

## ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ НА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Дроздецкая А.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>НОУ ВПО «Балтийская академия туризма и предпринимательства», г. Санкт-Петербург, Россия (197110, г. Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, д. 13, лит. А), e-mail: Dalla.ct.spb@hotmail.com

В данной статье актуализирован кластерный подход в индустрии туризма. Кластеры являются сообществом фирм, тесно связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности. Тем самым они выполняют роль «точек роста» в развитии внутреннего рынка и экономики региона. Диверсификация экономики моногородов на приграничных территориях через кластерный подход является одним из основных решений данной проблемы. Туристская отрасль может стать одним из способов диверсификации экономики, используя нарастающий потенциал трансграничного сотрудничества и поток туристов. Автором предложена модель формирования туристского кластера. Предназначение модели туристского кластера состоит в использовании содействия интеграции природно-географического, кадрового, научного, ресурсного, производственного, инфраструктурного потенциалов, освоения новых технологий и привлечения потенциальных инвесторов. Таким образом, модель туристского кластера – это последовательно развивающаяся совокупность взаимодействующих элементов, необходимых для координации и распределения ресурсов, способных создать нужные условия для предоставления конкурентоспособных туристских услуг, отвечающих запросам потребителей.

Ключевые слова: туризм, кластерный подход, моногорода, приграничные территории, диверсификация экономики.

## FORMATION OF TOURIST CLUSTERS IN BORDER TERRITORIES

Drozdetckaya A.A.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>NOU VPO "Baltic Academy of Tourism and Business", St. Petersburg, Russia (197110, St. Petersburg, Petrozavodskaya St., 13, litas. A), e-mail: Dalla.ct.spb@hotmail.com

In this article cluster approach in the tourism industry is staticized. Clusters are community of firms, closely related branches mutually supplementing each other and promoting growth of the competitiveness and by that, carry out a role of "growth points" in development of domestic market and region economy. Diversification of economy of monocities in border territories through cluster approach is one of the main solutions of this problem. The tourist branch can become one of ways of diversification of economy, using the accruing potential of cross-border cooperation and a flow of tourists. The author offered model of formation of a tourist cluster. The mission of model of a tourist cluster consists in use of assistance of integration of natural and geographical, personnel, scientific, resource, production, infrastructure potentials, development of new technologies and involvement of potential investors. Thus, the model of a tourist cluster is consistently developing set of the interacting elements necessary for coordination and distribution of resources, capable to create the necessary conditions for providing the competitive tourist services answering to inquiries of consumers.

Keywords: tourism, cluster approach, monocities, border territories, economy diversification.

В настоящее время кластерный подход хорошо изучен и использован отечественными и зарубежными учеными в развитии производственных отраслей. Кластеры являются сообществом фирм, тесно связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности, и тем самым они выполняют роль «точек роста» в развитии внутреннего рынка и экономики региона [5]. Диверсификация экономики моногородов на приграничных территориях через кластерный подход является одним из основных решений данной проблемы. Туристская отрасль может стать одним из способов диверсификации экономики, используя нарастающий потенциал трансграничного

сотрудничества и поток туристов. Современная индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства [1], которая может развить территорию региона, основываясь на потенциальных туристских возможностях самой территории. Автором предлагается модель формирования туристского кластера, основанная на использовании интеграции природно-географического, кадрового, научного, ресурсного, производственного, инфраструктурного потенциалов, освоения новых технологий и привлечения потенциальных инвесторов. Таким образом, модель туристского кластера – это последовательно развивающаяся совокупность взаимодействующих элементов, необходимых для координации и распределения ресурсов, способных создать нужные условия для предоставления конкурентоспособных туристских услуг, отвечающих запросам потребителей.

Потенциалом для развития туристского кластера могут являться природные ресурсы и сопутствующие отрасли, на которые делается акцент, а также наличие инфраструктуры, привлекательной для инвесторов. В модели туристского кластера все элементы взаимосвязаны между собой, и данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности туристов и местного населения.

Для государства, общества и российских предпринимателей наступил сложный период поиска новых форм и методов развития бизнеса и экономического роста в связи с вступлением в ВТО, условиями глобализации и открытости национальной экономики. Главной задачей в российской туристской индустрии становится успешное конкурентное соперничество на туристском рынке. Одним из инновационных направлений решения экономических задач на долгосрочную перспективу становится формирование и развитие туристских кластеров (автотуристские, туристско-рекреационные и другие). Примером могут служить такие государственные программы развития туризма, как Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ» (2011-2018 годы) [4].

