

Медведева Г.Б., к.э.н., доцент, Захарченко Л.А., к.э.н., доцент,
Брестский государственный технический университет,
г. Брест, Республика Беларусь,
medgb@mail.ru, luda_az@bk.ru

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕГИОНЕ

Туризм в современном мире стал важной отраслью национальной экономики и одно из ключевых направлений диверсификации экономики. Во-первых, туризм является источником экономического роста. Во-вторых, сфера туризма занимает одну из ключевых, бюджетообразующих позиций. В Китае, например, доля туризма во внутреннем валовом продукте, без учета смежных отраслей, эквивалентна 167 миллиардам долларов. В Штатах туротрасль даёт ежегодно 400 миллиардов долларов, в небольшой Франции – 97 млрд. долларов. По оценкам всевозможных экспертных организаций, в прошлом году мировой туристический поток достиг отметки в 935 миллионов человек. Говоря простым языком, каждый седьмой житель нашей планеты – турист. И это только начало, согласно тем же прогнозам к 2020-му году произойдет двукратный рост турпотока [1].

В связи с этим, а также с тем, что Брестская область характеризуется самым низким промышленным потенциалом среди других регионов страны, изучение туристско-рекреационного потенциала территории, составляющей ключевую ось урбанизации области, весьма актуально.

В прошлом году в нашей стране было 749 действующих туристических предприятий, которые отчитались перед Белстатом. Из них только около 15% занимаются въездным туризмом. Такая же тенденция характерна и для Брестского региона [2]. Таким образом, можно констатировать, при том, что Брестский регион имеет высокий туристско-рекреационный потенциал, состояние внутреннего и въездного туризма в области не соответствует имеющемуся потенциалу. Одной из причин такого положения является крайне медленное развитие материально-технической базы в сфере туристической индустрии, которая находится в прямой зависимости от устойчивого финансового обеспечения, а именно от бюджетного финансирования или инвестиций. Однако, что касается бюджетного финансирования, то особенностью государственной программы развития туризма на 2011-2015 годы является снижение его доли, то есть приоритет отдается внебюджетным источникам. Бюджетная емкость программы – только 12% от ее стоимости. Остальное – кредитные ресурсы, собственные средства предприятий и организаций, иностранные инвестиции.

К тому же, бюджетное законодательство не стимулирует использование ресурсного потенциала предпринимательского сектора для целей снижения нагрузки на бюджеты всех уровней при финансировании создания новых, модернизации существующих и эксплуатации действующих объектов публичной собственности (не работает мультипликативный эффект бюджетного рубля). Частный бизнес и сам не очень активно решает посильные ему задачи в области развития въездного туризма, для него более привлекательным является заниматься выездным туризмом.

Таким образом, средства бюджетов всех уровней, инвестиционного фонда и бизнеса ограничены. Отсюда в сегодняшних условиях остро встает проблема создания новых инструментов финансирования сферы туризма на разных уровнях власти. Опыт показывает, что стратегически и экономически выигрывает только тот регион, где будут объединены усилия бизнеса и политического ресурса. И здесь основным методом объединения интересов и средств развития туризма может стать государственно-частное партнерство. Как показывает мировая практика, ГЧП является самой быстрой и эффективной формой развития туризма. Именно этот путь избрали все без исключения страны, которые находятся в авангарде мирового туризма. ГЧП, в данном случае, можно рассматривать как привлечение на контрактной основе органами власти частного сектора для более эффективного и качественного исполнения задач, стоящих перед государством, на условиях компенсации затрат, разделения рисков, обязательств и компетенций.

Исходя из этого, основными целями такого партнерства является привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры и продвижение туристического потенциала региона. Государственно-частное партнерство широко используется в туризме при реализации инфраструктурных проектов, в международном маркетинге и рекламной деятельности, в проектах по сохранению и развитию туристско-рекреационных ресурсов. ГЧП может стать основным финансовым рычагом для обеспечения сохранности, реставрации, защиты и популяризации памятников истории и культуры. Здесь используется простой и понятный механизм: привлекательность объекта наследия увеличивает туристский поток, а это, в свою очередь, влечёт за собой увеличение инвестиций и доходов, часть которых может и должна быть использована на содержание объекта наследия. Посредством ГЧП можно осуществлять инфраструктурную застройку территорий, прилегающих к памятникам, строительство спортивных и развлекательных центров в управление историко-культурными комплексами. В мировой практике накоплен определенный опыт создания экономических зон туристско-рекреационного типа, туристических комплексов, которые базируются на государственно-частном партнерстве, когда государственные и частные средства вкладываются в развитие туризма на конкретной территории.

