
ISSN: 2545-0573

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Саломов Фаррух Комил Угли

Преподаватель кафедры Туризма и маркетинга, КарГУ

**Шоймуродов Огабек Кахрамон угли, Темиров Музаффар Фарход Угли,
Темиров Исломбек Илёс Угли**

Студенты КарГУ, каф. Туризма и маркетинга

ARTICLE INFO.

Ключевые слова:

Инновации, кластер, туризм,
развитие, регион, экономика.

Аннотация

Статье рассмотрен опыт формирования и развития туристских кластеров в зарубежных странах. Проведена оценка кластеризации туристской отрасли в зарубежной практике. Выявлены регионы, которые имеют наиболее развитую сеть туристских кластеров. Проведен анализ деятельности организаций, осуществляющих в Европе комплексную кластерную политику, выявлен положительный опыт и анализ необходимости подобного подхода в России.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2022 LWAB.

В мире на данный момент особой популярностью пользуется кластерный подход к организации сферы туризма. Это обосновано тем, что работа ведется в комплексе, позволяя обеспечивать большую занятость, удобную схему маневров между турфирмой, музеями и заповедниками, сувенирными магазинами, транспортом и другими смежными отраслями в туризме. Кроме того, для самих туристов — это большой выбор развлечений, выбора удобных условий проживания и передвижения, а также покупка наиболее качественных товаров, за что несут ответственность все участники кластера, заключая договоренность о качестве товара и услуги.

Кластер сегодня — это наиболее эффективный инструмент управления экономикой в условиях глобализации. Этот метод не только способствует повышению конкурентоспособности предприятий, но и одновременно является основой инновационного развития экономики [2]. Ключевые понятия кластера: концентрация, интеграция, кооперация и конкуренция — во взаимосвязи дают эффект.

Чаще всего, речь идет об многоуровневых функциях, таких как кооперация, обмен опытом, обучение кластерных менеджеров, информационная поддержка кластерных инициатив, развитие сетей кластеров, продвижение и представление кластеров на региональном, национальном и

международном уровнях. Еще одним примером страны, реализующей подобные функции можно назвать Францию и ее ассоциацию французских кластеров – «France Clusters (CDIF)», сотрудничающую с примерно 100 кластерами во всех регионах Франции. В Дании создана такая организация, как REG X – The Danish Cluster Academy, которая специализируется на консалтинговых услугах в сферах научно-исследовательской активности, обмена знаниями и опытом, формирования сетей и кластеров. Правительство Дании финансирует две кластерные программы, реализуемые REG X. Первая программа посвящена выращиванию менеджерского персонала (в их образовательные модули входят такие части как стратегия кластера, анализ цепочки создания стоимости, международное продвижение кластера, коммуникации в кластере и пр.). Вторая же имеет своей специализацией реализацию современную инновационную политику и инновационные программы. Целевая аудитория такой программы это лица, способные на принятие быстрого стратегического решения, принадлежащие к бизнес-сообществу, к научному сообществу или органам государственной власти. Третьей особенностью кластерной политики в регионах ЕС и ее отличием от отечественной практики можно считать то, что кластеры в странах ЕС поддерживаются многими частными компаниями и структурами власти. Вероятно по этой причине как такого "очага" кластеризации у страны нет, есть лишь организация, координирующая работу других организаций, реализующих кластерные программы. Например, в Норвегии, помимо уже описанной Innovation Norway (наиболее известного оператора), в активный процесс кластеризации вовлечены еще два инновационных агентства: SIVA, the Research Council of Norway. Единый бюджет английских агентств регионального развития формируется за счет средств 6 правительственных департаментов. Oxford Research AS, реализовавшее масштабное исследование кластерной политики в странах Европы. Результатом исследования стала такая статистика: более чем в 13 европейских странах как минимум на два министерства возложена обязанность поддержки кластеров, а также то, что прямой реализацией кластерной политики в большинстве стран Европы и на национальном, и на региональном уровнях занимаются агентства (входящие в министерства). Далее выяснилось что большая часть исследуемых стран ЕС на национальном уровне имеют от одного до трех агентств, в обязанности которых входит задача развития кластеров. Лидерами тенденции можно назвать Ирландию и Финляндию с их 7 и 8 агентствами соответственно [3]. В результате в Европе была создана система поддержки кластеров в комплексе. То, насколько политика региона по продвижению идей кластера будет успешной во многом зависит от того, в какой мере удастся построить комплексную поддержку со стороны государственных структур. Если коротко проводить параллель с Россией, то можно заметить, что в силу слабой согласованности экономических программ, малой интеграции идей кластерного подхода, отсутствия обязанностей и полномочий по поддержке кластеров у региональных органов государственной власти, такая поддержка носит краткосрочный характер.

