

УДК 338.488 (476)

## ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Шахнович С.В., доцент, кандидат экономических наук,*

*Шахнович Е.С. старший преподаватель,*

*УО «Витебский государственный университет им. П.М. Машерова»,*

*г. Витебск, Республика Беларусь*

Процессы глобализации, усиления конкуренции, мировой финансовый кризис, развитие информационно-компьютерных технологий, растущая взаимосвязь между рынками капитала и новыми технологиями, усиление социальной ориентации, масштабный характер создания и использования знаний, технологий, продуктов, услуг, обусловили возникновение кластеров как институциональной основы инновационного развития регионов и страны в целом. Для всей экономики государства кластеры исполняют роль «точек роста» внутреннего рынка.

Преимущества территориально-производственных комплексов и корпоративно-кластерной структуры экономики обосновывали в своих исследованиях ЯМ. Александрович, А.А. Быков, С.С. Полоник, В.В. Пинигин. Вопросы государственно-частного партнерства и социального капитала исследовали И.В. Новикова, В.С. Фатеев. [1]

Особое место кластерная форма организации приобретает в туризме. Центральным содержанием кластера в сфере туризма выступают туристские ресурсы, именно им принадлежит решающая роль в развитии туризма, так как они в большей степени являются основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках.

Сущность туристских ресурсов заключается в том, что они являются основой для формирования туристского продукта, и, соответственно, планирования и развития туризма. Определение видов, специфики ресурсов оказывает влияние на спрос на туристские продукты и опосредованно - на формирование и поддержание всей туристской инфраструктуры. Идентификация туристских ресурсов дает возможность для определения необходимых элементов кластера. При этом, уникальность туристских ресурсов, местные традиции и культура отдыха оказывают влияние на выбор специфики туристского кластера, на процесс его формирования и определения основных туристских продуктов.

В состав кластера также входят туристские фирмы, главными задачами деятельности которых - является создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, поддержание стандарта обслуживания. Концентрация усилий на создании многообразных туристских продуктов способна заинтересовать требовательного туриста (внутреннего или иностранного). При формировании туристского кластера необходимо идентифицировать его географические границы и учитывать климатические факторы, которые относятся к природным условиям. Географические границы во многом создают транспортные коммуникации (состояние автомобильных дорог, развитие малой авиации, водного транспорта), которые соединяют между собой основные центры притяжения туристов. Географические границы кластера зависят и от специфики туристских ресурсов, исторических особенностей развития территории, включая климатические условия и рельеф местности.

Кластер функционирует только в определенной среде, а именно в благоприятных условиях (политических, социокультурных, экономических, природных), которые представляют собой совокупность внешних факторов, обеспечивающих конкурентоспособность туристских услуг. Экономическая среда определяется уровнем развития экономики и уровнем жизни населения, которые оказывают огромное влияние на стоимость и спрос на товары и услуги, в особенности туристского назначения. К экономическим условиям относятся инвестиционный климат на территории кластера, который способен обеспечить развитие основных элементов кластера. Количество и качество трудовых ресурсов являются также значимыми при функционировании кластера. Все организации - участники кластера - нуждаются в профессионалах туристского бизнеса. Поэтому особое место в них занимают научно-исследовательские институты разного профиля, присутствие которых способствует всестороннему анализу составляющих кластера, его возможностей развития, а также динамичному развитию научного туризма.

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности как туристов, так и территории. Это выражается во взаимосвязи («транспорт - средства размещения - питание») как основных услуг кластера, так и во взаимосвязях («государственное управление - коммерческие организации - научно-образовательные учреждения»).

Эффективная работа всех элементов туристского кластера помогает не только значительно пополнять бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру территорий.

В мире есть территории, которые уже зарекомендовали себя как успешно функционирующие туристские кластеры: побережья Средиземного и Адриатического морей, Карибского бассейна; Объединенные Арабские Эмираты; горнолыжная индустрия Альпийского региона; развлекательная индустрия в Лас-Вегасе и Голливуде.

В Республике Беларусь кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться. Примерами территорий, которые обладают ресурсами и возможностями для формирования и развития туристских кластеров, являются: Полесский и Придвинский регион, рекреационные зоны на Браславских озерах, озера Нарочь, Белое и др.; а также территории сельских регионов Брестской и Гродненской областей. Сегодня в Беларуси уже есть примеры деятельности кластеров: успешно сотрудничают между собой представители различных направлений в Воложинском районе, что позволило не только разработать «зеленый маршрут» «Воложинские гостинцы», но и сделать его чрезвычайно популярным. Начинают работать кластеры в Копыльском и Сморгонском районах и др.

Формирование туристских кластеров в Беларуси будет способствовать переключению интереса туристов с зарубежных поездок на внутренний туризм: в те места, где сохранились историческая среда, национальный колорит, экзотика и белорусское гостеприимство в сочетании с необходимой инфраструктурой и высоким качеством обслуживания.

