

## **Синергия кластеров в стратегии развития национальных конкурентных преимуществ**

*Экономический кризис, несмотря на определенную консолидацию усилий стран по его преодолению, неизбежно приведет к изменению конкурентной картины мира, обострит конкуренцию между национальными хозяйственными системами, поэтому теоретическое осмысление направлений развития национальных конкурентных преимуществ – актуально.*

Признание кластеров важнейшим фактором национальной конкурентоспособности стало общепризнанным в научных исследованиях и практике мирового хозяйства. Фактически за последние 20 лет оформилась теория кластеров. Несмотря на некоторые расхождения в определении, сложилось единое понимание содержания кластера: «кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [2, с. 207]. Дана их систематизация по разным классификационным признакам: по размерам кластеров; по размерам фирм, их образующих; по формам собственности входящих в них фирм; по национальной принадлежности фирм, их образующих; по степени вертикальной и горизонтальной интеграции.

Выделены 6 этапов в развитии кластера, позволившие представить его жизненный цикл [1, с. 44]. Теория кластеров превратилась в метод научного анализа и инструмент формирования национальных конкурентных преимуществ, так как они способствуют повышению производительности труда входящих в них фирм и отраслей; развитию их инновационной способности и появлению новых видов бизнеса [2, с. 221].

В существующих исследованиях акцент делается на эволюционном способе развития кластеров. В условиях же глобализации и нарастания конкуренции на мировом рынке государство активно участвует в создании национальных конкурентных преимуществ и кластеров, как их важнейшей составляющей. При этом недостаточно теоретически обобщено взаимовлияние разных кластеров, возможность усиления их совместного действия – появления синергетического эффекта. Этот реально возникающий эффект при целенаправленной деятельности правительства может быть проанализирован на примере развития кластеров в Иордании.

Иордания обладает уникальными природными ресурсами на побережье Красного и Мертвого морей. Факторами, препятствующими развитию туристической сферы на первом этапе, являлись неблагоприятная политическая ситуация в регионе; отсутствие соответствующего инвестиционного климата; неразвитая инфраструктура (в первую очередь, транспортная и средств размещения); отсутствие механизмов согласования интересов участников сектора на местном и государственном уровнях и отсутствие соответствующей дифференциации конкурентоспособного предложения туруслуг на международном рынке.

Для преодоления ситуации и увеличения туристических потоков Иордания сформулировала и последовательно реализует Национальную стратегию туризма на 2004-2010 гг., формируя экономический контекст функционирования сектора.

Создание туристического кластера в Иордании состояло в построении единой системы кооперации, которая включает четыре типа цепочек добавленной стоимости: поставщиков, средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристических продуктов и потребителей (туристов) (система накопления стоимости в туристическом кластере).

Конкурентоспособность туристического кластера Иордании непосредственно зависит от экономической среды его формирования. На фоне общих мероприятий, направленных на создание открытой рыночной экономики, государство приступило к формированию соответствующей потребностям туристического сектора экономической среды, которая основана на кооперации усилий государственного и частного секторов по всем направлениям.

В качестве приоритетных направлений развития туризма в Иордании определены такие, как историко-культурный, религиозный или паломнический, экологический, деловой, приключенческий, познавательный, лечебно-оздоровительный туризм. Наряду со стационарным туризмом акцент делается на развитии круизов. Туризм, как приоритетная отрасль экономики, находится под эгидой государства. Управление ею осуществляется Министерством туризма и исторических памятников и Управлением по туризму Иордании. В задачи Министерства туризма и исторических памятников входит определение перспектив развития отрасли (работа ведется согласно Национальному проекту развития туризма до 2010 г.) и регулирование и контроль над деятельностью субъектов туристического бизнеса.

Управление по туризму Иордании осуществляет маркетинговые исследования в сфере туризма и выполняет представительские функции за рубежом (в т.ч., посредством участия в выставках).

К настоящему моменту Иордания имеет 11 представительств во всем мире (в частности, Франции, Германии, России) и принимает участие в 12 престижных выставках – Берлине, Лондоне, Москве, Дубае.

