

**АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ»**

**ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ НА ТЕМУ
«РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР»**

ВОРОНЕЖ

СОДЕРЖАНИЕ

1. Основные теоретико-методологические положения к формированию рекреационного кластера.....	3
2. Выгода от формирования рекреационного кластера	6
3. Подход к созданию рекреационного кластера.....	7
4. Опыт создания туристско-рекреационных кластеров.	9
5. Заключение	11

1. Основные теоретико-методологические положения к формированию рекреационного кластера

Несмотря на то, что первые подходы к пониманию сущности и роли кластеров в экономике появились достаточно давно, широкое распространение теория экономических кластеров получила лишь в конце XX века, начиная с выхода в свет в 1990. Следует отметить, что хотя кластерный подход популярен в экономической теории и практике, до настоящего времени не существует единого подхода к характеристике сущности кластеров. Так, даже сам М. Портер предлагает несколько трактовок понятия «кластер».

Согласно первой трактовке, кластеры представляют собой сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу .

Вторая трактовка понятия «кластер» определяет его как промышленную группу. Кластер, или промышленная группа, - это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга .

Третья трактовка, основана на концепции источников локальных конкурентных преимуществ, или «национального ромба». Вершинами этого ромба являются условия или параметры факторов производства; состояние или параметры спроса; конкурентная среда; родственные и поддерживающие отрасли.

Что касается российских ученых, то в настоящее время пока еще нет достаточного количества фундаментальных исследований по рассматриваемой проблематике. Кластерный подход развивают в своих

работах Асаул А.Н., Волкова Н.Н., Дранев Я.Н., Третьяк В.П., Ферова И.С., Цихан Т.В., Щедровицкий П.Г., Ялов Д.А. и др.

Изучение и обобщение научной литературы показывает, что кластеры рассматриваются с трех основных точек зрения, а именно:

1. как регионально ограниченные формы экономической активности в определенных секторах экономики, зачастую привязанные к научно-исследовательским учреждениям;
2. вертикально интегрированные производственные цепочки (например, «поставщик - производитель - продавец - потребитель»);
3. высоко агрегированные отрасли или секторы экономики.

Исходя из третьего подхода, существуют агропромышленные, автомобильные, строительные, туристские и другие виды кластеров, классифицируемые, в первую очередь, по признаку принадлежности к определенному сектору или отрасли экономики.

С этих позиций также можно говорить о существовании рекреационных кластеров.

Рекреационный кластер - это группа географически локализованных взаимосвязанных конкурентоспособных предпринимательских структур, объединенных в технологическую цепочку оказания и реализации рекреационных услуг на базе эффективного использования рекреационного потенциала, тесно взаимодействующих с органами управления, общественными организациями, образовательными, научными учреждениями и т.д.

Изучение вопросов сущности и значения туризма в современном обществе вызывает интерес специалистов различных областей знаний: культурологов, менеджеров, юристов, экономистов и многих других. Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится одним из значимых секторов экономики. Не случайно, что наиболее значимыми функциями сферы туризма являются создание новых рабочих мест; выделение субсидий государства на развитие;

улучшение инфраструктуры региона; поддержка различными фондами; рост культурного уровня населения, а соответственно получают более эффективное развитие малые города России, сохраняя свой исторический облик.

Можно выделить следующие основные признаки существования рекреационного кластера.

1. Наличие конкурентоспособных рекреационных организаций. Концентрация занятости в неконкурентоспособных рекреационных организациях может быть предпосылкой для формирования и развития рекреационного кластера, но не является критерием его наличия.

2. Наличие конкурентных преимуществ. Например, благоприятное географическое положение; наличие привлекательных рекреационных ресурсов (аттракторов); обеспеченность специализированными трудовыми ресурсами и образовательными учреждениями соответствующего профиля; наличие партнеров, поставляющих необходимые для осуществления рекреационной деятельности материальные ресурсы и услуги; высокий уровень развития инфраструктуры и т.д.

3. Географическая концентрация и близость ключевых организаций - участников рекреационного кластера, необходимые для осуществления их активного взаимодействия.

4. Наличие устойчивых экономических связей и взаимодействия между участниками рекреационного кластера.

