

УДК 338.484.2

DOI: 10.26140/anie-2020-0902-0059

**КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО
ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ М. ПОРТЕРА И СИСТЕМЫ
НАКОПЛЕНИЯ СТОИМОСТИ**

© 2020

SPIN: 9372-0442

AuthorID: 612808

Нигаи Евгения Антоновна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и управления

SPIN: 9717-8530

AuthorID: 764379

Лебединская Юлия Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и управления*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: juliaolga@yandex.ru)*

Аннотация. Конкурентоспособность региона и процветание экономики в значительной степени обусловлены формированием конкурентоспособных отраслевых кластеров. Вопросам исследования взаимосвязи конкурентных позиций региона с силой составляющих его отраслевых кластеров посвящен обширный перечень научных работ. Однако на сегодняшний день отсутствует общепринятый подход к выделению индикаторов конкурентоспособности туристского кластера и к ее оценке. В статье авторы представляют комплексный подход к оценке конкурентоспособности туристского кластера региона на основе ромба конкурентных преимуществ М. Портера и системы накопления стоимости субъектами данного образования. Согласно предложенному подходу конкурентоспособность туристского кластера региона формируется исходя из комплексной оценки конкурентоспособности каждого субъектов в его составе. При этом конкурентоспособность субъектов туристского кластера измеряется исходя из достигнутых им конкурентных преимуществ. Комбинация конкурентных преимуществ, участников кластера равно как и их взаимодействие обеспечивают синергический эффект в повышении конкурентоспособности туристского кластера и, как следствие, региона. В статье использованы методы системного анализа сущности конкуренции и конкурентоспособности регионального туристского кластера, а также индукции и дедукции, позволяющие определить частные и общие взаимосвязи среди отдельных элементов разработанного механизма формирования конкурентоспособности туристского кластера.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, факторы конкурентоспособности, управление конкурентоспособностью, уровни конкурентоспособности, механизм формирования конкурентоспособности, система накопления стоимости, региональный туристский кластер.

**INTEGRATED APPROACH TO ASSESSMENT OF A REGIONAL TOURIST CLUSTER
COMPETITIVENESS ON THE BASIS OF M. PORTER'S MODEL
AND THE SYSTEM OF VALUE ACCUMULATION**

© 2020

Nigay Evgenia Antonovna, candidate of economic sciences, associate professor
of Department of Economics and Management**Lebedinskaya Yuliya Sergeevna**, candidate of economic sciences, associate professor
of Department of Economics and Management*Vladivostok State University of Economics And Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol St., 41, e-mail: juliaolga@yandex.ru)*

Abstract. The competitiveness of the region and prosperity of economy are substantially caused by formation of competitive branch clusters. With a force of the branch clusters making it the extensive list of scientific works is devoted to questions of a research of interrelation of competitive positions of the region. However today there is no standard approach to allocation of indicators of competitiveness of a tourist cluster and to its assessment. Authors present an integrated approach to assessment of competitiveness of a tourist cluster of the region on the basis of a rhombus of competitive advantages of M. Porter and the system of accumulation of cost by subjects of this education in article. According to the offered approach the competitiveness of a tourist cluster of the region is formed proceeding from complex assessment of competitiveness of everyone of subjects in its structure. At the same time the competitiveness of subjects of a tourist cluster is measured proceeding from the competitive advantages reached by it. The combination of competitive advantages, participants of a cluster as well as their interaction provide synergy effect in improving competitiveness of a tourist cluster and, as a result, the region. In article the methods of the system analysis of essence of the competition and competitiveness of a regional tourist cluster and also induction and deduction allowing to define private and general interrelations among separate elements of the developed mechanism of formation of competitiveness of a tourist cluster are used.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competitiveness factors, management of competitiveness, competitiveness levels, mechanism of formation of competitiveness, system of accumulation of cost, regional tourist cluster.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в научной литературе отсутствует общепринятая система индикаторов конкурентоспособности туристского кластера, также как и нет единого подхода к оценке его конкурентоспособности. Подход, предложенный авторами, позволит обеспечить принятие обоснованных и эффективных управленческих решений органами государственного регулирования туризма, а также бизнес структурами, с целью повышения конкурентных позиций туристского кластера региона, субъектов в его составе, а также конкурентоспособности региона в целом.

