

Секция «Экономика инноваций: экономические и организационные факторы»

Зарубежный опыт формирования и развития туристских кластеров

Научный руководитель – Шерешева Марина Юрьевна

Каппушев Шамиль Ахияевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия
E-mail: kappushev.shamil@mail.ru

Сетевое взаимодействие в современном мире является одним из ключевых элементов успешного функционирования большинства компаний из различных отраслей [4]. Это в полной мере относится к сфере услуг, где использование сетевых форм бизнеса является одним из эффективных путей поддержания устойчивых позиций на рынке и получения значительной прибыли в условиях возрастающей международной конкуренции.

В последние десятилетия большой интерес вызывает сетевое взаимодействие компаний и других организаций в рамках туристских кластеров - добровольных объединений предприятий и организаций, сконцентрированных на туристской территории и участвующих в системе создания ценности туристского продукта и единого экономического механизма управления. Кластерные инициативы в туризме, для которого характерна фрагментарность структуры и межотраслевой характер туристской деятельности, помогают каждому их участнику осознать себя частью целого и получить синергетический эффект [2; 5].

Масштаб туристских кластеров варьирует от микро - до макроуровня:

- Национальные туристские кластеры, формирующиеся в масштабах целой страны (Сингапур, Молдова, Болгария, Шотландия, Камбоджа);
- Межотраслевые кластеры (например, гастрономия и виноделие в Калифорнии; туризм в винодельческом районе Новой Зеландии);
- Региональный или административный кластер (штат Монтана в США; Сардиния, Меццоджорно в Италии);
- Городской туристский кластер (США - г. Новый Орлеан);
- Биосферный или природный заповедник (Бразилия - Сан-Паулу);
- Туристские кластеры, охватывающие различные маркетинговые ниши (Дания - бизнес-туризм в Копенгагене, Австралия - спортивный туризм в Канберре, шоппинг-туры в Андорре, Мальта - изучение языков - учебный туризм) [1].

На наш взгляд, полезным будет рассмотрение зарубежного опыта формирования и функционирования туристских кластеров. Относительная молодость и неразвитость сетевого взаимодействия в российском туризме, при растущем внимании государства к созданию и развитию туристско-рекреационных кластеров, делает изучение зарубежного опыта важной и интересной темой для анализа. Вполне возможно, что региональные власти, по мере развития кластерной политики в России, смогут воспроизводить либо адаптировать эффективные методы и подходы, зарекомендовавшие себя за рубежом.

Более детально рассмотрим примеры туристских кластеров в США и Польше.

В туристическом кластере в Эльблонге (Польша) состоит 41 организация. Кластер занимается созданием и дальнейшим продвижением, и развитием образа региона в целом и города Эльблонг в частности, как привлекательного района для туризма через создание эксклюзивных брендовых продуктов.

На территории Опольского воеводства, Олеского и Клушборского уездов существует кластер «Земля молока и меда». У данного региона прослеживается огромный потенциал в развитии сельского туризма и экологического образования.

В Кнышинской Пуще в Польше расположена здравница Супрасль, которая вместе с рядом соседних территорий образует единый замкнутый комплекс. Данный кластер является медико-туристическим благодаря особому климату и наличию лечебных грязевых ванн. Помимо природных ресурсов данный комплекс имеет ряд исторических объектов и культурных достопримечательностей [3].

Особый вид кластерных объединений представляют тематические туристские кластеры. Одним из примеров таких кластеров может являться сформировавшийся в США (штат Калифорния) кластер винного туризма в долине Напа - одном из известнейших винодельческих районов. Ежегодно долину посещают до 5 миллионов туристов с целью дегустации вина и посещения виноградников [7].

Стоит отметить, что прямое копирование без учета российской специфики может не дать ожидаемых результатов. Лучшие зарубежные практики важны потому, что их знание позволит российским предприятиям определить направления развития и точки роста и не допустить многих ошибок. Кроме того, зарубежный опыт может помочь федеральным, региональным и муниципальным структурам государственного управления создать условия для успешного развития и функционирования туристских кластеров.

Источники и литература

- 1) Адамова К.З. Тематические туристские кластеры // Новый век: история глазами молодых: Сб. науч. тр. аспирантов и студентов ИИиМО. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2008. Вып.7. С.215-218.
- 2) Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. №1. С. 51-61.
- 3) Каталог. Кластеры в Польше. Польское агентство развития предпринимательства. URL: <http://www.pi.gov.pl/> (дата обращения: 24.02.2017).
- 4) Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2014.
- 5) Шерешева М. Ю. , Баджо Р. Сетевой подход в изучении туристских дестинаций: новые тенденции // Инициативы XXI века. 2014. № 2. С.58-63.
- 6) Шерешева М. Ю. Сетевые формы организации в развитии регионального туристического бизнеса // Новая экономика и региональная наука. 2015. № 1. С 101–106.
- 7) Porter M.E., van der Linde C. The Cluster Meta-Study. List of Clusters and Bibliography [Электронный ресурс] / Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School, October 3, 2002. – Режим доступа: www.isc.hbs.edu/MetaStudy2002Bib.pdf (дата обращения: 24.02.2017).