

Организационные механизмы использования возможностей социальной сферы для развития туристического кластера Приморья

© 2014 Лебединская Юлия Сергеевна
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, д. 41
E-mail: Yuliya.Lebedinskaya@vvsu.ru

Рассматриваются роль и место социальной сферы в решении проблем развития туристического кластера Приморья. Определяются основные направления и организационная модель взаимодействия социальной сферы с туристическим кластером в рамках реализации Государственной программы Приморского края “Развитие туризма в Приморском крае в 2013-2017 годы”.

Ключевые слова: социальная сфера, кластер, организационная модель, инфраструктура, кластерная политика, региональная политика.

Развитие туристической отрасли Приморского края является одним из стратегических приоритетов, обозначенных Администрацией Приморского края. Программа “Развитие туризма в Приморском крае на 2013-2017 годы” (далее - Госпрограмма) входит в число приоритетов общей Программы социально-экономического развития Приморского края на период 2013-2017 гг. В отличие от прошлых лет, акцент в ней сделан на развитие въездного туризма.

Выделение въездного туризма в качестве одного из приоритетов развития края определяется следующими обстоятельствами:

Популярность Азиатско-Тихоокеанского региона в туристическом бизнесе имеет устойчивую тенденцию к росту и на сегодня занимает около 18 % мировых объемов туристической отрасли. К сожалению, лидирующее положение на этом рынке занимает Китай (50 % туристического потока, около 27 млн туристов в год), доля России незначительна.

На территории края уникальные объекты природы, культурного наследия, памятники истории и другие объекты, предоставляющие возможности для развития различных видов туристической деятельности.

Развитая (по сравнению с другими субъектами РФ Дальневосточного федерального округа) инфраструктура туризма Приморского края создает основу для развития туристического кластера.

Столь серьезный ресурс Приморского края используется крайне слабо. По данным Федерального агентства по туризму (Ростуризма), в 2009 г. международный туристский поток Приморского края составил 2,5 % всего въездного потока в Российскую Федерацию (67,9 тыс. чел.)¹. Более того, общие показатели въездного туризма пока сохраняют негативную тенденцию, об этом свидетельствуют структурные показатели отношения отправленных туристов к принятым “(2005 - 10:1, 2006 - 20:1, 2007 - 22:1, 2008 - 25:1)”², а также данные об объемах и структуре въездного туризма (табл. 1).

Таблица 1. Объем и структура международного въездного турпотока Приморского края*

Страны мира	Годы					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
КНР	74 530	50 349	49 647	38 102	43 671	60 985
Япония	7073	5529	4814	3496	4167	3188
Республика Корея	8316	6991	7808	4935	8123	7578
КНДР	2	24	2	6	11	18
США	1874	2484	1775	2456	4272	3730
Канада	644	492	505	528	1686	1812
Австралия	430	321	385	298	698	1246
Великобритания	501	461	737	366	791	805
Тайвань	208	586	112	108	184	339
Другие страны	5213	1145	1394	2657	4168	2713
Итого	98 791	68 382	67 179	52 952	67 771	82 414

* Государственная программа Приморского края “Развитие туризма в Приморском крае на 2013-2017 годы”.

Понимание необходимости использования и развития уникальных возможностей и туристических ресурсов края подвигло Администрацию Приморского края на разработку и принятие соответствующей целевой программы.

Необходимо отметить, что это не первый документ, определяющий развитие отрасли, подобные программы принимались и ранее, но новый вариант программы развития туристического кластера не просто претерпел существенные положительные изменения, но является принципиально другим по своей сути.

К преимуществам госпрограммы следует отнести:

1. Требуется уход от обезличенного поощрения “туризма вообще” к разработке мероприятий по стимулированию именно въездного туризма.