МЕТОДОЛОГИЯ

Понятие конкурентоспособности является многогранным, многоаспектным и многоуровневым. Этим обусловлено наличие множества дефиниций данного термина. Исследованием данного вопроса посвящены работы М. Портера, Р.А. Фатхутдинова, Г.Л. Азоева, М.И. Гельвановского, Ж.Ж. Ламбена, Н.И. Перцовского [1, 2, 3, 5, 7-13].

Изучению особенностей функционирования отраслевых кластеров и в частности туристского кластера посвящены научные исследования ученых Всемирной туристической организации, М. Монфорда, А. Родригеса,

С. Нордина, А.Ю. Александровой [6, 10, 15-18].

М. Портером разработан методологический подход к идентификации конкурентных преимуществ стран, который является универсальным и применимым для оценки влияния факторов конкурентоспособности, для идентификации, анализа и оценки конкурентных преимуществ объектов на разных уровнях: микро (уровень продукта и предприятия), мезо (уровень отрасли, отраслевого кластера, региона) и макро (уровень национальной экономики).

Данный подход предполагает построение конкурентного ромба, в вершинах которого размещены детерминанты конкурентных преимуществ объекта. Согласно правилу ромба основу конкурентных преимуществ объекта составляют четыре атрибута: условия для факторов, состояние спроса, родственные и поддерживающие отрасли, устойчивая стратегия структура и соперничество [1]. Каждый из этих атрибутов как совместно, так и по отдельности формирует пространство функционирования отраслей региональной экономики. Исследование конкурентоспособности туристского кластера на основе конкурентного ромба позволило авторам на основе [6] построить схему взаимосвязи атрибутов конкурентоспособности и системы накопления стоимости в туристском кластере, представленную на рисунке 1.

Подход, разработанный М. Портером, рассматривается авторами применительно к мезоуровню, а именно, к формированию конкурентоспособности туристского кластера региона. Универсальность и в то же время многоаспектность модели «ромба конкурентоспособности» обеспечивает возможность идентификации, систематизации, оценки и анализа комплекса детерминант, формирующих конкурентоспособность, как отдельной отрасли, отраслевого кластера, так и региональной экономики в целом.

При этом авторами устанавливается прямая связь между атрибутами ромба конкурентных преимуществ туристского кластера, системы накопления ценности в туристском кластере и конкурентоспособностью входящих в его состав субъектов. Положительное развитие условий для факторов производства, укрепление и усиление сектора родственных и поддерживающих отраслей, устойчивость стратегии и согласованность действий субъектов, а также увеличение спроса положительно сказываются на росте показателя конкурентоспособности субъектов всех подсистем кластера.

Система накопления стоимости в туристском кластере включает в себя субъектов трех уровней: субъекты предшествующей подсистемы, субъекты центральной подсистемы и субъекты результирующей подсистемы.

Субъектами предшествующей подсистемы являются так называемые «цепочки каналов сбыта» в туристском кластере. К ним относятся субъекты, обеспечивающие доступ потребителей к туристскому продукту и к информации о нем – турагентства, туроператоры, транспортные компании, информационные бюро, Интернет-ресурсы (системы онлайн-бронирования) и т.п. Наряду с предоставлением доступа потребителя к туристскому продукту «цепочки каналов сбыта» выполняют функцию продвижения и формирования осведомленности целевых рынков и о продукте, как объекте туристского интереса, и о туристском кластере. Субъектов «цепочки каналов сбыта» можно разделить на основе их принадлежности к определенному региону – на внутренних и внешних. И первые, и вторые обеспечивают доступ потребителя услуг к турпродукту, но при этом они могут размещаться как внутри региона пребывания туристов, так и за его пределами. Эта особенность демонстрирует взаимосвязь и взаимообусловленность субъектов отраслевых (туристских) кластеров отдельных регионов. И внешние, и внутренние субъекты «цепочки каналов сбыта» обеспечивают распространение информации и формирование привлекательного имиджа отдельного региона, как объекта туризма в сознании целевых групп

потребителей. В результате предполагается, что конкурентоспособность предшествующей системы туристского кластера складывается на основе частных показателей конкурентоспособности входящих в его состав субъектов. Кроме того, важно отметить, что в структуре предшествующей подсистемы накопления стоимости в туристском кластере, выделяется система детерминант, являющихся базовыми по отношению к формированию его конкурентоспособности, которая в модели М. Портера соответствует элементу «условия для факторов».

