

**КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В  
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Рахимов С.Х.** - к.э.н., доцент Института предпринимательства и сервиса.

*Ключевые слова.* туризм, туристическая деятельность, туристический бизнес, туристические услуги, интеграция, кластер, туристический кластер, развитие кластера, эффективность кластерной системы.

Несмотря на многолетнюю историю исследования кластеров, для определения преимущества и конкурентоспособности разных стран и регионов, до сих пор ведутся дискуссии о высокой эффективности кластера. Кластер как понятие, впервые было сформулировано в фундаментальных работах А. Маршалла «Принципы Экономии» и М. Портера «Конкуренция».

Обоснованная М. Портером (1990) теория национальной, региональной и местной конкурентоспособности, которая поставила в центр внимания кластерной модели хозяйствования, практически сразу была одобрена и взята на вооружение как экономистами-теоретиками, так и практиками. Согласно этой теории, «Ведущую роль в развитии современных предприятий играют кластеры (от англ. cluster - скопление, сосредоточение) как отдельные "строительные блоки" инновационной экономики.

Как отмечает Портер М. Э. «Кластеризация - это процесс концентрации по признаку территориальной близости предприятий и родственных сфер экономики» [9, 10].

Идущие в мире процессы глобализации столь противоречивы, что и современный туризм, помимо получения доходов, может иметь некоторые проблемы в туристских регионах, а именно экологические, социальные, экономические и т.п. Именно в XXI веке туризм должен становиться одним из эффективнейших способов формирования системы общечеловеческих ценностей и должен способствовать формированию единства многообразия мира, свободное развитие всех есть условие развития каждого [4, С.45].

По мнению многих экспертов, роль туризма постоянно растет в структуре глобальной экономики и является важнейшим фактором обеспечения экономического роста целых стран и регионов. Одним из наименее изученных в мировых секторах экономики остается туристическая отрасль, и изучение возможностей и опыта внедрения кластерной модели организации туристической деятельности, особенно с учетом экспортного потенциала отрасли в нашей стране является актуальным и очень перспективным.

Кластеры, в зависимости от цели создания могут иметь внутреннюю ориентацию, направленную на активизацию предпринимательской деятельности в отрасли или регионе, решения проблем занятости, или экспортно-ориентированную направленность. Именно к таким и относятся туристические кластеры.

В первую очередь, туристический кластер это сообщество различных функционирующих на определенной территории предприятий и организаций, связанные напрямую или косвенно с предоставлением туристических услуг [11].

Согласно Ганущак-Ефименко Л.Н., «Довольно сложно подчинить границы туристического кластера стандартным системам отраслевой классификации. Туристический кластер должен состоять из комбинации отраслей, создающих туристический продукт и условия для повышения его конкурентоспособности» [7].

Туристический кластер должен рассматриваться как единая система туристических организаций, интенсивно связанных между собой производственно, технологический и информационны, поставщиков дополнительных услуг для создания "основного продукта" кластера - туристического продукта. Также к туристическим кластерам можно отнести группы, сконцентрированные в пределах региона предприятий географически, совместно использующих специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда и другие функциональные структуры хозяйства.

По нашему мнению, туристический кластер это сообщество различных предприятий и организаций непосредственно или опосредованно связанные с предоставлением туристических услуг и функционирующие на определенной территории.

Практика туристического бизнеса показывает, что именно в условиях развития кластерных систем предприятий, которые смогут формировать уникальные компетенции, оптимально могут использовать свой ресурсный потенциал и стратегические возможности, и получить синергетический и мультипликативный экономические

выгоды. Учитывая ситуацию, рассматривается развитие туристических кластеров, как одного из самых перспективных форматов стратегического партнерства, и предопределяет теоретическая область современного научного исследования.

Необходимость конструктивного переосмысления о механизмах сближения экономических субъектов на основе прижигания; определение предпосылок, этапов и процессов становления и развития туризма, кластеры - это нерешенная теоретическая и прикладная проблема.

Глобальные и кризисные преобразования вызывают структурные и функциональные изменения в развитии, как внутренней, так и мировой системы туризма. Для нашей страны, которая имеет значительный туристический потенциал, развитие туризма может стать важным фактором в макроэкономическом росте экономики.

Поэтому, еще 3 сентября 1999 года был принят Закон Республики Таджикистан «О туризме», который определяет правовые, экономические, социальные и организационные основы, а также единые правила туристской деятельности на территории Республики Таджикистан [1].

