ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ФИНАНСИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Юсупова Н.Т.
Докторант

Научный руководитель - **Асланова Д.Х**
профессор

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация

В статье даны общие описания о туристических кластерах; приведены определения, понятия, связывающих с туристическим кластером, туристический потенциал, культурно-историческое достояние, туристическая инфраструктура. Дано определение региональный туристический кластер. В статье предоставлены факторы, влияющие на ситуацию в сфере туризма в Узбекистане и обеспечения согласованного взаимодействия всех участников кластера и установления возможных векторов скоординированного развития их хозяйственно-финансовой функций.

Ключевые слова: кластер, регион, инвестиции, туризм, экономический рост, сфера услуг, финансирование.

В период совершенствования экономики закономерным становится рост нужд к регулированию развития на территориальном уровне. Одним из приоритетных аспектов регионального развития является улучшение деятельности различных организаций сферы услуг, связанных с производством туристских продуктов. Изучение и анализ научной литературы свидетельствуют о том, что до сегодняшнего времени, насколько известно, в полной мере не завершено создание универсальных ключей к решению накопившихся в данной области организационно-экономических и финансовых проблем. В этой связи актуальным вопросом является применение разработка научно-обоснованных основ формирования и развития региональных туристских кластеров. Координация, коммуникация и взаимоувязан различных элементов, образующих кластер, возможны в рамках использования всей совокупности форм и методов государственного финансового регулирования и современного инструментария программно-целевого планирования национальной экономики.

В качестве ключевой характеристики при рассмотрении теории кластера исследователи указывают на близость пространственного расположения и связанность экономической активности хозяйствующих субъектов. Например, **кластер** — это "система координирующих фирм и институтов, являющейся в целом больше простой суммы своих составных частей. И это, достаточно глубоко отражает современные тенденции развития объединённых процессов туристского кластера как "совокупности находящихся на одной территории компаний, создающих туристический продукт, инфраструктурных туристских предприятий и координирующих данную сферу органов власти, конкурентоспособность и эффективность деятельности каждого из которых зависят от результатов работы всех других субъектов туристического кластера.

Кластер представляет собой значительно более сложное явление, чем простое объединение фирм для совместной работы, и предполагает глубокую технологическую цепь. Предприятия не только кооперируют внутри кластера, но и продолжают избирательно конкурировать друг

с другом в различных областях экономики. Это является движущей силой постоянных продуктовых и технологических инноваций, внедрение которых направлено на рост производительности всех факторов производства, обеспечивает быстрое и широкомасштабное распространение новшеств.[1]

Туристский кластер — это комплекс территориально локализованных и взаимосвязанных предпринимательских структур различных отраслей хозяйства, деятельность которых направлена на создание условий для духовных и эмоциональных переживаний потребителя туристских услуг, и повышение конкурентоспособности города на отечественном и международном туристских рынках.

Первоначально кластерный подход был применены к промышленному производству, и его основоположниками были А. Маршалл и Б.С. Ястремский, но агитатором идеи отраслевых кластеров для улучшения региональной конкурентоспособности стал профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. «Объективные предпосылки для создания кластера были сведены М. Портером в знаменитый «ромб конкуренции».

Кластеры охватывают огромное количество разного рода предпринимательских структур, важных в конкурентной борьбе, — снабженцы специального оборудования, новых технологий, услуг, инфраструктуры, сырья, дополнительных продуктов и т. д. На Западе, помимо этого, они также включают в себя правительственные учреждения, университеты, центры стандартизации, разнообразные ассоциации, обеспечивающие специализированное обучение, образование, информацию, исследования и техническую поддержку. Положительный эффект функционирование кластеров наблюдается в Германии, Австрии, Финляндии, где туристские кластеры создаются на базе университетов.

Гарвардский исследователь бизнеса Кристиан Кетельс говорит о кластере как о группе взаимодействующих отраслей промышленности, структур, научных организаций, социальных и экономических институтов. Особое внимание Кетельс уделяет возрастанию развития кластеров, выделяя такие характеристики кластеров как: тесные взаимосвязи, ограниченная конкуренция, доступ к инновационным замыслам, динамичная конкуренция, интерес покупателей.

