

УДК 332.1:338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА В РЕГИОНЕ

Субботина Т.Н.

к.п.н., доцент,

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Аннотация

В статье проанализированы отличительные признаки туристского кластера, на основе исследований обобщены подходы к формированию структуры туристского кластера. На примере Калужской области проанализирована практика реализации кластерного подхода в сфере туризма. По результатам исследования сделан вывод о наиболее значимых достижениях туристско-рекреационного кластера Калужской области за 2022 г.: увеличение туристского потока в регион на 20,1%, нахождение Калужской области в числе основных направлений внутреннего туризма, успешный опыт цифровизации индустрии гостеприимства. В заключении сформулированы проблемы развития туризма в РФ и сделан вывод, что Россия имеет высокий потенциал развития туристической отрасли, однако его использование во многом зависит от качества инфраструктуры, требующей постоянного совершенствования.

Ключевые слова: кластер, дестинация, туристско-рекреационный кластер, региональная экономика, туризм

FORMATION OF A TOURIST CLUSTER IN THE REGION

Subbotina T.N.

Ph.D., Associate Professor,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Abstract

The article analyzes the distinctive features of the tourist cluster, on the basis of research, the approaches to the formation of the structure of the tourist cluster are generalized. On the example of the Kaluga region, the practice of implementing a cluster approach in the field of tourism is analyzed. According to the results of the study, a conclusion was made about the most significant achievements of the Kaluga Region tourism and recreation cluster in 2022: an increase in tourist flow to the region by 20.1%, the Kaluga Region being among the main directions of domestic tourism, successful experience in digitalization of the hospitality industry. In conclusion, the problems of tourism development in the Russian Federation are formulated and it is concluded that Russia has a high potential for the development of the tourism industry, but its use largely depends on the quality of infrastructure that requires constant improvement.

Keywords: cluster, destination, tourist and recreational cluster, regional economy, tourism

В настоящее время развитие регионального туризма стало одним из приоритетных направлений государственной политики. В рамках реализуемой Государственной программы РФ «Развитие туризма», утверждённой Правительством РФ от 24.12.2021 г., определены приоритеты и цели государственной политики в сфере туризма.

Уже несколько лет в туристической отрасли используется кластерный подход как наиболее эффективный путь развития территорий. Особенность туристических кластеров состоит в том, что данный сегмент тесно взаимосвязан с другими отраслями экономики. Промышленность, сельское хозяйство, строительство, торговля непосредственно участвуют в создании комплексного туристского спроса [9]. Поэтому, предприятия, включенные в данную индустрию, должны быть территориально локализованы.

В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.) [15] туристско-рекреационные кластеры определены как комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой.

Формирование туристских кластеров осуществляется на базе значимых туристско-рекреационных ресурсов региона. Участниками таких кластеров могут стать не только организации, непосредственно участвующие в производстве и реализации туристических услуг, но и представители местной власти, образовательные учреждения, общественность.



Рис.1 - Отличительные признаки туристского кластера [1; 9]

Важно разграничивать понятия «кластер» и «дестинация». Любой туристический кластер является дестинацией, но не всякая дестинация выступает кластером. Понятие «дестинация» более широкое. Кластер

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

подразумевает совокупность организаций, задействованных в туристской и смежных отраслях, которые территориально локализованы. А дестинация сама выступает территорией. По мнению М.В. Шедловской [17], чтобы территория могла называться дестинацией, она должна отвечать следующим требованиям:

- наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов, соответствующего их ожиданиям;
- наличие определенных достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов;
- наличие информационных систем, обеспечивающих деятельность дестинации на туристском рынке.

Туристические кластеры и дестинации способствуют высокой эффективности развития экономики и повышают благосостояние государства. Впервые появились туристские кластеры в 1980-х гг. В настоящее время успешный опыт кластеризации туристской отрасли имеется в США, Австралии, ЮАР, Финляндии, Италии, Франции, Турции, Индии, Таиланда, Японии. При формировании кластеров происходит наибольшая отдача от рекреационных ресурсов, которыми обладает страна или регион.

В структуру туристского кластера входят ядро кластера, основа кластера, смежные, обслуживающие кластер организации, оказывающие дополнительные услуги и инфраструктура кластера (рис. 2).



