

Современные подходы к определению туристских кластеров

Саттарова Зухра Илхамовна, старший преподаватель
Самаркандский институт экономики и сервиса

Развитие теорий и концепций размещения предприятий на определенной территории стало предпосылкой формирования концепции кластера. Ее основоположник, М. Портер определял кластер как сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу. Уже в этой трактовке выделяются ключевые признаки кластера: географическая локализация, общность вида деятельности, рыночная ориентация. Тем самым, классическая трактовка кластера обуславливает его понимание как группы географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций определенной сферы, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга.

Специфика кластеров, их роль в национальной и региональной экономиках стимулировали высокий научный интерес к изучению сущности и содержания кластеров как за рубежом, так в Узбекистане. Проанализировав работы Н. Schmitz, G. M. P. Swann, M. Prevezer, D. Stout, W. Elsner, M. Steiner, E.M. Bergman, E.J. Feser, систематизированы зарубежные подходы к определению специфики кластеров. Основываясь на данной систематизации, обобщим существенные признаки кластеров, на которые опираются современные экономисты:

- принадлежность к одному сектору (отрасли), функционирование в тесной близости друг к другу;
- расположение в одной географической области;
- группа связанных компаний, взаимодействующих институтов, объединенная общностями и взаимодополнениями;
- наличие как вертикальной, так и горизонтальной функциональной связи между компаниями;
- присутствие в кластере коммерческих предприятий и некоммерческих организаций, для которых членство в группе является важным элементом индивидуальной конкурентоспособности, а также общественных, частных и полупубличных исследовательских институтов и институтов развития.

Таким образом, видим, что в экономической науке в целом достигнуто единое понимание сущности и специфики кластеров. Авторские подходы к определению кластера дифференцированы в зависимости от акцента того или иного признака этого феномена.

К типам кластеров относят дискретные, процессные, инновационные (творческие), транспортно-логистические и туристские кластеры, которые «формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов, например, туристских операторов, гостиниц, сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и других». Заметим, что только туристские и транспортно-логистические кластеры по своей сущности ограничены одной сферой деятельности. Другие могут складываться в различных отраслях и видах деятельности. Тем самым, научная проблематика формирования и развития туристского кластера обладает прикладным характером, накладывающим отпечаток специфики туристской деятельности на общую теорию экономических кластеров.

Туристско-рекреационный кластер определяется как «сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний: туроператоров, турагентов, сферы размещения, поставщиков туристических услуг, транспортных компаний, инфраструктуры; научно-исследовательских институтов; вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом».

Таким образом, видим, что туристский (туристско-рекреационный) кластер отличается высокой степенью интегрированности компаний, особым подходом к управлению, прямым влиянием на маркетинг территории своего расположения, явно выраженной географической локализацией. Вместе с тем, туристский кластер обнаруживает ряд общих черт с туристскими комплексами, в т.ч. стремление к расширению и углублению ассортимента, ориентацию на потребителя. Следовательно, в настоящее время туристские кластеры представляют собой как особый объект регулирования в туризме, так и инструмент развития туризма на определенной территории.

Литература:

- Слипенчук М.В. Формирование финансово-промышленных кластеров: региональный фактор глобализации. - М. Экономика, 2009. - 262 с
- Морозов Н.М., Конаков М.А. Агропромышленные кластеры малой формы // Экономика с.-х. и перераб. предприятий. - 2009. - №2. - С. 30-33.
- Куприянов, С.А. Кластер как форма организации экономики и современного развития промышленности (теория и методология): монография/ С.В. Куприянов, Е.А. Стрябкова. - Белгород: изд-во БГТУ, 2007. - 97 с.
- Ферова, И.С. Кластерный подход: от концепции к промышленной политике региона: Монография. - Красноярск: Красноярский государственный ун-т, 2005. - 106 с.