

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ



Борис ПАНЬШИН

профессор экономического факультета, доктор технических наук

Наталья ПАШКЕВИЧ

магистрант

Акил АЛЬ ХАЛЛИДИ

аспирант

(Белорусский государственный университет)

УДК 338.48(22)(438)

Подходы и принципы формирования организационно-экономического механизма для устойчивого развития агроэкотуризма в Беларуси

Введение

Государственной программой развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы предусмотрено увеличение количества туристических прибытий более чем в 1,6 раза, прибыли от экспорта туристических услуг – в 3,5 раза, выручки от оказания туристических услуг субъектами туристической деятельности – в 2 раза. Решению данных задач будут способствовать разработка эффективной стратегии повышения конкурентоспособности отечественных туристических объектов, а также совершенствование методологических подходов, применяемых структурами рассматриваемой отрасли. В связи с этим актуальным представляется поиск способов формирования эффективного организационно-экономического механизма, обеспечивающего устойчивое развитие агроэкотуризма в Беларуси.

Основная часть

В Осакской декларации тысячелетия, принятой в 2001 г. на конференции лидирующих в сфере туризма стран, отмечено, что экономическая, социальная и экологическая значимость туристической индустрии обуславливают необходимость интенсивного изучения перспектив ее роста, основанного на принципе устойчивого развития, позволяющем комплексно решать задачи, связанные с созданием новых рабочих мест, а также охраной природных и культурных объектов [1].

Важность туризма как отрасли, устойчивое развитие которой способствует повышению уровня благосостояния населения, была отмечена на прошедшем в 2002 г. в Йоханнесбурге Всемирном саммите по устойчивому развитию. Последнее в документах форума трактовалось как «удовлетворение потребностей населения без отрицательных воздействий на природную среду» [2].

В ряде государств туристическая отрасль является одним из ключевых компонентов национальной экономики, обеспечивающим последней долговременный и устойчивый рост. В ми-

ровом масштабе сфера туризма ежегодно обслуживает 1,5–2 млрд человек. Во многих странах структуры рассматриваемой отрасли сформировали стремительно развивающуюся индустрию. Сегодня каждое 7-е рабочее место в мире приходится на туристический бизнес. По прогнозам ВТО, к 2020 г. количество международных туристических прибытий составит 1,6 млрд, а ежедневные расходы туристов (исключая связанные с авиаперевозками) вырастут до 5 млрд USD. Развитие туризма способствует экономическому росту многих стран и регионов [3, 4].

Перечисленные выше факты доказывают актуальность теоретических исследований экономики туризма и разработки практических методик управления данной индустрией на различных уровнях – государственном, региональном и местном.

В последнее десятилетие одной из базовых концепций развития рассматриваемого направления деятельности является создание туристического кластера, объединяющего непосредственных производителей профильных услуг со структурами из иных отраслей, обеспечивающими приезжающих транспортом, жильем, питанием, развлечениями. Подобные формирования в состоянии полностью удовлетворять потребительский спрос, обеспечивая качество услуг на уровне мировых стандартов.

Актуальность туристических кластеров

Их эффективное функционирование возможно в условиях взаимодействия предприятий и компаний, оказывающих туристам услуги и производящих для них товары. Всестороннее развитие данных объединений, увеличивающее их конкурентоспособность, требует поиска инновационных методов управления, разработки профильных региональных программ, пересмотра предпринимательской практики.

Для оценки экономической эффективности туристического кластера используют ряд показателей, среди которых одним из наиболее важных является объем денежных расходов туристов. Расчет его экономического воздействия производится путем исчисления соотношений между значениями ключевых экономических показателей и общим размером расходов туристов. Итоговые коэффициенты-мультипликаторы позволяют выявить связь между обеспечиваемыми туристами объемами продаж и производства (а также уровнями занятости и доходов местных жителей) и тем самым оценить степень воздействия рассматриваемой отрасли на экономику региона или страны.