2. Выгода от формирования рекреационного кластера

Выгода от формирования рекреационного кластера заключается в следующих основных аспектах:

- предпринимательские структуры, приходящие из других отраслей, ускоряют свое развитие, стимулируя внедрение инноваций и привлекая инвестиционные ресурсы для внедрения новых стратегий в рекреационном кластере;
- происходит свободный обмен информацией, что приводит к быстрому распространению инноваций по каналам поставщиков ресурсов или потребителей рекреационных услуг, взаимодействующих с конкурентами;
- взаимосвязи внутри рекреационного кластера ведут к появлению новых путей в конкуренции и создают новые возможности для его развития;
- возникают новые комбинации трудовых ресурсов и предпринимательских идей;
- рекреационный кластер динамично реагирует на изменения внешней среды (в зависимости от конъюнктуры рынка и других воздействий внешней среды он может расширяться, а при неблагоприятных условиях - сокращаться).

Можно сделать вывод, что на современном этапе в рекреационной системе существует необходимость и имеется возможность формирования рекреационных кластеров. Толчком для их развития могут послужить административные решения, принятые на основе проведения комплекса соответствующих мероприятий.

3. Подход к созданию рекреационного кластера

Создание рекреационного кластера — масштабный процесс, влекущий за собой гораздо большую ответственность, чем работа над, например, проектом загородного гостиничного комплекса. Ведь освоение крупной территории повлияет на район или регион, в котором располагается земля, поэтому при разработке кластера учитывается, что:

- каждый несет ответственность перед предприятиями-спутниками, которые обслуживают кластер;
- создается большое количество рабочих мест для региона, так как нанимается внушительный штат персонала;
- развивается инфраструктура: автодороги, железные дороги и так далее.

Высокая степень ответственности — основа подхода к созданию рекреационного кластера, который станет толчком к инфраструктурному развитию региона. Учитываем это на всех этапах работы, в том числе при разработке концепции. Рекреационный кластер может входить в особую экономическую зону (ОЭЗ) или территорию опережающего развития (ТОР).

Прежде чем приступать к разработке концепции освоения земли под рекреационный кластер, необходимо проанализировать внешнюю среду, имеющуюся инфраструктуру, изучить целевую аудиторию и сделать аналитику возможных конкурентов. После этих этапов разрабатывается: сообщение бренда, нейминг проекта и первичный визуальный облик бренда.

Для рекреационного кластера разрабатывается общая концепция проекта и отдельные концепции для каждого вида бизнеса, который будет включен в кластер. Основная задача на этапе работы с концепцией — создать самый оптимальный набор предприятий и разработать такую систему, при которой каждая часть территории кластера будет функционировать максимально эффективно. Для каждого рекреационного кластера набор предприятий будет уникальным, даже если бренд кластера является масштабируемым.

Кластер становится самостоятельной дестинацией, то есть пунктом назначения в туристском маршруте, и привлекает в регион новых людей, поэтому в регионе будут развиваться инфраструктура, клиентский бизнес, внутренняя торговля, культурно-познавательные места. То, какими будут посетители кластера, то есть прямая целевая аудитория, зависит от предприятий внутри кластера, расположения, особенностей земли и региона, предложенной инфраструктуры внутри кластера и так далее. Посетителям должен быть близок тот набор предприятий, который подбирается для кластера, поэтому до того, как его продумывать, необходимо проанализировать потенциального потребителя и ориентироваться на его запросы. Только после этого формируется состав кластера.

В туризме есть такое понятие как дестинация — территория, которую турист выбирает для посещения и где проводит некоторое время. Например, Санкт-Петербург — дестинация, в состав которой входят туристские кластеры, например исторический центр города.

Ключевая цель — превратить территорию земли в самостоятельную туристскую дестинацию, которая будет функционировать практически как небольшой город, которой будут доверять без привязки к местности. Когда концепция туристского кластера выстроена грамотно, посетитель не будет смотреть на карту и самостоятельно анализировать местность: он знает, куда едет.

4. Опыт создания туристско-рекреационных кластеров.

В 2020 году конкурсная комиссия под председательством спецпредставителя Президента РФ по вопросам природоохранной деятельности, экологии и транспорта Сергея Иванова объявила победителей. Ими стали 17 команд: 10 проектов туристско-рекреационных кластеров (ТРК) прошли в финал по результатам оценки экспертной группы и голосования членов конкурсной комиссии, 6 проектов победили в номинации «Территория перспективного развития» и 1 проект — по результатам народного голосования.

