

Дмитрук Оксана Владиславовна

старший преподаватель  
кафедры менеджмента и экономики  
Владивостокского государственного университета  
экономики и сервиса, филиал в г. Находке  
dom-hors@mail.ru

## ОПЫТ СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

### Аннотация:

Статья посвящена изучению опыта создания туристско-рекреационных кластеров в России и за рубежом как современного инструмента повышения конкурентоспособности регионов, а также определению предпосылок и условий, которые способствуют, либо сдерживают развитие туристских кластеров на территории Приморского края. Сегодня этот подход определен на федеральном уровне в рамках программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)» и региональном, в рамках «Стратегии социально-экономического развития Приморского края до 2025 г.».

### Ключевые слова:

кластер, туристско-рекреационный кластер, опыт формирования туристского кластера, методика формирования туристского кластера, тематический туристский кластер.

Dmitruk Oksana Vladislavovna

Senior Lecturer of the Management  
and Economics Department,  
Vladivostok State University of Economics  
and Service, branch in Nakhodka  
dom-hors@mail.ru

## EXPERIENCE IN CLUSTER FORMATION AS A METHOD OF THE REGION'S COMPETITIVE STRENGTH IMPROVEMENT

### Summary:

The article studies experience in the touristic recreational clusters creation in Russia and abroad as a modern tool of the region's competitive strength improvement. The author considers prerequisites and conditions promoting or holding back the development of the touristic clusters in the Primorye territory. Nowadays this approach is accepted on the federal level under the program "Development of the domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011–2016)" and on the regional level under the "Strategy of the Primorye Krai's socioeconomic development until 2025".

### Keywords:

cluster, touristic and recreational cluster, experience in formation of a touristic cluster, technique of formation of a tourist cluster, thematic tourist cluster.

Эпоха постиндустриального развития общественных отношений привела к значительному повышению роли сферы услуг в жизни общества. Это относится и к туризму, который в настоящее время является фундаментальной основой развития экономик многих стран и регионов мира. Значительно выросла роль туризма как источника валютных поступлений, в процессе расширения международных связей, в обеспеченности занятости населения, в его влиянии на ключевые отрасли экономики – транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство и пищевую промышленность, производство товаров народного потребления и т.д.

При этом туристский продукт в настоящее время претерпевает значительные изменения – он трансформируется в сферу духовного переживания потребителя, в сферу восприятия туристом культурно-исторического и природно-рекреационного богатства региона посещения. Поэтому необходима разработка новых подходов к формированию и продвижению туристского продукта территории со стороны всех туристских и связанных с туризмом предпринимательских структур в целях создания наиболее сильных и благоприятных впечатлений у туристов [1].

Новые экономические отношения выдвигают вопрос о конкурентных позициях региона в рыночной среде. Конкурентные возможности региональной системы зависят от социальных, экономических, научно-технических, экономико-географических, рекреационных, экологических и других условий.

В этой связи должны быть значительно усилены взаимосвязи предпринимательских структур и органов власти на основе использования принципов кооперации и координации деятельности по формированию, продвижению и реализации соответствующего туристского продукта. Это обуславливает необходимость разработки новых подходов в организации туризма на различных территориальных уровнях (страны, области, города). Кластерный подход к организации различных видов экономической деятельности представляет собой инновационное направление развития экономики, что и определяет актуальность темы исследования.

Возникнув в США, первоначально, кластерная идеология применялась лишь к отраслям промышленного производства, была предложена известным ученым М. Портером. Рассматривалась, соответственно, лишь как группа географически соседствующих и интеграционно-

взаимодействующих компаний и связанных с ним организаций, функционирующих в определенной отраслевой (многоотраслевой) сфере и взаимодополняющих друг друга.

В концепции Федеральной отраслевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)» применяется следующее понятие кластера в сфере туризма, которое практически не отличается от определения М. Портера «туристско-рекреационные кластеры – группы экономически соседствующих, использующих рекреационный потенциал территории и взаимодействующих между собой предприятий, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки» [2].