Рис.2 - Структура туристского кластера

Составлено авторами на основе работ Н.Н. Пидгурской, Т.В. Рассохиной [8; 9]

Исследование проводилось в Калужской области с целью определения влияния созданного туристско-рекреационного кластера на развитие туристического бизнеса в регионе.

Калужская область развивает кластерный подход в экономической стратегии региона [12; 6]. Целью создания туристско-рекреационного кластера в регионе стало развитие туристской привлекательности региона и продвижение

бренда Калужской области за счёт создания высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса.

Калужская область обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом: в регионе расположены 315 предприятий общественного питания, 506 транспортных компаний, занимающихся пассажирскими перевозками, 18 туроператоров и 121 туристическая фирма, а также более 1800 объектов, вовлеченных в туристско-рекреационный оборот для обслуживания туристского потока. Транспортная инфраструктура региона включает развитую сеть автомобильных дорог с качественным асфальтным покрытием, платным участком трассы М-3, международным аэропортом «Калуга», железнодорожными и автовокзалами. 19 локальных брендов Калужской области входят в перечень культурных брендов России.

Туристско-рекреационный кластер Калужской области охватывает представителей разных направлений туристской отрасли в регионе – коллективные средства размещения, туристические операторы, объекты сельского и агро – туризма, туристско-информационные центры, музеи, международный аэропорт «Калуга». С целью совместного продвижения своих интересов, взаимодействия с органами исполнительной власти, обмена опытом, правовой поддержки кластер объединил 42 организации региональной туристической индустрии, в том числе Ассоциацию «Сельского и агро-туризма Калужской области», ООО «Велна», ООО «Калуга-Лэнд», ООО «Парк птиц», ООО «КБ Никола-Ленивец».

На протяжении последних пяти лет Калужская область в Национальном туристическом рейтинге демонстрирует «ситуацию качелей»: после стабильного положения в 2018-2019 гг. был резкий спад в 2020-2021 гг., однако в 2022 г. региона смог подняться в рейтинге на 35 место (рис. 3).



Рис.3 - Положение Калужской области в Национальном туристическом рейтинге за 2018-2022 гг.

Составлено авторами

Калужская область в период пандемии в 2020 г. потеряла до 30% туристического потока по сравнению с показателями 2019 г. Катализатором развития туристического кластера в регионе стало присуждение Калуге титула Новогодней столицы России в 2020 г. (в период фестиваля с 12 декабря по 9 января Калугу посетило 165 тыс. туристов, которые потратили более 1 млрд руб.), 650-летие Калуги в 2021 г. и включение её в большое Золотое кольцо. Кроме этого, ещё в 2020 г. в послании Федеральному Собранию Президент России В.В. Путин назвал города, обладающие большим туристическим потенциалом для развития внутреннего туризма, в числе которых были малые города Калужской области – г. Боровск и г. Таруса.

В 2022 г. Калужскую область посетили 3260,8 тыс. человек, что на 20,1% больше показателей предыдущего года и превышает значения «допандемийного» периода (рис. 4).

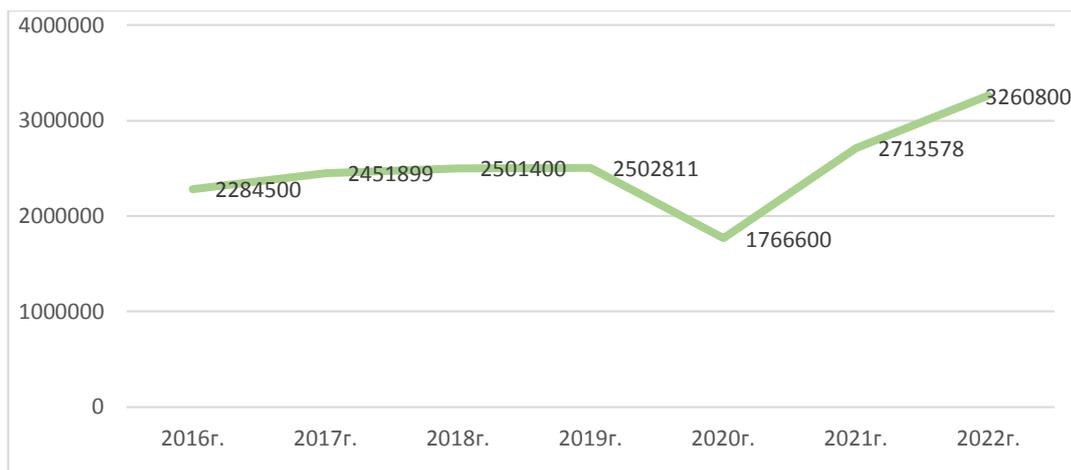


Рис. 4 - Динамика туристского потока в Калужской области в 2016-2022 гг., чел.