Так же американский учёный Майкл Энрайт внёс свой вклад в развитие теории кластера, который изучил географический масштаб конкурентных выгод. Он считает, что конкурентные преимущества создаются на региональном уровне.

Как свидетельствует накопленный опыт развитых стран по созданию кластеров, формирование и функционирование данной возможностью более полно использовать совокупный экономический потенциал отдельных территорий для развития туризма в целом.

Региональные туристские кластеры считается одним из видов инновационных экономических кластеров, при этом обладают определённой заслуги в силу объективных особенностей среды их появления и существования — туристского сектора региональной экономики. Согласно сложившемуся в экономической подходу, в его состав включаются: учреждения, непосредственно предоставляющие туристические услуги, относящиеся к индустрии размещения (санатории, пансионаты, гостиницы, базы отдыха и тд.); различные предприятия питания (рестораны, закусочные, кафе, бары, столовые); транспортные организации (авиационные компании, автотранспортные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и т. д.); торговые предприятия и торговые фирмы, занимающиеся реализацией товаров для туристов; учреждения сферы досуга в туризме (киноконцертные залы, игорные заведения, музеи, тематические парки и др.); предприятия, организующие экскурсионное обслуживание туристов.

Предприятия, предоставляющие услуги размещения, питания и транспортные услуги,

образуют комплекс необходимых условий для создания качественного туристического продукта, предназначенное удовлетворить разные потребности в отдыхе и рекреации, которые определяются различными категориями туристов. Они и являются важными объектами вложения финансовых средства в сфере туризма. В качестве прочих объектов могут относится предприятия сферы развлечений, торговли, турфирмы, оказывающие дополнительные услуги и способствующие получению туристами наибольшего удовлетворения от путешествия за счёт предоставления более разнообразного вида отдыха.

Сфера туризма, помимо перечисленных выше частей, также включает в себя: туроператоров, занимающихся разработкой и реализацией туристского продукта, как правило, на оптовой основе; турагентства, занимающиеся реализацией туристского продукта, сформированного туроператорами; рекламно-информационные учреждения, осуществляющие функции, способствующие увеличению продаж туристского продукта.

Совокупность различных субъектов сферы туристического обслуживания формирует туристскую индустрию «как совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов и средств развлечения, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов) и гидов-переводчиков.

Изложенное выше даёт возможность сформулировать отличительные признаки туристического сектора региональной экономики, имеющие обусловлено целым рядом объективных факторов.

К примеру, состояние и перспективы развития туризма зависят от природно-климатических и географических особенностей территории. Интересом у туристов пользуются своеобразные исторические и культурные объекты. Количество и качество объектов туристской инфраструктуры обусловливают величину и структуру туристского потока, качество обслуживания и комфортность проживания туристов, их удовлетворённость туристским продуктом. В одном из определений туристский кластер рассматривается как «стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской региона, которая обладает определенным комплексным набором необходимых и достаточных признаков: наличием группы географически сконцентрированных предприятий, прежде всего типичных для туристской сферы, объединенным прямыми и обратными связями; общей культурой и социальной средой; особой специализацией по видам деятельности; существующие среди актёров государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ, потребителей туристских продуктов».

Во многих научных работах экономические кластеры рассматриваются как форма хозяйственной интеграции. Но, до настоящего времени остаются дискуссионными вопросы, относящиеся к базовым характеристикам региональных туристских кластеров. При этих исследователях не всегда учитывается их комплексность и объективность, взаимообусловленность и взаимозависимость. Выполненный анализ литературных источников создаёт основания для систематизации свойств, присущих региональным туристским кластерам, и выделения среди них наиболее представительных. Сравнительное рассмотрение точек зрения различных исследователей приводит к пониманию наиболее существенных, значимых особенностей, которые выделяют региональные туристские кластеры в числе других типов кластерных структур. Такими отличительными характеристиками являются: туристский потенциал; культурно-историческое наследие; туристская инфраструктура.Региональный туристский кластер — это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих предприятий и организаций, участвующих в создании

комплексного туристского продукта, ориентированного на эффективное задействование целого ряда специфических компонентов, к числу которых относятся, во-первых, географические, климатические и природные особенности территории; во-вторых, культурно-историческое наследие, в составе исторических, рекреационных объектов и объектов досуга; в-третьих, туристская инфраструктура, в составе физической инфраструктуры, информационной инфраструктуры и инфраструктуры гостеприимства.

