

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.48

М. Ю. Абабкова

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
e-mail: ababkova_myu@spbstu.ru

О. О. Васильева

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
e-mail: vasilieva_oo@spbstu.ru

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ТУРИСТСКОМ КЛАСТЕРЕ**

Ключевые слова: межфирменное взаимодействие, туристский кластер, методика оценки эффективности кластера, конкурентоспособность туристского кластера.

Данное исследование направлено на изучение подходов к определению туристский кластер, а также методических подходов к оценке межфирменного взаимодействия субъектов предпринимательства в туристских кластерах. Неосвязаемость туристского продукта определяет специфику взаимодействия хозяйствующих субъектов и территориальных органов государственной власти, как и наличие тесных межотраслевых связей, являясь одновременно и предпосылкой применения кластерного подхода для стратегического планирования межфирменного взаимодействия в туристско-рекреационной сфере. Межфирменное взаимодействие предприятий-участников туристского кластера является важным условием обеспечения его конкурентоспособности. Изучение и оценка уровня взаимодействия субъектов кластера является важным этапом при определении его эффективности и для принятия мер по устранению проблем, негативных факторов и их последствий, мешающих у функционированию кластера. Результатом является методика оценки эффективности межфирменного взаимодействия туристского кластера, позволяющей выявлять слабые места в межфирменном взаимодействии предприятий туристского кластера региона.

М. Ю. Абабкова

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, e-mail: ababkova_myu@spbstu.ru

О. О. Васильева

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, e-mail: vasilieva_oo@spbstu.ru

**METHODOLOGICAL ASPECTS FOR EVALUATING FIRMS' COOPERATION
EFFICIENCY IN A TOURISM CLUSTER**

Keywords: inter-firm cooperation, tourism cluster, cluster effectiveness assessment, tourism cluster competitiveness.

This paper studies the approaches to the definition of a modern tourism cluster, as well as the methodological technique to assess the effectiveness of inter-firm interaction of business entities within the framework of tourism clusters. The intangibility of a tourist product determines the specifics of interaction between the tourist enterprises and the territorial public authorities. Close connections within inter-industry is a premise of the use of the cluster approach for strategic planning of inter-firm interaction in the tourist and recreational sphere. Inter-firm interaction within a tourism cluster is an important condition for ensuring its competitiveness. The study and assessment of the cluster subjects' interaction level is an important stage to evaluate its effectiveness and to make arrangements to eliminate problems, negative factors and their consequences disrupting a cluster functioning. The paper's result is the evaluation expert technique to identify weaknesses in the inter-company interaction within a tourism cluster of the region.

Введение

Данное исследование направлено на изучение межфирменного взаимодей-

ствия субъектов предпринимательства в туристских кластерах. Неосвязаемость туристского продукта определяет спец-

ифику взаимодействия хозяйствующих субъектов и территориальных органов государственной власти, наличие тесных межотраслевых связей, являясь одновременно и предпосылкой применения кластерного подхода для стратегического планирования межфирменного взаимодействия в туристско-рекреационной сфере.

Цель исследования

Анализ существующих подходов к понятию «туристский кластер» и рекомендации по оценке эффективности межфирменного взаимодействия в туристском кластере.

Материал и методы исследования

Кластерный подход к развитию предприятия был развит американским специалистом М. Портером в исследованиях, посвященных повышению конкурентоспособности регионов, на примере многолетнего изучения деятельности выборки из ста наиболее конкурентоспособных крупных, средних и множества малых предприятий в различных отраслях [1].

Широко известный «ромб конкуренции» М. Портера отражает условия возникновения кластера на основе общих предпосылок (спрос, конкурентная среда, наличие поддерживающих производств) и специализированных условий конкретной территории, требующих временных и финансовых затрат и создающих конкурентное преимущество (квалифицированные кадры, инфраструктура, капитал) [2].

Кластеры как стабильная сеть из поставщиков и потребителей туристско-рекреационной сферы формируются в результате распространения деловых связей и влияния крупных конкурентоспособных предприятий на свое ближайшее окружение. Участники туристско-рекреационного кластера получают широкий доступ к информации по всем аспектам туристской деятельности (ресурсам, рынкам сбыта, экспорт, информационное преимущество, партнёрские отношения (сфера HORECA, транспортными компаниями и т.п.).