Сам мультипликативный процесс заключается в том, что денежные средства, затраченные туристом в принимающей стране (или ее регионе) несколько раз совершают кругооборот. Иными словами, получаемый от одного туриста доход превышает сумму средств, израсходованных им на покупку товаров и услуг в месте пребывания. Мультипликатор позволяет оценить вклад туристической отрасли в экономику страны или региона, обусловленный использованием приезжающими лицами местных продуктов и услуг, а турфирмами – собственных трудовых ресурсов.

Мировой опыт показывает, что кластеры способны играть основополагающую роль в развитии туристической сферы, способствовать привлечению зарубежных гостей и повышению конкурентоспособности местного бизнеса.

Итоги развития подобных объединений во многом определяются внешними факторами. В современных экономических условиях долгосрочное функционирование туристического кластера обеспечивается государственной поддержкой и наличием эффективной системы регулирования. Иными словами, важная роль в деле его развития принадлежит органам государственного управления, а также структурам местного самоуправления, эффективно выполняющим возложенные на них обязанности.

Основной задачей при формировании модели модернизации туристического кластера должно быть соблюдение баланса интересов общества, бизнеса и государства. В качестве одного из инструментов, обеспечивающих выполнение данного требования, укажем государственно-частное партнерство в процессе создания организационно-управленческой основы подобного объединения.

Ключевые факторы формирования туристических кластеров

Под туристическим кластером понимается географически сконцентрированная совокупность взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, объектов инфраструктуры, предприятий и организаций, предпринимателей, а также связей и отношений между ними, ориентированных на формирование конкурентоспособного сектора экономики и сводящих воедино интересы бизнеса, общества и государства.

Эффективной деятельности кластеров способствует то, что они позволяют развивать определенную территорию комплексно. Данные структуры не только создают привлекательные возможности для ведения бизнеса, но и формируют

инфраструктуру, что важно для закрепления в регионе занятого населения и подрастающего поколения. Опыт экономически развитых стран свидетельствует о неизбежности возникновения различного вида кластеров. За последние 15 лет их формирование стало важной частью государственной политики, проводимой в области регионального развития.

Кластерные стратегии широко используются в странах Западной Европы. Многие государства Европейского Союза рассматривают кластерную политику в качестве инструмента, использование которого способствует повышению конкурентоспособности ряда отраслей и регионов, наращиванию инновационного потенциала, обеспечению экономического развития в долгосрочной перспективе.

Кластерная модель развития экономики начинает активно внедряться в странах СНГ. Наиболее успешно соответствующие программы реализуются в Казахстане, где группа американских консультантов во главе с М. Портером провела обширные исследования экономики страны и определила наиболее перспективные для создания кластеров отрасли (от туристической до металлургической). Динамично реализуется казахская Программа формирования и развития агропромышленных кластеров, специализирующихся на производстве хлопка, мяса, молока, шерсти, фруктов, овощей, риса, сои.

Имеются объединения, представляющие собой трансграничные международные альянсы [5].

Применение кластерного подхода к развитию агротуризма предопределяется наличием у сельской местности определенных конкурентных преимуществ, в первую очередь природных ресурсов (земельных, водных, биотических, минеральных, рекреационных).

Процесс развития сельских территорий можно осуществлять путем формирования специализированных кластеров (см. рис. 1).

Агропромышленный кластер – организованная на базе промышленных и сельскохозяйственных производств территориально локализованная, инновационно направленная интегрированная структура, целью которой является создание индустриальной основы для повышения конкурентоспособности и производительности продовольственной сферы региона, перераспределения добавленной стоимости, комплексного использования социально-экономического потенциала территории [6, 7]. Подобное объединение представляет собой современное поселение с развитой инфраструктурой, включающей научные и образовательные центры. Ключевыми звеньями агропромышленного кластера являются малые предприятия и мини-фермы, охватывающие практически все направления производства и обеспечения жизнедеятельности в регионе. Мини-фермы, про-

