

17. The WCO Strategic Plan 2016/2017 to 2018/2019. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: World Wide Web. URL: <http://wcoomd.org>.

Dmitrieva Olga Aleksandrovna, Candidate of economic Sciences, associate Professor of department «Customs law and customs organization», Russian University of transport (MIIT) (9, Obrazcova Str., Moscow, 127994, Russian Federation). E-mail: davis6589@mail.ru

Ilyhina Svetlana Sergeevna, associate Professor of department «Legal and customs regulation in transport», Moscow automobile and road state technical University (MADI) (64, Leningradskiy pr., Moscow, 125319, Russian Federation). E-mail: sana18@mail.ru

Vlasov Alexander Viktorovich, Candidate of economic Sciences, associate Professor of department «Customs law and customs organization», Russian University of transport (MIIT) (9, Obrazcova Str., Moscow, 127994, Russian Federation). E-mail: alessandro.vlasov@seznam.cz

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN CUSTOMS AFFAIRS

Abstract

This article discusses issues related to the prospects of digital information technologies in customs, which are designed to provide not only the simplicity of customs clearance for traders, but also the effectiveness of customs control by the state apparatus.

Keywords: *customs, foreign trade, logistics, information technologies, digital economy, technological revolution, electronic customs systems, control of goods, customs requirements.*

УДК 911.3:379.85

DOI: 10.22394/2079-1690-2018-1-4-91-95

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Колядин Александр Петрович проректор по социально-экономической политике и безопасности, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики, менеджмента и финансов, Пятигорский государственный университет (357532, Россия, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9). E-mail: kolyadin@pgu.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросам повышения конкурентоспособности региональной экономики на основе формирования и развития туристско-рекреационных кластеров. Туристско-рекреационные кластеры автор рассматривает как глобальное явление настоящего времени. Показана актуальность кластерного подхода в развитии туристской сферы. Рассмотрены основные принципы образования и функционирования туристских кластеров. Рассмотрена сложная внутренняя структура с множеством экономических агентов, присущая кластерам. На основе регионального анализа выявлены новые технологии управления предприятиями конкурентных туристско-рекреационных кластеров. Теоретические положения иллюстрируются примерами из международной практики.

Ключевые слова: *кластерный подход, туристско-рекреационный кластер, конкурентоспособность, туристская индустрия, туристский продукт, экономическая деятельность, диверсификация экономики, конкурентные преимущества, экономический рост.*

В настоящее время регионы, оказавшиеся в условиях геоэкономической конкуренции, вынуждено конкурируют в области инвестиций, человеческих ресурсов, расширения внешних связей, товарных и финансовых потоков.

Одновременно центры управления бизнесом, товарно-финансовыми потоками и объектами собственности выносятся за границы «административных» регионов, в результате чего можно говорить о нарастании новой регионализации стран, которая в Европе называется «New economic geography». В ее основе лежат новые принципы управления, которые реализуются не административным, а социально-культурным и инновационно-экономическим образом [1, с. 128]. Региональная политика в современных условиях все более ориентируется на то, чтобы интенсивно осваивать перспективные хозяйственно-экономические уклады, она стимулирует новые виды деятельности, формирует соответствующую инфраструктуру, изменяет территориальную структуру хозяйства и систему расселения.

Эпоха глобализации характеризуется устойчивыми конкурентными преимуществами, которые обусловлены сугубо «местной» локальной спецификой. Стандартные факторы производства, информация и технологии находятся в легком доступе. Но, что касается конкурентных преимуществ более высокого порядка, то они по-прежнему имеют территориальные ограничения, так как все регионы, так или иначе, влияют на уровень экономического роста, имея разные условия производства. Говоря о конкурентных преимуществах более высокого порядка, заметим, что по-прежнему они имеют территориальные ограничения, в связи с тем, что у каждого региона имеются свои особенности, влияющие на уровень экономического развития, лежащие вне области обеспеченности факторами производства.

Такие атрибуты, обусловленные взаимосвязанным и взаимодополняющим характером, особо значимы в индустрии туризма и рекреации, так как сущностная основа этой сферы состоит из природной или социально-культурной уникальности места пребывания туриста.

