стимулирует развитие мелких и средних предприятий. Так же, кластерная форма организации формирует особую форму инновации, такую как «совокупный инновационный продукт». Кластеризация на основе вертикальной интеграции создает не спонтанную концентрацию различных научных и технологических инноваций, а структурированную систему распространения новых знаний и технологий. В этом ключе, основным вопросом эффективной трансформации идей в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества представляется процесс формирования сетей устойчивых связей между участниками кластера.

В рамках стратегического планирования формируется инвестиционная политика, что позволяет сформировать единую стратегию, на основании которой будут приниматься решения по консолидации усилий различных участников кластерной структуры.

Попробуем сформулировать основные направления стратегического развития кластеров (на примере туристско-рекреационного кластера), а также представить модели кластерных взаимосвязей для успешной реализации стратегии управления.

На начальном этапе целесообразно рассматривать следующие цели: во-первых, развитие новых направлений деятельности (новых дестинаций), во-вторых, развитие целевой маркетинговой активности, а, в-третьих, сокращение времени старта новых направлений деятельности. Основой конкурентного преимущества должен стать вывод на рынок продуктов и услуг еще не представленных в России и выход на международные рынки.

Для многих регионов кластеры являются инновационной моделью перспективного экономического развития. В том числе – создание туристических кластеров в территориях, ранее относящимся к категории монопрофильных и ориентированных на промышленный сектор. Создание инновационного кластера в таком районе позволит наилучшим образом спроектировать возможности социально-

экономического развития, а также эффективно выстроить и реализовать стратегию долгосрочного развития региона. Общую модель инновационного туристического кластера в так называемом монорегионе, предположительно спроектировать в виде схемы (рис. 1) [6]:

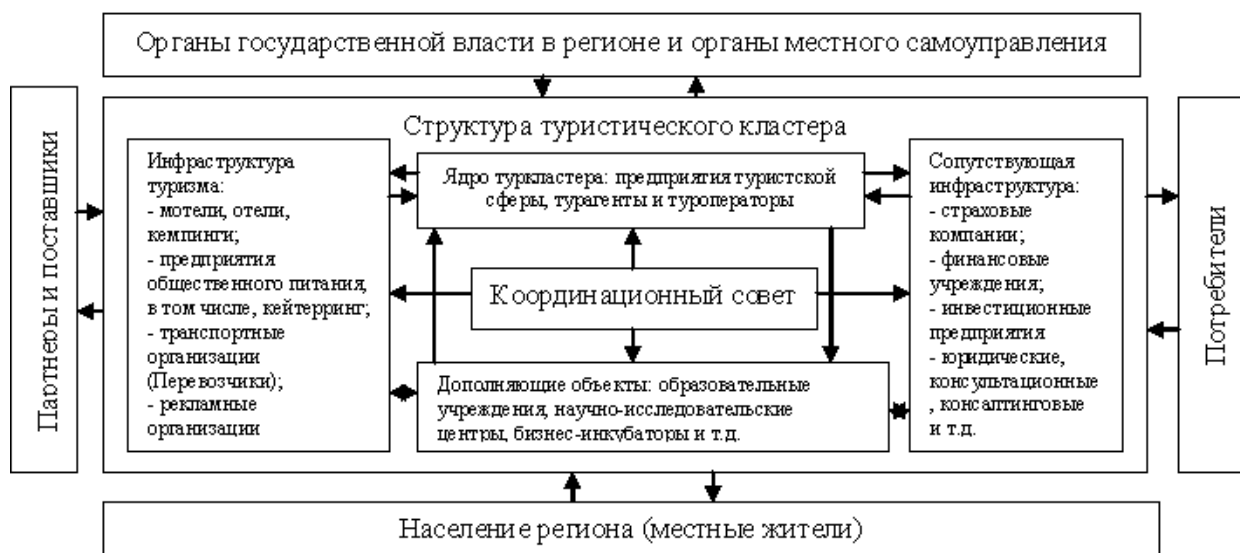


Рис. 1 – Модель туристического кластера в регионе

В рамках данной модели можно выделить следующие структурные элементы:

1) «ядро» – объекты, вокруг которых группируется кластер, выполняющие основной вид деятельности, позиционирующие кластер, выпускающие конечную продукцию. То есть, предприятия, непосредственно туристской сферы,

занятые производством и продвижением турпродукта региона (турагенты, турбюро, гостиницы и т.д.);

2) «дополняющие объекты» – объекты, деятельность которых напрямую обеспечивает функционирование объектов «ядра»;

3) «инфраструктура туризма» – объекты, наличие которых обязательно, но деятельность которых напрямую не связана с функционированием объектов «ядра» (транспорт, связь, предприятия индустрии гостеприимства);

4) «сопутствующая инфраструктура» – объекты кластера, наличие которых желательно, но не обязательно для функционирования других объектов кластера. К ним относятся различные сервисно-консультационные предприятия, функции которых могут быть осуществлены как в рамках кластера, так и с использованием аутсорсинга. Целью данных предприятий, в случае их наличия в кластере, является изыскание внутренних резервов для обеспечения непрерывности воспроизводственных процессов, достижение стратегических выгод, связанных в первую очередь с повышением мобильности развития и реализации потенциала всего кластера.