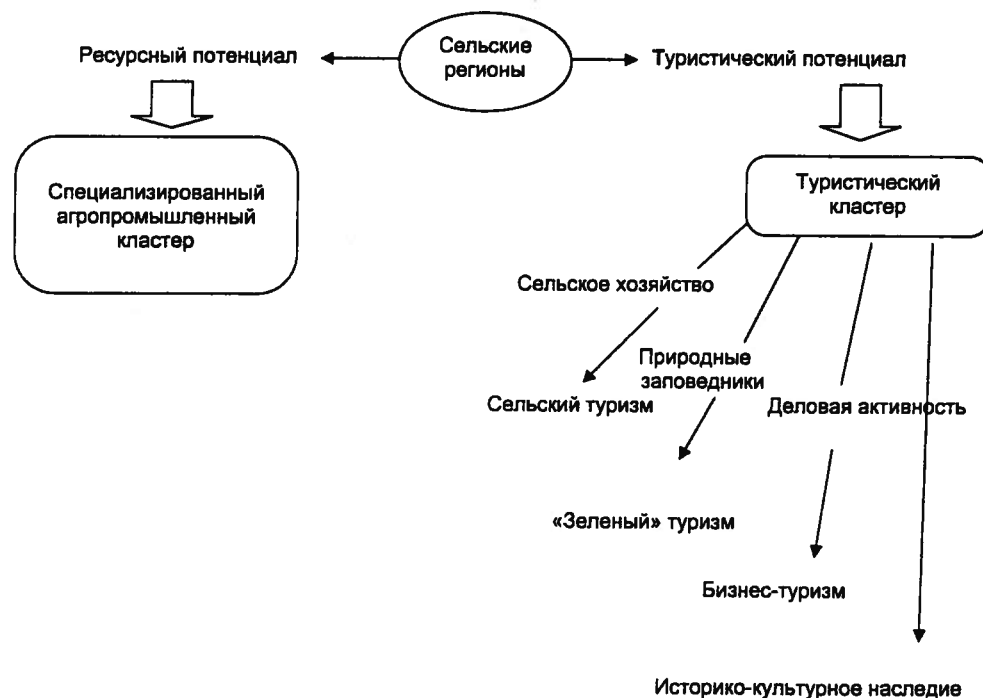


Рис. 1. Направления деятельности создаваемых в сельской местности туристических кластеров, обеспечивающие последним конкурентные преимущества

изводящие экологически чистую продукцию под лозунгом «знай своего фермера», способны контролировать достаточно значительный сегмент местного рынка, а также экспортировать свои товары. На базе подобных ферм можно проводить экскурсии, участвующие в которых потребители смогут лично ознакомиться с процессом производства.

Виды туристических кластеров

Данные образования представляют собой сосредоточенные в рамках ограниченных территорий предприятия и организации, занимающиеся разработкой, производством, продвижением и продажей туристических продуктов, а также смежной деятельностью.

Среди туристическо-рекреационных кластеров можно выделить:

культурно-исторические, организуемые в местах, обладающих богатым историко-культурным наследием. Основным направлением их деятельности может стать познавательный туризм, подразумевающий создание историко-культурных комплексов и сопутствующих производств, основанных на народных ремеслах. Отличительной чертой кластера данного типа является повышенное качество услуг;

агротуристические, создаваемые на территориях с уникальными природными ресурсами и ландшафтами. В сфере их интересов находятся обеспечивающие краткосрочный отдых на природе структуры сельского и «зеленого» туризма (агроусадьбы, крестьянско-фермерские хозяйства, а также оказывающие рекреационные услуги организации).

Ключевое отличие кластера от промышленного района состоит в том, что действующие в первом компании не только конкурируют между собой, но и сотрудничают в случаях, когда речь идет о решении общих задач – от развития инфраструктуры до обеспечения кадрами.

