



Стратегия развития региональной экономики через кластерные образования

И.И. Романенко, М.И. Романенко

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Аннотация: Материал основан на результатах обследований деловой активности российских предприятий и организаций Челябинской области, в том числе: крупных и средних промышленных предприятий; строительных фирм; организаций розничной торговли, сферы услуг, туризма и общественного питания. Полученные заключения в результате проведенных исследований опираются на информацию официальных органов Челябинской области, Росстат управления и отчеты предприятий. В результате чего сделано заключение о необходимости совершенствования туристической инфраструктуры, широкого внедрения современных технологий в туристический бизнес с созданием на территории Челябинской области единого туристического кластера с ориентацией на межотраслевое сотрудничество. Создание регионального туристического кластера способствует наиболее эффективному использованию интеграционного процесса в распределении инвестиционных ресурсов региона.

Ключевые слова: факторы, производство, строительство, туризм, инвестиции, привлекательность, туристический кластер, управление.

Анализ экономического развития экономики Саткинского муниципального района за 2016 год показал, что существует недостаточный спрос на производимую продукцию и оказываемые услуги в таких отраслях как: добыча полезных ископаемых, обрабатывающей, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, строительство, транспорт, туризм, а также на услуги культурно-оздоровительного сектора [1,2]. Представители различных организаций высказывают мнение, что такая ситуация является существенным тормозом на пути оздоровления экономической ситуации в муниципальном районе и регионе.

Ограниченность свободных финансовых средств у предприятий малого и среднего бизнеса, высокие налоговые ставки по кредитованию не позволяют обеспечить производство трудовыми и материально-техническими ресурсами, что существенно снижает благосостояние населения и увеличивает число безработных [2]. Это стимулирует такие

негативные стороны экономики как: снижение потребительского спроса на производимую продукцию, возможность привлечения в производство высококвалифицированных специалистов, рост миграции трудоспособного населения, снижение платежеспособности населения и в конечном счете инновационно-инвестиционную привлекательность региона. Такая ситуация может охарактеризоваться как «неопределенность экономической обстановки»[3]. Поэтому для разрешения такой ситуации необходимо разработать стратегию развития и поэтапное решение определенных экономических задач:

- создание условий для устойчивого экономического роста за счет темпов роста добывающей, обрабатывающей, строительной, транспортной и туристской индустрии;

- повышение уровня и качества жизни населения за счет создания дополнительных рабочих мест, активного использования природного ресурсного потенциала малыми и средними предприятиями, создания условий для своевременного оказания туристических и оздоровительных услуг;

- повышение конкурентоспособности экономики и инновационно-инвестиционной привлекательности за счет диверсификации;

- обеспечение сбалансированного развития сопутствующих предприятий и услуг туристическому бизнесу (строительство, транспорт, логистические услуги, торговля, общественное питание, гостиничный бизнес, здравоохранение).

- создание единого туристического кластера в Челябинской области.

В основу анализа конкурентных преимуществ в производственно-экономической ситуации положен принцип системного подхода на основе гибкого планирования в условиях факторной неопределенности. При этом учитываются изменения инновационно-инвестиционной привлекательности

деятельности предприятий при использовании интегрированных структур и реализации инвестиционных проектов.

Влияние туризма на развитие строительной отрасли посредством мультипликативного эффекта можно рассмотреть в разрезе привлекательности дальнейшего развития экономики муниципального района Сатки. Мультипликативный эффект от туризма относится к изменению экономической активности предприятий в результате изменения положения сопутствующих предприятий других отраслей[4].

Мультипликативный эффект туризма основан на том, что прибыль, полученная туризмом распределяется и по другим предприятиям экономического сектора. Туристическая деятельность не является отдельной и самостоятельно существующей, а она находится во взаимосвязи со всеми секторами экономической деятельности [4,5]. Например, чтобы удовлетворить спрос туристов, потребитель туристических услуг не ставит во главу угла только природные достопримечательности, туристические и санаторные курорты, его интересуют в первую очередь условия проживания, комфортность, безопасность, транспортная независимость, возможность знакомства с местной кухней и конечно же финансовая составляющая.

