

УДК: 338.26

*Осипова О.В.*

*магистрант, кафедра международного туризма и  
гостиничного бизнеса, НИУ «БелГУ», г. Белгород*

*Научный руководитель: Слинкова О.К., доктор экономических наук,  
Россия, г. Белгород*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ТУРИЗМЕ

*Osipova O.V.*

*Master student, department of international tourism and hotel business*

*National Research University «BSU», Belgorod*

*Scientific adviser: Slinkova O.K., Doctor of Economics,  
Russia, Belgorod*

## USE OF CLUSTER APPROACH IN TOURISM

**Аннотация.** В статье говорится о роли кластерного подхода на современном этапе развития туризма. Рассматривается сущность кластера и кластерного подхода в туризме.

**Ключевые слова:** туризм, кластер, кластерный подход, туристский кластер, сотрудничество.

**Annotation.** The article describes the role of the cluster approach at the present stage of tourism development. The essence of the cluster and the cluster approach in tourism is considered.

**Key words:** tourism, cluster, cluster approach, tourist cluster, cooperation.

Туризм является чрезвычайно важной экономической деятельностью, которая может играть решающую роль в определенных областях развития, где иногда нет других альтернатив для достижения этой цели, и может даже повысить природный и историко-культурный потенциал большинства депрессивных регионов. Сектор туризма также представляет собой деятельность, которая характеризуется огромными возможностями, которые должны давать прямые, косвенные и индуцированные эффекты в

экономике. Зарубежные авторы, такие как Кампос, Мендес и Альбино считают, что туризм является сектором деятельности, который все больше выражается и ценится для национальной и региональной экономики [3, с. 171].

Региональное развитие является результатом интеграции пространственной переменной в предмет развития; таким образом, это связано с определенной пространственной привязкой – регионом. Кластеры стали одной из самых популярных концепций местного и регионального развития для исследований и практики.

Кластер – это широкое понятие, которое существует во многих областях, и огромный интерес к нему проявляют ученые, политики и предприниматели. Концепция промышленного кластера впервые была описана А. Маршаллом, который отождествил ее с экономией от масштаба за счет присутствия производственных компаний в промышленных районах [3, с. 170].

В настоящее время кластер был определен американским экономистом М. Э. Портером. Портер описал кластер как группу компаний и связанных с ними учреждений, находящихся в географической близости, разделяющих одни и те же возможности, технологии и инфраструктуру, которые остаются друг с другом как в кооперативных, так и в конкурентных отношениях [4].

Кластеры представляют собой инновационную форму так называемого сотрудничества, что означает, что конкуренция между деловыми партнерами в целях частичной конвергенции рассматривается как игра, которая приносит пользу всем участникам, не исключая ни одного из них.

Наиболее важные особенности кластеров могут включать в себя:

– системную связь, сеть формальных и неофициальных связей кластера;

– концентрацию в определенной области и в данный момент времени ресурсов (материальных, финансовых и человеческих), что вызывает увеличение производительности внеоборотных активов;

– сотрудничество и взаимопомощь многих автономных бизнес-структур;

– способность генерировать и сохранять конкурентное преимущество;

– снижение риска, что позволяет снизить затраты на управление;

– достижение синергетического эффекта.

Компании в кластере могут достичь ощутимых выгод. Наиболее важные из них включают:

– снижение операционных издержек;

– диффузионное ноу-хау и ротация персонала;

– открытость к инновациям;

– легкий доступ к ключевым ресурсам;

– высокий уровень производительности и рентабельности;

– более простой доступ к рынкам [2].

Формирование кластеров может осуществляться снизу вверх или сверху вниз.

Туристический кластер – это активная сеть, в которую входят:

– туроператоры;

– контрагенты;

– туристические организации;

– местные органы власти и самоуправления;

– институты деловой среды;

– образовательные организации (колледжи, институты).

Отдельные элементы кластера взаимодействуют друг с другом в рамках одного бренда (туристического продукта) и одновременно соревнуются друг с другом в качестве, уникальности и инновациях. Основные атрибуты этого кластера включают в себя:

- пространство (определенная область, в рамках которой объекты являются функциональными);
- экономико-социальные отношения, возникающие между участниками;
- сеть (организации стремятся к достижению индивидуальных и общих целей);
- услуги (потребление туристских продуктов, происходит в месте их производства) [2].