Как показывает мировой опыт, кластерная система является наиболее эффективной формой организации бизнеса, гарантирующей экономический рост и обладающей рядом преимуществ. Во-первых, она динамична, способна расширяться, углубляться, постоянно присоединять к себе новые элементы. Во-вторых, производства внутри кластера оказывают друг другу поддержку, создавая синергетический эффект и обеспечивая непрерывное развитие. В-третьих, формирование кластеров сопровождается внедрением инноваций, способствующим росту конкурентоспособности данных структур на мировом рынке.

Основными задачами, решаемыми в процессе создания региональных агротуристических кластеров, являются:

формулирование привлекательного образа конкретной территории (дестинации) и реализация ее туристического потенциала;

политическая, информационно-рекламная и ресурсная поддержка агротуристических инициатив местного сообщества;

подготовка кадров для ведения агротуристического бизнеса;

работа с населением, направленная на формирование новых поведенческих моделей;

привлечение материально-технических, финансовых и людских ресурсов с целью совершенствования создаваемой инфраструктуры;

восстановление исторических памятников;

сохранение культурного наследия;

повышение интереса к познавательному туризму.

Работающие в сфере сельского туризма кластеры способствуют объединению всех практикуемых на селе видов и форм отдыха. Их экономическая значимость обусловлена предоставлением сельскому населению новых рабочих мест, а также возможности получать доходы от временного размещения туристов, а социальная – сбережением культуры, этнических традиций, национальной аутентичности.

Классический кластер объединяет следующие структуры:

внутренние базовые субъекты (крупные, малые и средние компании);

институты развития и органы власти национального, регионального, местного уровня, с которыми согласуется стратегия развития региона (определяются точки роста);

инновационно-исследовательские и образовательные структуры (вузы, инжиниринговые компании, центры коммерциализации разработок и трансферта технологий и т.д.);

компании, предоставляющие смежные услуги (финансовые, консалтинговые и иные).

Стратегии, формируемые в масштабах региона и в рамках кластера, должны быть взаимно согласованы. Выполнение данного условия способствует их успешной реализации (см. рис. 2).

При разработке региональной стратегии необходимо учесть, какие ключевые точки роста существуют в регионе и что могут сделать для их сохранения местные жители, имеющие различные интересы. Кроме того, при определении направлений развития перспективных кластеров обязательно должны быть учтены положения региональных стратегий.