Туристские кластеры формируются на базе ключевых туристско-рекреационных ресурсов региона. Участниками туристского кластера помимо предприятий и организаций, обеспечивающих производство и реализацию туристских продуктов и услуг, могут стать представители администрации, научно-исследовательские институты, образовательные учреждения, профессиональные объединения, представители общественности и т.д. Туристский кластер может формироваться как на локальном (муниципальном), так и на региональном уровнях. Также существуют примеры межрегиональных туристских кластеров.

Мировой опыт показывает, что в условиях рынка кластеры – наиболее эффективные и гибкие структуры. В их основе лежит два принципа: кооперация и конкуренция. Главный тезис М. Портера заключается в том, что перспективные конкурентные преимущества создаются не извне, а на внутренних рынках. На раннем этапе, считает М. Портер, что главная задача правительства – улучшение инфраструктуры и устранение неблагоприятных условий, затем его роль должна концентрироваться на устранении ограничений к развитию инноваций. Критерием для выделения базовой отрасли кластера является ее способность производить продукцию, конкурентоспособную на мировом рынке. Создание конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера приводит к созданию и продвижению бренда рекреационно-туристского района.

В качестве зарубежного опыта использования кластерного подхода можно рассмотреть примеры конкретных туристических кластеров Польши и США.

Эльблонский туристический кластер объединяет 41-го члена. Члены кластера – это фирмы, агротуристические хозяйства, специализированные операторы жилья, туроператоры и другие поставщики услуг, связанных с индустрией туризма, работающие в смежных отраслях и учреждения, сотрудничающие с ними. Кластер занимается разработкой и продвижением образа города Эльблонг и региона как привлекательного туристического района через создание брендовых туристических продуктов в таких сферах как: бизнес туризм; туризм в городах и культурный туризм; туризм в сельской местности; рекреационный, активный и специализированный туризм; пограничный и транзитный туризм.

Туристический кластер «Земля молока и меда» объединяет предприятия на территории Клушборского и Олеского уездов в Опольском воеводстве. Регион характеризуется большим потенциалом развития сельского туризма и производства, потребления и экологического образования. В состав кластера входят предприятия отрасли, органы самоуправления уездов, Опольский Университет и Научно-технологический опольский парк.

Предложение членов кластера охватывает:

1. активный отдых (в том числе отдых уик-энда) в сельских и экотуристических хозяйствах;
2. организацию клубных (бизнес групп) и особых мероприятий;
3. образовательные блоки для детей дошкольного возраста и молодежи – тематические уроки, которые реализовываются на территории отдельных хозяйств или на территории экологических хозяйств;
4. образовательные мастерские, в том числе рукоделие и конкурсы бардов;
5. занятия по региональному образованию, в том числе в музее пчеловодства, в средневековом рыцарском городе;
6. лагеря обучения конной терапевтической езде;
7. пробеги, в том числе семейные, велосипедные/конные;
8. международные встречи поколений (из Польши, Чехии, Германии, Украины);
9. помощь в подготовке и комплексная реализация семейных особых мероприятий – крестин, причастий, бракосочетаний, юбилеев (для разных возрастных групп) и бизнес-групп;
10. организация встречи индивидуальных гостей согласно программам, специально подготовленным по желанию клиента, связанных с индивидуальным обслуживанием;
11. культурных (концертов, авторских встреч, пикников), организованных в оригинальном сценическом оформлении региона;
12. изделия местных предпринимателей молочной промышленности и кондитерского пчеловодства.

Здравница Супрасль вместе с соседними территориями создают замкнутый комплекс, расположенный в Кнышинской Пуци, одной из прекраснейших в Польше. Кластер в своих действиях сосредоточивается на создании образа Кнышинской Пуци как привлекательного туристического места и здравницы благодаря климату и лечебным грязевым ваннам. Кроме прекрасной природы Пуца может предложить неповторимые культурные достопримечательности и исторические объекты. Главная цель кластера – увеличение числа туристов через координацию рекламных действий, создание новых туристических продуктов и организацию обучения в области туризма.