В число победителей вошли 15 субъектов РФ из 7 федеральных округов. Лидером по числу проектов-победителей стал Приволжский федеральный округ — 4 проекта. Второе место по числу финалистов заняли Дальневосточный, Сибирский и Центральный федеральные округа — по 3 проекта в каждом. Почетное третье место заняли 2 проекта из Северо-Западного федерального округа. По одному проекту победили в Уральском и Южном федеральных округах. Победителями стали следующие проекты:

- ТРК «Сердце Башкирии» Республика Башкортостан, Приволжский федеральный округ
- ТРК «Тункинская долина», Республика Бурятия, Дальневосточный федеральный округ
- ТРК «Камское Устье», Республика Татарстан, Приволжский федеральный округ
- ТРК «Горная Хакасия», Республика Хакасия, Сибирский федеральный округ
- ТРК «Заповедная Камчатка: Земля людей, вулканов и лососей», Камчатский край, Дальневосточный федеральный округ
- ТРК «Земля леопарда», Приморский край, Дальневосточный федеральный округ

- ТРК «Большая Валдайская тропа», Новгородская область, Северо-Западный федеральный округ
- ТРК «Самарская лука», Самарская область, Приволжский федеральный округ
- ТРК «Лагуна Буссэ», Сахалинская область, Дальневосточный федеральный округ
- ТРК «Романцевские горы», Тульская область, Центральный федеральный округ

Проекты в номинации «Территория перспективного развития»:

- ТРК «Черные земли», Республика Калмыкия, Южный федеральный округ
- ТРК «Кластер Муромский», Республика Карелия, Северо-Западный федеральный округ
- ТРК «Туристско-рекреационный кластер перспективного развития – Междуреченск», Кемеровская область, Сибирский федеральный округ
- ТРК «Гора Белая», Свердловская область, Уральский федеральный округ
- ТРК «Смоленское Поозерье. Истоки России», Смоленская область, Центральный федеральный округ
- ТРК «Паустовский», Рязанская область, Центральный федеральный округ.

5. Заключение

В настоящее время во многих регионах России региональные власти начинают реализовывать кластерную политику как эффективный механизм повышения конкурентоспособности экономики. Применение кластерной политики подразумевает под собой обозначение различных способов поддержки инициатив по созданию и развитию кластеров на федеральном уровне. При этом функции федерального центра сводятся к нахождению кластеров и созданию стимулов для регионов по их развитию, дальнейшее развитие обозначенного кластера напрямую зависит работы региональных администраций, направленной на выявление кластерных образований и определение приоритетов в кластерной политике, активацию кластеров, интеграцию процесса кластеризации в отраслевые или комплексные программы развития региона.

Применение кластерной модели развития промышленных отраслей производства уже имеет вполне понятную структуру, одновременно с этим применение кластерной модели для развития сферы услуг, к которой собственно и относится туристско-рекреационная отрасль, освещена, на наш взгляд, недостаточно. Следует так же отметить, что до настоящего времени не появилось единой трактовки понятия кластер, что приводит к некоторым сложностям в определении теоретико-методологической базы приемлемой для обозначения и изучения туристско-рекреационных кластерных моделей. Согласно теории создателя концепции промышленного кластера Майкла Портера, кластер - это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга. Так же им разработана система детерминант конкурентного преимущества, получившая название «конкурентный ромб» (или «алмаз») по числу основных групп преимуществ, к которым относятся:

- факторные условия: людские и природные ресурсы, научно-информационный потенциал, капитал, инфраструктура, в том числе факторы качества жизни;

- условия внутреннего спроса: качество спроса, соответствие тенденциям развития спроса на мировом рынке, развитие объема спроса;

- смежные и обслуживающие отрасли (кластеры отраслей): сферы поступления сырья и полуфабрикатов, сферы поступления оборудования, сферы использования сырья, оборудования, технологий;

- стратегия и структура фирм, внутриотраслевая конкуренция: цели, стратегии, способы организации, менеджмент фирм.

Используя трактовку термина кластер, предложенную М. Портером, как основополагающую, можно обозначить туристско-рекреационный кластер, как группу географически сконцентрированных, обладающих ресурсной базой, взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в сфере туристско-рекреационных услуг, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества, как отдельных компаний, так и кластера в целом. Составляя систему детерминант конкурентного преимущества туристско-рекреационного кластера, в условиях российского рынка, целесообразно к факторным условиям отнести характеристики территории, которую занимает кластер; к условиям внутреннего спроса – туристско-рекреационную специализацию территории и сложившееся направление туристического потока; к фактору смежных и обслуживающих отраслей – поставщиков услуг, как непосредственных участников кластера; и объединить такие способы организации, как стратегию и структуру фирм и государственную политику. Развитие туристско-рекреационного комплекса более высокого уровня напрямую зависит от территориальной организации туристско-рекреационной деятельности (определения потенциала), и как следствие, оптимизации использования туристско-рекреационных ресурсов.