Региональные различия исключительно значимы для конкурентных преимуществ, этим и определяется необходимость в решении проблем устойчивого развития регионов с позиции кластерного подхода, который позволяет в совокупности увязать конкурентный потенциал региона и формирование стратегии его устойчивого развития.

Активизацию структурных преобразований сопровождает все более выраженная территориальная концентрация экономической деятельности. Сегодня это характеризуется образованием кластеров, как новой формой предпринимательской структуры, ориентированной на развитие региона.

Одними из первых феноменов кластеров или сетевых форм ведения бизнеса исследовали А. Маршал и М. Портер. Например, М. Портер кластеризацию оценивает как доминантную концепцию развития регионов. Согласно М. Портеру, под кластером следует понимать новый способ видения национальной, региональной и городской экономики. Им также обозначаются новые роли предприятий и правительства, стремящиеся повысить конкурентоспособность [2, с. 82]. В соответствии с его теорией, кластер – это географически соседствующие взаимосвязанные компании и связанные с ними предприятия определенных сфер, характеризующиеся общей деятельностью и взаимодополняющие друг друга [2, с. 207]. М. Портер также утверждает, что конкурентоспособность государства необходимо рассматривать через призму международного конкурирования не отдельных фирм, а кластеров, то есть объединенных предприятий разных отраслей, причем принципиальное значение отдается способности данных кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы.

Стремительное развитие мировой туристской индустрии, туристско-рекреационных кластеров, представляющих интегрированные группы предприятий, организаций и учреждений в сфере туристского бизнеса характеризуются с конца XX в. как глобальное явление. Они преимущественно свойственны развитым государствам, но имеются также в развивающихся государствах и в государствах с переходной экономикой, принося значительную часть доходов в государственную казну.

В настоящее время под кластером следует прежде всего понимать эффективный инструмент управления экономикой в условиях глобальной конкуренции, который не только повышает конкурентоспособность и эффективность бизнеса, но и способствует инновационному развитию экономики. Отечественными учеными и практиками формулируются подобные определения и выделяются схожие признаки кластера. Например, по А.Ю. Александровой «туристский кластер – это совокупность организаций и фирм, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах, основной целью кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного туристского продукта» [6, с. 58]. (см. рис. 1)

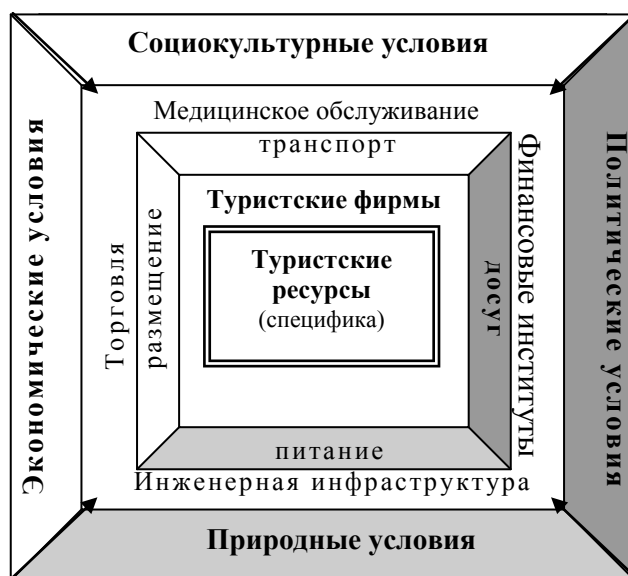


Рис. 1. Модель туристского кластера

Е.Г. Кропинова и А.В. Митрофанова, используя системный подход, рассматривают туристский кластер в виде локализованной туристской системы, состоящей из групп производственных фирм в сфере туристских услуг с сопряженными отраслями, а также с различными вспомогательными организациями. Их совместная деятельность обеспечивается усилением индивидуальной конкурентоспособности и специализацией участников кластера вследствие возникновения синергического эффекта

комплекса услуг и приводит к созданию регионально сконцентрированного туристского рынка труда [12, с. 81]. Е.Г. Карпова, при анализе кластеров в туристской индустрии как инновационной формы модернизация и диверсификации экономики определенной территории и факторов ее устойчивого конкурентирования, определяет туристский кластер как совокупность проявляющих взаимодействие и взаимосвязь предприятий, функционально обособленных в рамках системы накопления стоимости («цепочки каналов сбыта – транспортные услуги – средства размещения – предприятия питания – средства развлечения – потребление комплексной туристской услуги»), объединяющихся с условием кооперации и конкуренции для получения более высокой прибыли на основе локальных преимуществ территорий, с включением туристских аттракторов и инфраструктуры [3, с. 62]. С нашей точки зрения это более обоснованный подход, который позволяет отличить туристский кластер от туристско-рекреационного комплекса территории, успешно функционирующего и не принимающего вид кластера.