---

*Коломиец Анна Николаевна, доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой международной экономики Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина; Мохаммед Собхи Кдеир Хавамлех, аспирант кафедры международной экономики Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина.*

Деятельность Управления финансируется из госбюджета. Так, маркетинговые, в первую очередь, коммуникационные расходы составляют примерно 15 млн долл.

Кооперирование усилий по продвижению туристического продукта государства и частного сектора реализуется за счет таких мероприятий, как поддержка частных туроператоров по участию в зарубежных выставках (возможная компенсация затрат составляет до 70%) [4].

В рамках Национальной программы правительство Иордании обеспечивает развитие кластера по следующим направлениям:

- создание образа Иордании, как безопасного направления туристических потоков;
- четкая идентификация Иордании относительно Ближнего Востока;
- обеспечение непрерывности и эффективности сообщения в секторе туризма;
- улучшение качества и полноты информации, поступающей на внешние рынки;
- установление рабочего партнерства между государственным и частным секторами;
- развитие и упрощение въезда, авиаперелетов и получения виз;
- идентификация пропускной способности и разработка планов руководства с целью обеспечения долгосрочного управления новыми туристическими объектами, поддержка постоянного притока туристов;
- формирование реальных инвестиционных возможностей для частного сектора, с четкими и ощутимыми результатами, структурированным планом и гарантиями.

Инновационная составляющая развития сферы туризма обеспечивается за счет развития новых направлений диверсификации турпродуктов для обслуживания различных сегментов, изучения нетрадиционных мест туризма и идентификация возможностей их присоединения к сети традиционных мест.

Для повышения конкурентоспособности туристической сферы частный сектор реализует при поддержке государства следующие направления: 1) модернизация предоставления услуг на микроуровне (в первую очередь, транспорт и связь); 2) усиление диверсификации турпродукта и инвестирование в новые проекты.

Требования, которые государство предъявляет к туроператорам, направлены на формирование долгосрочного эффективного предложения в секторе, финансовое обеспечение туроператора составляет 100 тыс. долл. При этом государство выстраивает отношения с частным сектором на основе принципов прозрачности деятельности, своевременности и полноты уплаты налогов и соблюдения законодательных норм в отношении обеспечения прав туристов и качества предоставляемых услуг.

Благодаря систематическим усилиям государства происходит формирование условий для факторов производства. Обеспеченность природными и культурными туристическими ресурсами в Иордании значительно превосходит обеспеченность сырьевыми ресурсами. Планирование устойчивого их использования осуществляется в Иордании на основе создания и реализации государственных программ защиты культурного наследия, сохранения, разработки и использования памятников культуры и архитектуры, а также реализации программ, направленных на сохранение естественного ресурсного потенциала, включающего сложные экосистемы, такие, как пустыня Вади Рам. Развитие туристической инфраструктуры в таких экосистемах находится под контролем государства с целью сохранения их как уникального ресурса для развития экотуризма, приобретающего все большую популярность. В частности, введен государственный запрет на строительство и другую хозяйственную деятельность на территории заповедников. Учитывая, что пустыни составляют большую часть территории Иордании, кооперирование усилий на данном направлении приобретает первостепенное значение.

Уровень развития туристической инфраструктуры в последнее время растет и обеспечивается последовательной реализацией следующих мероприятий.

Первоначально на государственном уровне были инициированы переговоры с крупными интернациональными гостиничными цепочками, что позволило привлечь их к созданию на территории Иордании индустрии гостеприимства, соответствующей мировым стандартам и рассчитанной на удовлетворение спроса со стороны разных групп туристов. В настоящее время индустрия гостеприимства сориентирована на средний и высший класс. Обслуживание и подготовка персонала известных мировых гостиничных цепочек соответствуют высшим мировым стандартам. В качестве доказательства успешного развития гостиничного сектора можно привести следующие данные: только в столице Иордании – Аммане в настоящее время функционирует 125 отелей, из которых 20 пятизвездочных, 20 четырехзвездочных и 40 трехзвездочных.

Создание условий для кооперации усилий всех участников цепочки предоставления туруслуги предполагает создание маркетинговой коалиции, членами которой являются:

- частный сектор (гостиницы, рестораны, магазины, таксопарки, вечерние развлечения, экскурсии, прокат автомобилей, микроавтобусов, публикации и т.д.);
- государственный сектор (Управление туристической деятельности и др.).