При определении туристско-рекреационного потенциала территории наиболее приемлемо изучение сочетания природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов. Центральное место в предложенной модели занимает территория, выделенная на основе факторного анализа существующего туристско-рекреационного потенциала. Наиболее привлекательная территория характеризуется:

-благоприятными климатическими условиями, наличием водных объектов, разнообразием и аттрактивностью ландшафтов, наличием особоохраняемых природных территорий, как мест экскурсионной направленности;

- аграрным потенциалом и возможностью позиционирования производимых продуктов питания, как экологически чистых;

-наличием памятников истории (памятники архитектуры и зодчества, места, связанные со знаменательными событиями или жизнедеятельностью выдающихся личностей и т.д.), археологии (курганы, стоянки, петроглифы), культуры (музей, храмы, монастыри и т.д.);

- сложившимся спросом на туристические услуги, а именно существующей туристско-рекреационной инфраструктурой, направлением туристического потока, специализацией предоставляемых услуг (активный, лечебно-оздоровительный, пляжный, научно-познавательный туризм и т.д.). Следующим шагом применения кластерной модели, после выделения наиболее привлекательной территории и обозначения участников кластера, является формирование мер государственного регулирования и поддержки, то есть проведение кластерной политики по методу «сверху-вниз».

Проведение кластерной политики направлено в первую очередь на создание на выбранной территории благоприятного инвестиционного климата и нацелена на привлечение поставщиков услуг (предпринимателей, инвесторов) и на создание сети взаимосвязанных объектов, предоставляющих услуги. Одной из мер государственного регулирования и поддержки является создание особых экономических зон туристско-

рекреационного типа, которые в дальнейшем могут стать начальными точками формирования туристско-рекреационных кластеров. Непосредственными поставщиками услуг выступают основные участники кластера, взаимодействие которых направлено на выпуск целевой для кластера продукции. В нашем случае участниками кластера являются:

- базовые учреждения отдыха, выступающие своеобразным ядром кластера. К ним относятся объекты санаторно-курортного лечения, разнообразные гостиницы и базы отдыха, кемпинговые лагеря;
- организации, поставляющие продукцию (продукты питания, ресурсную базу для проведения лечебных и оздоровительных процедур) или оказывающие услуги (экскурсионные, транспортные, досуговые) для базовых учреждений отдыха;
- обслуживающие организации, занимающиеся инженерной (водо-газо-, электроснабжение), транспортной, информационно-телекоммуникационными инфраструктурами;
- предприятия торговли и общественного питания, организации, оказывающие финансовые и страховые услуги;
- образовательные и научно-исследовательские учреждения, как организации способствующие повышению качества предоставления услуг.

Привлекательность той или иной территории зачастую оценивают по потребительскому спросу на предоставление туристско-рекреационных услуг в ее пределах, который хорошо прослеживается в направлении туристического потока. Анализ потребительского спроса на туристско-рекреационные услуги в пределах выделенной территории позволяет разрабатывать стратегии ее развития, направленные на расширение сети базовых учреждений отдыха. В свою очередь, рост потребительского спроса на предоставляемые услуги (проживания, питания, доставки, развлечения и так далее) приводит к увеличению конкуренции между основными участниками кластера, и, как следствие, к росту качества предоставляемых

услуг, которое заключается в улучшение инфраструктурной сети и сферы услуг в целом. Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие особенности применения кластерной модели в туристско-рекреационной отрасли:

Во-первых, это своеобразная территориально-ресурсная ориентированность, которая заключается в тяготении к территориям, обладающим максимальным туристско-рекреационным потенциалом, в пределах которых возможно развитие различных видов туристско-рекреационной деятельности.

Во-вторых, это привязанность потребителей к территории и невозможность реализации продукции данного кластера за его пределами.

В-третьих, это четкая ориентация поставщиков услуг на потребителя, мобильное реагирование на потребительский спрос. Применение кластерного подхода в туристско-рекреационной отрасли позволяет не только повысить конкурентоспособность всех участников кластера и укрепить связи между ними, но и увеличить потребительский спрос на предоставляемые кластером услуги и привлечь дополнительные инвестиционные потоки.