Туристско-рекреационные кластеры являются локомотивами экономического роста и эффективным инструментом взаимодействия между участниками региональных инновационных систем во многих странах мира [4, с. 62].

Зарубежный опыт образования и функционирования туристско-рекреационных кластеров базируется на основании главных принципов: 1) территориальной концентрации хозяйствующих единиц; 2) глубокой технологической кооперации участников кластера на основании участия в цепочках создания добавленной стоимости; 3) сочетания кооперации и конкуренции; 4) инновационности; 5) государственно-частного партнерства.

Сегодня главным условием образования кластера выступает географическая близость хозяйствующих единиц, в результате которой снижаются транспортные и коммуникационные издержки. Такое тесное и оперативное экономическое взаимодействие позволяет экономить на издержках и обмениваться социальным капиталом.

Географические масштабы туристско-рекреационных кластеров варьируются от локального и регионального до межрегионального. Например, в Мексике к рекреационно-туристскому кластеру относится курорт Канкун на полуострове Юкатан, а в Индонезии – курорт на о. Бали. В южной части Европы Хорватия и Словения договорились о создании совместного трансграничного туристско-рекреационного кластера.

В туристско-рекреационном кластере система накопления стоимости включает несколько типов цепочек: 1) создания добавленной стоимости поставщиков, 2) средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов, 3) самих покупателей-туристов [5, с. 169].

Данные Всемирной туристской организации показывают, что во время семидневного пребывания посетителя в определенном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30-50 разных фирм: экскурсионное бюро, специализированные магазины, туристская литература, страховые компании, а также сувенирные лавки, пункты обмена валюты, такси и др. [6]

Кластеру присуща сложная внутренняя структура с множеством экономических агентов, состоящая из основных компаний, производящих и реализующих турпродукты, вспомогательных (сопутствующих) производств, а также образовательных учреждений, научно-исследовательских организаций. Участникам кластера свойственно включение в глубокую технологическую кооперацию между собой на основании принятия ими участия в цепочках создания добавленной стоимости и системах накопления стоимости.

Выстраивание в определенном следовании одного вида деятельности в продолжение другого образует внутрифирменные цепочки создания добавленной стоимости. Чтобы достичь конкурентного преимущества, предприятию необходима оптимизация собственной цепочки создания добавленной стоимости, а также внешней цепочки, которая будет связывать ее с поставщиками и потребителями. Динамично развивающийся кластер охватывает множество различных цепочек создания добавленной стоимости, которые образуют систему накопления стоимости. Задачей при этом является формирование полных цепочек создания добавленной стоимости за счет резидентных структур и предотвращения утечки создаваемой добавленной стоимости из регионов.

Сущностную черту кластера составляет сочетание кооперации и конкуренции. Это два основных объективных вида взаимодействия между фирмами-участниками туристско-рекреационного кластера, где конкуренция выступает движущей силой постоянных обновлений в продуктивном и технологическом плане, которые направлены на рост производительности всех факторов производства и обеспечивают быстрое распространение внедряемых новшеств. Подтвердить такое влияние кластерных структур можно на примере опыта развития туристско-рекреационного кластера Тропического северного Квинсленда, штата Квинсленда в Австралии. В 1980 гг. данный регион стал набирать популярность как место отдыха в результате совместной деятельности туристской индустрии с региональным бюро по продвижению региона на внутреннем и международном туристских рынках. Эта ранняя стадия развития немногочисленных туристских компаний привела к тесному сотрудничеству друг с другом. В рамках малых масштабов индустрии туризма и географической близости организаций могла

эффективно сработать только кооперация, имеющая низкие транзакционные издержки и устанавливающая доверительные отношения между ними. Целенаправленно объединив совместные усилия, они достигли стремительного роста и конкурентоспособности.