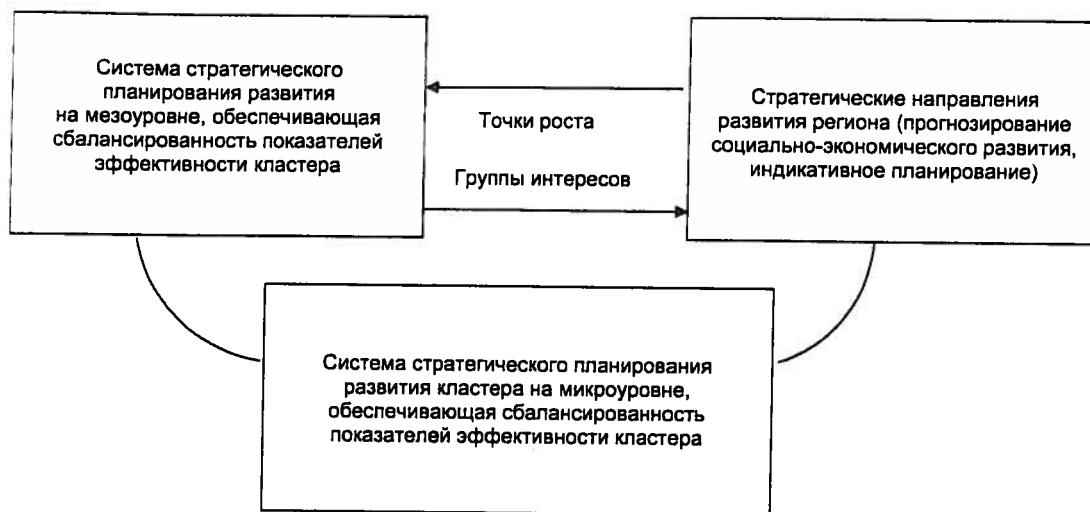


Рис. 2. Взаимосвязь стратегий развития региона и конкретного кластера

Перспективные направления развития туристических кластеров в Беларуси

Согласно расчетам экспертов ООН, к 2050 г. горожане будут составлять 70% от общего числа жителей планеты. Данная общемировая тенденция касается и Беларуси, где количество районов с отрицательным естественным приростом населения составляет уже 108 (более 90% от общего числа) [8]. Продолжение процесса урбанизации ведет к нарастанию дисбаланса в территориальном распределении населения нашей страны. Если в 1991 г. в городах Беларуси проживало 67% населения, то на начало 2013 г. значение данного показателя составило 76%, а к 2050 г. оно может достичь 85%. Массовое переселение жителей в города грозит селам вымиранием, а всему сельскому хозяйству – упадком.

Развитие туристической сферы способствует возникновению в обществе таких позитивных тенденций, как ориентация на активное времяпровождение вне городов, рост интереса к культурным ценностям и народным традициям.

Целями создания особых экономических зон туристическо-рекреационного типа являются сбалансированное развитие всей рассматриваемой сферы, привлечение инвестиций, активизация предпринимательства, повышение эффективности использования ресурсов, рост конкурентоспособности регионов.

Улучшению результатов работы отечественных туристических кластеров будут способствовать диверсификация турпродуктов, а также открытие новых направлений деятельности (таких, как аграрный, событийный, этнографический, деловой туризм). Представляются акту-

альными определением точек роста туристической отрасли Беларуси, сосредоточение в них основных усилий как управленцев, так и инвесторов, а также работа по вовлечению в туристический бизнес новых, ранее не использованных ресурсов. Выработка в рассматриваемой области эффективных управленческих решений возможна в условиях тесного взаимодействия бизнеса и власти.

В условиях сохранения в мире роста спроса на туристические услуги развитие в Беларуси сельского туризма выглядит обоснованным. В связи с этим укажем, что в настоящее время наиболее перспективной формой организации агротуризма являются кластеры, предоставляющие комплексные услуги.

Существует ряд условий, которые могут как способствовать, так и препятствовать развитию кластеров в сельской местности. К позитивным можно отнести наличие технологической и научной инфраструктуры, психологическую готовность к кооперации. Факторами, сдерживающими развитие региональных кластеров, являются:

- низкая инвестиционная привлекательность рассматриваемой сферы деятельности;
- специфика институциональных условий;
- ограниченное участие населения в решении задач, связанных с развитием регионов;
- низкий уровень развития ассоциативных структур, которые не справляются с задачами выработки приоритетов и продвижения интересов регионального бизнеса;

краткосрочный характер планирования (реальные выгоды от развития кластера появляются только через 5–7 лет).

Подходы к организации взаимодействия туристических кластеров

Деятельность каждой из упомянутых структур является фактором, в долгосрочной перспективе повышающим конкурентоспособность региона. Кластерный подход позволяет мобилизовать ресурсы местных малых и средних предприятий, повысить прибыльность их деятельности. По мнению О. В. Белицкой, вхождение в кластер увеличивает доходы предприятия на 25% [9].

В процессе создания кластера его руководству предстоит решить вопрос о том, на основании какого критерия (размера, вида деятельности, организационно-правовой формы и т.д.) оптимизировать состав участников.

Говоря о механизмах создания кластеров (в том числе и туристических) стоит упомянуть изучаемый в рамках теории ценологии биологический подход к экономическим структурам. Суть его в том, что экономические объекты (предприятия, отрасли, межотраслевые и территориально-производственные комплексы, в том числе и кластеры) рассматриваются как разновидность образующих системы сообществ (ценозов). Моделирование их деятельности, осуществляемое с применением синергетиче-

ского подхода, имеет определенную практическую ценность. Это объясняется тем, что подобно биоценозу, кластерная структура состоит из множества членов. Эффективность работы всего объединения в значительной степени зависит от числа и состояния входящих в него мелких и средних предприятий. Когда численность последних ощутимо меньше соответствующей законам ценологии, жизнеспособность и производительность кластера уменьшаются.