Составлено авторами по данным Росстата

Регион вошёл в топ-10 популярных туров по России в 2022 г. (рис. 5).

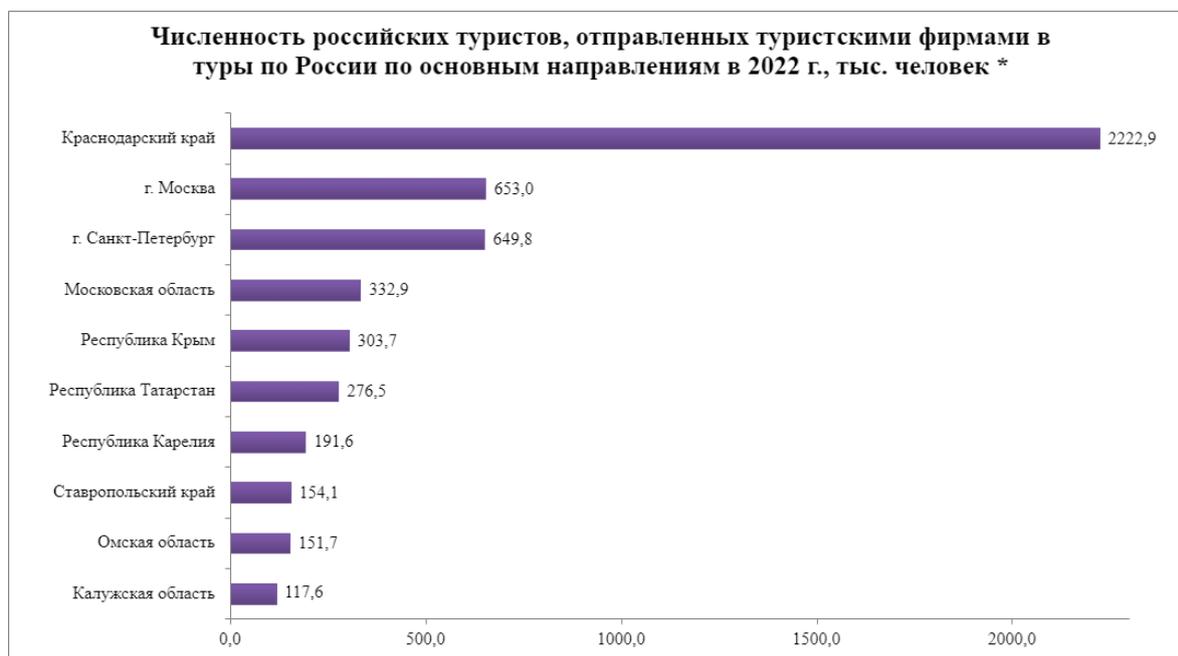


Рис. 5 - Положение Калужской области в рейтинге основных направлений внутреннего туризма в 2022 г.

Составлено на основе данных Росстата

Сегодня развитие туризма для Калужской области является одним из

приоритетных направлений. В регионе запущены 8 новых крупных инвестпроектов в сфере туризма, которые создают новые рабочие места для жителей региона, а также предоставляют возможности роста для смежных отраслей, малого и среднего бизнеса.

Основными видами туризма в регионе являются культурно-образовательный, событийный, паломнический, экологический, аграрный (сельский), деловой, социальный, промышленный [14]. Наибольшей популярностью в Калужской области пользуется такой вид туризма, как сельский туризм, наименьшей – деловой [16]. В последние года активно стал развиваться гастрономический туризм, в 2022 г. были проведены уже ставшие популярными гастрономические фестивали «Калуга. Улица. Еда.», «Кухни народов мира». В регионе набирает популярность промышленный туризм, в 2022 г. Калужская область вошла в ТОП-30 по итогам первого этапа «Всероссийского акселератора по промышленному туризму», проводимого Агентством стратегических инициатив и Минпромторгом РФ. Ряд исследователей: В.К. Крутиков, Т.Н. Субботина, С. Станайтис, М. Хыски, указывают на необходимость диверсификации туризма для его поступательного развития и повышения эффективности предприятий индустрии туризма [2].