На основе изучения исследований зарубежных и российских ученых в области туризма можно выделить следу-

ющие подходы к определению понятия «туристский кластер»:

Институциональный подход. В рамках данного подхода, предложенного А. Родригесом, комплексная туристская услуга создается и реализуется группой компаний, расположенных на определенной территории и обладающими вертикальными и горизонтальными связями. Вертикальные связи (предприятия, создающие туристский продукт) и горизонтальные связи (инфраструктура, нормативная база, информация) вместе с туристской услугой дают основание для кластера [3].

Системный подход. С. Нордин трактует туристский кластер как систему, состоящую из таких компонентов как:

- территориальные и исторические ресурсы въездного туризма;
- комплекс компаний, связанных с туризмом: HORECA, транспорт, традиционные промыслы и ремесла, туроператоры и турагенты и т.д.;
- сектора и производства, косвенно поддерживающие туристские услуги;
- инфраструктура территории;
- образовательные, консалтинговые и финансовые компании;
- государственные структуры, влияющие на кластерные образования [4].

По мнению Е.Г. Кропинова и А.В. Митрофанова туристский кластер является туристско-рекреационной системой, включающей локальные предприятия туризма и HORECA и их совместную деятельность, обеспечивающую конкурентоспособность и специализацию членов кластера и формирующую региональный туристский рынок труда [5].

«Подход 5И». Профессор М.П. Войнаренко указывает на то, что формирование эффективного туристского кластера требует таких условий как: инициатива, инновации, информация, интеграция и интерес.

Технологический подход. Исследователи Е.Г. Карпова, А.И. Тарасенок опираются на технологический процесс формирования туристского продукта и предлагают следующее понятие туристского кластера: «совокупность взаимодействующих и взаимосвязанных компаний и организаций, функционально обособленных в рамках системы накопления стоимости («цепочки каналов сбыта –

транспортных услуг – средств размещения – предприятий питания – средств развлечения – потребления комплексной туристской услуги»), объединяющихся на условиях кооперации и конкуренции с целью получения максимального дохода на базе локальных преимуществ территории, включая туристские аттракторы и инфраструктуру» [6].

Туристские кластеры при таком подходе могут быть исследованы в качестве инновационной формы модернизации и диверсификации экономики территории и как фактор ее устойчивой конкурентоспособности с учётом особенностей туристских услуг, положения и роли туроператоров.

Географический подход. Исследователь М. Бени считает, что «туристский кластер представляет собой группу туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченную высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющую устойчивые политические и социальные связи и отлаженную систему управления предприятий, входящих в сети по формированию туристских услуг, обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества» [7].

О.В. Белицкая формулирует понятие туристско-курортного кластера, уточняя классическое представление о кластере, дополняя понимание его как структуры, где сходятся интересы бизнеса, общества, государства [6]. Основной особенностью географического понятия туристского кластера является упор на совокупность предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей, и их синергия, позволяющая усилить их эффективность и инновационность.

Одним из недостатков вышеприведенных определений туристского кластера является отсутствие указаний на особенности процесса их формирования (исторического развития, специализации территории на данном виде деятельности или в результате планомерных усилий по целевому созданию). Согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристский кластер представляет собой «совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, соз-

данных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых правительством РФ» [8].

Либеральная модель туристского кластера предполагает, что роль государства сводится к устранению препятствий для естественного развития кластера, а дирижистская модель основывается в первую очередь на активной государственной политике по формированию кластеров.

На наш взгляд, основной особенностью современного развития туристских кластеров в России является прямое государственное создание, управление, инвестирование и контроль за туристско-рекреационными зонами. Например, начиная с 2020 г. российская государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика» будет включать также программу развития туризма, причем инвестиции в инфраструктуру из бюджета составят 4,8 млрд. руб. в 2020 г., в 2021 г. – 10 млрд. руб., в 2022 г. – 9,8 млрд. руб. [9].

«Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» предусматривает развитие туристских кластеров, включая строительство, реконструкцию и развитие инфраструктуры, а также формирование локализованного туристского продукта. Так, в Кабардино-Балкарии строительство объектов туристской инфраструктуры в республике ведется на принципах государственно-частного партнерства 70/30, где 70 – частные средства, 30 – бюджетные. Инвестиционный проект включает в себя строительство туристского комплекса с гостиницей, причалом и спортплощадкой на берегу Верхних Голубых озер в Черекском районе [10].