2. Глубокий анализ причин стагнации отрасли, осуществленный разработчиками программы, привел их к выводу о необходимости целенаправленного воздействия на все звенья туристического процесса (формирование и продвижение туристических продуктов, развитие транспорта и логистики, формирование локальных тематических кластеров и др.), а не только на инфраструктуру размещения туристов.

3. В программе четко разделены полномочия и сферы ответственности регионального и местного уровня управления программой. Выделены три подпрограммы, фиксирующие основные приоритеты программы (развитие туристско-рекреационного комплекса, повышение качества услуг, продвижение турпродуктов).

4. Предусмотрены инвестиции в информационную, кадровую и иную инфраструктуру туристического кластера.

Все это позволяет надеяться на то, что амбициозные цели и задачи, поставленные программой, будут выполнены.

В то же время при всех достоинствах новой программы существует ряд серьезных недостатков, которые могут серьезно повлиять на результаты реализации программы. К этим недостаткам следует отнести:

1. Недооценка роли и места социальной сферы для развития кластера.

2. Недостаточная межотраслевая координация программы с программными мероприятиями других отраслевых программ, федерального и регионального уровня.

3. Недооценка важности поощрения и развития собственно кластерных структур обеспечивающих координацию деятельности предприятий отрасли и формирование устойчивых коммуникаций между ними на всех этапах оказания туристических услуг.

Сила любого кластера состоит в многообразии и объемах коммуникаций и взаимодействия возникающего в процессе совместной деятельности между участниками кластера и его элементами. В этом смысле в рамках реализации программы необходимо уделить особое внимание формированию и развитию инфраструктуры, обеспечивающей согласование интересов участников деятельности; поскольку при ее осуществлении они сталкиваются с однотипными проблемами и угрозами, необходимо предложить механизм выявления проблем и согласования вариантов их решения.

Кластерный подход уникален с точки зрения комплексного подхода к социальной сфере, которая рассматривается с точки зрения выполнения ею нескольких принципиально важных функций:

1. Социальная сфера оказывает воздействие на все элементы кластера и является одним из факторов, определяющих его конкурентоспособность.

2. Социальная сфера может сама выступать элементом кластера, особенно велика ее роль в период его становления.

3. Управление элементами социальной инфраструктуры, в рамках осуществления полномочий органа власти, является инструментом воздействия на кластер.

4. Развитие социальной инфраструктуры формирует инновационную и коммуникативную составляющую деятельности кластера

Данные функции социальной сферы особенно актуальны для туристического кластера, где она выступает и как основной элемент туристического продукта (туристические объекты, места размещения, инфраструктура отдыха и развлечения и т.д.), и как инфраструктура осуществления услуги (образование, здравоохранение и др.), и как цель деятельности, поскольку формирует рабочие места для населения данной территории.

Другими словами, социальная инфраструктура в рамках кластера выполняет роль: цели, ресурса и инфраструктуры деятельности. И это должно учитываться при построении организационной схемы реализации государственной программы.

Вторым фактором, оказывающим влияние на выбор организационной модели, является характеристика предприятий, составляющих центр кластера, реализующая конечный продукт, услугу. В туристической отрасли, как правило, это предприятия малого бизнеса, которые имеют свои достоинства, отвечающие характеру деятельности (прежде всего мобильность), и недостатки (сложности в создании, продвижении туристического продукта, коммуникациях, планировании



Рис. 1. Структура деятельности инновационного центра

и др.), исходя из чего центр кластера заинтересован в наличии ядра, способного снизить риски малого бизнеса и оказать услуги, необходимые для нормального развития их бизнеса.