Кластер будет эффективным при условии, что он не будет вести конкурентную борьбу за устранение с рынка, но будет способствовать получению прибыли субъектами, участвующими в этой структуре, и, кроме того, он приведет к улучшению качества жизни жителей внутри кластера.

В случае туристических кластеров факторы, способствующие концентрации определенной группы компаний и учреждений, связанных с их деятельностью, являются, несомненно, эндогенными факторами.

Туристические кластеры постоянно развиваются благодаря объединению субъектов. В Европе можно встретить многочисленные инициативы, способствующие развитию кластеров, которых на Старом континенте было выявлено более двух тысяч. Синергетический эффект действия, который невозможно получить индивидуально, является важной причиной их функционирования и развития [2].

Программы Европейского Союза, ряд других нормативно-правовых актов международного и национального уровней на протяжении более полувека рассматривают развитие приграничных территорий как одно из ключевых направлений западноевропейской региональной политики. В качестве основной цели данная политика декларирует преодоление негативных последствий бывшей барьерной функции границ, относительной изолированности и периферийности приграничных территорий, развитие и укрепление экономических и культурных связей между регионами и

странами, более полное использование социально-экономического потенциала приграничных территорий. В отличие от зарубежного опыта, политика Российской Федерации на протяжении долгого периода времени не способствовала развитию приграничных территорий, что негативно сказывалось на их социально-экономическом развитии. Только в настоящее время разрабатываются программы развития приграничных территорий, где одну из важнейших ролей играет туризм.

Растущее влияние туризма на социально-экономическое развитие приграничных регионов рационализирует проблемы исследования процессов мобильности, туризма и миграции граждан в мировом сообществе. В последние годы растет число работ российских ученых, в которых представлены многочисленные аспекты сотрудничества приграничных регионов России с соседними странами в контексте туристической мобильности. Учитывая ключевую роль развития туристической инфраструктуры в функционировании региональной туристической индустрии, ученые накопили значительный исследовательский потенциал для понимания текущего состояния, особенностей и проблем развития туристической инфраструктуры в некоторых приграничных регионах России. Особый интерес представляют исследования вопросов развития туристско-рекреационного комплекса приграничных регионов, вопросов приграничного и трансграничного сотрудничества в сфере туризма. Однако накопленный исследовательский потенциал, ввиду регионального характера существующих разработок, не позволяет в полной мере моделировать всестороннее понимание общих тенденций и особенностей развития туризма в трансграничном поясе России [1, с. 49].

В случае трансграничного объединения регионов стоит выделить два аспекта – препятствия и возможности. Первыми являются отсутствие специализированных структур внутри администраций в области

сотрудничества, нехватка местных ресурсов в регионах-партнерах, несоответствия между ритмами экономического развития, отсутствие прямых трансграничных отношений между социально-экономическими субъектами, слабые торговые отношения и трудности при пересечении границы. Последняя важная сторона касается экономической взаимодополняемости областей, организованных отношений и потоков, необходимости улучшения и развития новых коммуникационных инфраструктур в трансграничных районах. Эта область отличается сложностью и гистерезисом, которые следует учитывать при любых будущих прогнозах. Страны-партнеры могут извлечь уроки из прошлой истории и соответствующим образом изменить свой статус, поскольку на трансграничную экономическую жизнь влияют такие факторы, как проницаемость границ, степень межкультурности, количество и глубина исторических конфликтов, расстояние от главного экономического центра и т. д., а также факторы, возникающие в результате недавних разработок в области информационных технологий и связи. Трансграничные программы ориентированы в основном на партнерство и сотрудничество, где первая тема – это экономические проблемы развития. Приоритет отдается построению партнерства, что означает хороший шаг, который должен облегчить будущее сотрудничество и помочь заинтересованным сторонам сосредоточиться на экономических стратегиях и проектах [5, с. 97].

В настоящее время в отечественной практике уже широко известны региональные кластеры, функционирующие в пределах одного субъекта Российской Федерации, создаются проекты межрегиональных кластеров, располагающихся на территории двух и более субъектов Российской Федерации.