18 июля 2017 года был принят Закон Республики Таджикистан «О внутреннем туризме», определяющий организационные, правовые, экономические, социальные и культурные основы деятельности в сфере внутреннего туризма в Республике Таджикистан и направлен на создание благоприятных условий для формирования и развития данной сферы [2].

Туристическая отрасль в современном мире является одной из прибыльных отраслей экономики и играет важную роль в обеспечении занятости и повышении уровня жизни населения. Поэтому, регулирование благоприятных условий для развития туристической отрасли и совершенствование государственной политики по управлению отраслью считаются важнейшими приоритетами социально-экономической политики развития Республики Таджикистан.

Поэтому, Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 1 августа 2018 года, №372 была принята «Стратегия развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 года», определяющая цели, задачи и приоритетные направления развития туристической отрасли страны на период до 2030 года, и является фактором формирования планов и руководств предпринимательских инициатив граждан в отрасли туризма страны.

Анализ туристической отрасли показывает, что в результате предпринятых мер, посещение страны иностранными туристами с каждым годом увеличивается. Наряду с этим, следует отметить, что туристические ресурсы республики не используются должным образом и в соответствии с современными международными туристическими стандартами, а также не созданы благоприятные условия для туристов. Поэтому цель состоит в том, чтобы продолжить реформу в этой области и значительно повысить вклад туристической отрасли в социально-экономическом развитии страны [3].

Учитывая наличие богатого историческо-культурного наследия Таджикистана, его уникальную природу с горами и озерами, редких животных и растений, а также высокогорные вершины признаны основными факторами развития туризма страны.

Учитывая растущую конкуренцию в развитии национальной системы туризма, несоответствия в экономических отношениях между участниками туристического рынка, низкую эффективность стратегического взаимодействия субъектов туристической деятельности, отсутствие оптимальных бизнес-моделей экономического сотрудничества, необходимо сформировать методологические основы развития интеграционных процессов через формирование туристических кластеров.

Кластерные системы обеспечат высокую производительность; укрепят усилия туристического бизнеса и государственных органов по созданию качественного туристического продукта, чтобы удовлетворить текущий и потенциальный туристический спрос.

В основном, все исследования в области кластерного подхода относятся к производственной сфере и в сфере туризма должны исследования практически отсутствуют.

В научных трудах А.Ю. Александровой кластер как система, рассматривается как способ создания благоприятной среды для повышения конкурентоспособности и развития региона. Главным отличительным признаком этой системы является географическая близость хозяйствующих субъектов. В настоящее время кластерный подход, учитывая особенности туристского бизнеса, является очень актуальным, так

как туризм имеет широкий диапазон межотраслевых связей, существует преобладание малого и среднего бизнеса, нематериальный характер туристического продукта, разный характер восприятия этого продукта производителями и потребителями. В индустрии туризма все больше находят отклик о закономерности образования и функционирования кластера. Это разглядывается во взаимосвязи входящих в кластере фирм, в сочетании кооперации, конкуренции, и их функционирования на основе государственно-частного партнерства.

Согласно концепции А.Ю. Александровой, «Индустрия туризма имеет ряд особенностей, придающих актуальность кластерному подходу в развитии сферы отдыха и путешествий. Индустрию туризма отличает широта межотраслевых связей, фрагментарна структура, преобладание малого и среднего бизнеса, нематериальный характер туристского продукта, неодинаковое его восприятие производителями и потребителями и пр.» [5].

В то же время следует признать, что в теоретических разработках отсутствуют комплексные подходы изучения формирования туристических кластеров и оценке эффективности их функционирования.

Отсутствие научно обоснованной основы формирования туристических кластеров обостряет существующие и появление новых дисбалансов в их эффективном развитии.

Многие ученые в зависимости от предмета научных исследований, а главное, своей конечной цели, сформировали собственное видение обоснование методов развития кластеров. Такой плюрализм вытекает из сложности кластера, как социально-экономического феномена и отражает отсутствие опыта в реализации механизмов развития кластера в практике туристической деятельности местных участников.

Это привело к большому количеству научных мнений, которые определяют методологические принципы для создания кластеров, и доказательство методического неопределенности развития кластера.

Инвариантность подходов к формированию кластерных систем и отсутствие формальности, необоснованность и дисбаланс методологической основы их развития, а также важность решения административных задач на основе интенсификации развития кластеров, определяется актуальность разработки методологических и практических рекомендаций по созданию туристических кластеров.