Успешным условием решения задач кластерного подхода в области туризма является диагностика социально-экономических процессов, которые играют роль в их формировании и развитии. Под оценкой социально-экономической ситуации и деятельности предприятий и организаций-участников кластера понимается, во-первых, определение наилучших способов стимулирования развития участников кластера, а во-вторых, оценка целесообразности применения кластерного подхода в экономической политике. Таким образом, формирование туристского кластера как системы взаимосвязанных элементов дает комплексный инструмент для оценки социально-экономических мер, мониторинга их реализации, практических решений с корректировкой в развитии туризма на определенных территориях.

Для формирования модели кластера ставятся цели и задачи, строится его предварительная модель, производится анализ каждого элемента модели. В связи с этим становится необходимым разработать методику, где главной задачей является пошаговое конструирование формирования приграничного туристского кластера.

Разработанная автором методика формирования приграничного туристского кластера предлагает сочетание усилий органов государственной и муниципальной власти и бизнес-структур. Методика исследования отталкивается от потенциала привлекательности территории с точки зрения инвестирования в туристскую отрасль. Подробная схема методики представлена на рисунках 1, 2.

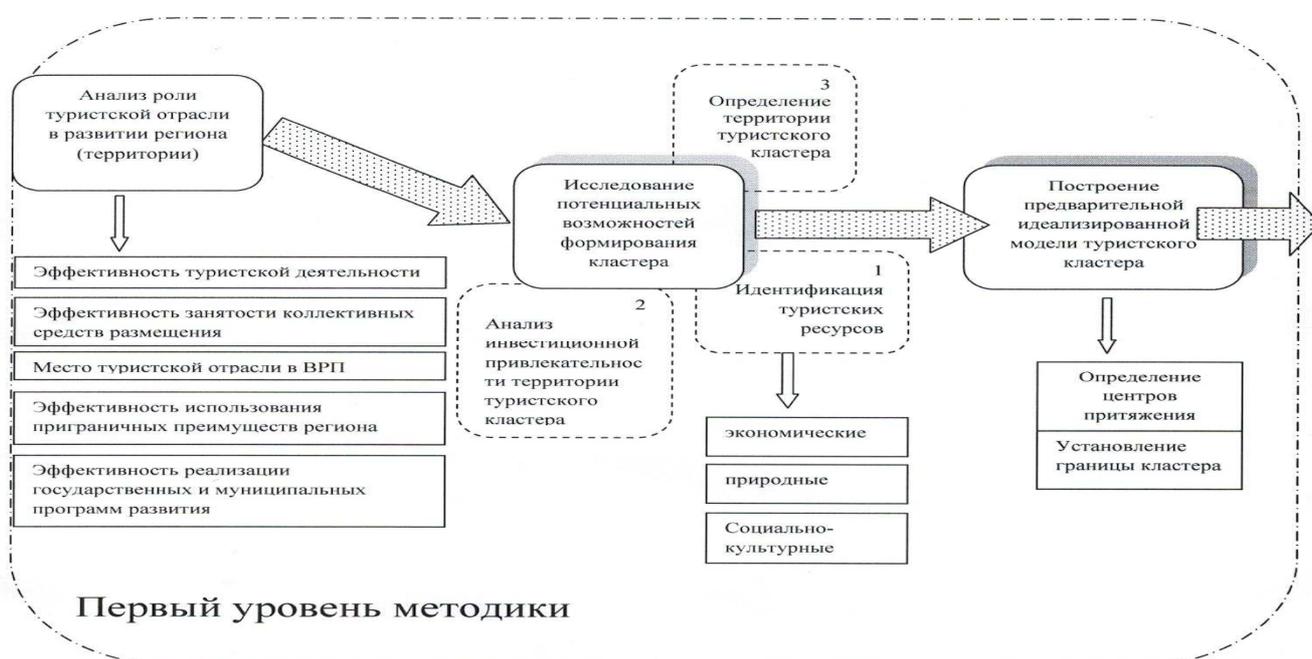


Рисунок 1 – Первый уровень методики формирования приграничного туристского кластера

Данная методика состоит из трех уровней исследования территории и построения модели туристского кластера. Каждому уровню соответствует поставленная задача: для первого уровня – определение роли туристской отрасли в развитии региона и анализ инвестиционной привлекательности территории туристского кластера. Для второго уровня задачей является разработка SWOT-анализа территории на основе анализа потенциала инфраструктуры кластера как показатель инвестиционной привлекательности, для третьего уровня - оценка результатов анализа, построение матрицы участников социального партнерства по отношению к направлениям ответственности. А в конечном итоге - оценка возможности создания туристского кластера.