Несмотря на существенный рост туристической отрасли в регионе, только около 2% объектов малого и среднего предпринимательства относятся к сфере туризма. Доля налоговых поступлений от них пока сохраняется на низком уровне – около 1%. Одной из причин является ведение бизнеса в «сером» секторе и низкие официальные показатели товарооборота. Необходимо формирование региональной системы развития бизнеса в сфере туризма, первичным звеном которой выступают механизмы территориального развития.

Калужская область — это регион, обладающий большим кадровым потенциалом. Однако на протяжении последних лет [10; 11] в регионе наблюдался дефицит кадров в Калужской области наблюдался, в настоящий момент сложности с подбором кадров усугубились. Согласно прогнозу Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Министерства труда и социальной защиты Калужской области, в ближайшие 7 лет в регионе кадровый голод достигнет 64 тыс. рабочих мест. В сфере туризма Калужской области работает 15 тысяч человек, а с учётом смежных отраслей (по экспертным оценкам) — около 100 тысяч [13]. В условиях турбулентности экономики, туризм для региона может стать фактором, который позволит обеспечить занятость населения без высокого порога входа на рынок.

В Калужской области внедрены инструменты цифровизации индустрии гостеприимства. Компания «Мегафон», совместно с правительством Калужской области, реализовали проект технологией Big Data для туристической отрасли [5], позволяющий проводить оценку туристических потоков в регионе, составлять портрет путешественника и его поведенческий профиль, а также выявлять наиболее популярные локации. Основными точками притяжения в Калужской области стали арт-парк Николо-Ленивец, г. Таруса, г. Боровск и г. Мещовск. Также были выявлены места для проживания, длительность пребывания, динамика посещаемости различных мест в Калужской области. Использование возможностей Big Data поможет органам местной власти спланировать городскую инфраструктуру, составить стратегию привлечения туристов, а также оценить объём и перспективность инвестиций в тот или иной проект.

Однако развитие цифровых технологий предъявляет повышенные требования к уровню цифровых навыков населения и кадрового потенциала сферы туризма [7], который пока остаётся невысоким.

С 2020 г. в регионе сохраняется нестабильная и плохо поддающаяся прогнозированию ситуация на туристском рынке, характерная для всей туристической отрасли. В период распространения коронавирусной инфекции отрасль туризма пострадала сильнее всего, так как туристические компании были вынуждены практически полностью остановить свою работу в связи с введением ограничительных мер при посещении культурных объектов и закрытием воздушных границ большинства государств [3]. По оценкам Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

экспертов общие потери в гостиничном и ресторанном секторах туристической индустрии России оцениваются в 1,5 трлн. рублей [4].

В настоящий момент к проблемам развития туризма в нашей стране можно отнести:

- снижение положительного эффекта от продвижения туристского продукта на международном рынке из-за санкционного давления и российско-украинского конфликта;
- зависимость спроса на внутренние туристские поездки от уровня доходов граждан РФ;
- зависимость качества предоставляемых услуг в сфере туризма от усиления налоговой нагрузки на предприятия туристской индустрии.

За период 2022-2023 гг. в отечественной туристической отрасли произошли существенные изменения. Снятие ковидных ограничений, безусловно, положительно повлияло на рынок внутреннего туризма: если в 2021 г. для заселения в отель туристу необходимо было предоставить QR-код, то в 2022г. эти ограничения были сняты для всех регионов РФ.

Однако закрытие воздушного пространства для российских самолётов в 2022 г. из-за российско-украинского конфликта резко сократило ассортимент зарубежных направлений для российских туристов, которые стали чаще летать регулярными рейсами из-за сокращения доли чартерных перевозок. В настоящий момент работу туроператоров осложняет невозможность использования российских карт за рубежом.

Закрытие аэропортов юга России негативно сказалось на туристических потоках. Так, Крым в 2022 г. потерял до 50% туристов, так как полностью заместить авиаперелёты доставкой по железной дороге не удалось.