Управление кластерными структурами является важной предпосылкой для развития отношений между логистически и пространственно связанными субъектами экономической системы региона.

Анализ научных подходов к структурированию процесса формирования туризма позволяет интерпретировать кластер как добровольное объединение туристов, заинтересованных в совместной деятельности: туристические операторы, туристические агентства, гостиница и ресторан предприятия, развлечения, торговля, спорт, транспортные, экскурсионные организации, предприятия по обслуживанию и предоставлению услуг, частные предприниматели, финансовые организации, образовательные и исследовательские учреждения, местные органы власти, которые сотрудничают на основе стратегического партнерства и способны позиционировать себя как отдельная сущность.

Структура туристического кластера должны включать в себя необходимые сектора (группы предприятий), что обеспечит эффективное функционирование кластера и эффективно реализовать взаимосвязи для формирования качественного конечного туристического продукта.

Туристический кластер включает в себя: государственный сектор (государственные и местные органы власти, общественные организации), Основное функциональное назначение - создание благоприятных внешних условий развития кластера туристических направлений на основе разработки политики, создание законодательной базы для разработка кластерных систем; предоставление условий для развития регионального туризма.

Ярким примером туристских кластеров может быть туристский кластер Республики Карелия. Основу туристского кластера региона составляют разнообразие и выразительность природы республики, богатые культурные традиции коренных народов, а также географическая близость к туристским рынкам Западной Европы.

Эффективному развитию кластера препятствует низкий уровень развития ключевых инфраструктур республики, отсутствие выразительного брендинга и международного маркетинга туристских услуг региона, а также низкий уровень сервисных услуг [6, С.56].

Следовательно, туристический кластер должен включить:

- проблемы и перспективы в управлении, структуру и привлечение инвестиций;
- стимуляцию международного сотрудничества в области туризма;
- сектор по производству и продаже туристического продукта, который включает в себя предметы туристической деятельности (туристические операторы, турагенты, туристические экскурсии и санатории, гостиница и ресторанные предприятия, транспортные организации, спорт и отдых, досуг, развлекательные, культурные предприятия и т. д.);
- обеспечивающий сектор, который включает системы управления кластером и пунктом назначения; субъекты транспортной и туристической инфраструктуры, связь, сервиса и обслуживание предприятия и т.д;
- вспомогательный сектор, участники которого учебные заведения, научно-исследовательские институты, биржи труда, финансовые, юридические институты, и т.п.

Важный участник в кластере должен быть потребительский туристический продукт. Это потребитель, который создает предпосылки и является стимулом и мотивом для формирования туристического кластера и выделяет его среди других типов благодаря специфика туристического продукта.

Кроме того, потребитель мотивирует туристов на создание туристических кластеров, чтобы встретить туриста, востребовать и создать уникального качественного продукта.

Подход к формированию и развитию туристического кластера является взаимозависимый набор методов, процедур и задач для формирования, реализации, развития и саморегулирование интегрированной сущности по территориально-функциональному признаку (туризм-кластер), который работает на основе соответствующей внутренней структуры, взаимоотношения и связи между его участниками и руководством системы, которая представляет собой последовательность логически связанных этапов и процессов определения туристической привлекательности места назначения для развития кластера.

По нашему мнению, туристский кластер в нашей стране должен состоять из следующих взаимосвязанных составляющих:



*Гостиничные предприятия.* Гостиничное обслуживание в индустрии туризма в современных условиях занимает особое место, который представляет потребителю

комплекс услуг для удовлетворения потребности туристов и независимо от ее тематической направленности и продолжительности представление условий для проживания входит в состав всех туристической программы.

*Предприятия питания.* Услуги предприятий общественного питания, наряду с размещением в туризме выступает как основополагающим, для удовлетворения физиологической потребности туристов в пище. В практике международной туристской деятельности питание, как правило, предоставляется в комплексе с размещением, а все это входит в гостиничный тариф. Одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания является питание. Объекты общественного питания подразделяются на следующие типы: ресторан, кафе, бар, столовая, закусочная, буфет, кафетерий, магазин (отдел) кулинарии.

*Туристические фирмы* являясь предпринимательскими структурами, на коммерческой основе занимаются посредническими операциями в сфере купли-продажи туристских услуг. Туристские фирмы, не располагая необходимыми средствами производства сами не производят туристские услуги, а выполняют чисто посреднические услуги и по поручению потребителя закупают разные туристские услуги в виде бронированием гостиниц, предоставляют услуги транспорта, привлекают предприятий питания, организуют развлечения у производителей. Они являются посредниками между производителем и потребителем туристских услуг (турастами).