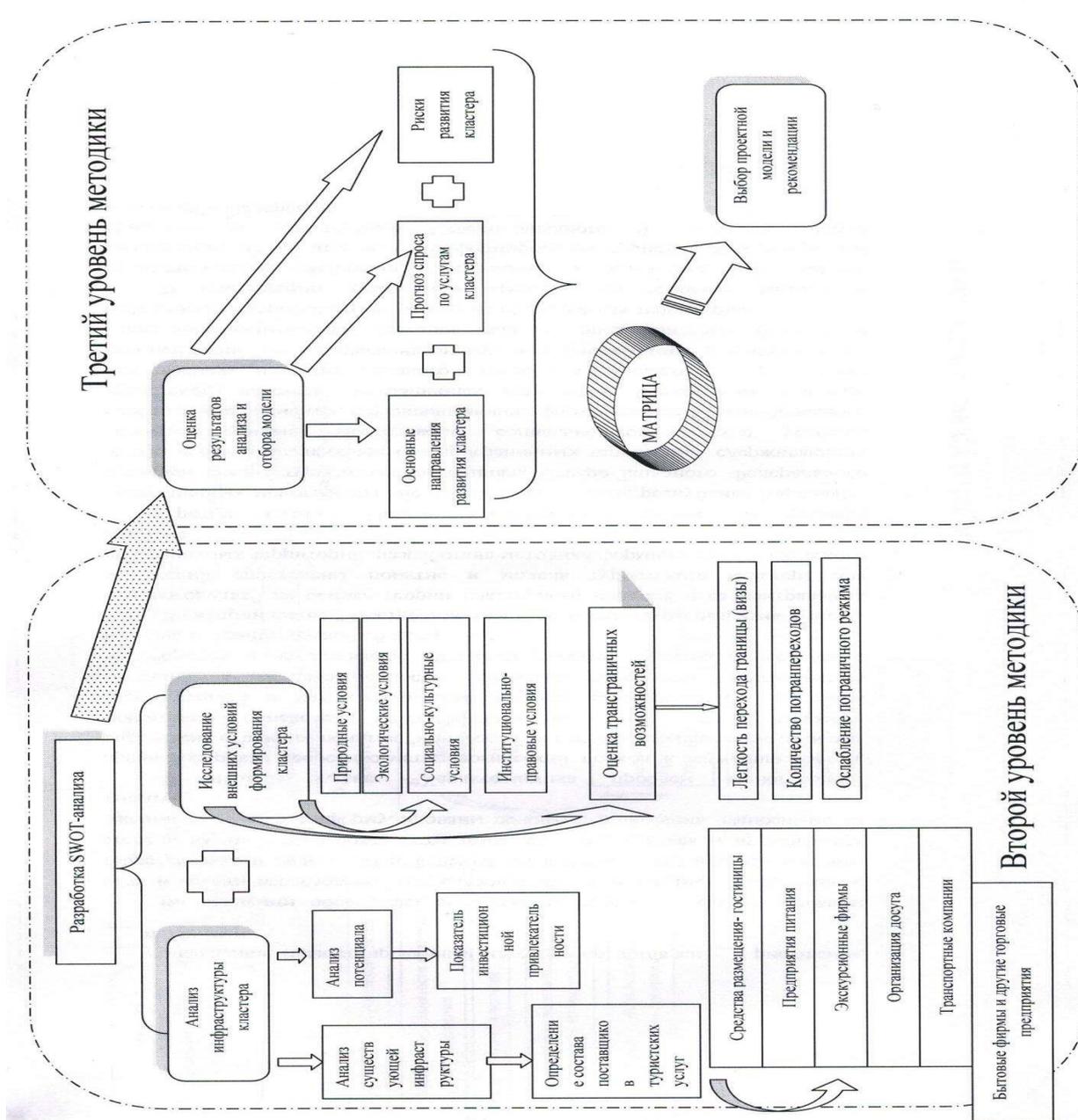


Рис. 2. Второй и третий уровень методики формирования приграничного туристского кластера

На первом уровне данной методики анализируется роль туристской отрасли в развитии региона по показателям эффективности с последующим анализом инвестиционной привлекательности. Автором методики предлагается сделать анализ туристской отрасли по пяти основным пунктам эффективности: эффективность туристской деятельности, эффективность занятости коллективных объектов туристского показа, место туристской отрасли в ВРП, эффективность использования приграничных преимуществ региона, эффективность реализации государственных и муниципальных программ развития.