Таким образом, при формировании кластера основной задачей является обоснование состава новой структуры в соответствии с законами ценологии. Одновременно должна формироваться и институциональная среда кластеров, важнейшими элементами которой являются информационно-консалтинговые службы и управляющие компании.

Перспективным представляется концептуальный подход к формированию структуры туристического кластера (см. рис. 3).

Помимо описанного выше, может использоваться иной подход к формированию кластеров – региональный, основанный на учете конкурентных преимуществ территории в процессе развития на ней туризма и иных направлений бизнеса. При использовании данного подхода группировка производится по одному из

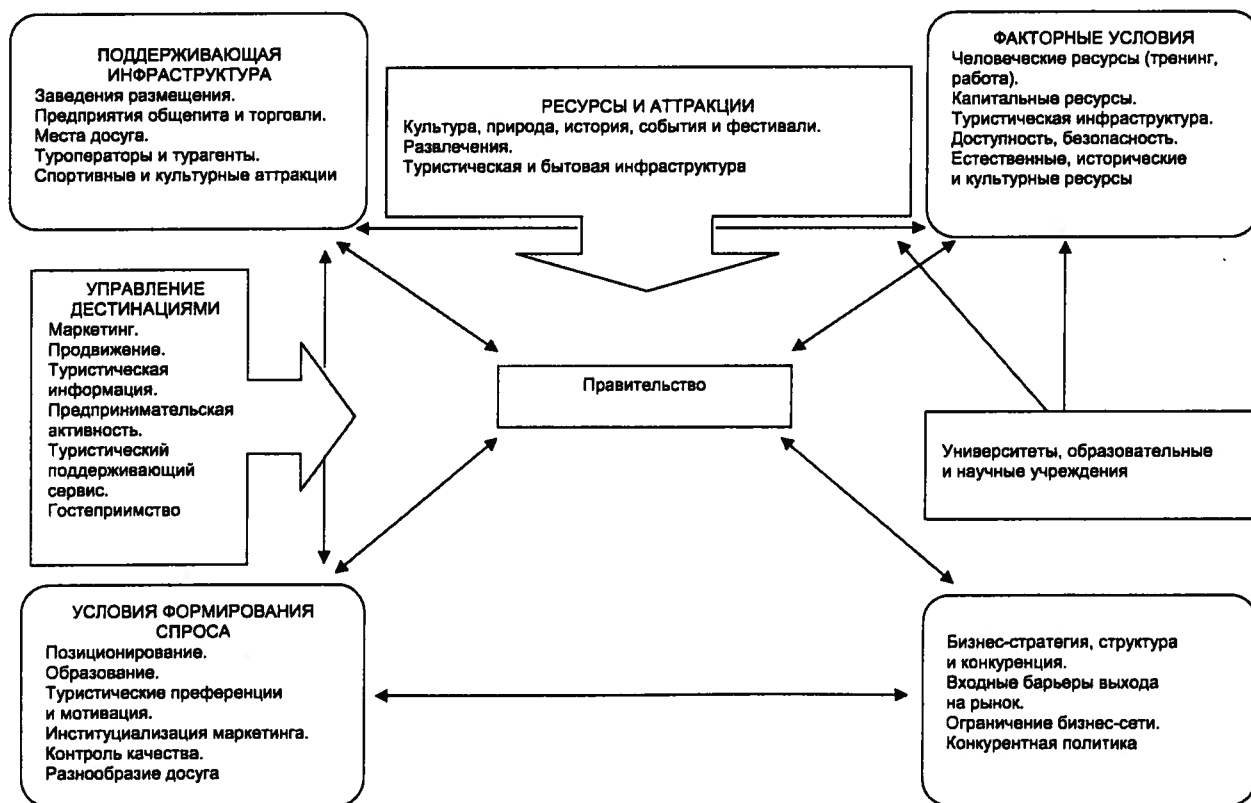


Рис. 3. Условия формирования туристических кластеров

двух принципов – отраслевому или пространственному.