*Образовательные учреждения.* Подготовка кадров в системе образования, особенно в сфере туризма, пока не отвечают требованиям отрасли, количественные показатели подготовки специалистов обогнали качественные, программа в вузах не согласовывается с потребностями рынка, и в вузах не применяют стандарты, которые учитываются при приеме специалистов на работу. Но именно, хорошая теоретическая подготовка является залогом качественной работы специалиста в этой отрасли. Времена, когда в туризме работали люди, не имеющие специфического образования, прошли. Без элементарных знаний географии и страноведения, природно-климатических, культурно-исторических особенностей той или иной дестинации и основ психологии менеджер по туризму вряд ли сможет квалифицированно проконсультировать клиента, грамотно подобрать или составить тур в соответствии с его запросами.

Основная цель *развлекательной инфраструктуры* туристической индустрии является развлечение туристов и создание условий для развлечения. Развлекаясь, туристы (группа туристов) удовлетворяют свои духовные потребности, анализируя свою роль в социальных системах оценивают собственную личность. В мировой практике, в сфере обслуживания населения и развлечениями относятся и предприятия туризма. Для ряда предприятий обеспечение развлечений – не основная деятельность. Любые моменты туристской поездки могут давать положительные эмоции туристам. Помимо гостиниц к развлечениям можно отнести зоны отдыха и исторические достопримечательности.

*Земельные ресурсы.* Специфика туристской сферы состоит в том, что на первое место в ней выдвигаются земельные ресурсы (земля). Туризм наряду с промышленностью и сельским хозяйством в земельных ресурсах находит свое приоритетное выражение. Развитие туристского комплекса высокодоходный бизнес, который способствует охране и восстановлению окружающей среды. Окупаемость капитальных вложений туристского комплекса близка к максимальной величине. По существу, речь идет о переоценки национальных приоритетов: к развитию туристского и экологического комплексов.

*Дороги.* После принятие Закона Республики Таджикистан «О туризме» реализуется государственная политика и координацию туристской деятельности в Республике Таджикистан, в том числе реконструкции существующих дорог и создание дорог на новых маршрутах туризма. Наша страна богата различными уникальными природными ландшафтами, туристскими и археологическими памятниками и туристскими маршрутами (конные, пешие). Все это привлекает на нашу страну большое количество туристов, но есть и отрицательные стороны, которые отталкивают. Так в горной части районов слабо развита дорожная сеть, дороги или гравийные, или с плохим асфальтовым покрытием, что затрудняет подвоз туристов и зачастую становятся препятствием для посещения. Чтобы все это преодолеть

необходимо реконструкция и капитальный ремонт автодорог, которые принесут, не мало прибыли республике и району за счет развития туризма.

*Предприятия, предоставляющие дополнительные услуги* представляют различные виды услуг, который обеспечивают и удовлетворяют потребности людей в реализации их деятельности в свободное время: отдых, развлечения, путешествия.

К этим услугам относятся туристские услуги нематериального характера: услуги туристско-экскурсионных учреждений; услуги транспорта; услуги санаторно-курортных учреждений; услуги здравоохранения; услуги просвещения; услуги общественных организаций; услуги государственного управления.

Услуги туристские материального характера: услуги непассажира транспорта; заготовки; услуги торговли; услуги жилищно-коммунального хозяйства; бытовые услуги.

Накопленный опыт научных маркетинговых исследований в сфере туризма позволит нам использовать кластерных технологий в экономике Таджикистана и его индустрии туризма; так как это одна из наиболее привлекательных моделей, поскольку она объединяет субъектов экономической деятельности на добровольной и взаимовыгодной основе, что позволяет им конкурировать на туристических рынках разного уровня.

Как справедливо отмечает Л.Н. Федорец. «Кластеризация создает режим экономии за счет объединения возможностей всех предприятий и нахождение наиболее эффективного метода продвижения услуг на рынке. Внутри кластера обеспечивается высокая эффективность использования материалов и ресурсов, создание и применение высокоэффективных технологических процессов. Формирование экономических кластеров является важным и объективно обусловленным процессом, который способствует совершенствованию организационно-производственной структуры экономики и улучшению динамики ее развития. Определение результативности функционирования кластерных систем является важным фактором их развития» [8].

