

УДК 336.71

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ФОРМИРОВАНИЯ
ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ**

Д.В. Никитюк

Брестский государственный университет им.А.С. Пушкина, denikityuk@gmail.com

Анализ международного опыта развития кластеров свидетельствует о необходимости разработки вопросов, связанных с институциональной средой кластера, которая обеспечит поддержку кластерным инициативам, определит согласованность действий отдельных туристских предприятий и конкурентоспособность, создаваемого регионального туристского продукта. Институциональная

структура кластера образует базовую конструкцию общественно–экономических отношений при создании и реализации туристского продукта региона. Она же определяет правила, следование которым принесет выгоды для всех участников кластера по сравнению с их издержками и будет являться стимулом для экономического развития туристской отрасли региона. Институциональная среда туристских кластеров Брестского региона должна соответствовать уровню развития туристской отрасли, приоритетным направлениям развития туризма, значению туризма в региональной экономике.

В настоящее время туристская отрасль развивается не равномерно по территории Брестской области. Брестский регион испытывает динамические изменения роли в структуре экономики, который отражается в росте статистических показателей приема посетителей и доходов хозяйствующих субъектов отрасли. Для Барановичского и Пинского регионов данные темпы гораздо ниже, уровень развития туризма находится на стадиях становления и зарождения соответственно. В данных условия необходимо создание институциональной среды, которая была бы направлена на реализацию туристской кластерной политики в соответствии с уровнем развития отрасли. На этапе зарождения кластера необходимо, в первую очередь, обеспечить формирование института, который предоставил бы возможность для участия всех предприятий, занятых в создании туристского продукта региона в туристском кластере. Это требование достигается благодаря созданию равных условий для доступа к информации, ресурсам и участию в проектах всех участников кластера. Региональная администрация выступает в роли посредника, деятельность которой направлена на сотрудничество с бизнесом, развитие научных парков, бизнес–инкубаторов.

Для последующего этапа развития кластера в качестве цели выступает стимулирование высококачественного спроса, включающее в себя аккумулирование информации о новых перспективах развития, донесение до потенциальных потребителей инновационной составляющей производимых продуктов; развитие программ обучения. На этапе развития кластера наиболее целесообразно проводить туристскую политику, направленную на инфраструктурное и институциональное развитие. Цель всей региональной кластерной конструкции – системное развитие туризма в регионе. Наиболее сложным при образовании экономических кластеров является выстраивание организационно–управленческой системы, в основе которой должны быть положены критерии функциональности и прозрачности. Прозрачность в системе является обязательным атрибутом, который обуславливает эффективный механизм существования кластера, что является важным требованием со стороны инвесторов.

На рисунке представлена примерная институциональная структура организации субъектов туристских кластеров, которую целесообразно использовать при туристской политике для зарождающегося кластера.



Рисунок – Субъектно–организационная структура регионального туристского кластера

Ключевым элементом системы управления в предложенной организационной структуре кластера может стать «интегральный координационный совет», который представляет собой общественный совет с административными полномочиями в пределах кластера. В состав совета целесообразно включить местные и региональные органы власти, но не концентрировать в их руках абсолютные управленческие полномочия. В качестве руководства следует рассматривать совет из членов общественных организаций (некоммерческих объединений и туристских предприятий).

В Брестской области по данным национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2012 году зарегистрированы следующие типы предприятий, которые наиболее вероятно, в перспективе смогут образовать звено «главных субъектов» туристского кластера:

А) академическая среда: ВУЗы – (БрГУ им. А.С. Пушкина, ПолессГУ, БарГУ – специальность 89.01.01 «Туризм и гостеприимство»; БрГТУ – экономические специальности); ГНУ «Полесский агроэкологический институт»; Региональный центр по Брестской области ГНУ «НИЭИ Министерства экономики РБ»;

Б) гостеприимство и туризм: 73 предприятия, имеющие туроператорскую, либо турагентскую лицензию; 70 гостиниц, либо аналогичных средств размещения;

В) транспорт и логистика: более 150 предприятий, оказывающих услуги в пассажирских перевозках.

Туристские кластеры в субъектно–организационной структуре являются более устойчивыми образованиями, которые функционируют без дополнительных нормативно–организационных мероприятий и участия курирующих административных ведомств, но при этом нуждаются в создании бизнес среды. Роль региональной администрации должна сводиться к созданию условий реализации принципа *устойчивости*, предложенного Дж. Нэшем [1]. Согласно «принципу Нэша», условия компромисса должны быть такими, чтобы участник, нарушивший договоренность, получил меньше, чем ему полагалось получить по договоренности. Использование первоначально государственной инициативы для развития и поддержки кластеров позволит избежать сложностей координации действий основных институтов кластера и создаст нормативные условия для существования кластеров. Государственные органы и органы местного самоуправления должны активно поддерживать инициативы предпринимателей, обеспечивая благоприятный бизнес–климат, приоритет при аренде земельных участков, ослабление административных, бюрократических процедур и т.д. Со стороны государственных органов необходимо обеспечить сохранение рекреационных ресурсов территорий. Роль бизнес сообщества состоит в создании уникальных и конкурентоспособных турпродуктов, позволяющих четко идентифицировать территорию и привлечь большое количество посетителей, а также в совместном обсуждении проблем, препятствующих развитию кластера, и разработке предложений, инициатив, которые позволят их преодолеть. Создание институциональной среды позволит выработать единые правила, стандарты обслуживания и контроля над их выполнением. Результатом появления благоприятной институциональной среды будет являться реализация совместных проектов, в том числе совместной маркетинговой политики, с целью создания известного и узнаваемого облика территории.

Список использованных источников:

1. Nash, J.F. The work of John Nash in game theory / J.F. Nash // Economic sciences, 1991–1995 / ed. by T. Persson. – Singapore, 1997. – 247 p.