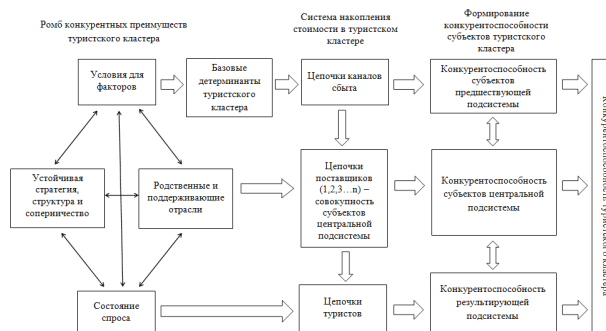


Рисунок 1 – Механизм формирования конкурентоспособности регионального туристского кластера (составлено авторами)

Факторные условия представляют собой отправную точку формирования ключевых компетенций и конкурентных преимуществ объекта. Эти детерминанты включают в себя базовые характеристики и условия среды, которые индуцируют функциональное поле формирования конкурентоспособности субъектов. В соответствии с моделью М. Портера [1] факторы включают в себя следующие составляющие: человеческие ресурсы, природные ресурсы, капитал, научно-информационный потенциал, инфраструктуру. Применительно к туристскому кластеру ключевыми являются природно-климатические, экономические, социально-культурные факторы. Они обуславливают наличие и возможность наращивания туристских ресурсов в структуре кластера, составляющих основу для его последующего развития.

Субъекты центральной подсистемы – это «ядро» туристского кластера. Они представлены «цепочками поставщиков», включающих субъектов размещения и развлечения. Специфика подсистемы данного уровня заключается в том, что ее формируют субъекты, которые относятся как к туристскому, так и к другим кластерам – пищевому, торговому, культурному, транспортному, медицинскому, строительному, информационно-технологическому, сельскохозяйственному. Более того, субъектов этой подсистемы можно распределить на субъектов прямого и косвенного (эпизодического) взаимодействия с группами потребителей.

Субъекты прямого взаимодействия непосредственно ориентированы на удовлетворение туристических запросов целевых групп потребителей в месте пребывания. Это организации сферы розничной торговли, индустрии экскурсий и развлечений, сферы гостеприимства и общественного питания, информационных, транспортных услуг. Субъекты косвенного взаимодействия с потребителями – это организации здравоохранения, строительства, сельского хозяйства, правоохранительные органы. Их функциональная роль является обеспечивающей. Деятельность этих субъектов не связана с основной услугой туристского кластера, однако уровень их результативности влияет на качество функционирования и развития туристского сектора региона. Комплексность данной подсистемы свидетельствует о том, что туристский кластер не является изолированным образованием, и его конкурентоспособность поддерживается субъектами-представителями других сопутствующих, родственных

отраслей. Это обосновывает наличие связи центральной подсистемы с такими составляющими ромба конкурентных преимуществ, как родственные и поддерживающие отрасли, а также устойчивая стратегия, структура и соперничество. Следует также обратить внимание на специфику конкурентной борьбы между субъектами данной подсистемы. Помимо того, что они конкурируют в борьбе за внимание целевых групп потребителей, они также поддерживают друг друга, совместными усилиями обеспечивая повышение привлекательности региона и увеличение туристического потока и интереса со стороны потенциальных групп клиентов. Поэтому в данном случае возникает синергический эффект на основе совместной, взаимной, сетевой конкуренции субъектов центральной подсистемы туристского кластера. Теснота связей, устойчивость стратегии, степень концентрации и острота конкуренции среди этих субъектов обеспечивает формирование, укрепление и повышение конкурентоспособности центральной подсистемы и в целом туристского кластера.

Наконец, результирующая подсистема туристского кластера представлена «цепочками туристов». В структуре ромба конкурентных преимуществ она характеризует элемент «состояние спроса». Следует отметить, что не вполне корректно оценивать конкурентоспособность потребителей турпродуктов, как субъектов туристского кластера. Исходя из этого, конкурентоспособность результирующей подсистемы измеряется на основе индикативного подхода, предполагающего определение и оценку детерминант (индикаторов) данной подсистемы, таких как туристический поток, темпы роста потока туристов, социально-демографические, поведенческие и психографические характеристики потребителей, степень их удовлетворенности и т.п.