Предложение членом кластера включает: услуги здравницы, грязелечение; спорт и рекреацию, а именно, развитие пешего, конного, велосипедного, байдарочного и лыжного туризма; мультикультурное приключение, в рамках которого предприятия, объединенные в кластер предлагают продукты, связанные с традициями народов: литовского, белорусского, татарского, немецкого, цыганского и польского [3].

Особой формой кластеров в туризме являются тематические туристские кластеры.

Примером тематического туристского кластера может служить кластер винного туризма, сложившийся в Долине Напа (штат Калифорния, США). Долина Напа – известный в мире район виноделия и туризма. Ежегодно в нем регистрируется до 5 млн прибылей с туристскими целями, главным образом, для посещения виноградников и дегустации вина. Калифорнийский кластер виноделов один из наиболее крупных кластеров в США. Создатель идеи Р. Мондави задумал превратить Долину Напа в главный винодельческий район США, где производились бы лучшие американские вина. Он соединил последние американские достижения в области технологии, менеджмента и маркетинга с европейским искусством и традициями виноделия, изменил отношения между виноградарями и винными заводами. Его инновации получили широкое распространение, были созданы условия для образования кластера. Впоследствии винодельческий кластер оброс связями с другими организациями и кластерами, в том числе туристскими [4].

В настоящее время подход к региональному развитию, основанный на кластерах, находит в России все большее понимание. Организационные и концептуальные принципы формирования кластеров изложены в Концепции кластерной политики в РФ, принятой правительством РФ в 2008 г. В рамках направлений регионального развития Концепции определена ее инновационная и социальная ориентация, а также сформированы ее сущностные проявления. Одним из направлений этой ориентации является образование и развитие туристско-рекреационных зон с высоким уровнем оказания услуг сервиса на территориях с уникальными природно-климатическими условиями [5].

В последние несколько лет было принято решение о необходимости создания туристских кластеров, как в ряде субъектов РФ, так и межрайонных туристских кластеров.

В республике Карелия в рамках РЦП «Развитие туризма в республике Карелия до 2010 г.» планировалось совершенствование туристской инфраструктуры Республики и приближение ее к международному уровню. Потенциалом формирования кластера было формирование пяти опорных центров ОЭЗ.

В Самарской области в рамках ЦКП «Развитие туристско-рекреационного кластера Самарской области на 2010–2012 гг.» планировалось развитие инфраструктуры туризма, разработка новых туристских маршрутов, внедрение прогрессивных технологий туристского обслуживания, интеграция региона в систему российского туристского рынка и развитие международного сотрудничества в области туризма. Потенциалом формирования кластера послужило развитие национального парка на территории области и проекты создания новых туристско-рекреационных комплексов.

В республике Бурятия, на основе созданного некоммерческого партнерства «Байкальский туристский альянс» планировалось создание условий для реализации профильной деятельности членом Альянса, сотрудничества между ними, создания конкурентоспособного туристского продукта и эффективного продвижения его на внешнем рынке за счет реализации ряда проектов:

- создания системы туристского маркетинга;
- подготовки и переподготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства;
- разработки инвестиционных проектов по долевному участию в строительстве объектов обслуживания туристов на территории зоны «Байкал» и других территориях.

Исходя из вышеизложенных примеров, можно отметить, что наблюдаются разнообразные подходы к построению туристских кластеров. Нет четких критериев и границ, что обусловлено рядом причин:

1. Разнообразием природно-рекреационных и культурно-исторических ресурсов регионов в стране.
2. Различием в уровне развития базовой туристской инфраструктуры (дороги, телекоммуникации, транспорт и другое).

3. Различием в уровне развития специальной туристской инфраструктуры (размещение, питание, аттракция и другое).