В 2022 г. многие туристические компании, даже те, кто раньше специализировался только на выездных направлениях, стали активно развивать внутренний туризм. В 2022 г. зафиксировано 61 млн. туристических поездок по

России, что на 4 млн. больше показателей 2021 г.

Проведенный анализ показал, что Россия имеет высокий потенциал развития туристической отрасли, однако его использование во многом зависит от качества инфраструктуры, требующей постоянного совершенствования. Кластеризация туристической отрасли положительно сказывается на экономическом развитии региона, содействуя его росту и развитию. Инвестиции в туристско-рекреационный кластер будут способствовать увеличению регионального туристического потока. Для региональных органов власти формирование кластера туристского сектора даёт возможность увеличить количество налогоплательщиков, способствовать территориальному и социальному аспектам экономического развития. Развитие туристического потенциала как крупных, так и малых городов практически невозможно без грамотного планирования и маркетинга территории. Это должно стать толчком для взаимодействия госструктур и бизнеса, и создания максимально удобных продуктов как для туристов, так и для предпринимателей.

Библиографический список:

1. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма / А.Ю. Александрова // Вестник Московского университета. - Серия 6, Экономика - 2007. - № 5. - С. 43-62.
2. Бизнес идеи в диверсификации индустрии туризма: зарубежный опыт / В.К. Крутиков, Т.Н. Субботина, С. Станайтис, М. Хыски // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 8-4(55). – С. 71-73.
3. Васин, Т.М. Анализ антикризисного управления предприятиями в условиях пандемии COVID-19 / Т.М. Васин, Т.Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 2(84). – С. 21-25.
4. Васин, Т.М. Основные риски предпринимательской деятельности в России в условиях санкционного давления / Т.М. Васин, Т.Н. Субботина // Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 1-1(95). – С. 62-66.

5. Мегафон внедряет в Калужской области «Цифровой туризм» // Калужские губернские ведомости. – 2023. – 10 октября. — Режим доступа — URL: <https://kgvinfo.ru/novosti/obshchestvo/megafon-vnedryaet-v-kaluzhskoy-oblasti-tsifrovoy-turizm/?ysclid=lnkpaylpgx196930917> (дата обращения: 10.10.2023).
6. Медведева, О.С. Современная стратегия социально-экономического развития Калужской области / О. С. Медведева, В. Н. Левкина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 7-1. – С. 144-150.
7. Митина, Е.В. Трансформация бизнес-коммуникаций в организации под влиянием цифровизации / Е.В. Митина, Т.Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 9(91). – С. 156-161.
8. Пидгурская, Н.Н. Кластерный подход к регулированию туризма в регионе / Н.Н. Пидгурская // Автореферат дисс. ... канд.экон.наук. - Иркутск, 2006. – 22 с.
9. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — М. : Юрайт, 2023. — 210 с.
10. Субботина, Т.Н. Актуальные проблемы рынка труда Калужской области / Т.Н. Субботина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2015. – С. 189-192.
11. Субботина, Т.Н. Анализ регионального рынка труда (на примере Калужской области) / Т.Н. Субботина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2016. – С. 129-133.
12. Субботина, Т.Н. Инвестиционная привлекательность Калужской области:

- факторы и методики оценки / Т.Н. Субботина // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. – Т. 10, № 8(76). – С. 1600-1614.
13. Субботина, Т.Н. Проблема кадровой обеспеченности российских организаций: анализ показателей рынка труда 2022-2023 гг. / Т.Н. Субботина, В.О. Миренкова // Дневник науки. – 2023. – № 8(80).
14. Субботина, Т.Н. Проблемы и перспективы развития туристской индустрии в Калужской области / Т.Н. Субботина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского. – Калуга: ФБГОУ ВПО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского», 2018. – С. 232-239.
15. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. — Режим доступа — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/5c35948bc6a4cab25917e88b3c476c0110f7194b/?ysclid=lnkr74v9hn452214264 (дата обращения: 09.10.2023)
16. Чаусов, Н.Ю. Перспективы развития внутреннего туризма Калужской области / Н.Ю. Чаусов, Е.С. Балакирева // Modern Economy Success. – 2021. – № 5. – С. 47-51.
17. Щедловская, М.В. Соотношение понятий «дестинация» и «кластер» в туризме (на примере Наро-Фоминского муниципального района) / М.В. Щедловская // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2013. – № 2. – С. 210-215.

Оригинальность 94%