Таким образом, общая конкурентоспособность туристского кластера формируется на основе конкурентных преимуществ субъектов подсистем на каждом уровне.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Важным аспектом исследования регионального туристского кластера является оценка его конкурентоспособности, с целью последующего развития его потенциала, совершенствования и повышения конкурентных позиций и привлекательности региона, как с точки зрения туризма, так и инвестиций. Обобщение определений конкурентоспособности, сформулированных учеными, позволил выделить несколько подходов, на основе которых осуществляется дефиниция данного понятия:

1. Конкурентоспособность представляется как способность и свойство объектов вести конкурентную борьбу и предполагает наличие соответствия и/или превосходства над аналогичными объектами.

2. Конкурентоспособность связана со способностью объекта соответствовать запросам и удовлетворять потребности целевых групп потребителей наравне или лучше, чем конкуренты.

3. Конкурентоспособность является детерминирующим фактором наращивания финансовых результатов и эффективности хозяйственной деятельности, выражая способность объекта приносить прибыль и вести эффективную производственную деятельность.

4. Конкурентоспособность также может трактоваться как совокупность конкурентных преимуществ объекта, обеспечивающих ему превосходство над аналогичными объектами.

5. Конкурентоспособность объекта характеризуется устойчивостью положения на рынке, связанной с занимаемой долей рынка и рыночной силой влияния на поведение конкурентов.

6. Конкурентоспособность рассматривается как результирующее свойство объекта, формирующееся на основе взаимодействия составляющих его элементов разного уровня.

Необходимо также учитывать свойства конкуренто-

способности, такие как относительность, динамичность, многофакторность, многоуровневость и объектность.

Анализ подходов к дефиниции и выделение свойств конкурентоспособности позволили авторам сформулировать обобщенное определение конкурентоспособности регионального туристского кластера. Итак, конкурентоспособность регионального туристского кластера представляет собой его особое относительное, динамичное свойство, характеризующее его способность соответствовать запросам целевых групп потребителей, основанную на системе взаимодействия элементов-субъектов предшествующей, центральной и результирующей подсистем.

Исходя из вышесказанного, авторами предлагается расчет системы показателей, позволяющих оценить конкурентоспособность регионального туристского кластера (таблица 1).

Таблица 1 – Система показателей оценки конкурентоспособности регионального туристского кластера*

Уровни системы накопления стоимости в туристском кластере	Показатели	Формула расчета
Предшествующая подсистема	Частный индекс конкурентоспособности на основе индикаторов предшествующей подсистемы туристского кластера	$I_{comp AS} = \sum_{i=1}^n \frac{ASF_i + \dots + ASF_n}{ASF_i^* + \dots + ASF_n^*}$ <p>ASF_i – балльный уровень оценки состояния i-индикатора предшествующей подсистемы туристского кластера ASF_i^* – балльный уровень оценки состояния i-индикатора предшествующей подсистемы эталонного туристского кластера n – количество оцениваемых индикаторов предшествующей подсистемы туристского кластера $Max=1$</p>
	Частный индекс конкурентоспособности субъектов предшествующей подсистемы туристского кластера	$I_{comp AS} = \sum_{i=1}^n \frac{AS_i + \dots + AS_n}{AS_i^* + \dots + AS_n^*}$ <p>AS_i – балльный уровень оценки конкурентоспособности i-субъекта предшествующей подсистемы туристского кластера AS_i^* – балльный уровень оценки конкурентоспособности i-субъекта предшествующей подсистемы эталонного туристского кластера n – количество оцениваемых субъектов предшествующей подсистемы туристского кластера $Max=1$</p>
Центральная подсистема	Частный индекс конкурентоспособности субъектов центральной подсистемы туристского кластера	$I_{comp CS} = \sum_{i=1}^n \frac{CS_i + \dots + CS_n}{CS_i^* + \dots + CS_n^*}$ <p>CS_i – балльный уровень оценки конкурентоспособности i-субъекта центральной подсистемы туристского кластера CS_i^* – балльный уровень оценки конкурентоспособности i-субъекта центральной подсистемы эталонного туристского кластера n – количество оцениваемых субъектов центральной подсистемы туристского кластера $Max=1$</p>
Результирующая подсистема	Частный индекс конкурентоспособности на основе индикаторов результирующей подсистемы туристского кластера	$I_{comp RS} = \sum_{i=1}^n \frac{RSF_i + \dots + RSF_n}{RSF_i^* + \dots + RSF_n^*}$ <p>RSF_i – балльный уровень оценки состояния i-индикатора результирующей подсистемы туристского кластера RSF_i^* – балльный уровень оценки состояния i-индикатора результирующей подсистемы эталонного туристского кластера n – количество оцениваемых индикаторов результирующей подсистемы туристского кластера $Max=1$</p>
Интегральный индекс конкурентоспособности туристского кластера		$I_{comp} = I_{ASF} + I_{AS} + I_{CS} + I_{RSF}$ <p>$Max=4$</p>