Несмотря на определенные успехи в развитии туризма в современной России, его вклад в экономику незначителен. По оценкам экспертов, с учетом мультипликативного эффекта он составляет 3–3,2 % ВВП. Аналогичный показатель в других странах значительно больше: Хорватия – 19 %, Испания – 18,2 %, Австрия – 15 %, Франция – 10,9 % ВВП. В то же время страна обладает огромным потенциалом туристских ресурсов, который используется крайне ограниченно и нерационально. Это вызвано низкой конкурентоспособностью средств размещения, применением устаревших технологий производства и оказания туристских услуг [6].

Сегодня, развитие туристской отрасли в Приморском крае осуществляется в соответствии с Концепцией федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)», в которой формирование соответствующей мировым стандартам инфраструктуры туризма установлено как одно из приоритетных направлений. В Стратегии Приморского края, туризм определен как сектор возможной специализации региональной экономики [7].

В федеральной целевой программе заявлено, что основой развития туризма Приморского края являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура и события, привлекающие туристов. В программе определен ключевой перечень событийных деловых и развлекательных мероприятий, а также проводятся различные спортивные мероприятия и в области культуры, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами:

- близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона;
- развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории Дальневосточного федерального округа;
- развитием г. Владивостока как центра деловой активности всего Дальневосточного федерального округа;
- наличием разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого культурно-исторического наследия, привлекательного для иностранных туристов;
- наличием образовательных учреждений высшего профессионального образования и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Ускоренное развитие межрегиональных туристских возможностей и повышение качества услуг обеспечиваются территориальной концентрацией приоритетных проектов федерального и регионального характеров:

- строительством объектов транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры к Саммиту АТЭС;
- созданием игорной зоны «Приморье» на территории Артемовского городского округа Приморского края;
- созданием на территории острова Русский Владивостокского городского округа Приморского края туристско-рекреационной особой экономической зоны;
- учреждением на территории Приморского края национальных парков;
- организацией крупных международных и региональных деловых, спортивных и развлекательных мероприятий.

Формирование современной туристской инфраструктуры объектов Саммита АТЭС и иных масштабных проектов определяет в дальнейшем необходимость эффективного использования туристских ресурсов, обеспечения соответствующего уровня загрузки коллективных средств размещения, разработки и активного продвижения туристских продуктов и услуг, событийных мероприятий, маршрутов, направленных на привлечение дополнительных сегментов внутреннего и въездного рынков.

В Приморском крае, в силу наличия соответствующих туристских ресурсов и тенденций формирования туристского спроса, имеют приоритетный характер следующие направления: экологический, пляжный, сельский, развлекательный, деловой, культурно-познавательный, социальный туризм [8].

В то же время в Приморском крае имеется ряд факторов, сдерживающих полноценное развитие сферы туризма:

- недостаточное развитие туристской инфраструктуры региона, обусловленное высоким уровнем капиталоемкости и зачастую длительным сроком окупаемости в силу сезонного характера предоставляемых услуг;

- недостаточная реализация полномочий органов местного самоуправления по развитию туризма на муниципальном уровне;
- отсутствие надежной, оперативной информационной базы туристских ресурсов, системы сбора маркетинговой информации не обеспечивает полноценного продвижения регионального туристского продукта;
- ограниченный ассортимент сувенирной продукции по тематике Приморского края, низкое позиционирование мест ее реализации не позволяют сформировать четкий бренд районов и городов края;
- рекреационный и историко-культурный потенциал Приморского края используются в незначительной степени (не более чем на 10 % возможностей по оценке экспертов);
- несоответствие мест размещения туристов и рекреантов возможностям отрасли и характеру турпродукта порождает низкий уровень заполняемости, средний показатель которого не превышает 40 %;
- высокий уровень цен на авиаперевозки и средства размещения туристов;
- ограниченный круг масштабных событийных мероприятий регионального и международного уровня;
- количество и качество объектов экскурсионного показа не способны обеспечить наполнение длительных туров;
- отсутствует системный подход в практико-ориентированном образовании, подготовке отдельных категорий специалистов для туристской индустрии.

