

Туристическая кластерная политика и механизм ее реализации в Самаркандской области

Саттарова Зухра Илхамовна, старший преподаватель

Самаркандский институт экономики и сервиса

Под туристской кластерной политикой понимается совокупность методологических подходов и практических форм кластеризации туристской отрасли, разработанных и принятых государством в виде соответствующих решений, а также совокупность различных мероприятий во исполнение принятых решений по кластеризации. Соответственно, объектом туристской кластерной политики является процесс кластеризации (создания и развития туристских кластеров), а субъектами кластеризации - ее участники. Исходя из вышесказанного, региональная туристско-кластерная политика - это преломление разрабатываемой и реализуемой государством кластерной политики в привязке к туристской отрасли конкретных регионов.¹ Цель и задачи туристской кластерной политики региона должна учитываться в ходе разработки концепций его долгосрочного социально-экономического развития в целом.

Целью реализации кластерной политики является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации туристской отрасли за счет повышения конкурентоспособности туристских предприятий, гостиниц, предприятий общественного питания, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, образующих территориально-туристские кластеры.

Кроме того, определение регионального туристского кластера, позволяет сделать вывод о том, что туристско-кластерная политика - это политика, "основанная на идее "выбора победителей", поскольку в центре ее внимания - стимулирование крепких или потенциально сильных сторон развития регионального туризма".

¹ Ферова, И.С. Кластерный подход: от концепции к промышленной политике региона: Монография. - Красноярск: Красноярский государственный ун-т, 2005. - 106 с.

В мировой практике можно выделить две основные модели, в рамках которых реализуется кластерная политика - "либеральную" и "дирижистскую" модель. Либеральная модель характерна для стран с либеральной экономической политикой и является продолжением либеральной экономической политики со слабым вмешательством государства и выращиванием уже сформировавшихся кластеров. Такая политика реализуется в США, Великобритании, Австралии и Канаде. В Дирижистской модели кластерной политики основу функцию ее реализации выполняет государство. Она предполагает выбор отраслевых и территориальных приоритетов и кластеров, нуждающихся в поддержке государства, целенаправленное развитие инфраструктуры кластеров и определение объемов финансирования, мощных форм административного и налогового регулирования развития выбранных кластеров. Эту модель используют во Франции, Сингапуре, Японии, Финляндии, Швеции, Словении.

Исходя из поставленных целей развития предпринимательства, равноуровневые органы управления могут играть различную роль в проведении кластерной политики. В настоящее время, наиболее эффективным организационно-внедренческим механизмом кластеризации в развивающихся странах признается механизм государственно- частного партнерства (ГЧП) - "юридически оформленные отношения органов власти и субъектов предпринимательства в отношении объектов, находящихся в юрисдикции государства, основанные на обязательном разделении рисков, учете интересов и координации усилий сторон, осуществляемые в целях наиболее эффективной реализации проектов, имеющих важное общественно-государственное значение"².

Так проведенное исследование, в ходе которого были опрошены представители сферы туризма, хокимията и общественных организаций, сферы образования Самаркандского региона, показало, что несмотря на очевидные преимущества от сотрудничества в кластере, многие звенья

² 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 //,стр 43-48

туризма не понимают сущности совместного успешного стратегического и оперативного взаимодействия, не имеют видения совместного общего будущего развития или даже общих целей исследования.

