

Возможности создания туристского кластера в Самаркандской области

Саттарова Зухра Илхамовна, старший преподаватель
Самаркандский институт экономики и сервиса

Слово «кластер» появилось в словарях совсем недавно и имеет много толкований, но характерным признаком его сущности является соединение отдельных элементов в единое целое для выполнения определенной функции или достижения цели. Американский ученый Майкл Портер, специалист в области кластеров, дает следующее определение: «Кластеры — это сосредоточение в географическом регионе взаимосвязанных предприятий и учреждений в пределах отдельной отрасли».

Кластеры охватывают большое количество разного рода предпринимательских структур, важных в конкурентной борьбе, — поставщиков специального оборудования, новых технологий, услуг, инфраструктуры, сырья, дополнительных продуктов и т.д. На Западе, помимо этого, они также включают в себя правительственные учреждения, университеты, центры стандартизации, разнообразные ассоциации, обеспечивающие специализированное обучение, образование, информацию, исследования и техническую поддержку. Положительный эффект функционирования кластеров наблюдается в Германии, Австрии, Финляндии, где туристские кластеры создаются на базе университетов.

Чтобы кластер принес максимальные экономические, социальные и политические выгоды, необходимо на деле скоординировать действия властей и институций в поддержке предпринимательских структур. Кластерный подход предполагает сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. В рамках формирования туристско-рекреационных кластеров на основе научно-обоснованных решений, а также с использованием механизмов государственно-частного партнерства должны быть созданы необходимые и достаточные условия для скорейшего развития туристской инфраструктуры, а также сферы сопутствующих услуг. Наряду с развитием инфраструктуры туризма, совершенствованием системы подготовки кадров и проведением взвешенной и эффективной рекламной политики, кластерный подход позволит активизировать деятельность региональных предприятий различных отраслей экономики для удовлетворения растущих потребностей в качественных туристских услугах при увеличении региональных туристских потоков.

В конечном итоге кластер способствует укреплению региональной экономики. Кластер может быть экологическим, туристическим, строительным, продовольственным и т.п., Агрэотуристический кластер

призван оказывать содействие развитию села за счет эффективного использования собственных ресурсов.

В Самаркандском вилояте Миранкульский район с его горными пейзажами, экологическими тропами и сохранившейся национальной самобытностью сел мог бы быть моделью для развития «Агроэкотуристического кластера Миранкуль».

Внедрение кластера агроэкотуризма в Миранкуле приведет к достижению следующих практических целей:

- создание нового рынка туристских услуг в сельской местности и условий для приоритетного развития внутреннего и въездного туризма, обеспечение ежегодного роста туристического потока в области;
- создание инфраструктуры туризма за счет развития мелкого и среднего предпринимательства в сфере сельского туризма, создания новых рабочих мест в сельской местности и вовлечения граждан в создание новых туристских услуг;
- включение в организацию системы развития сельского туризма области основных субъектов туристской деятельности; обеспечение взаимодействия в сфере туризма негосударственных организаций с администрациями районов Самаркандской области ;
- создание информационной базы данных инвестиционных проектов в сфере сельского туризма; определение стратегических направлений для государственных и частных инвестиций на территории Самаркандской области ;
- развитие агроэкотуризма как одного из приоритетов социально-экономического развития агрогородков, малых городов области;
- развитие и продвижение таких видов сельского туризма, как природный туризм, фермерский туризм, экологический и экстрим-туризм, паломнический туризм и пр.

Агротуризм может стать также одним из средств решения в деревне проблемы безработицы, обеспечения занятости местных жителей и получения ими дополнительных доходов. Жители селения Миранкуль, владельцы загородных вилл, профилакториев, мест отдыха могут создать кластер (сообщество) сельского туризма — модельные агротуристические хозяйства на базе мест отдыха. Эти хозяйства совместно с действующими пекарней, кафе, сувенирной лавкой и другими объектами деревни, органично дополняя друг друга, должны будут в результате представить собой целостную структуру по оказанию туристических услуг. В список предоставляемых услуг могут быть внесены:

- посещение уютных частных домов со всеми удобствами, показ ишаков, баранов и других домашних животных;
- экологически чистые, натуральные продукты питания (включая вытяжки из трав и фито чай);
- посещение ремесленников, вышивальщиц сюзана и кохма;
- посещение села, пекарни, кузницы,
- свежий воздух, покой и тишина сельской местности.

Опыт создания кластеров показывает, что первоочередной задачей на сегодняшний день является объединение усилий организаций для предоставления как можно более разнообразных видов услуг и развлечений с целью привлечения людей к развитию агротуризма в деревне. Кластер агроэкотуризма Самаркандской области может формироваться сегодня на основе основной модели развития агротуризма, которые можно отнести к базовым и перспективным с учетом специфики региональных и местных условий: создание региональных агротуристических сетей через развитие малого, семейного и индивидуального агротуристического бизнеса на базе существующих туристических ресурсов сельской местности

Построенная таким образом кластерная форма организации «Агроэкотуризм в Миранкуле» приведет к созданию инновационного продукта, так как интеграция компаний сформирует систему распространения новых знаний и технологий, привлечет специалистов государственных контролирующих организаций, структур по поддержке малого предпринимательства, учебных заведений, специалистов в сфере создания, управления качеством и продвижения туристского продукта.

Литература:

1. Laretta Rubini, Marco R Di Tommaso and Elisa Barbieri. Special Economic Zones and Cluster Dynamics: China. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Volume 23. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73065-0>.
2. Портер, М. Э. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ. / М. Э. Портер. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. С. 205.
3. Бизнес агро- и экотуризма: пособие / под общ.ред. А.И.Тарасенка. — Минск: Изд-во «Четыре четверти», 2014. — 380 с.