Маркетинговая коалиция в таком составе создается с целью создания единого информационного поля, что в свою очередь позволяет более эффективно выявлять перспективные направления развития туристических услуг и обеспечивать высокий уровень их предоставления.

Поскольку гостиничный и ресторанный сектор не является самостоятельным в отношении предоставления туристической услуги, его кооперирование с другими участниками предполагает расширение партнерства с другими участниками отрасли, проведение перекрестного продвижения отрасли и разработку необходимых баз данных по сектору.

Все перечисленное призвано повысить качество маркетинговых ресурсов сектора, обеспечить конкурентоспособность и качество предоставляемых туристических услуг в целом на основе предоставления качественных услуг сектора.

На микроуровне получают развитие совместные пилотные проекты при участии частного и правительственного секторов, создание совместных органов управления сектором, включающих представителей всех заинтересованных сторон (местные органы управления, частный сектор).

Частичная реализация программы к настоящему времени позволила задать вектор развития индустрии туризма Иордании как мощного источника поступлений в государственный бюджет, генератора рабочих мест на основе кооперации усилий всех заинтересованных сторон.

Дальнейшее повышение конкурентоспособности туристического кластера в Иордании требует создания более сложной, чем простое объединение хозяйствующих субъектов данной отрасли для совместной маркетинговой деятельности, системы и связано с созданием на территории страны информационно-технологического кластера.

Государственная инициатива в этой области заключалась в разработке плана по превращению Иордании в оффшорный центр развития программного обеспечения и широкого спектра услуг в сфере информационных технологий. Спрос на такие услуги в данном регионе традиционно высок и постоянно расширяется, что непосредственно зависит от высоких темпов развития стран, в него входящих.

Подобное решение позволило Иордании эффективно реализовать конкурентное преимущество в процессе интеграции своей экономики, в первую очередь, в экономическую систему ближневосточного региона. Акцент в данном случае был сделан на формировании модели поведения, предполагающей государственно-частное партнерство и стабильной ситуации доверия между правительством и бизнесом. В качестве фирм-пионеров выступили иностранные (американские и европейские) корпорации данной отрасли.

Институциональные условия для факторов производства формировались благодаря оперативному реформированию исполнительной власти, созданию Министерства телекоммуникаций и информационных технологий, соответствующей законодательной базы. В рамках пятилетнего плана развития ИТ-сектора поставлены задачи формирования необходимой инфраструктуры, интеллектуального потенциала, создания новых рабочих мест, привлечения прямых иностранных инвестиций (ПИИ), расширения экспорта программных продуктов.

Формирование сети поставщиков специализированной рабочей силы обеспечено на основе реализации двухлетней программы реформирования базисного образования, главными целями которой являются обучение каждого учащегося свободному владению английским языком и навыками работы на компьютере.

Реализация рассмотренного проекта способствует не только устойчивому развитию туристического сектора, а росту его конкурентного потенциала. Так, реализованные мероприятия, первоначально ориентированные на нужды формирования оффшорного центра развития программного обеспечения и широкого спектра услуг в сфере информационных технологий создают благоприятные условия для становления рынка рабочей силы в туристическом секторе. Это, в первую очередь, проявляется в создании необходимой среды информационно-технологического обеспечения – реализация турпродукта, обслуживание международных туристов, создание соответствующей потребностям туристического сектора системы учета туристических потоков, включая транспорт, наличие мест в гостиницах и пр. Кроме того, проникновение иностранных американских и европейских компаний в данную отрасль позволяют формировать соответствующую самым современным требованиям бизнес-среду, перенимать передовой опыт менеджмента и маркетинга как на микро-, так и на макроуровнях.

Другим перспективным направлением развития экономики Иордании на протяжении последнего времени является формирование и развитие свободных зон с целью привлечения иностранных и внутренних инвестиций для развития экспортных возможностей, международного торгового обмена и транзитной торговли.