Под эффективностью туристской деятельности понимаются общие показатели развития туризма, такие как объем туристского потока. Показателями служат количество въезжающих и выезжающих туристов на территорию РФ, величина туристских расходов (сколько в среднем турист оставляет денег, пребывая на российской территории), состояние и развитие материально-технической базы, показатели финансово-экономической деятельности турфирм и эффективность отрасли индустрии гостеприимства (количество и

уровень гостиниц на территории). Рассмотрев территорию с точки зрения эффективности туристской деятельности, наличие на территории возможного туризма, рассматривается эффективность занятости коллективных средств размещения. Средствами размещения могут быть гостиницы, пансионаты, турбазы, дома отдыха, санатории, кемпинги, поэтому анализируется заполняемость их по сезонности и вычисляется среднее арифметическое возможного заполнения в год. Также в данный пункт может входить посещение объектов туристского показа, количество объектов и их посещаемость в год, с учетом сезонного фактора.

Проанализировав существующий поток туристов на территорию, наличие объектов средств размещения туристов и объекты турпоказа, следует перейти к анализу места туристской отрасли в ВРП (валовый региональный продукт) – доля занятости населения в туристской отрасли (количество сотрудников турфирм, работающих на привлечение туристов на данную территорию и в компаниях сопутствующих отраслей), доля налогов, отчисляемых отраслью, доля бюджетных инвестиций (инвестиции, прописанные в региональных и муниципальных программах на развитие данной территории в области туризма), доля инвестиций бизнеса (отчисления в туризм от местных заводов или предприятий).

Далее переходим к анализу эффективности использования приграничных преимуществ региона. Преимуществами региона является количество краткосрочно въезжающих иностранных туристов на территорию, местный приграничный обмен (пересечение границы туристами, местными жителями обеих сопредельных стран, бизнесменами), пропускная способность пограничных переходов.

Важным пунктом эффективности следует признать эффективность реализации государственных и муниципальных программ развития туристской отрасли. Важность анализа данного пункта состоит в определении наличия соответствующих статей развития в программах на государственном и муниципальном уровнях. И не менее важна степень выполнения показателей программ развития туристской отрасли в показателях, оцениваемых через рост количества туристских объектов и туристских событий, мероприятий и т.д.

Проанализировав место туристской отрасли на данной территории, переходим на следующий этап – к исследованию потенциальных возможностей формирования кластера. Этап состоит из определения территории туристского кластера, идентификации туристских ресурсов и основного анализа инвестиционной привлекательности территории туристского кластера. Следует определить и обосновать географические границы кластера, которые могут варьироваться (от масштаба города до уровня региона или сопредельных территорий). Одним из обязательных этапов формирования кластера является идентификация туристских

ресурсов, которая заключается в оценке социально-культурного, природно-экологического и экономического потенциала. Она способствует выявлению дополнительных возможностей и барьеров для формирования кластера.

Каждому из туристских ресурсов соответствуют характеристики, определяющие формирование и развитие кластера (таблица 1).

<b>Условия</b>	<b>Характеристики</b>
Социально-культурные	<ul style="list-style-type: none"> <li>- санатории,</li> <li>- дома отдыха,</li> <li>- пансионаты,</li> <li>- санатории-профилактории,</li> <li>- дворцы культуры,</li> <li>- спортивные сооружения,</li> <li>- памятники,</li> <li>- музеи,</li> <li>- турбазы</li> </ul>
Природные	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уникальность территории/ресурсов,</li> <li>- лесопарки,</li> <li>- озера</li> </ul>
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> <li>- транспорт,</li> <li>- промышленные предприятия,</li> <li>- сфера обслуживания (малый и средний бизнес)</li> </ul>

Таблица 1 - Внешние условия формирования туристского кластера

Важным пунктом методики исследования и анализа является анализ инвестиционной привлекательности территории туристского кластера. Он основывается на определении территории туристского кластера и его туристских ресурсов. Инвестиционной привлекательностью территории является наличие комплекса туристских ресурсов, а также наличие возможной взаимосвязи между ними на данной территории. Основываясь на том, что туризм играет все большую роль в международном обмене деятельности (6-7% международного торгового оборота) [3] и в мировом экспорте занимает третье место после экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей, инвестиционная привлекательность туристского кластера будет ключевым моментом для развития территории региона и привлечения российских и зарубежных инвесторов. Также следует сказать, что на сферу туризма приходится треть оборота предприятий торговли и услуг стран Евросоюза [2].