С нашей точки зрения, такой структурой могла бы стать ассоциация туроператоров внутреннего и въездного туризма с созданным при ней инновационно-учебным центром. Ассоциа-

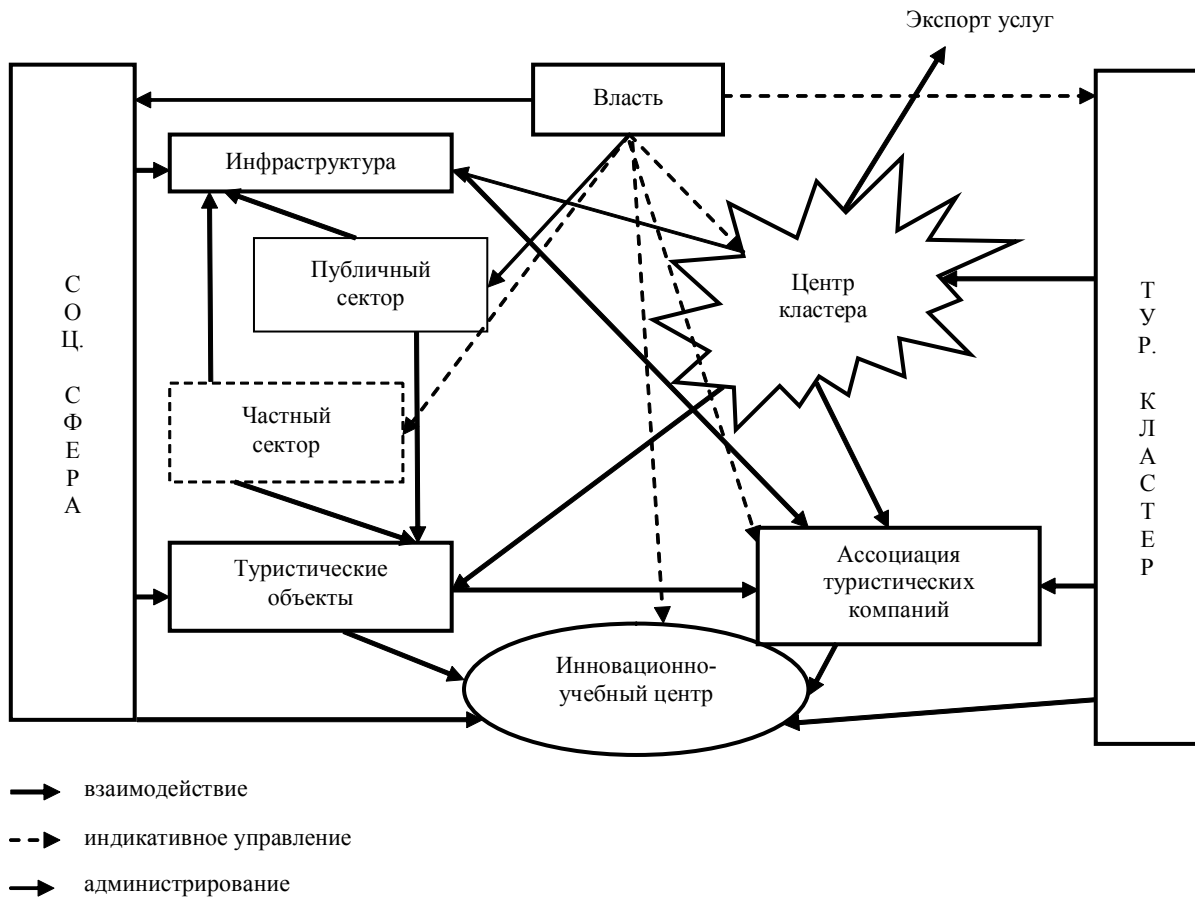


Рис. 2. Организационная модель взаимодействия социальной сферы с основными элементами кластера

Таблица 2. Функциональная схема методов управления туристическим кластером Приморья