Согласование позиции, например, касающейся вопросов развития отдельных видов туризма, в частности фри-райда (свободный спуск на лыжах или на сноуборде по склону горы вне подготовленных трасс), послужило продвижением партнерских отношений. Конец 1980-х гг. на подъеме туризма в Тропическом северном Квинсленде характеризуется ослаблением потребности в сотрудничестве, так как появление в регионе новых туристских компаний, привело к росту конкуренции. Это было обусловлено тем, что свою конкурентную стратегию создатели кластера строили на продвижении собственного туристского продукта, а не целого региона, что подорвало позиции местных предприятий и основу существования кластера. В 1989-1990 гг. организации индустрии туризма и сопутствующие ей отрасли приняли участие в широкой международной кампании по продвижению Тропического северного Квинсленда как туристско-рекреационного направления, оказавшейся в итоге достаточно успешной [7, с. 47]. В начале 1990-х гг. произошел стремительный рост внутреннего и въездного туризма в районе и Тропический северный Квинсленд превратился в международный туристско-рекреационный центр. Таким образом, туристский бизнес стал преуспевать, а заинтересованность в сотрудничестве уменьшилась. Однако, уже в 1997 г. в Юго-Восточной Азии деловая активность стала спадать и сократился спрос на туристские поездки, что вновь подтолкнуло туристский бизнес Тропического северного Квинсленда к кооперации. Туристские предприятия сотрудничали во многих сферах, главными из которых стали маркетинг и защиту окружающей среды. Их начинания были поддержаны специализированным региональным агентством, задачами которого являлось продвижение Тропического северного Квинсленда на туристском рынке. Укрепление государственно-частного партнерства произошло в результате того, что была совместно разработана маркетинговая стратегия развития, создавался привлекательный образ туристской территории, а также был принят ряд экологических программ.

История развития австралийского туристско-рекреационного кластера доказывает, чтобы добиться устойчивого роста и поддержать конкурентоспособность необходимо придерживаться коллективного принципа работы.

Туристские кластеры отличаются высокой конкурентоспособностью в результате сосредоточения на ограниченной территории «критической массы» фирм, являющихся родственными и поддерживающимися отраслями, организациями, которые обеспечивают экономию на масштабах производства и на разнообразии услуг. Кластеру свойственно также формирование особой инновационной среды, способствующей повышать конкурентоспособность входящих в него предприятий и развивать регион. Так, в США Долина Напа (штат Калифорния) является ведущим винодельческим районом страны, здесь был создан кластер винного туризма, в результате чего ускорилось развитие туристской индустрии, а через некоторое время туризм оттеснил виноделие и превратился в главный вид экономической деятельности в регионе [8, с. 8].

Как показывает практика, кластерам легче образовываться и функционировать на принципах государственно-частного партнерства. Государству отводится важная роль при формировании и развитии туристского кластера. Например, формируя туристско-рекреационный кластер в Долине Напа (США), государственному и частному секторам было свойственно плотное взаимодействие при создании и продвижении бренда региона на американском рынке сразу в двух качествах и как центра виноделия, и как района туризма. Что стало успешным маркетинговым ходом.

В Мексике при формировании туристского кластера Канкун, государство взяло на себя роль разработчика проекта, менеджера и инвестора. Показательна в этом отношении и практика ЮАР, где органами государственной власти, совместно с органами местного самоуправления проводилась кластерная политика в области туризма, сосредоточившаяся на трех основных направлениях:

1) содействовать институциональному развитию туристско-рекреационных кластеров через привлечение международных консалтинговых фирм и создание специализированной управляющей группы, определение стратегических направлений развития кластеров, а также плана действий, налаживание информационной взаимосвязи между участниками кластеров (семинары, консультации, рабочие встречи);

2) развивать механизмы поддержания кластерных проектов, в том числе содействовать модернизации турпродуктов, продвигать их на рынке, а также привлекать инвестиции;

3) формировать благоприятные условия развития туристских кластеров через поддержание профессионального образования и обеспечение безопасности [7, с. 48].

Исследование международного опыта развития и функционирования туристско-рекреационных кластеров показывает, что кластеризация туристской сферы протекает более активно и успешно, если имеется всемерная поддержка со стороны государства. Например, государства Испания, Италия, Греция, Турция и другие страны Средиземноморья динамично развивают кластеры, специализирующиеся на пляжном отдыхе [8, с. 126].