Данное описание синтезирует ряд элементов, которые в различных сочетаниях предлагаются в работах отдельных исследователей, например, «инфраструктура», «информация», «потенциал», «климатические и географические особенности» территории. Однако, в отличие от имеющих подходов, приведённая выше формулировка даёт возможность выделить такие составные части, которые показывает объективное состояние туристической сферы на региональном уровне управления и в то же время считаются характерными для определённой местности («туристический потенциал», «культурно-исторические ресурсы» и «туристская территории), а также представить их насыщенные характеристики в виде методологической основы, поддерживающей связь между отдельными звеньями внутри кластера и обеспечивающей их функционирование как единого целого.

Важными факторами, влияющими на изменение ситуации в сфере туризма в Республике Узбекистан, являются, во-первых, формирование экономических условий для развития социальной и производственной инфраструктуры; во-вторых, организация прогрессивной парадигмы устойчивого функционирования исследуемого сектора региональной экономики.

Приведённые выше факторы обусловливают необходимость определения сущности организационной предпосылки, конкретизирующей содержание различных видов работ по формированию функционального состава кластерных структур. Применение системного подхода позволяет выполнить ряд принципиально важных действий. **Прежде всего, сформировать ядро кластера,** структура которого определяет перечень элементов и механизмы интеграции субъектов хозяйствования, входящих в состав регионального туристского кластера. **Далее появляется возможность сформулировать принципы** согласованного взаимодействия всех участников кластера и установить возможные векторы скоординированного развития их хозяйственно-финансовой деятельности.

Туризм хоть и развивается сегодня быстрыми темпами, но, в условиях нестабильной экономики и роста конкуренции, требует грамотных маркетинговых решений по улучшению направлений развития. Причём в последнее время особую актуальность имеют вопросы, связанные с оптимизацией взаимодействия элементов туристской отрасли. Субъекты туристской сферы нуждаются не только в партнерских отношениях, построенных на прямом взаимодействии на взаимовыгодных условиях, но и в методологии построения этих отношений.[2] Особую важность также принимают проблемы стратегического управления туристскими предприятиями в условиях формирующегося рынка туристских услуг, а также стратегическое управление на уровне муниципалитетов и регионов

Формирование туристического кластера приводит к созданию современного конкурентоспособного туристского сектора. Его функционирование обеспечивает широкие возможности для обеспечения занятости населения и удовлетворения потребностей как местных, так и иностранных граждан в туристических услугах. Внесение значительного вклада в развитие экономики осуществляется за счёт налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного потенциала

В связи с этим, целесообразно выделять внимание на необходимости рационального

применения располагаемых финансовых ресурсов. Бюджетные средства обладают высоким спросом, так как предусматриваются для финансирования инвестиционных проектов в различных государственных и региональных программах. Для поддержки кластерных активностях они могут быть задействованы в совокупности с внебюджетными источниками инвестирования. Их консолидация и применение по целевому назначению должны стать мощной финансовой базой для формирующихся кластеров.

Надобность территориальной специфики нужно для совершенствования контроля действий всех участников формирующихся туристских кластеров. Инвестиционную активность в субъектах Республики Узбекистан нужно выстраивать с помощью территориальных инвестиционных стратегий, которые нужны основываться на актуальном нормативном правовом и методическом обеспечении. В стратегические планы следовало бы включать вариативный список имеющихся источников инвестиционных источников и обоснование допустимых целей их умного применения в интересах хозяйствующих субъектов и населения определённых территорий. Единовременно, при разработке как перспективных программ, так и антикризисных планов, в итоге ограниченности финансовых источников в грядущем периоде, нужно активизировать инвестирование улучшения кластеров в форме адресной поддержки, путём предоставления целевых межбюджетных субсидий.