Интеграция простейших сетевых структур в специальной географической зоне порта Акаба, начавшаяся в 1973 г. позволила увидеть практическую целесообразность такого решения. К настоящему времени созданная в Иордании в 1976 г. независимая государственная организация – Корпорация свободных зон – призвана обеспечить формирование и развитие многих свободных зон, деятельность которых направлена на обслуживание национальной экономики. Среди основных целей создания свободных зон, представляющих особое значение для успешного развития сферы международного туризма, следующие:

- привлечение местного и иностранного капитала;
- активизация транспортного сектора и других видов услуг;
- принятие мер для обеспечения занятости и повышения мастерства рабочей силы;
- развитие новых территорий путем осуществления инвестиционных проектов;
- поддержка национальной экономики твердой валютой с целью укрепления платежного баланса.

Отдельные свободные экономические зоны, в частности свободная зона Акаба, благодаря стремительному их развитию, формируют условия для развития международного туризма, привлекая все большее число посетителей. Все это дает основания для утверждения, что возникает устойчивая ситуация реализации синергетического эффекта от взаимопроницающего влияния развития туристического, ИТ, торгового кластеров.

К настоящему времени Акаба – крупнейшая туристическая зона на Красном море, переживающая потребительский бум, во многом спровоцированный привлекательной возможностью приобретения самых дешевых в Иордании товаров, предложение которых варьируется от предметов бижутерии до автомобилей. Услуги на отдых здесь тоже более экономичные, что привлекает жителей арабских стран.

Превращение Иордании в центр развития бизнеса и предпринимательства в регионе способствуют стабилизации политической и экономической ситуации, что в целом повышает ее привлекательность для иностранных туристов.

Бурный рост торговли привлекает посетителей в сектор shopping-туризма, развитие транспорта позволяет эффективно развивать туристическую инфраструктуру.

Кроме того, необходимо отметить, что общий рост благосостояния и повышение культурного, образовательного, интеллектуального и профессионального уровня населения является необходимым условием развития туристического сектора.

Устойчивые поступательные темпы роста основных экономических показателей также свидетельствуют об этом. Так, в 2006 г. по данным агентства Gulf News, ВВП Иордании вырос на 6,4%, доход на душу населения растет с 2002 г., а экспорт – с 2001 г. Об эффективной интеграции Иордании в мировое и региональное пространство свидетельствует тот факт, что общая стоимость стратегических региональных и международных соглашений, подписанных в 2007 г. во время 4-го Всемирного экономического форума на Ближнем Востоке превышает 2,5 млрд долл. Можно утверждать, что экономика Иордании становится все более конкурентоспособной. Так, в инвестиционном докладе Конференции ООН по торговле и развитию (United Nations Conference on Trade and Development's – UNCTAD) за 2007 г. королевство Иордания занимает восьмое место в мире по притоку ПИИ и входит по этому критерию в первую пятерку в Западной Азии. Иордания стала конкурентоспособным игроком [3].

Основные партнерские соглашения Иордании (такие, как строительство легкой железной дороги Амман – Зарка, расширение международного аэропорта Queen Alia, приобретение мажоритарного пакета акций в иорданской компании, генерирующей электроэнергию частным инвестиционным фондом Jordan Dubai Capital) свидетельствуют о поступательном процессе совершенствования туристической инфраструктуры страны.

Таким образом, ограниченные ресурсы государство сосредоточило на формировании и развитии кластеров туристического, информационных технологий и торгового, которые взаимодействуя создают синергитический эффект для развития каждого из них и экономики страны в целом, усиливая конкурентные позиции Иордании в условиях глобализирующегося мира и развивая ее национальные конкурентные преимущества.

1. *Александрова А. Ю.* Кластеры в мировой индустрии туризма / А. Ю. Александрова // Вестник московского университета. – Серия: Экономика. – 2007. – № 5. – С. 43–62.
2. *Портер М.* Конкуренция / М. Портер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2000.
3. *Козлова Татьяна.* Новости турбизнеса. / Татьяна Козлова : [Электронный ресурс]. – Режим доступа к материалу: <http://www.tourua.com/res/logo.png>.

*Получено 10.11.2008 г.*

***Г.М. Коломісць, Мохаммед Собхі Кдеір Хавамлех***

***Синергія кластерів у стратегії розвитку національних конкурентних переваг***

*Економічна криза, незважаючи на певну консолідацію зусиль країн з її подолання, неминуче призводить до змін конкурентної картини світу, загострює конкуренцію між національними системами, тому теоретичне осмислення напрямлень розвитку національних конкурентних переваг – актуально.*