Для успешного развития туризма необходимо наличие развитой инфраструктуры. Для притока туристов необходимо наличие мест размещения: строительство новых гостиниц, баз отдыха, приютов, отелей, создание кемпингов и т.д. и реконструкция имеющихся объектов размещения. Аналогичная ситуация наблюдается и в плане мест общественного питания граждан. В том числе необходимо грамотное развитие организаций придорожного сервиса.

Кроме того, проезд к основным примечательным в туристском плане объектам осуществляется по труднопроходимой дороге. Соответственно имеется потребность в реконструкции дорог. Кроме того, ввиду недостатка мощностей на данной территории необходимо строительство новых ЛЭП (с подстанциями) в отдаленные регионы, привлекательные в туристском плане. Одним из основных моментов развития отдаленных регионов является газификация территорий и населенных пунктов.

Кластеры в обязательном порядке должны формироваться и развиваться при поддержке местных органов власти и самоуправления. Благодаря этому, кластерные структуры смогут решать во властных структурах вопросы улучшения условий деятельности и защиты интересов своих участников. В своей деятельности кластер создаст оптимальную, упрощенную и выгодную систему доступа к финансовым (инвестиционным) ресурсам для своих участников и партнеров. Кроме того, кластер позволит:

– установить выгодные взаимосвязи, которые делают участников кластера более сильными по сравнению с теми предприятиями, которые работают в одиночку;

– сориентировать деятельность каждого участника на потребности рынка за счет согласованной общей стратегии кластера;

– значительно расширить сбыт (в т.ч., за рубеж), повысить полноту и своевременность снабжения, уменьшить расходы на снабжение и сбыт за счет развития внутренней системы снабжения и единой системы распространения продукции и услуг, построенной на принципах доверия;

– стабилизировать хозяйственную деятельность участников (даже в условиях кризиса), что позволит увеличить количество рабочих мест и уровень заработной платы;

– создать уникальные предпосылки для развития инновационной деятельности, повышения качества продукции, производительности и рентабельности предприятий – участников кластера;

– упростить доступ к рыночной информации (и ее свободный обмен внутри кластера) за счет создания общей кластерной информационно-аналитической системы, сети полезных контактов;

– облегчить для участников кластера доступ к новейшим технологиям, передовым методам организации производства, повышению профессионального образования.

Следовательно, теория кластеризации – это не столько новшество в региональной теории и методах, сколько некий новый комплексный подход к оценке региональных условий и тенденций развития, а также тех политических вызовов, которые влияют на эти условия и тенденции. Создание туристических кластеров при грамотном стратегическом планировании станет инновационным направлением в управлении развитием регионов.

Библиографический список

1. Влияние туризма на экономику страны//<http://www.kmvline.ru/lib/turizm/17.php>
2. Методические аспекты формирования туристского кластера//<http://www.pandia.ru/text/77/156/22996.php>
3. Санжин Б.Б. Формирование и развитие туристического кластера в республике Бурятия на основе государственно-частного партнерства // Экономическое возрождение России, 2010. вып.4 (26). С.130-138.
5. Туризм как ресурс//Федеральный портал PROTOWN.RU <http://www.protown.ru/information/articles/3360.html>
5. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды V Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова, геогр. фак-т, Москва, 28–29 апреля 2010. — СПб.: Д.А.Р.К., 2010. — 708 с.
6. Шепелев И.Г., Макарова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствование системы стратегическим управлением развития региона / Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №3(11), 2012// www.sisp.nkras.ru

А.Г. Лукин

Самарский государственный университет

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ОСОБЫЙ ВИД ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация: вопросам определения сущности финансового контроля в научной литературе, к сожалению, уделяется мало внимания. Как правило, все сводится к попыткам дать его определение, которое отражает только одну из наиболее важных характеристик этого важного экономического явления. Статья рассматривает одну из важнейших характеристик сущности финансового контроля – как особого вида практической деятельности.

Ключевые слова: сущность явления, финансы, финансовый контроль, заинтересованный пользователь.