Таким образом, в Программе четко определены предпосылки и приоритетные направления развития туристских кластеров в Приморском крае и выделены факторы, существенно сдерживающие развитие туристской отрасли. Однако для более детальной оценки каждого из направлений в пределах конкретной территории необходима оценка возможностей формирования туристского кластера на определенной территории, которая включает следующие этапы:

Этап 1. Определение границ территории туристского кластера.

Этап 2. Исследование потенциала формирования кластера и построение идеализированной модели туристского кластера.

Этап 3. Характеристика туристских продуктов и предприятий контрагентов.

Этап 4. Характеристика инфраструктуры кластера (предприятий размещения, питания, транспорта, досуга, туроператоров, турагентов), в том числе возможности дополняющих и сопутствующих отраслей (образование в области туризма и гостеприимства, продажа сувенирной продукции и другое).

Этап 5. Анализ факторов, влияющих на создание и развитие кластера (проведение PEST и SWOT анализа).

Этап 6. Прогнозирование спроса и тенденций развития кластера.

Таким образом, на основе изученного опыта функционирования туристских кластеров и рассмотренных положений концепций социально-экономического развития на федеральном и региональном уровнях в РФ можно говорить о существующих предпосылках создания туристско-рекреационных кластеров в Приморском крае с учетом детальной проработки территориальных возможностей их размещения и организации.

#### **Ссылки:**

1. Коль О.Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной экономики. 2010. № 1 (33).
2. Краевая целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2011–2016 гг. URL: <http://www.rg.ru/> (дата обращения: 19.05.2013).
3. Каталог. Кластеры в Польше. Польское агентство развития предпринимательства. URL: <http://www.pi.gov.pl/> (дата обращения: 19.05.2013).
4. Адамова К.З. Тематические туристские кластеры. URL: <http://www.sgu.ru/> (дата обращения: 19.05.2013).
5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: <http://www.consultant.ru/>; <http://www.rg.ru/> (дата обращения: 21.05.2013).
6. Бойко А.Е. Формирование туристского кластера как приоритетное направление устойчивого развития территорий / Отв. ред. В.В. Непомнящих. Новокузнецк, 2009. С. 9–11.
7. Материалы V межрайонной конференции «Туризм. Перспективы развития на Юге Приморья». URL: <http://www.38samuraev.ru/> (дата обращения: 19.05.2013).
8. Там же.

#### **References:**

1. Kohl, OD 2010, 'The conceptual basis for the formation of the cluster of tourist business structures of inbound tourism in a big city', *The problems of the modern economy*, no. 1 (33).
2. *Regional target program "Development of domestic tourism in the Primorsk Territory" for 2011-2016* 2011, retrieved 19 May 2013, <<http://www.rg.ru/>>.

3. *Catalog. Clusters in Poland. Polish Agency for Business Development* 2013, retrieved 19 May 2013, <<http://www.pi.gov.pl/>>.
4. Adamova, KZ 2013, *Thematic tourism clusters*, retrieved 19 May 2013, <<http://www.sgu.ru/>>.
5. *The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020* 2013, retrieved 21 May 2013, <<http://www.consultant.ru/>>; <<http://www.rg.ru/>>.
6. Boyko, AE 2009, *Formation of the tourism cluster as a priority for sustainable territorial development*, in VV Nepomnyashchikh (ed.), Novokuznetsk, pp. 9-11.
7. *Proceedings of the V Inter-District Conference "Tourism. The outlook for the South Primorye"* 2013, retrieved 19 May 2013, <<http://www.38samuraev.ru/>>.
8. *Proceedings of the V Inter-District Conference "Tourism. The outlook for the South Primorye"* 2013, retrieved 19 May 2013, <<http://www.38samuraev.ru/>>.