Взаимодействующие и конкурирующие субъекты туристской индустрии реализовывают свою деятельность в пределах законодательно обозначенной территории, именуемой как «особая экономическая зона». В заданных рамках действуют определенные экономические инструменты (налоговые и таможенные льготы, государственные гарантии, свободное движение капитала и т. д.). [9, с. 3].

Как известно, сфера туризма обеспечивает сегодня создание 3-5 % мирового ВВП. Эксперты утверждают, что индустрия туризма сделала общее вложение в обеспечение занятости и составляет 7-8 %. Это значит, что индустрия туризма является важнейшим источником глобального развития, которая играет важную роль в формировании динамичного, устойчивого и сбалансированного глобального роста [10, с. 80].

Мировой опыт показывает, что туристско-рекреационный кластер может сформироваться естественно в итоге исторического развития туристской деятельности на определенных территориях, либо целевым способом, представляющим результат усилий по созданию данного кластера.

Подводя итог, следует заключить, что в эпоху глобализации эффективными конкурентоспособными формами бизнеса в туристско-рекреационной сфере выступают региональные формирования кластерного типа, которые способны эффективно интегрировать внутренние и внешние интеллектуальные и финансовые ресурсы. Региональный туристско-рекреационный кластер является феноменом, где производительно взаимодействуют человеческие ресурсы, природные факторы и инновационные технологии. Развитие туристско-рекреационных кластеров на региональном уровне содействует структурно-инвестиционным преобразованиям экономики в целом, укрепляет и расширяет экономические связи между регионами, создает благоприятные условия для распространения инноваций. При этом положительный зарубежный опыт создания и функционирования туристских кластеров заслуживает пристального внимания и творческого применения в российском туристском бизнесе.

Литература

1. Гуров И., Аврамова Е., Тубалов В. Факторы создания добавленной стоимости // Вопросы экономики. 2002. № 6. С. 120-132.
2. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. – М.: Международные отношения. 1993. 896 с.
3. Карпова Е.Г. Развитие сферы туристских услуг крупного туристского центра на основе кластерного подхода. Автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. эконом. наук. СПб., 2012. 32 с.
4. Горбунов А.П., Бурняшева Л.А., Газзиреева Л.Х., Рудь Н.Ю. Инновационный туристский кластер как модель устойчивого развития регионов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2016. № 4 (72). С. 62-66.
5. Тарасенок А.И. Геоэкономика туризма. – М.: ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2011. 272 с.
6. Всемирная туристская организация: Официальный сайт. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.unwto.org>
7. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма: региональная экономика и агломерация взаимозависимых фирм // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2007. С. 43-62.
8. Сапрыкина А.Н. Социокультурный кластер территории как фактор ее инвестиционной привлекательности // Философия образования. 2014. № 1 (52). С. 185-194.
9. Хикматов Р.И., Гараев А.А. Международный опыт развития кластеров // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. № 1. С. 125-136.
10. Бурняшева Л.А., Гончарова Е.Н., Павлючков Д.Г. Создание туристского кластера для повышения конкурентоспособности территории // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития науки в России и мире» (Казань, октябрь 2015 г.). – Уфа, 2015. С. 80-82.

Kolyadin Alexander Petrovich, Vice-rector for socio-economic policy and security of the University, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Economics, Management and Finance, Pyatigorsk state University (9, Kalinina av., Pyatigorsk, 357532, Russian Federation). E-mail: kolyadin@pgu.ru

FORMATION AND DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL CLUSTERS AS A MECHANISM OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF REGIONAL ECONOMY

Abstract

The article is devoted to the issues of increasing the competitiveness of the regional economy on the basis of the formation and development of tourist and recreational clusters. The author considers tourism and recreational clusters as a global phenomenon of the present time. The relevance of the cluster approach in the development of the tourism sector is shown. The basic principles of formation and functioning of tourist clusters are considered. The complex internal structure with a set of economic agents inherent in clusters is considered. On the basis of the regional analysis new technologies of management of the enterprises of competitive tourist and recreational clusters are revealed. Theoretical provisions are illustrated by examples from international practice.

Keywords: cluster approach, tourism and recreation cluster, competitiveness, tourism industry, tourism product, economic activity, economic diversification, competitive advantages, economic growth.