*составлено авторами

Данная система включает в себя интегральный и частные индексы конкурентоспособности: интегральный индекс конкурентоспособности регионального туристского кластера; частный индекс конкурентоспособности на основе индикаторов предшествующей подсистемы туристского кластера; частный индекс конкурентоспособности субъектов предшествующей подсистемы регионального туристского кластера; частный индекс конкурентоспособности субъектов центральной подсистемы регионального туристского кластера; частный индекс конкурентоспособности на основе индикаторов результирующей подсистемы туристского кластера. При этом частные индексы рассчитываются в отношении двух направлений оценки, во-первых, для оценки влияния индикаторов (внешних факторов) на конкурентоспособность системы, во-вторых, для оценки конкурентоспособности субъектов в составе соответствующей подсистемы.

ВЫВОДЫ

Исследование и обоснование механизма формирования конкурентоспособности регионального туристского кластера является важным направлением повышения конкурентных позиций, как кластера, так региона и национальной экономической системы. При этом следует отметить, что предложенный подход применим в от-

ношении оценки конкурентоспособности не только туристского, но и других кластеров. В этом случае необходима корректировка субъектов и детерминант предшествующей, центральной и результирующей подсистем. Использование подобного механизма способствует выявлению ключевых субъектов и детерминант регионального кластера, формирующих его конкурентные преимущества, а также принятию эффективных управленческих решений, направленных на совершенствование стратегических процессов функционирования подсистем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Портер М. Конкуренция. М.: Изд. дом Вильямс, 2005. 608 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Сущность конкурентоспособности // Современная конкуренция. 2007. № 3(15). С. 99-129.
3. Гельвановский М. Конкурентоспособность микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии // Высшее образование в России, 2006. №10. С. 32-40.
4. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: Типография «Новости», 2000. 255 с.
5. Ламбен Ж.-Ж., Чумпигас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2008. 560 с.
6. А.Ю. Александрова Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51-61.
7. Перцовский Н.И., Спиридонов И.А., Барсукова С.В. Междоународный маркетинг. М.: Высшая школа, 2001. 239 с.
8. Руденко А.А., Курманов М.Ф. К вопросу о выборе критериев конкурентоспособности предприятия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2017. Т. 1. № 4. С. 213-221.
9. Бердникова Л.Ф., Шнайдер В.В. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость экономических субъектов // Научен вектор на Балканите. 2019. Т. 3. № 4 (6). С. 83-86.
10. Баикуева Е.Ю. Санаторно-курортный сегмент туристского рынка республики Бурятия: состояния и проблемы // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 1 (10). С. 57-60.
11. Григорян Е.С. Управление конкурентоспособностью предприятия // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2015. Т. 3. № 6 (28). С. 310-319.
12. Анохин Е.В. Влияние развития форм собственности на конкурентоспособность экономики России // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 2 (34). С. 41-52.
13. Шнайдер В.В. Современный интерес к концепции устойчивого развития организации // Хуманитарни Балкански изследвания. 2019. Т. 3. № 4 (6). С. 71-74.
14. Rodrigues A.B. Turismo rural: praticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto, 2003. 580 с.
15. Nordin S. Tourism Clustering and Innovation: Path to Economic Growth and Development [электронный ресурс]. URL: http://ekstranett.innovasjon Norge.no/Arena_fs/tourism-chistering-and-inno_etour0104.pdf.
16. Воликов О.А. Туризм как фактор социально-экономического развития Приморского края // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 79-81.
17. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Модель взаимодействия образовательного учреждения и предприятий турбизнеса (на примере Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток) // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 32-36.
18. Лебединская Ю.С. Региональный туристский кластер: понятие и специфические черты // Научное обозрение. 2015. № 12. С. 360-364.

Статья поступила в редакцию 23.02.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020