Удачным примером пространственного кластера является туристический маршрут, имеющий определенную тему и сбалансированную по времени программу. Их наличие позволяет участникам объединения полнее удовлетворять потребности туристов в разнообразных услугах и координировать действия сервисных подразделений.

Укажем причины, способствующие горизонтальному сотрудничеству участников туристических кластеров:

рекламный фактор. Как правило, отдельная дестинация не может продвигать свой туристический продукт на внешний рынок путем осуществления рекламной кампании на постоянной основе. В связи с этим на начальном этапе деятельности объединения наиболее эффективной представляется реклама региона, а не местных бизнес-структур;

кооперация в процессе создания инфраструктуры туризма. Наличие в регионе нескольких субъектов, готовых взаимодействовать при создании или улучшении инфраструктуры туризма, повышает шансы успешного решения стоящих перед ними задач;

кооперация в процессе подготовки кадров для туристической отрасли.

Перечислим методы стимулирования процесса развития кластеров в сельской местности:

создание условий для диалога всех экономических агентов, работающих в кластере;

повышение квалификации местной рабочей силы путем осуществления программ переподготовки кадров;

реализация государством программ, нацеленных на переспециализацию регионов (формирование в них агроэкотуристических кластеров, имеющих финансовую поддержку);

создание региональных брендов, способствующее привлечению иностранных инвестиций.

Как правило, основной проблемой при формировании туристических кластеров является недостаточное финансирование. Поскольку подобные проекты ориентированы на долгосрочную перспективу и обычно отличаются социальной направленностью, встает вопрос поиска стратегических (институциональных) инвесторов, готовых к единовременным крупным капиталовложениям с длительным сроком окупаемости. Очевидно, таковыми могут быть государственные либо крупные предпринимательские структуры.

Иными задачами, которые необходимо решать в процессе создания агроэкотуристического кластера, являются:

распределение прав собственности и связанных с ними полномочий;

защита прав собственности

формирование связей между инвесторами, частным бизнесом, населением, органами власти (см. рис. 4).

Стратегия кластера может быть сформулирована и реализована только при согласовании интересов и действий органов власти, бизнеса, общественных организаций, населения.

Масштабное развитие туризма в Беларуси требует:

координации действий турфирм, гостиниц, рекламных агентств, транспортных компаний, предприятий общественного питания, развлекательных центров;

организации обмена информацией между ними.

Наблюдаемая сегодня рассогласованность действий местных туристических организаций во многом объясняется большими размерами регионов, а также отсутствием единого туристического информационного центра. В Бела-