Производительная координация всех заинтересованных лиц призвано содействовать реализации инновационных подходов, улучшению способов работы и применяемых спец. технологий, налаживанию кооперационных связей между подрядчиками и подрядчиками. Для разработки организационных и экономических мер, направленных на становление туристического сектора территориальной экономики, нужны особые научные изучения и подготовка научно обоснованных методических тезисов по организации партнёрства в области туризма и рекреации. Следует особо подчеркнуть значимость вопросов, связанных с подготовкой экспертов рабочих профессий как для опять образуемых, так и для функционирующих местных туристских кластеров. Высокопрофессиональные трудности вызваны разными причинами: несовершенством законодательной базы, недостаточностью финансирования сферы туризма и рекреации, локализацией местоположения «точечно» формирующихся кластерных структур. Названные обстоятельства обусловливают надобность расширения перечня допустимых источников финансовых источников для поддержания экономической деятельности учреждений профессионального образования, ведущих подготовку квалифицированных кадров для туристского сектора территориальной экономики. Невзирая на то, что основным источником финансирования государственных средних профессиональных и высших учебных заведений остаются средства госбюджета, порядок их предоставления в реальное время осуществляется на нормативной основе, согласно утверждённому государственному заданию, с помощью предоставления субсидий и субвенций. Протекающие в финансировании образовательных учреждений новации обусловлены необходимостью увеличения эффективности процесса обучения и научных изучений, а еще обеспечения высокого качества получаемых покупателями образовательных служб.

Заключение

В заключение следует уделить внимание на потребности взаимодействия государства, бизнеса и общественных предприятий в деятельности по формированию и развитию региональных туристических кластеров. Подобное сотрудничество призвано способствовать налаживанию устойчивых хозяйственных связей, повышению уровня доверия между экономическими субъектами, появлению новых идей, партнерских проектов и в конечном итоге решению проблем, связанных с развитием внутреннего и въездного туризма, созданием конкурентоспособных туристских продуктов и услуг. Необходимым условием создания территориальных туристских кластеров

является наличие достаточных по объёму и сбалансированных по структуре финансовых ресурсов, а также их целевое и рациональное использование. Поиск возможных источников финансирования организаций-участников кластерных структур должен стать опекой органов государственной власти и здешнего самоуправления, огромного и среднего бизнеса, некоммерческих организаций, общественности. Кластеры в непременном порядке обязаны формироваться и прогрессировать при поддержке местных органов власти и самоуправления. Благодаря этому, сумеют решаться во могущественных структурах вопросы совершенствования условий деятельности и защиты интересов участников кластера. В своей деятельности кластер создаёт оптимальную, уплощенную и выигрышную систему доступа к финансовым (инвестиционным) источникам для своих участников и партнёров. Тем самым, кластерная политика может выступить ключевым инструментом при решении задач, нужных для добротного улучшения туристической ветви в регионах, роста её инновационного потенциала, а еще уровня экономического улучшения. При этом главным является положительный выбор вида взаимодействия между субъектами туристического, образовательного кластера.

Список использованной литературы:

1.Туризм в меняющемся мире / под ред. Н. А. Восколович. — М. : Экон. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова ; Рыбинск : 0фис-2000, 2010. — 142 с.

2.Даниленко, Н. Н. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — №> 33 (312). — С. 45-53.

3..Алоева А.А. Туристические кластеры как особый фактор формирования социально-экономической системы региона. / А.А. Алоева, М.Д. Юсупова // Известия Кабардино-Балкарского центра РАН. — 2013. -№ 4 (54). — С. 100-106.

4.Кластерное взаимодействие. Д. Асланова, М. Алимова. Экономическое обозрение № 1 (241) 2020г.

5. Карпов С.О. Особенности туристических услуг / С.О. Карпов // Полевской информационно-туристический портал // URL: http://www.polevskoy-turcentr.ru.

Ссылки:

[1] https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-klaster-kak-forma-effektivnogo-vzaimodeystviya-predpriyatiy

[2] https://tourlib.net/statti_tourism/karastelkina.htm