Таким образом, особенностью российской модели туристского кластера следует считать:

– географически сконцентрированные предприятия и инфраструктура туристской сферы, государственные структуры, взаимодействующие на основе государственно-частного партнерства, ассоциаций, союзов и т.п.;

– ресурсы региона и совместное использование их субъектами с целью формирования конкурентоспособного сектора экономики;

– вертикальные связи (туристский продукт как результат взаимодействия предприятий гостиничной, транспортной, экскурсионной и др. сфер) и горизонтальные связи (между предприятиями-участниками кластера, реализующими процесс производства туристской услуги);

– разработка программ и прямое государственное содействие развитию туристского кластера и нацеленность на повышение его конкурентоспособности и удовлетворения туристско-рекреационных потребностей.

В рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)» [11] учитываются различные типы туристских кластеров, предложенных исследователями (по стадии жизненного цикла, специализации и др.) [2]. Однако, следует указать, что данная типология туристских кластеров не учитывает такой критерий как особенности межфирменного взаимодействия в рамках туристского кластера, хотя данная характеристика кластера влияет на эффективность его функционирования.

Межфирменное взаимодействие субъектов кластера является важным условием обеспечения конкурентоспособности туристского кластера. Влияние предпринимательских структур и транснациональных корпораций является одним из основных факторов развития экономики туристского кластера. Например, взаимодействие отеля с международными туристическими маркетинговыми и рекламными сетями ведет к увеличению числа прибывающих туристов и увеличению дохода. Таким образом, все действующие лица в рамках кластера взаимосвязаны и предполагают учет связей между ними при анализе деятельности кластера. Особенности межфирменного взаимодействия в рамках кластера представлены на рисунке.

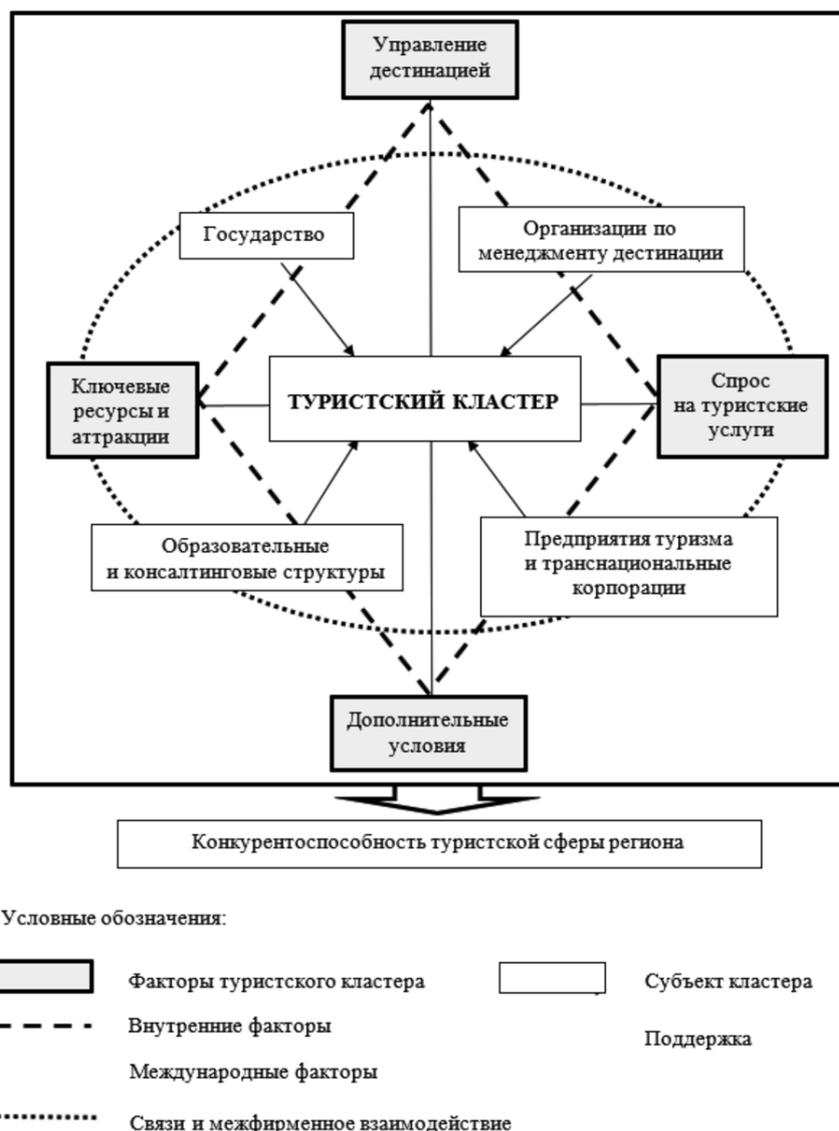
На рисунке стрелки указывают на то, что субъекты взаимосвязано поддерживают туристский кластер как органическую систему, что также предполагает, что субъекты кластера должны сотрудничать с целью максимизации как своих индивидуальных выгод, так и положительных эффектов от турист-