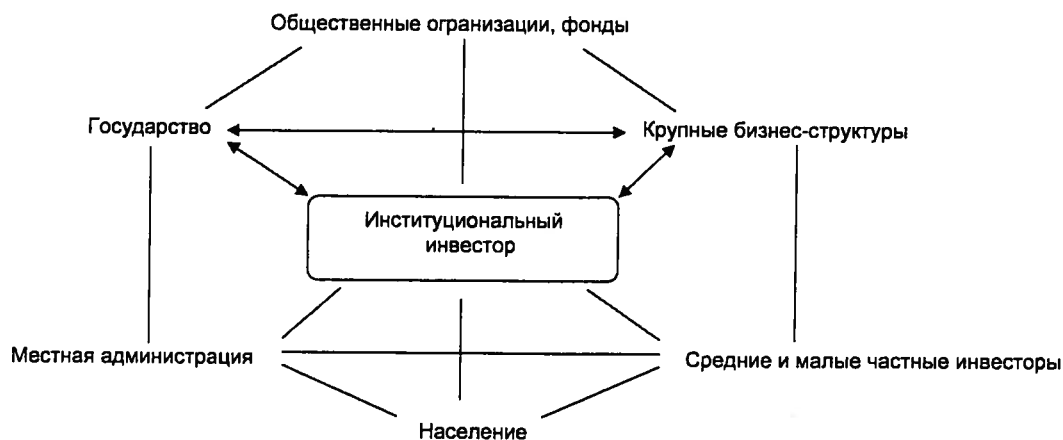


Рис. 4. Взаимодействие участников кластера

руси нет организации, целенаправленно занимающейся сбором информации о туристических услугах. Статистические службы не могут оценить происходящие в сфере туризма новые процессы, поскольку не собирают информацию о всем спектре услуг, оказываемых предприятиями рассматриваемого сектора.

Процесс управления развитием туристических кластеров должен осуществляться в рамках реализации политики конкретного региона. Это будет способствовать пропорциональному развитию данной территории, рациональному размещению трудовых ресурсов, обеспечению приоритетности общенациональных интересов перед региональными.

Выполнению перечисленных условий будут способствовать:

разработка методик оценки перспектив развития различных видов туризма (а также применения рекреационных ресурсов), основанных на учете экономической эффективности использования капитальных вложений;

дифференциация регионов по уровню и перспективам развития туризма;

проведение маркетинговых исследований, выявляющих сильные и слабые стороны туристической отрасли;

разработка комплекса экономических механизмов, регулирующих процесс развития туристических кластеров для придания ему равномерности, увеличения ассортимента услуг, повышения конкурентоспособности рассматриваемых объединений на международном рынке;

оценка туристического потенциала регионов Беларуси, а также перспектив их выхода на международный рынок.

Заключение

Сбалансированное развитие сельских территорий имеет для Республики Беларусь стратегическое значение. Сегодня широкое распространение получил кластерный принцип организации регионального взаимодействия. Его применение позволяет полностью реализовать экономический и туристический потенциал территорий.

Формирование кластеров, которое можно рассматривать как организационную основу развития сельских регионов, является сложной задачей. Ее успешному решению может способствовать выбор агропромышленного производства и туризма в качестве направлений деятельности упомянутых объединений.

Развитию рассматриваемой отрасли, осуществляемому с учетом характеристик регионов, будут способствовать:

разработка механизмов мониторинга и управления отечественными туристическими структурами, основанных на использовании единой отраслевой информационной сети. Для определения перспектив сельской территории и создаваемого на ней агротуристического кластера может быть использован понятный и удобный в применении алгоритм, предусматривающий создание «дорожной карты». Содержащийся в последней набор шаблонов описывает инвестиционные возможности территории и позволяет определить наиболее приемлемые направления ее развития, учитывая при этом местную специфику (в частности, объемы имеющихся ресурсов);

создание экономико-математической модели, позволяющей определить тенденции развития туризма в масштабах всей страны, пригодные для локализации объектов туристической инфраструктуры территории, а также степень влияния различных факторов на численность обслуженных отраслевыми структурами лиц и объем предоставляемых туристам-нерезидентам услуг.

Процесс управления развитием туризма в Беларуси является исключительно важным. В связи с этим актуальными представляются научная поддержка решений, способствующих выходу отечественных туристических структур на международный рынок, а также интеграция регионов страны в информационные сети, связывающие воедино самые динамичные сектора мировой туристической индустрии.

Комплексное развитие сельских регионов Республики Беларусь, обеспечиваемое путем создания туристических кластеров, представляется наиболее эффективным методом осуществления на местах государственной стратегии, направленной на повышение устойчивости и конкурентоспособности национальной экономики.

Успешному функционированию рассматриваемых структур будет способствовать принятие органами государственного управления решений, упрощающих и ускоряющих процесс создания соответствующей институциональной среды.