Опыт многих стран свидетельствует о том, что кластеры действительно способствуют высокой эффективности экономики и, таким образом, повышают благосостояние нации. Формирование кластеров позволяет получить наибольшую отдачу от преимуществ, которыми обладает страна. «Новая волна» кластеризации (начало 1990-х годов) стала реальным воплощением объективной тенденции мезо интеграции, кластеров, т.е. объединений фирм различных отраслей, причем, принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы.

На сегодняшний день можно выделить три «центра» кластерного развития, а именно: Североамериканский, Западноевропейский и Азиатский [1].

Для Североамериканского региона характерна исторически сложившаяся ориентация на политику «малого вмешательства федерального правительства в процесс кластерного развития». Согласно оценкам экспертов, взаимодействие бизнеса и государства в США расценивается как соперническое, а не партнерское. Государственные структуры США не считают себя обязанным

следить за успехом в бизнесе предпринимателей, если это только не ведет к стратегически опасным для экономики страны в целом ситуациям. Если оценивать общие особенности государственной политики стран Североамериканского региона в отношении развития кластеров, то следует отметить, что официально она не формулируется и не оформляется в виде государственных документов разрабатываемых структурами, ответственными за формулирование национальной экономической стратегии.

Западноевропейский регион явился определенным «полигоном» для проверки новых идей в государственной экономической политике, основанной на кластерном подходе. Идея о «конкурентоспособной промышленной политике» появилась именно в Западноевропейском регионе.

Отмечая черты сходства проблем и методов проведения государственной экономической политики следует отметить особенно активную роль стран Северной Европы (Норвегия, Швеция, Финляндия) и Италии, которые инициировали ряд кластерных проектов. Особенно следует отметить развитие туристского кластера в Италии. Данная страна - общепризнанная страна современного туризма. Шестьдесят процентов мирового культурного наследия находится в этой стране, и этот немаловажный фактор способствует привлечению около 80 миллионов туристов в год. По данным ВТО, Италия занимает 3 место по посещаемости после Франции и США. Туризм занимает в Италии четвертое место среди ведущих отраслей экономики - после текстильной промышленности, производства одежды и обуви (10,6% ВВП), металлообрабатывающей, автомобилестроительной индустрии и производства транспортных средств (10,1%). Италия в настоящее время страдает от конкуренции в области туризма со стороны стран, проводящих более агрессивную политику и обладающих лучшим взаимодействием государственных и частных организаций. Это прежде всего Испания, которая вышла по объему доходов от туризма на второе место в мире после США, опередив Францию.

Видение и стратегия развития туристского кластера разрабатывались усилиями всех участников кластера. В рамках стратегии, были определены основные принципы развития туристического кластера: уникальность, диверсификация, культурные ценности; устойчивость (sustainability); интеграция идеи развития туризма в сообщество (государство, экономику, местные сообщества), качество сервиса, добровольное участие каждого из участников кластера. Для реализации стратегии, были определены стратегические цели:

- реализация интегрированного менеджмента ресурсов;
- гарантия участия всех заинтересованных сторон, в особенности местного сообщества, и обеспечения возможности его участия в туризме, тем самым улучшая качество жизни;
- развитие творческого подхода к туризму и услугам усиливает взаимодействие между потребителем, бизнес-сообществом и обществом;
- согласованность действий между частным и государственным секторами;
- Достижение сбалансированности в кооперации и конкуренции между регионами. Цели стратегии были транспонированы на три основные Национальные Инициативы:
- развитие креативности в туризме, путем изменений, основанных на потребительских предпочтениях, следуя принципу уникальности Хорватии;
- сеть для координации расширения возможностей, направленных на улучшение и повышение качества туристского продукта;
- Услуги информационных технологий для развития туризма.