	Власть	Ассоциация	Учебно-инновационный центр
Нормативное поле	Принятие нормативных актов, обеспечивающих деятельность кластера	Принятие стандартов обслуживания в рамках СРО или бренда	Разработка стандартов обслуживания, проектов нормативных актов, организация экспертных услуг
Информационное поле	Создание специализированных ресурсов, объектов публичной собственности	Поддержание специализированных баз данных для ядра кластера	Разработка аналитических инструментов и структуры баз данных и сервисов
Инвестиции	Инвестирование в объекты социальной сферы публичного сектора, входящими в состав турпродукта. Стимулирование частных инвестиций	Организация взаимодействия с инвесторами. Консалтинговое сопровождение инвестиционных проектов	Разработка инвестиционных проектов и проекта туристических продуктов
Координация	Межведомственная координация, расстановка региональных приоритетов политики	Обеспечение конкурентной среды, координация и синхронизация развития элементов кластера	Анализ, прогноз, проектирование управленческих решений
Консалтинг и образование	Развитие специализированного образования, упрощение процедур взаимодействия с бизнесом	Принятие отраслевых требований к подготовке специалистов отрасли. Формирование заказа на подготовку специалистов. Координация деятельности консалтинговых компаний	Организация равноурневой подготовки специалистов. Разработка отраслевых требований к специалистам и методического обеспечения. Координация системы непрерывного образования
Коммуникации и трансфер технологий	Содействие в организации специализированных мероприятий, обеспечивающих коммуникации различных элементов кластера, в том числе участие представителей других кластеров (конкурсы, выставки, круглые столы и т.д.)	Организация мероприятий, обеспечивающих коммуникации участников кластера (семинары, конкурсы, рабочие группы и др.)	Организация деятельности экспертных советов, научных дискуссий, круглых столов, презентаций. Неформальное общение специалистов

ция, консолидирующая туроператоров для взаимодействия с органами власти и управления, должна иметь под собой структуру, способную организовать учебную, консалтинговую и инновационную деятельность. Приведем блок-схему деятельности такого учебного центра (рис. 1).

Организовать данный центр можно было бы на базе одного из учреждений СПО, осуществляющего подготовку по профильным специальностям.

Передача ряда функций, исполнение которых предусмотрено возложить на соответствующий департамент краевой администрации, ассоциацию и инновационно-учебный центр (например, мониторинг и поддержание информационных ресурсов по вопросам туризма и т.д.), могла бы укрепить ассоциацию и снять несвойственные власти функции, а также дать старт формированию кластерной инфраструктуры.

Ассоциация и инновационно-учебный центр могли бы стать полноценным партнером Администрации Приморского края в реализации гос-

программы, не подменяя административные и общественные структуры.

В рамках инновационно-учебного центра при формировании и разработке туристических продуктов возможна организация взаимодействия между участниками туристического процесса, принадлежащими к различным формам собственности и ведомственной подчиненности. Это также позволило бы постепенно формировать постоянный центр коммуникации и согласования интересов. На приведенной ниже схеме (рис. 2) показана роль ассоциации и инновационно-учебного центра в формировании механизма взаимодействия социальной сферы с туристическим кластером.

Ассоциация и учебно-инновационный центр в данной схеме взаимодействия выполняют функции инновационного ядра кластера, что является принципиально важным на стартовом этапе. Функции каждого элемента показаны в приведенной выше табл. 2.

Формирование единого центра взаимодействия в виде ассоциации и существующего при

ней учебно-инновационного центра позволит повысить конкурентоспособность туристического кластера, поскольку даст возможность:

- обеспечить межведомственную координацию и согласование интересов публичного и частного секторов при формировании и продвижении туристических продуктов;
- сформировать механизмы постоянной коммуникации и взаимодействия между элементами кластера;

- учитывать интересы кластера при формировании планов развития социальной инфраструктуры;

- обеспечить кадровое наполнение отрасли с максимальным учетом потребности отрасли.

¹ URL: <http://www.proreklamu.com/news/researches/24865-issledovanie-turizm-v-aziatsko-tihookeanskom-regione-chast-1.html>.

² Мартышенко Н.С., Шевченко Ю.А. Проблемы развития туристского комплекса в Приморском крае. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/13226>.

Поступила в редакцию 06.03.2014 г.