При этом туристы в местах комфортного размещения могут принести иностранную валюту не только гостинице, но секторам сопутствующим туристическому бизнесу. В тоже время, сопутствующий бизнес для своего развития и соответствия современным требованиям перераспределяет полученные доходы в другие сектора экономики. Это доказывает, что туризм является важным сектором экономики не только района, но региона. В этом проявляется мультипликативный эффект в период выхода из кризисного состояния экономики.

И чем более развит туризм, тем большее воздействие может оказывать на другие сектора в результате эффектов мультипликативного эффекта.

Вклад туризма в развитие экономики находится в прямой, косвенной и индуцированной зависимостях. Исследователи [6] предполагают, что прямой доход в туризме достигается от продаж услуг. Различные отрасли экономики, напрямую связанные с туристами и услугами являются первыми бенефициарами туристических расходов. Это отели, рестораны, туристические курорты, и это лишь некоторые из них. Однако доходы, полученные от предоставления первичных услуг туристам, не являются чем-то конечным, доходы получают и в других секторах экономики влияющих на развитие региона в целом. Особенно быстрыми темпами аккумулируется прибыль в логистических центрах по продвижению услуг - это интернет, онлайн продажи и рекламы своих возможностей, что особенно важно, когда дело доходит до малых гостиничных сетей и организации делового туризма. Таким образом, прямое влияние рассматривается как результат вложения финансовых средств туристов в туристские предприятия, включая создание новых рабочих мест, расширение возможностей предприятий и конечно же заработная плата работников.

Косвенный эффект проявляется в повторении затрат туристов на приобретение товаров и услуг в определенное время и в определенном месте. Выгоды, получаемые непосредственно от туристов, распространяются на другие предприятия и учреждения сопутствующие туристическому бизнесу что позволяет им развиваться синхронно с туристической деятельностью.

Индуцированный эффект образуется на основе заработной платы сотрудников туристических предприятий, и средств получаемых сопутствующими предприятиями. Примерно 60% заработной платы расходуется на покупку товаров и услуг местных предпринимателей, которые, которые также расходуют прибыль на зарплату и приобретение товаров для удовлетворения собственных потребностей.

Эти расходы развивают такие сектора как жилье, продовольствие, торговлю, транспорт, образование и здравоохранение. Этот процесс представляется как постоянная цепь событий «расходы - доходы – расходы».

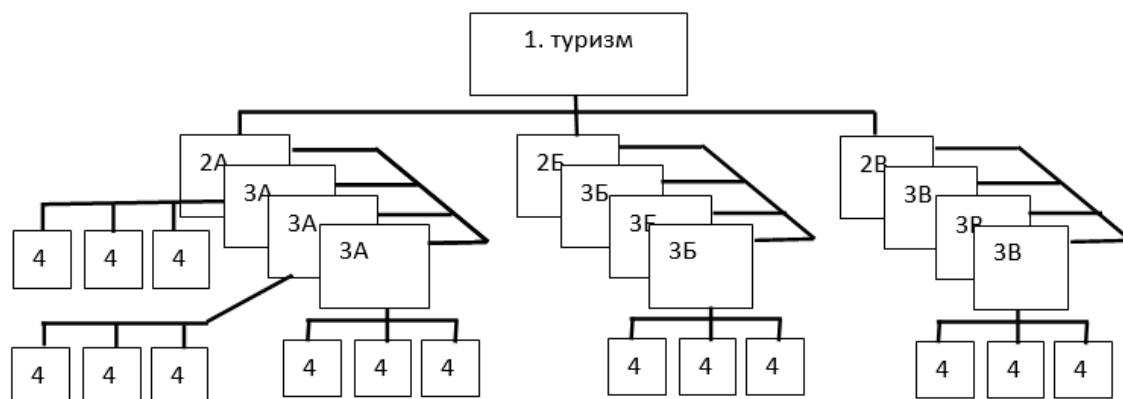


Рис.– 1: Эффект мультипликативного туризма.

На рис.1 представлены четыре уровня развития и соответственно распределение финансовых средств между сопутствующими туризму предприятиями экономики:

1. Сектор туризма: это точка начала туристического бизнеса. Доход полученный на этом этапе распределяется между всеми участвующими в бизнесе. Активное влияние на развитие бизнеса минимально, поскольку деятельность предприятий поддерживается за счет инвестиций.