Исходя из вышеизложенного, в заключении статьи следует отметить, что туристический кластер является одной из форм организации производительных сил всех участников этой модели, которая предусматривает создание нового продукта на основе маркетинговых коммуникаций в туризме, который позволит им успешно конкурировать на туристических рынках.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Таджикистан «О туризме» (Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан 1999 год, №9, ст. 228; 2005 год, №12, ст. 641; 2009 год, № 5, ст.337)
2. Закон Республики Таджикистан «О внутреннем туризме» от 18 июля 2017 года, 1450
3. Стратегия развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 года, Постановление Правительства Республики Таджикистан от 1 августа 2018 года, №372
4. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма: [региональная экономика и агломерация взаимозависимых фирм] // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2007. Сент./окт. (№ 5). С. 43-62.
5. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Экономические проблемы развития сервиса и туризма, 2007. - № 2 - С. 51-61.
6. Белякова Е.В. Кластерный подход в развитии туристского бизнеса: монография / Е.В. Белякова, Н.В. Веретнова; Федер. агентство по образованию, Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т им. акад. М.Ф. Решетнева. Красноярск, 2006.
7. Ганущак-Ефименко Л.Н. Конкурентные преимущества кластерообъединенных предприятий на рынке // Актуальные проблемы экономики. – 2010, № 3 (105). - С. 143-147.
8. Л.Н. Федорец Оценка эффективности деятельности туристического кластера. Вектор науки ТГУ. Серия «Экономика и управление» № 1 (4), 2011
9. Porter M. The Competitive Advantage of Nations (Конкурентные преимущества стран) / М. Porter. - N.Y.: Free Press, 1990;
10. Портер М. Э. Международная конкуренция / М. Э. Портер; пер. с англ. под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
11. Портер М. Конкуренция. - Испр. изд. / М. Портер. - М.: Изд-во «Вильямс», 2005. - 602 с.

#### АННОТАЦИЯ

#### МОДЕЛИ КЛАСТЕРИИ ТАШКИЛИ БИЗНЕСИ САЙЁХӢ ДАР ШАРОИТИ МУОСИР

Мақола ба тартиби муайянсозӣ ва тафсири ташаккули кластерҳои сайёҳӣ ва ба низом даровардани омилҳое, ки ба таъсиси кластер дар Тоҷикистон таъсир мерасонанд, бахшида шудааст. Ба самаранокӣ кластерҳои сайёҳӣ дар шароити кунунии иқтисодӣ баҳо дода шуда, равандҳои ташаккули онҳо дар Тоҷикистон арзёбӣ карда шудаанд. Барои рушди бомуваффақияти кластерҳои сайёҳӣ, аз ҷумла, нуқтаи назари муаллиф оид ба муайян намудани ҷузъҳои сохторӣ ва функционалии

кластери сайёҳӣ; ба роҳ мондани муносибатҳо байни иштирокчиён; муайян кардани ҷолибияти сайёҳии маҳалли таъиноти рушди ташаббусҳои кластерӣ тавсияҳо таҳия карда шуданд. Ҳамкориҳои иштирокчиёни кластери сайёҳӣ ва самаранокии низоми рушди кластер дар асоси маҳакҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва экологӣ муайян карда шудаанд.

***Калимаҳои калидӣ:** фаъолияти сайёҳӣ, хизматрасониҳои сайёҳӣ, тиҷорати сайёҳӣ, ҳамгирӣ, кластер, кластери сайёҳӣ, ташаккули кластер, самаранокии низоми кластерӣ.*

#### **ANNOTATION**

#### **CLUSTER MODEL OF ORGANIZATION OF TOURISM BUSINESS IN MODERN CONDITIONS**

The article is devoted to the procedures for identifying and interpreting the formation of tourist clusters; systematization of conditions and factors affecting clustering in Tajikistan. The effectiveness of tourism clusters in the current economic conditions and the processes of their formation in Tajikistan has been assessed. Recommendations have been developed for the successful development of tourism clusters, in particular, the author's vision of determining the structural and functional components of a tourism cluster; establishing relationships and relationships between participants; determination of the tourist attractiveness of a destination for the development of cluster initiatives. The interactions of participants in the tourism cluster and the effectiveness of the cluster development system based on a set of economic, social and environmental criteria are determined.

***Key words:** tourism, tourism, tourism business, tourism services, integration, cluster, tourism cluster, cluster development, cluster system efficiency.*