Наряду с ними, как было сказано выше, возникает потенциал создания приграничных (трансграничных) туристских кластеров, т.е. туристских кластеров, размещенных в приграничных территориях двух и более

государств. Такая практика уже существует на территории бывшего СССР, так, разработан совместный украинско-белорусский проект развития сельского туризма. Проект под названием «Организация трансграничного кластера сельского туризма «Днепр» будет реализован в смежных пограничных районах Черниговской и Гомельской областей и охватит 300 природных, археологических и историко-культурных достопримечательностей, 450 км. зеленых маршрутов, в т.ч. пешеходные, велосипедные, конные и водные маршруты, туры выходного дня для байкеров и поклонников экстремального вида отдыха. Другой пример – международный проект «Карпатский регион как привлекательная туристическая дестинация», который реализуется в Украине, Словакии, Венгрии и Румынии. В задачах проекта не только разработка общей стратегии менеджмента туристических дестинаций, но и маркетинговая деятельность, включая брендинг и формирование имиджа развития. Стоит отметить, что здесь приведены примеры развития приграничных туристских кластеров зарубежных стран. На сегодняшний день в Российской Федерации туристские кластеры создаются как национальные объекты. Вместе с тем, нельзя не отметить, что потенциал и возможности создания востребованных приграничных туристских кластеров в России велики [5, с. 101].

Вне всякого сомнения, туристические регионы, а также хозяйствующие субъекты, функционирующие в их районе, и особенно ориентированные на туризм, должны сосредоточиться на повышении своей конкурентоспособности и способности внедрять инновационные продукты. Такой процесс должен проявляться в постоянной диверсификации туристического предложения, предоставляемого конкретными организациями и конкретным туристическим направлением. Обсуждение, представленное в настоящем исследовании, указывает на полезность туристических кластеров в повышении конкурентоспособности

туристических направлений. Однако следует указать несколько важных вопросов, касающихся способа их функционирования.

Накопленный к настоящему времени опыт создания кластеров свидетельствует о полезности этой формы сотрудничества не только в интересах развитых регионов, но и в случае экономически неразвитых районов.

Серьезным препятствием для функционирования такого кластера является сравнительно слабое совпадение практики и исследований в сфере туризма по сравнению с отраслевым сектором. Особая роль инноваций в функционировании кластера оправдывает присутствие в нем научно-исследовательских организаций (школ, университетов, исследовательских центров).

Развитие сотрудничества в сфере туризма и внедрение концепции туристического кластера, к сожалению, не улучшилось из-за слабых отношений между отраслью туризма и исследовательскими центрами в результате незначительной инициативы, представленной субъектами для налаживания такого сотрудничества, и их нежелания воспользоваться научными достижениями технического прогресса в своей деятельности.

Инициатива строительства туристического кластера может оказаться успешной, если предпринять усилия для развития партнерства между государственным и частным сектором. Местное самоуправление должно предоставить условия для развития предпринимательства и стимулировать новых инвесторов осуществлять инвестиции в регионе. С другой стороны, территориальное самоуправление должно не только создавать кластер, но и стимулировать развитие сотрудничества на уровне туристического направления. Кроме того, местные и региональные туристические организации не должны отождествляться с кластером, но должны играть роль таких участников кластера.

Следует также напомнить, что местоположения и регионы

характеризуются различными условиями с точки зрения создания кластеров. Это больше похоже на туристические направления, у них есть свой жизненный цикл. Участники каждого туристического кластера должны осознать это и подготовиться к проведению надлежащих мероприятий на каждом этапе этого цикла.

**Список литературы:**

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2016. – 460 с.
2. Глоова, А. В. Кластерный подход как ключевой инструмент развития туризма в регионе // Туризм сегодня. 2013. – №2.
3. Куркудинова, Е. В. Кластерный подход как технология управления экономическим развитием региона // Экономика и управление. 2013. – №10 (71). – С. 170-172.
4. Портер, М. Конкуренция Спб. : Изд.д. «Вильямс». 2006.
5. Ширихина, Е. Ю. Кластерный подход в туризме // Проблемы современной экономики. 2014. – №1. – С. 100-104.