2. Прямые эффекты: На втором уровне схемы показано включение в бизнес строительной отрасли, транспорта, торговли. Причем туристическая активность позволяет распределять наличные средства туристов непосредственно через туристических операторов между сопутствующими бизнес организациями, которые напрямую связаны с туристами. Эта операционная фаза позволяет денежным средствам более активно внедряться в экономику муниципального района.

3. Косвенные эффекты наблюдаются на третьем уровне, где соответствующие отрасли, поддерживающие развитие туристического бизнеса, процветают в результате получения дополнительной прибыли от оказания разнообразных услуг туристическому бизнесу. Эти предприятия различных отраслей народного хозяйства получают возможность полученный доход направить на вознаграждение своих работников и бизнесменов.

4. Индуцированный эффект образуется в различных отраслях экономики за счет получения доходов от прямого или косвенного или от совокупного туристического бизнеса. Эти доходы расходуются на развитие других видов экономической деятельности, что позволяет развиваться всей экономике.

Это говорит о том, что затраты, связанные с организацией самого туристического бизнеса значительно меньше, чем прибыль, полученная в результате реализации туризма в таких секторах экономики как: строительство, торговля, транспорт, логистика и культурно-оздоровительный. Чем больше будет количество интегрированных в туризм предприятий других секторов экономики, тем больше получит район или регион прибыли. Это еще раз подтверждает мультипликативный эффект в развитии туристического бизнеса.

Учитывая, что туризм не может развиваться обособленно, необходимо также поддерживать дополнительные секторы, которые способны поддерживать туристическую деятельность на современном уровне. Например, туризм нуждается в безопасности, постоянной связи, доступных транспортных услугах, современных гостиничных комплексах и номерах, доступной медицинской помощи и в достаточном количестве посадочных мест общепита и ресторанов.

Туризм [7] способствует развитию экономики в том случае, если обеспечивает большой приток иностранной валюты в развитие межотраслевого промышленного комплекса, что способствует росту занятости населения и повышению благосостоянию.

Но туризм может оказывать и негативное влияние на развитие экономики, если существует отрицательная межотраслевая связь (если она развивается за счет других таких отраслей, как сельское хозяйство или строительство), проявляется сильная тенденция к вывозу продуктов питания, но в тоже время проявляется высокая доля импорта [8]. Получается, что туристический бизнес развивается за счет других отраслей народного хозяйства. Инвесторы и государство должны в первую очередь осуществлять вливание инвестиций в сектора экономики с высокой нормой прибыли. В случае если, например, туристический бизнес конкурирует с добычей нерудных материалов строительной индустрии, вместо того, чтобы отдавать эту землю добывающему производству с небольшой производительностью, лучше использовать его для туризма, если от этого ожидается получения большей доли доходов. Тогда получаемые доходы от туризма за счет эффективного использования земельных участков в интересах туристического бизнеса, могут использоваться для повышения производительности добычи нерудных материалов на других карьерах, например, путем замены устаревшего оборудования.

Таким образом, туризм за последние десять лет в регионе не смог добиться устойчивого роста и перейти в наиболее динамично развивающийся сектор Челябинской экономики. Это достижение можно отнести к недостаточной разработке и реализации стратегии развития, причем направленной на консолидацию «структурной конкурентоспособности» туризма с использованием существующих социальных и культурных

ценностей региона, а также созданию долгосрочных устойчивых конкурентных преимуществ.

Из анализа полученных данных (табл.1) видно, что финансирование развития туризма в регионе идет по возрастающей с 2012г по 2013г, а затем объем финансирования резко снижается и достигает минимального значения за рассматриваемый период в 2016г. Общий объем финансирования программы развития туристического бизнеса в период с 2012 по 2016г составляет 13209544,4 тыс. рублей.

Таблица.1

Распределение финансирования туристического бизнеса Челябинской области

Источники финансирования	Объемы финансирования по годам, тыс. руб.				
	2012	2013	2014	2015	2016
Областной бюджет	–	158500,0	162050,0	183720,0	157425,0
Местный бюджет	17706,5	11863,1	20037,6	14390,2	7740,0
Внебюджетный источник	1615500,0	4367800,0	3320900,0	2636400,0	535512,0
Итого	1633206,5	4538163,1	3502987,6	2834510,2	700677,0

Сдерживающим эффектом выступили кризисные явления в экономике страны [9] и санкционные мероприятия, направленные Америкой и западной Европой против России. Туризм выжил и намечаются мероприятия на стимулирование его развития.