ского кластера в регионах и странах. Например, туристские предприятия могут сотрудничать с университетами или консалтинговыми организациями в целях повышения их производительности и эффективности.

Кроме того, значительный объем деятельности осуществляются через организации по менеджменту дестинации (DMOs) на трех уровнях – национальном, региональном и локальном (местном). Симбиотические отношения конкуренции и сотрудничества между субъектами содействуют укреплению туристского кластера на основе кооперативной конкуренции, который возникает, когда компании работают вместе для своего бизнеса, ожидая положительный эффект от распространения знаний и экономии за счет масштаба [13].

Основными факторами формирования туристского кластера на индивидуальном и системном уровне являются показателями внутренней и региональной среды, включая основные ресурсы и достопримечательности, менеджмент дестинации, дополнительные особенности и условия спроса. По мнению ряда исследователей данной сферы, очень «важно повысить привлекательность традиционных туристских и рекреационных центров и комплексов за счет развития дополнительных услуг и, прежде всего, услуг индустрии развлечений» [14].

Индустрия туризма стремительно развивается и многие страны, и регионы рассматривают туризм как средство укрепления своей экономики, которой обычно не хватает ресурсов. Более того, следует учитывать, что туризм дает «возможность столь необходимого для каждого человека общения с природой, разнообразие впечатлений, оздоровление тела и закалка характера, воспитание чувства коллективизма, организованности и дисциплинированности, приобретение необходимых знаний и трудовых навыков» [15]. Устойчивое развитие туризма в регионах должно быть нацелено на сведение к минимуму негативных последствий и максимизацию положительных эффектов. В данном контексте формирование туристских кластеров является долгосрочной стратегией.



Модель туристского кластера [12]

Результаты исследования и их обсуждение

Оценка уровня межфирменного взаимодействия субъектов туристского кластера может проводиться вместе с оценкой его состояния за определенный период и разработкой актуальной и обоснованной стратегии его дальнейшего развития [16]. Это позволит предусмотреть меры по устранению проблем, негативных факторов и их последствий, мешающих эффективному функционированию кластера и повышению его конкурентоспособности.

Предлагаемая методика строится на экспертном методе оценки эффективности межфирменного взаимодействия (таблица).

Данная методика основывается на географическом и системном подходах к определению понятия «туристский кластер» предполагает определение географического каркаса туристского кластера, его структуры, анализ туристского продукта и поддерживающей инфраструктуры, политико-правовой базы и государственных программ в области поддержки туризма в регионе,

вертикальных и горизонтальных связей предприятий-участников кластера.

Выводы (заключение)

Данная методика нацелена на выявление слабых мест в межфирменном взаимодействии туристского кластера региона. Предложенная методика по оценке эффективности межфирменного взаимодействия туристского кластера позволит:

- определить сформированность туристского кластера;

- определить характеристики и особенности функционирования кластера в регионе;
- оценить общее состояние туристского кластера и структурные связи между предприятиями-участниками;
- идентифицировать основные проблемы в межфирменном взаимодействии в туристском кластере;
- разработать основные мероприятия по оптимизации развития туристского кластера.