По версии разработчиков ГСКТО Республики Беларусь (в последней редакции 2000 года) в качестве городов с высоким туристско-рекреационным потенциалом названы - Каменец, Лиозно, Ушачи, Житковичи, Новогрудок, Мядель и Вилейка.

Для создания кластера необходимы определенные компоненты: географическая близость субъектов, наличие уникальных предложений, близость туристических рынков, наличие инноваций, кооперация и координация, совместные мероприятия, качество и образование.

При разработке туристических кластеров необходимо:

- выявить и обосновать какие населенные пункты в Беларуси подходят для создания на их базе (вокруг них) туристических курортов (кластеров);

- провести районирование, определить земельные участки на берегах водоемов, в лесных угодьях (особенно неподалеку от транспортных магистралей) для строительства гостиничных комплексов;

- сконцентрировать бюджетные средства на создании в Беларуси туристической инфраструктуры в 2-3 городах (и в их близи), а не распыление средств на создание туристической инфраструктуры по всей территории Беларуси;

- произвести выставление подготовленных земельных участков на аукцион для частных инвесторов и последующее строительство на них гостиничных комплексов.

Реализация кластерных туристических проектов будет способствовать: росту въездного и выездного туризма, развитию инфраструктуры туризма, устойчивому развитию малых городов и сельских поселений, увеличению занятости населения в туристической отрасли,

Кластеры будут повышать экономический уровень страны в целом. Поэтому, несмотря на то, что до 2010 года слово «кластер» вообще не упоминалось в законодательной базе и не звучало ни в каких документах, необходимо целенаправленно вести работу в этом направлении, учитывая, что туристические кластеры - это будущее белорусского туризма, интересная перспектива и хорошая возможность для привлечения туристов.

Список использованных источников

1. Яшева Г. А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятия в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства / Г. А. Яшева. – УО «ВГТУ». – 2009.

УДК: 338.45

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ  
КООПЕРАЦИЯ В ЮЖНО-АЗИАТСКОМ РЕГИОНЕ:  
РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ И ВЬЕТНАМ**

*Шмарловская Г.А., декан факультета международных экономических отношений,  
УО «Белорусский государственный экономический университет»,  
г. Минск, Республика Беларусь*

Республика Беларусь, решая проблемы вхождения в мировую экономику, активизирует деятельность по разнообразным формам международных экономических отношений. В том числе особое значение отводится углублению международной производственной кооперации, которую правомерно рассматривать как основу для наращивания объемов внешней торговли и географической диверсификации экспорта.

В связи с этим в настоящее время созданы «точки опоры» на различных континентах мира. Так, Венесуэла является основой для выхода на рынки стран Латинской Америки.

В Южно-Азиатском регионе сформировались стабильные отношения с рядом государств и своеобразной точкой становится **Социалистическая Республика Вьетнам**. Это предопределено рядом обстоятельств.

В **Социалистической Республике Вьетнам** с начала 90-х годов XX в. реализуется политика превращения ее в индустриально развитую страну мира с помощью иностранных инвестиций и построения экспортноориентированной экономики. В настоящее время Вьетнам является одной из самых динамично развивающихся стран в мире с мощным торгово-промышленным узлом Юго-Восточной Азии (до глобального финансового кризиса экономика Вьетнама росла в среднем на 7—8 % в год). Приток иностранных инвестиций способствовал развитию ряда важнейших отраслей промышленности, среди которых нефтегазовая, производство цемента, стали, электроники, швейно-текстильных изделий, переработка сельскохозяйственной продукции, автомобилестроение, производство мотоциклов. А также развитию разнообразных экономических зон — экспортного производства, концентрированного промышленного производства.

С целью повышения уровня своего развития и достижения достойного места в мировой экономике Вьетнам прилагает усилия по расширению форм взаимоотношений со странами мира. Положительно, что при этом он переходит от развития преимущественно торговых отношений к более сложным формам, среди которых международная производственная кооперация, миграция капитала, научно-техническое сотрудничество и пр.

Для Республики Беларусь Социалистическая Республика Вьетнам является основным партнером в Юго-Восточной Азии. Среди уже сложившихся и перспективных **форм сотрудничества** между странами являются следующие:

**А) Внешняя торговля.** Внешнеторговый товарооборот Беларуси с Вьетнамом за 2012 г. составил 184,7 млн. долларов США (98,2 % по отношению к аналогичному периоду 2011 г.). В том числе: объем белорусского экспорта – 156,1 млн. долларов США (95,0 %), импорт вьетнамских товаров в Республику Беларусь – 28,5 млн. долларов (119,8 %). Сальдо внешней торговли товарами сложилось положительным в сумме 127,6 млн. долларов.

Важными **статьями экспорта** во Вьетнам являются калийные удобрения, машинокомплекты грузовой техники, карьерные самосвалы, шины, тракторы, товары специального назначения, подшипники, металлопродукция. В Беларусь из Вьетнама **импортируются** средства связи, офисное оборудование, морепродукты, рис, орехи, обувь, одежда, натуральный каучук, переработанные тропические фрукты, чай, специи, кофе.