Челябинская область является привлекательным местом для туризма, с её живописными горными хребтами, горной тундрой и лугами, подгольцовыми редколесьями, реликтовыми лесами и северными степями, пейзажами сельской местности и экологическими заповедниками (многое еще предстоит изучить). Её суровый климат, историческое и культурное наследие позволяют добавить в общую картину региона образовательный уровень населения, улучшенную инфраструктуру дорог с развитой сетью коммуникаций. Эти экономические преимущества дополняют проводимую

экономическую политику региональным правительством на развитие малого и среднего предпринимательства. Челябинская область в Уральском регионе является вторым по популярности туристическим направлением.

Стратегия дальнейшего развития регионального туризма, в контексте с санкциями, направленными на сохранение экономического кризиса в российской экономике, ориентируется на создание туристического кластерного (ТК) образования, который позволит расширить возможности по привлечению инвестиций в регион. Концепция развития устойчивого туризма на основе ТК рассматривается в контексте с его всеобъемлющим расширением и при этом не нанося ущерба природной, городской средам, а также сохраняя культурное наследие местных общин. В рамках этой концепции ожидается получить туристами высококачественный товар туристического бизнеса.

Значительные ресурсы были направлены областью на такие инфраструктурные проекты как создание транспортного центра в районе аэропорта «Баландино» и подходящих к нему автотрасс, совершенствование железнодорожных станций, дамб и реконструкция существующих объектов туристического наследия и непосредственно в туристический сектор [10].

Туристический бизнес не только важен сам по себе, но он служит для стимулирования других секторов экономики. Реальная проблема заключается в том, как туризм может способствовать развитию и консолидации секторов национальной экономики, которые не в полной мере являются конкурентоспособными на мировом уровне. Тем не менее, стимулирование роста туристического спроса в регионе было определено в основном за счет использования туристическими предприятиями продукции российских производителей и диверсификации оказываемых услуг.

Недостаточность финансовых ресурсов, отсутствие свободных каналов доступа к рынкам услуг зарубежном [11], а также отсутствие собственного

опыта в туристских операциях привели к необходимости создания совместных предприятий различных типов с иностранными организациями и капиталами.

Создание туристического кластера продиктовано стремлением круглогодичного функционирования бизнеса с равномерной загрузкой туристической инфраструктуры, достопримечательности, чтобы гарантировать постоянный поток посетителей, а также повторные посещения. Разнообразие услуг и многогранность - это ключ к достижению поставленной цели.

Диверсификация того, что предлагает челябинский туризм, заключается в том, чтобы в полной мере использовать свою разнообразную географию, социально - экономические и культурные возможности для охвата всех сегментов рынка и самого большого мирового рынка туристических услуг [12]. Этому препятствует лишь широкое колебание спроса на туристические услуги в зависимости от сезона к сезону.

Существенные спады потребностей у населения на туристические услуги могут поставить под угрозу макроэкономическую стабильность. Туризм в Челябинской области - это балансирующий цикл который стремится найти равновесие в сезонных потоках, географических направлениях и туристическом предпочтении.

Хочется отметить, что на наш взгляд развитие делового туризма позволит продлить продолжительность туристического сезона, а точнее сгладить пиковые нагрузки на туристические услуги, ее инфраструктуру и обеспечит круглогодичную занятость населения.

В тоже время, областное правительство должно разработать способы поощрения инвестиционных вложений в туристический бизнес, отели и транспортную инфраструктуру и особенно стимулировать привлечение иностранного капитала в бизнес.