Многофакторная оценка межфирменного взаимодействия в туристском кластере

№ п/п	Этап оценки	Показатели оценки	Экспертная оценка	Примечания
1.	Определение границ, структуры и отличительных характеристик туристского кластера.	Географические границы кластера, каркас кластера; Населенные пункты, центры туристских потоков, опорные пункты; Структура кластера (территориальные и исторические ресурсы въездного туризма; комплекс компаний, связанных с туризмом: HORECA, транспорт, традиционные промыслы и ремесла, туроператоры и турагенты и т.д.; сектора и производства, косвенно поддерживающие туристские услуги; инфраструктура территории; образовательные, консалтинговые и финансовые компании; государственные структуры)		
2.	Определение состояния и степени развитости туристского кластера	Широта и насыщенность предложения туристских услуг; Разнообразие ценовых предложений; Наличие предложений для различных целевых групп; Развитость гостиничного сектора и сектора общественного питания; Насыщенность транспортной инфраструктурой, многообразие транспортных предприятий, транспортная доступность населенных пунктов, входящих в кластер; Ресурсная составляющая и аттракции туристической дестинации; Согласованность действий участников кластера; Зависимость от иностранных производителей, сервиса и технологий; Восприимчивость к инновациям; Государственная политика в отношении туризма в регионе, наличие государственных программ поддержки туризма в регионе		
3.	Выявление проблем в межфирменном взаимодействии	Антимонопольная деятельность, защита конкуренции; Согласованность действий участников кластера; Благоприятный инвестиционный климат и меры по привлечению иностранных инвестиций; Разработка и поддержание в актуальном состоянии стандартов, систем сертификации услуг; Подготовка и наличие на рынке труда региона квалифицированных кадров; Особенности общей и специализированной туристской инфраструктуры; Финансовая и налоговая политика в регионе; Себестоимость и издержки туристского продукта; Наличие развитой сети конкурентоспособных локальных поставщиков; Особенности визовой политики; Государственная политика в области туризма, программы по поддержке туризма.		

Библиографический список

1. Скопа В.А. Теоретические основы формирования туристского кластера № 62-1, 17.03.2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://novainfo.ru/article/11838>.
2. Шматько Л.П., Жолобова Л.В. Подготовка туристских кластеров Ростовской области к приему чемпионата мира по футболу 2018 года // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения // Изд-во Ростовский государственный университет путей сообщения (Ростов-на-Дону). 2017. № 1. С. 133-1
3. Rodrigues A.V. Turismo rural: práticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto. 2003.
4. Идрисова Ж.Х., Занозин В.В. Развитие туристского кластера в дельте Волги // «Географические науки и образование» материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. Астрахань: Изд-во Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Астраханский государственный университет». 2015. С. 115-118.
5. Куликова В.В., Заярная И.А. Дефиниции понятия кластер // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. Материалы IX международной научно-практической конференции. Изд-во: World Press s.r.o, 2015. С. 146-149.
6. Большаков А.И. Формирование и развитие приграничных туристских кластеров: дис. канд. экон. наук. Москва. 2014.
7. Левченко Т.П., Кулян К.К., Кулян М.К. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций // Вестник СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С.67-72.
8. Шамахов В.А., Кудряшов В.С. Формирование туристского водного кластера в Санкт-Петербурге: анализ и перспективы развития // Управленческое консультирование. 2018. № 7(115). С. 56-68.
9. Национальный туристический рейтинг-2019 // Журнал «Отдых в России». [Электронный ресурс]. URL: <http://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019> (дата обращения: 29.12.2019).
10. Власти КБР прорабатывают вопрос включения двух туркластеров региона в госпрограмму // Территориальные кластеры. Дайджест новостей [Электронный ресурс]. URL: <http://cluster.hse.ru> июль 2019 г. (дата обращения: 29.12.2019).
11. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы) // Экспертный центр электронного государства Цифровая Россия. [Электронный ресурс]. URL: http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2018/07/turism_proekt.pdf (дата обращения: 29.12.2019).
12. Namhyun Kim and Bruce E. Wicks, «Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness» (July 30, 2010). International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 28. [Электронный ресурс]. URL: http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE_2010/Friday/28 (дата обращения: 29.12.2019).
13. Brandenburger A.M., Nalebuff B.J. Co-Opetition (1st ed.). New York: Broadway Business. 1997.
14. Погодина В.Л., Тараканова Т.С., Евсеев В.В. Актуальные аспекты организации рекреационного туризма в регионах России // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 84-89.
15. Евсеев В.В. Физическая культура, спорт, туризм в формировании среды здоровьесбережения // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 39-44.
16. Галиуллина Г.К., Галимов Ш.Ш., Шабанова Л.Б. Методика анализа туристского кластера региона // Вестник ТИСБИ // Изд-во Университет управления «ТИСБИ» (Казань). 2014. № 2. С. 141-149.