В конечном итоге это будет способствовать развитию культурно-национальной самобытности нашего народа, созданию благоприятных условий для развития туризма, а также содействие повышению привлекательности посещаемости Беларуси в туристических целях в мировом сообществе.

Государственно-частное партнерство в туризме предусматривает эффективное взаимодействие всех органов власти, туристского бизнеса, научных и общественных организаций. Данное партнерство дает возможность привлечь малые

региональные туристские предприятия при формировании инвестиционного портфеля заказов на туристские объекты, в которых традиционно участвуют только крупные предприятия.

По сравнению с другими механизмами финансирования ГЧП базируются на различных целях и интересах партнеров. Успешное осуществление данного партнерства на местном уровне возможно только при условии достижения баланса этих интересов, на основе объединения ресурсов всех заинтересованных субъектов. Это, в свою очередь, может служить гарантом устойчивого развития туристской отрасли в регионе, наиболее полно использовать туристический потенциал региона и появления возможностей мультипликационного эффекта для развития смежных отраслей.

Помимо интересов, у каждого партнера существуют и свои обязательства. Так государство, выступая носителем общественных интересов, разрабатывает программы стратегического назначения по развитию туристической сферы в регионе; занимается вопросами упрощения туристских формальностей (визовый, миграционный режим), способствует развитию и обеспечению системы контроля предприятий туристической индустрии (классификация, сертификация услуг, стандартизация, аттестация); разрабатывает нормативно-правовые акты, необходимые для эффективной работы ГЧП. В функции государства входит создание и продвижение на внутреннем и мировом рынках качественного белорусского туристского продукта, посредством некоммерческой имиджевой рекламной кампании всей страны, поскольку создание благоприятного образа Беларуси является исключительно государственной задачей.

Частный бизнес реализует, прежде всего, частный интерес, а именно, стремление к эффективности и максимизации прибыли. И реализует этот интерес он на основе обеспечения финансовыми ресурсами и предложения практических и инновационных подходов к решению проблем, на основе использования рыночных принципов и присущему частному предпринимательству мобильности, высокой эффективности использования ресурсов, гибкости и оперативности в управлении и принятии решения, склонности к инновациям.

ГЧП реализуется в форме проектов, инициировать которые могут и должны обе стороны: как государство, так и частные фирмы. Государство должно определять четкие приоритеты и желательно формировать портфель проектов. Эти проекты могут касаться различных сторон развития туристической сферы.

К сожалению все, что было сказано выше о преимуществах ГЧП, исходит из опыта постсоветских стран и стран с развитой рыночной экономикой. В современных условиях интерес к схеме государственно-частного партнерства в России и других постсоветских странах в последнее время переживает очевидный бум, что объясняется проблемами современного этапа экономического развития этих стран. Если исходить из того факта, что проблемы у всех стран, в том числе и у Республики Беларусь, одинаковы: неэффективный аппарат власти, неэффективная бюджетная сфера, слабая конкуренция, чрезмерная централизация республиканских (федеральных) полномочий, то и для нашей страны они являются препятствиями на пути модернизации страны. Однако развитие ГЧП в нашей стране находится в зачаточном состоянии и бума по этому поводу не наблюдается. Можно заметить, что инструменты организационно-экономического механизма государственно-частного партнерства, применяемые в управлении развитием различных сфер, в том числе и сферы услуг, находятся в стадии формирования, совершенствования законов и подзаконных актов.

Как показывает опыт России, Украины, Казахстана и других постсоветских стран, для выгодного и эффективного функционирования ГЧП, по сравнению с государственным финансированием, необходимо соблюдение нескольких условий. Во-первых, нужна организационная и правовая база для ГЧП. Она должна поддерживать и поощрять сотрудничество между государственным и частным секторами на благо общества. Во-вторых, для разработки и реализации проектов на основе ГЧП нужны немалые компетенции. К сожалению ни государственные чиновники, ни бизнес не обладают определенным опытом и техническими знаниями. И тем и другим привычнее строить и предоставлять услуги через госзаказ и госзадание. В-третьих, нужна правильная мотивация с помощью налоговых льгот, гарантий или субсидий и т.д. для привлечения местных или международных инвесторов. В-четвертых, чрезвычайно актуальными становится вопрос по децентрализации полномочий между уровнями власти - прежде всего в пользу регионального уровня [3].

Таким образом, для осуществления инновационного управления туристской сферой на базе ГЧП, необходимо решить комплекс задач, связанных с формированием целей и задач развития туризма на конкретной территории, формированием системы управления, определением доли участия субъектов партнерства и разграничением функций управления, оценкой показателей эффективности ГЧП-проектов, подготовкой кадров и т.д.