При наличии на территории потенциальных возможностей формирования туристского кластера и понимания, во что можно вкладывать инвестиции, разрабатывается предварительная идеализированная модель туристского кластера. Модель дает не только слепок и статистическую картину объекта, но и отражает внутренние взаимосвязи - дается полная картина функционирования и развития туристского кластера на данной территории. Данный этап определяет центры притяжения туристов и установления границы кластера. Выбираются основные пункты, расстояние между которыми будет оптимальным для

перемещения не только пешком, но и различными видами транспорта. Также особое внимание стоит уделить границам с сопредельными с кластером территориями, которые могут быть поставщиками туристов, с дальнейшим потенциалом его расширения.

Таким образом, границы кластера будут определяться с учетом:

- анализа пространственного расположения основных транспортных коммуникаций,
- цепочек объектов, которые представляют интерес для туристов,
- временных затрат на дорогу между дестинациями,
- расположения относительно соседствующих стран и регионов,
- интересов основных поставщиков туристов.

Анализ туристской отрасли и инвестиционной привлекательности территории дал возможность построить предварительную идеализированную модель туристского кластера и перейти на *второй уровень* методики, к разработке детального SWOT-анализа территории кластера. SWOT-анализ предполагает исследование внутренних и внешних условий. Под внутренними условиями предполагается анализ инфраструктуры кластера с показателем инвестиционной привлекательности, а под внешними условиями – природные, экологические, социально-культурные, институционально-правовые и оценка трансграничных возможностей.

Анализ инфраструктуры кластера предполагает анализ существующих поставщиков туристских услуг. Поставщиками туристских услуг являются средства размещения (гостиницы, пансионаты, турбазы, кемпинги), предприятия питания (кафе, рестораны, буфеты), экскурсионные фирмы, организации досуга (парки, кинотеатры, цирковые организации, концертные организации, театры), транспортные компании, бытовые и другие торговые предприятия (сувенирная продукция).

Исследование внешних условий формирования кластера способствует выявлению дополнительных возможностей и барьеров для его формирования. К внешним условиям относят: природные (географическое положение, парки, заповедники, система озер), экологические (заповедники), социально-культурные (исторические мероприятия, ярмарки), институционально-правовые (законодательство в туризме, информационные системы о туризме и регионе, охрана окружающей среды), а также оценка трансграничных возможностей кластера: легкость перехода границы (упрощенный визовый режим), количество погранпереходов, ослабление пограничного режима (комфортное и быстрое прохождение границы).

Особое внимание следует уделить участию органов власти в развитии туризма и туристских кластеров, где государство должно выступать гарантом вложений инвестиций и создавать благоприятный инвестклимат, тем самым формируя «экономическую точку

роста». Как показывает зарубежный опыт развития туристских кластеров, даже самые известные и развитые кластеры нуждаются в поддержке со стороны государственных и муниципальных структур.

Разработав SWOT-анализ туристского кластера, нужно оценить результаты анализа и отбор модели, поэтому, переходя на *третий уровень методики*, рассматриваются основные направления развития кластера (деловой туризма, экологический, сельский и т.д.), прогнозируется спрос на услуги кластера и оцениваются риски кластера. На основании оценок вышеизложенных результатов формируется *матрица* использования потенциальных возможностей города.

Исследование любой территории, предрасположенной к развитию туристской отрасли, позволяет создать методическую базу для расчета и вложения инвестиций со стороны бизнеса в территорию, соблюсти интересы всех вовлеченных сторон социального партнерства (государства, бизнеса, населения) в виде синхронизированных инвестиционных планов на уровне государства, муниципалитетов и бизнеса. Данная методика является универсальной, так как предполагает опираться на принципы социального партнерства и приоритеты инвестиционной привлекательности в диверсификацию экономики моногорода.

### Список литературы

1. Загорин Н.Д. Инвестиционное развитие сферы туризма в регионе // Российское предпринимательство. – 2006. - № 2 (74).
2. Российская туристская газета. - 1999. - № 23. - С. 3.
3. Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. - М., 1998. - С. 3.
4. Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы) : Федеральная целевая программа от 19 июня 2010 г. № 1230-р.
5. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. - 2003. - № 5.

### Рецензенты:

Горенбургов Михаил Абрамович, д.э.н., профессор, зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса Балтийской академии туризма и предпринимательства (НОУ ВПО «БАТиП»), г. Санкт-Петербург.

Пилявский Валерий Павлович, д.э.н., проректор по научной работе, профессор Балтийской академии туризма и предпринимательства (НОУ ВПО «БАТиП»), г. Санкт-Петербург.