Журнал правовых и экономических исследований, 2013, 3: 133–134
© И.В. Дроздова, Г.Д. Дроздов, 2013

УДК 332.812

И.В.Дроздова, Г.Д.Дроздов

РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Рассматриваются вопросы развития делового туризма в регионе на основе кластерного подхода в современных социально-экономических условиях.
Ключевые слова: *деловой туризм; туристская отрасль; кластерный подход.*

We consider issues concerning the development of business tourism in the region based on cluster approach under modern socio-economic conditions.
Keywords*: business tourism; tourist industry; cluster approach.*

В условиях вступления России в ВТО возрастает важность развития экономических отношений в сфере туризма и методов государственного регулирования и управления развитием рынка делового туризма, как одного из самых перспективных видов туристской деятельности.

Мировой экономический кризис показал, что при общем снижении туристского потока в различных странах мира, в том числе и в Российской Федерации, в сфере делового туризма снижение было незначительным, однако восстановление этой отрасли и дальнейшее ее развитие обусловливают необходимость усиления роли государственного регулирования в этой сфере.

В современных социально-экономических условиях необходимы принципиально новые подходы и методы, повышающие роль государства в отрасли делового туризма и выработке механизма регулирования развития этой деятельности, основанного на принципах государственно-частного партнерства, обеспечивающего баланс интересов государства, населения и бизнес-структур. Основное противоречие в этой сфере заключается в разрыве между возрастающими требованиями к качеству услуг делового туризма и недостаточным уровнем развития его инфраструктуры. Существующее неприемлемое соотношение цены и качества услуг делового туризма разрешить существующими экономически методами, используемыми органами региональной власти, сложно, так как рынок услуг в значительной степени монополизирован и не направлен на достижение целей развития делового туризма в регионе.

Под кластерным подходом в туризме понимаются сконцентрированные на территории региона различные группы предприятий – поставщиков туристских услуг (подкластеры), которые, взаимно дополняя друг друга, связанны с некоммерческими организациями и учреждениями.

Примером туристского подкластера в Санкт-Петербурге является «Ассоциация малых гостиниц», являющаяся некоммерческим предприятием, объединяющим свыше 50 предприятий города, работающих в этой сфере [6]. Основные признаки, позволяющие рассматривать ее как подкластер, следующие: сетевая форма организации; взаимодействие с органами муниципальной власти; стремление к расширению сегмента туристских услуг с целью повышения конкурентоспособности предприятий.

Обеспечение надежной коммуникационной связи между всеми участниками туристского кластера является основной задачей кластерной политики, влияющей на сетевое взаимодействие и развитие рынка туристских услуг в регионе.

Кластерный подход имеет особенно значимый эффект. Он позволяет инициировать развитие в целом комплексе видов деятельности без масштабных государственных инвестиций и централизованных капиталовложений в рамках какого-то од-

ного крупного проекта на территории [1; 4; 5]. Кластерный подход стимулирует развитие региона, улучшает его торговый баланс, увеличивает занятость населения и обеспечивает рост заработной платы и отчислений в бюджет. В данном подходе основным фактором является развитие внутреннего рынка региона на основе совершенствования туристкой инфраструктуры (дороги, транспорт, АЗС, отели и т.д.).

Активизация туризма на территории в связи с проведением крупного международного форума или конгресса, вызывающим деловые туристские потоки, является основой возникновения туристского кластера.

Кластер делового туризма можно классифицировать по ряду признаков. Основой, например, Санкт-Петербургского кластера является его ядро – Санкт-Петербург как центр делового туризма. Основные элементы кластера формируются по географическому признаку (территориальной общности всех членов кластера). В состав участников кластера, кроме туристов, входят:

- предприятия транспорта, размещения, питания, развлечений;
- посредники, обеспечивающие взаимосвязь между основными участниками туристского рынка (рекламные агентства, туристические агенты, туристические операторы и др.);
- предприятия, специализирующиеся на организации крупномасштабных международных выставок, форумов, конгрессов, формирующие услуги поставщикам и посредникам для предложения деловым туристам;
- организации, ведущие подготовку кадров (научно-исследовательские институты, высшие учебные заведения, центры повышения квалификации и др.).

Взаимодействие участников туристского кластера осуществляется на договорной и контрактной основе. При этом важную роль играют неформальные связи и отношения, например, личные связи участников кластера.

Вертикальная организационная структура туристского кластера предусматривает тесную взаимную связь предприятий, являющихся поставщиками услуг, а также предприятий, которые являются потребителями услуг, на разных стадиях интеграционного процесса (разработка программы, проведение форума, конференции и др.). Предложенная структура обладает определенным преимуществом, так как позволяет на системной основе распространять новые технологии туристского сервиса. Для обеспечения устойчивости взаимных связей между участниками туристского кластера в регионе целесообразно создание управляющей компании, работающей на принципах государственно-частного партнерства.

Таким образом, эта модель, учитывая интересы администрации, бизнес-структур и общественных организаций, будет обеспечивать устойчивое развитие региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Дроздов Г.Д.* Имитационная модель управления инвестиционной деятельностью при реконструкции ЖКХ мегаполиса // Вестник Российской академии естественных наук. Серия экономическая. 2009. Вып. 13. № 1. С. 31–34.

2. *Дроздов Г.Д., Чурилин А.С.* Менеджмент природных комплексов России // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 1. С. 83–85.

3. *Дроздова И.В.* Проблема влияния реконструкции объектов жилищно-коммунального хозяйства на качество услуг в индустрии туризма // Hotelplan–2007: сб. трудов третьей международной научно-практич. конференции. Белград, 2007. С. 88–90.

4. *Дроздова И.В.* Система показателей комплексной оценки эффективности инвестиционных проектов реконструкции городской жилой застройки // Вестник Российской академии естественных наук. Серия экономическая. 2009. Вып. 13. № 1. С. 77–79.

5. *Дроздова И.В.* Концепция реконструкции городской жилой застройки // Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 3. С. 163–165.

6. *Шарафанова Е.Е., Дроздова И.В., Дыбаль М.А.* Деловой туризм в регионах Российской Федерации: монография. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. 195 с.