Говоря о значении ГЧП в развитии туризма, Генеральный секретарь Всемирной туристской организации Талеб Рифаи подчеркнул, что государственно-частное партнерство все более увеличивает свое значение[4]. Успех в любом партнерстве должен строиться на разработке общей стратегии и политики. Определение стратегии развития туризма больше не может быть прерогативой государства. Государственно-частные организации должны стать совладельцами проектов во всех областях, начиная от развития туристского продукта, инфраструктуры, управления человеческими ресурсами, планирования маркетинга и рекламных кампаний, заканчивая повышением качества сервиса и услуг

ЛИТЕРАТУРА:

1. Государственно-частное партнерство как основа развития туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.grtribune.ru/northcaucasus/anal>.
2. Открываем туристический сезон /Online конференции/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/conference/i_258.ht.

3. Баранов С.А. Государственно-частное партнерство как метод государственного регулирования и поддержки предпринимательских структур индустрии туризма// Проблемы современной экономики – № 4 (40). – 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3865>.

4.Середина Е.В. Перспективы устойчивого развития туристского кластера на основе государственно-частного партнёрства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pandia.ru/text/77/156/23487.php>

Названова Л.Н.,

Центр экономических исследований Киевского национального университета имени Тараса Шевченко,
г. Киев, Украина

L_nazvanova@ukr.net

РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Современное развитие мировой экономики характеризуется обострением конкурентной борьбы между странами, регионами и фирмами. Конкурентоспособность фирмы непосредственно зависит от страны и региона, в котором она расположена, при этом процессы экономической интеграции обуславливают, в свою очередь, развитие стран и регионов в конкурентной среде. Поэтому, повышение конкурентоспособности и экономической мобильности регионов и стран является одним из условий развития современного инновационного общества. Инновационная экономика должна ориентироваться на приоритетность развития кластеров, которые признаны одной из самых эффективных производственных систем эпохи глобализации. В этом смысле кластеризацию экономики мы можем рассматривать как своего рода экономический феномен, позволяющий противостоять давлению глобальной конкуренции, и, определенным образом, отвечать требованиям национального и регионального развития.[1] Именно благодаря появлению кластеров экономика может стать конкурентной и инновационно привлекательной для инвесторов.

Мировая практика доказала, что кластеры в условиях усиления конкуренции на глобальных рынках становятся той фундаментальной организационной основой, которая используется для реализации ключевых принципов становления национальной и региональной экономики и разработки стратегии социально-экономического развития регионов. Понимание конкурентных преимуществ новых производственных систем и активное формирование региональных инновационных кластеров открывает перед регионами новые перспективы для экономического развития и успешного преодоления вызовов со стороны конкурентов. Поэтому при формировании кластеров необходимо учитывать объективные конкурентные преимущества региона и возможные их изменения в будущем.

В связи с большой актуальностью идеи кластеризации экономики попытаемся обозначить круг проблем и обосновать необходимость и выгоды от внедрения кластеров как одной из наиболее эффективных форм сотрудничества, направленной на повышение конкурентоспособности деятельности самих кластеризованных структур, а также национальной и региональной экономики в целом.

Рассматривая понятие кластеризации будем исходить из определения, что кластеры – это отраслевые территориальные добровольные объединения предпринимательских структур, которые сотрудничают с органами власти, университетами, научными и общественными организациями и созданы для повышения конкурентоспособности своей деятельности и региона в целом. Ключевыми характеристиками кластера являются:

- географическая концентрация участников кластера;
- взаимосвязь (кооперация) между участниками кластера;
- конкуренция между участниками кластера;
- критическая масса предприятий малого и среднего бизнеса.

Данное определение дополняет определение одного из основоположников кластерной теории М. Портера, который под кластером понимает географически локализованную сетевую структуру, в которой близкое размещение фирм в однородных отраслях, а также связанных с их деятельностью других организаций (университетов, агентств, торговых объединений и т.д.) обеспечивает формирование некоего сообщества и получение этим сообществом синергетического эффекта. [2]

Как показывает практика, сегодня самостоятельное функционирование даже крупных компаний не гарантирует им эффективного достижения поставленных целей, и только региональные объединения организаций - кластеры способны обеспечить межорганизационную поддержку информации, ресурсов, персонала, необходимых для устойчивого функционирования кластера и его отдельных участников.

Исходя из этого можно сделать вывод о том, что эффективность кластерного развития достигается за счет использования географической концентрации взаимосвязанных отраслей, объединения усилий промышленности и научных центров.

Основной целью создания кластеров является повышение конкурентоспособности его участников путем коммерческого и некоммерческого сотрудничества, научных исследований и инноваций, образования, обучения и региональной политики поддержки процессов кластеризации (поддержка малого бизнеса, программы технической помощи, развитие органов местного самоуправления, выдача кредитов).