Для развития туризма Казахстана положительным так же является опыт Чехии. В данной стране действует система государственной поддержки развития туризма. В этой области одной из

основных бюджетных организаций является Чешский Центр туризма (ЧЦТ) при Министерстве местного развития Чешской Республики (ЧР). Основной задачей ЧЦТ является пропаганда Чехии за рубежом, предоставление заграничным туристам информации о культурных, исторических и природных достопримечательностях ЧР, проведение общественных и других акций по мотивации иностранных гостей страны к длительному пребыванию в стране и росту экономической доходности от туризма. ЧЦТ вносит свой вклад также в развитие положительного имиджа Чехии за рубежом посредством 12 загранпредставительств в 11 странах Европы, Америки и Азии. Представительства ЧЦТ за рубежом проводят презентации чешского туризма, туристски привлекательных регионов страны. ЧЦТ является членом Европейской Комиссии по туризму, что позволяет ей принимать участие в маркетинговой деятельности в других странах.

В Индии планирование и маркетинг туристского продукта осуществляется на трех различных уровнях: Министерства туризма (МТ), Индийской Корпорации развития туризма (ИКРТ), функции которой в основном относятся к коммерческой части продвижения туризма в стране, а также уровня штатов. Цели и задачи ИКРТ составляют: строительство и управление отелями, ресторанами, гостевыми резиденциями, курортами; предоставление транспортных услуг, развлекательных мероприятий для туристов; организация шоппингов; проведение презентационных мероприятий, которые способствуют привлечению иностранных туристов в Индию и поддержание национальной значимости туризма внутри страны.

Монголия как один из представителей Азиатского региона может быть предложен образцом кластерного развития туризма [4]. Монгольский ромб конкурентоспособности приемлем и для Казахстана, так как здесь налицо такие же базовые факторы как экзотическая культура и история, прекрасная природа, и как отрицательные характеристики - холодная погода, плохая инфраструктура дорог, мало подготовленных кадров, плохие/ дорогие коммуникации и другие. Бурное развитие кластерных технологий характерно также и для экономики России. Одним из наглядных примеров можно привести кластер туризма в Республике Бурятия. В 2007 году Правительство Российской Федерации создало правовое поле для деятельности данного направления, а именно создание особой экономической зоны (ОЭЗ) «Байкал». По заказу Правительства республики компанией «Бауман Инновейшн» была проведена работа по выявлению и ранжированию потенциальных кластеров республики, при этом корневым кластером определен «Туризм», который поведет за собой обеспечивающие: «Пищевой», «Рыба», «Строительный», «Восточная медицина».

Кластеризация на основе вертикальной интеграции не образует само агрегации различных научно-технических открытий, а формирует структурные системы распространения новых знаний и технологий. Здесь главным условием эффективной трансформации инновационных идей, а в конкурентных преимущества является формирование устойчивой сети контактов между всеми участниками кластера.

В рамках стратегического планирования определяется инвестиционная политика, представляющая собой единую стратегию, на основе которой принимаются решения об объединении усилий разных участников кластерной структуры.

Использованная литература:

1. Намазбеков М. Кластерное развитие в условиях глобализации: опыт зарубежных стран // *Analytic*. - 2005. - №3. - С. 8-14.
2. Кудряшов В.С. Теоретические и методологические аспекты формирования промышленных кластеров в регионах России на основе системного подхода // *Петербургский экономический журнал*. 2013. № 4. С. 74-78.

3. Гуриева Л.К. Региональная инновационная политика, или «New Economic Geography» // Экономические стратегии. 2015. № 5. С.
4. Программа повышения конкурентоспособности Казахстана // JE Austin Associates & The Center for Marketing and Analytical Research.