Литература

1. Новоселова Н.Н. Направления эффективного использования образовательного, научно-технического и инновационного потенциалов для решения социально-экономических задач в регионе. // Инженерный вестник Дона. 2011. № 1. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2011/366.
 2. Axelrod R. The Complexity of Cooperation. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1997. 145 p.
 3. Романенко И. И., Романенко М.И. Целесообразность применения гибкого планирования как метода управления деятельностью предприятий стройиндустрии инвестиционно–строительного комплекса. // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал №1 (49), 2017. с.28-36
 4. Fil O.A. Project Cost Management //Materials of the XI International scientific and practical conference, «Trends of modern science», - 2015. Volume 5.Economic science. Sheffield. Science and education – pp. 92-96.
 5. Романова Г. М., Матющенко Н. С. Исследование основных тенденций развития внутреннего туристского рынка (на примере Краснодарского края) // Вестник СГУТиКД. 2012. № 3. С. 28-36.
 6. Хрусталеv Б.Б. Экспертная оценка факторов, влияющих на эффективность развития региональной кластерной системы. / Б.Б. Хрусталеv, Е.В. Дурандина // «Экономика переходного периода: проблемы теории и практики». Сборник научных трудов, ПГПУ им. Белинского, Пенза, 2004.С.179.
 7. Dasgupta PS, Ehrlich PR. Pervasive externalities at the population, consumption, and environment nexus. Science. 2013; pp.324–328. doi: 10.1126/science.1224664.
 8. Романенко М.И. Механизм развития малых и средних предприятий деревопереработки региона. / М.И. Романенко, И.И. Романенко // Сборник
-

научных трудов международной научной конференции «Наука и образование: проблемы развития строительной отрасли». Пенза, ПГУАС, 29-30 ноября 2012. – 169 с.

9. Побегайлов О.А. Выработка решений в период кризиса и условиях неопределенности//Инженерный вестник Дона, 2013. №2 URL: ivdon.ru/magazine/archive/n2y2013/1730.

10. Побегайлов О.А. Инвестирование в нестабильной экономической системе // Terra Economicus. 2012. Т. 10. № 2-2. - С. 35-38.

11. Областная целевая программа "Развитие туристско-рекреационной деятельности в Челябинской области на 2011-2016 годы" URL: rg.ru/2011/11/07/chelyab-turizm-reg-dok.html.

12. Петренко Л.К., Богомазюк Д.О. Организационная эффективность как элемент стратегии развития предприятия // Инженерный вестник Дона, 2016, №1 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2016/3555.

13. Lambert C., Sponem S. Roles, Authority and Involvement of the Management Accounting Function: A Multiple Case-study Perspective. European Accounting Review. Sep. 2012, Vol. 21 Issue 3, pp. 565-568.

References

1. Novoselova N.N. Inženernyj vestnik Dona (Rus). 2011. № 1. URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2011/366.

2. Axelrod R. The Complexity of Cooperation. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1997. 145 p.

3. Romanenko I.I., Romanenko M.I. Regionalnaya ekonomika i upravlenie: elektronnyj nauchnyj zhurnal №1 (49), 2017. pp.28-36.

4. Fil O.A. Materials of the XI International scientific and practical conference, «Trends of modern science», 2015. Volume 5. Economic science. Sheffield. Science and education. pp. 92-96.



5. Romanova G. M., Matyushhenko N. S. Vestnik sgtikd. 2012. № 3. pp. 28-36.

6. Hrustalev B.B., Durandina E.V. Jekonomika perehodnogo perioda: problemy teorii i praktiki. Sbornik nauchnyh trudov, PGPU im. Belinskogo, Penza, 2004. P.179.

7. Dasgupta PS, Ehrlich PR. Science. 2013; pp.324–328. doi: 10.1126/science.1224664.

8. Romanenko M.I., Romanenko I.I. Sbornik nauchnyh trudov mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii «Nauka i obrazovanie: problemy razvitija stroitel'noj otrasli». Penza, PGUAS, 29-30 nojabrja 2012 – 169 p.

9. Pobegajlov O.A. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2013. №2 URL: ivdon.ru/magazine/archive/n2y2013/1730.

10. Pobegajlov O.A. Terra Economicus. 2012. V. 10. № 2-2 pp. 35-38.

11. Oblastnaya celevaya programma "Razvitie turistsko-rekreacionnoj deyatel'nosti v Chelyabinskoj oblasti na 2011-2016 gody" URL: rg.ru/2011/11/07/chelyab-turizm-reg-dok.html.

12. Petrenko L.K., Bogomazyuk D.O. Inženernyj vestnik Dona (Rus), 2016, №1 URL: ivdon.ru/ru/magazine/archive/n1y2016/3555.

13. Lambert C., Sponem S. Roles, Authority and Involvement of the Management Accounting Function: A Multiple Case-study Perspective. European Accounting Review. Sep. 2012, Vol. 21 Issue 3, pp. 565-568.