Кластерный подход в развитии Самаркандского региона, сама концепция все еще совсем незнакома для большинства людей в этом секторе. На вопрос как вы понимаете сущность кластера 89% ответили, что не понимают этот термин, 10% ответили что что-то читали, 1% понимают о сущности кластера. В ответ на вопрос является ли важным иметь хорошие связи и сотрудничество между предприятиями туризма 100 % всех участников ответили, что туристические компании многое выиграют, если они объединяются или даже просто совместно координируют свои усилия. На вопрос: "Как бы вы оценили уровень взаимодействия и сотрудничества между туристическими звеньями в Самаркандском регионе?" 25% респондентов ответили, что не видят наличия каких-либо связей между предприятиями и организациями туризма в регионе. 38% оценили сотрудничество между звеньями туризма, как «среднее». «Хорошее» сотрудничество указали всего лишь 2 % . На вопрос Пожалуйста, перечислите до пяти организаций, которые представляют собой важные источники информации и помощи в работе (это может быть, например, вуз, хокимият, конкуренты, клиенты, поставщики, или консультанты) .67 % оценили поставщиков, 34% клиентов. Всего 3% хокимият, 5% ВУЗы, 2% консультантов. На вопрос « Назовите не более трех организаций, которые вы недавно помогали каким-то образом (например, дали советы, делились информацией, дали займы оборудование, транспорт) и формы помощи (консультирование, производство, аренда).» 86% участников не смогли дать полные и точные ответы. Более 60% ответили, что не было возможности оказания помощи своим партнерам, так как ее никто не просил. 57% помогали городу, хокимияту для проведения различных мероприятий. На вопрос «Назовите компанию в сфере туризма в Вашем регионе, которую Вы считаете новаторской» более 96 % назвали фирму, созданную при СамИСИ. На вопрос почему Вы считаете эту фирму новаторской 46% участников

ответили потому что она взаимодействует с Вузом, Хокимиятом. 72 % ответили потому что она проводит совместные проекты со всеми участниками туристического сектора в Самарканде (Самаркандское региональное представительство НК Узбекиризм, Хокимият, другие туристические фирмы). 3% ответили что она вводит инновации в свой туристический продукт. На вопрос «Как Вы думаете нужны ли Самаркандскому региону проекты для продвижения совместных туристических продуктов» 100% участников ответили, что такие проекты нужны. Исследования также показали, что в большинстве случаев (83% респондентов) финансовая поддержка государства в таких проектах необходима, она является своеобразной гарантией такого партнерства.

Респонденты (представители региональной власти, бизнеса населения поселка Миранкуль) обозначили приоритетность государственной поддержки следующим образом: 22% - гарантия спроса/тарифное регулирование; 20% - регулирование финансовых инструментов и финансовых институтов для привлечения и поддержки частного инвестирования; 19% - финансовая поддержка; 16% - инициативы по проекту; 13% - юридическая поддержка; 5% - общее руководство/управление проектами; 3% - другая поддержка; 2% - обучение.

Также интересна точка зрения опрошенных специалистов относительно привлекательности и доступности источников финансирования государственно-частных проектов в 2017-2018 гг. в нашей стране. Наиболее привлекательными (в баллах; максимальная оценка - 8 баллов, минимальная оценка - 1 балл) являются узбекистанские источники финансирования проектов: фонды (6,9); государственные банки (5,8); коммерческие банки (4,7); частный капитал (4,6); иностранные фонды (4,4); иностранные коммерческие банки (4); иностранный частный капитал (3,5); другое (0,3).

Результаты опроса показывают, что существует большой разрыв между желаемым уровнем сотрудничества и фактическим уровнем интеграции звеньев туризма.

Отсутствие доверия, нет возможности для лучшего обмена практикой и отсутствие благоприятной институциональной среды названы главными причинами, почему отношения сотрудничества в области туризма не развиваются.

Формирование кластерной политики в Самаркандском регионе на основе государственно- частного партнерства может осуществляться в три этапа. Первый этап - инициирование. На данном этапе формируется команда (рабочая группа) инициаторов проекта развития кластера. Второй этап - диагностика. На данном этапе проводится анализ границ и структуры кластера, определяются его сильные и слабые стороны, потенциал развития и существующие барьеры, ключевые группы интересов. Третий этап - разработка стратегии развития и программа действий. На данном этапе для конкретного выявленного кластера, имеющего потенциал для развития заинтересованными участниками (бизнес-сообщество и органы власти) разрабатывается стратегия и программа, предусматривающая соответствующий комплекс мер по его развитию.

Таким образом, можно сделать вывод, что по своим целям, задачам и результатам, туристско-кластерная политика, реализуемая в Самаркандском регионе будет являться комплексом мероприятий, который должен способствовать решению главной задачи развития регионального туризма: повышение ее конкурентоспособности через повышение качества туристских продуктов и услуг, расширение туристских рынков, повышение инновационности, стимулирование предпринимательской инициативы, активизации взаимодействия между территориальными органами власти, предпринимательским и научным сообществом.

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.