

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ КЛАСТЕРА И КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ТУРИЗМЕ

Сабанова Анна Аксоевна*

Студент

annasabanova2015@mail.ru

*ФГБОУ ВО СОГУ имени Коста Левановича Хетагурова
Россия, Владикавказ

Аннотация:

Туристический кластер является одним из эффективных инструментов маркетинга территорий и способов развития туристического сектора региона. С помощью государственной поддержки, финансирования, межнациональному взаимодействию, частного предпринимательства туристические кластеры успешно популяризируют не только центральную достопримечательность, но и аутентичную культуру дестинации. В данной статье рассмотрены основные теоретические аспекты понятия, сущность и виды туристического кластера, а также особенности формирования туристических кластеров.

Ключевые слова:

туризм, кластер, туристический кластер, ресурсы, зарубежный опыт, развитие региона

УДК 338.48

Для цитирования: Сабанова А.А. Понятие и сущность кластера и кластерного подхода в туризме / А.А. Сабанова // Контентус. – 2023. – № 7S. – Т.5. – С. 126 – 131.

Туризм как отрасль хозяйственной деятельности, в настоящее время обладает значительным мультипликативным эффектом, будучи связанной с более чем 50-ю смежных отраслей. Ее развитие сказывается положительно на развитии страны в целом, отдельных регионов, городов и сельских местностей, в частности. Такое, развивающее территории, влияние туристическая отрасль оказывает через создание дополнительных рабочих мест, привлечение инвестиций, создание инфраструктурных объектов, а именно: транспортных путей и сетей, линий и станций информационных коммуникаций, сетей энерго- водогазоснабжения, торгово-распределительных систем и т. д. Все эти факторы развития создают дополнительные благоприятные условия,

благоприятный бизнес-климат для малого и среднего бизнеса по всей стране.

Немаловажную роль играет туристическая отрасль и в таком важнейшем современном направлении развития, как цифровая экономика, без которой данная отрасль практически уже функционировать не может.

Велика роль туризма и в экологической сфере. Экологический туризм как относительно новое направление развития данной отрасли, развивается во всем мире опережающими темпам и в том числе в России. Он имеет огромные перспективы именно в нашей большой стране, особенно в регионах с мало затронутой человеком природой.

Отдельно следует подчеркнуть важность перспектив развития сельского туризма, как варианта экотуризма, также имеющего в нашей стране большие и разнообразные предпосылки и возможности, тесно связанные с имеющимися или сохраняемыми традиционными под отраслями сельского и лесного хозяйства, с наличием соответствующих природных ресурсов [5, с.196].

Развитие туристической отрасли в России отличается огромным географическим разнообразием, невозможным в силу именно отсутствия аналогичных территорий в других странах.

Туризм является одновременно составной частью социальной сферы Российской Федерации, включающей свободные передвижения - путешествия, поездки физических лиц, но и относится к отрасли экономики, которая обеспечивает функционирование туризма и включает в себя комплекс экономических отношений, возникающих в процессе осуществления субъектами туристской индустрии предпринимательской и иной экономической деятельности.

Решение задач развития туризма реализуется, в том числе, через формирование и расширение инфраструктуры туризма, для чего требуется:

- организация пространственно-территориальной сети туристической инфраструктуры;
- создание и модернизация туристских объектов;
- капитальное строительство, реконструкция и модернизация, обеспечивающей инфраструктуры создаваемых туристских объектов;
- модернизация материально-технической базы, использование передовых инновационных технологий в сфере туризма [3, с.27].

Одним из уникальных современных феноменов туристской индустрии является туристический кластер.

Первые предпосылки кластерной теории были заложены в трудах М. Портера, А. Маршалла, И. Тюнена и др. В научной литературе вопросы, связанные с теорией кластеров с применением её при изучении туризма и формирования стратегии их развития, освещаются в работах

Л. М. Авериной, И. В. Макаровой, А. Л. Кудрявцева, А. Ю. Александровой, Е. С. Голомидовой, С. Гришина, А. И. Зырянова, Ю. П. Ковалёва, В. Г. Маргарян, Э. Р. Дургарян, К. В. Юматова, М. Novelli, В. Schmitz, T. Spencer и др.

Первоначально кластерный подход был применен к промышленному производству, где А. Маршалл анализировал феномен наиболее промышленно развитых регионов. М. Портер популяризовал идеи создания промышленных кластеров и ввел официальное понятие «кластер».

Анализ подходов ученых и специалистов к определению понятия «кластер» показывает, что туристический кластер кардинально отличается от производственного, так как преследует выполнение как экономических целей, так и социальных и экологических, что обосновано А. Ю. Александровой [1, с.53].

Как отмечает А. Ю. Александрова, в туристическом кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости: поставщиков, средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристических продуктов и самих покупателей-туристов.

Выделяют следующие виды туристических кластеров:

- по стадии жизненного цикла: пре-кластеры, зарождающиеся кластеры, развивающиеся кластеры, зрелые кластеры и угасающие;
- по видам туристских аттракторов: культурно-исторические, развлекательные, спортивные, природные, этнические, оздоровительные кластеры и др.
- по масштабу: локальные, региональные, национальные и транснациональные кластеры [2, с.19].

На сегодняшний день туристская отрасль признана одной из самых перспективных из несырьевых секторов экономики для развития на территории нашего государства. Россия обладает огромным потенциалом для становления туристской отрасли экономики как одной из основных в перспективе нескольких десятилетий. По данным Правительства Российской Федерации, экспорт туристского сектора экономики входит в топ-3, уступая только химической промышленности и топливной сфере.

В настоящее время благодаря национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства» на территории нашей страны формируются несколько крупных туристских кластеров. Правительством России оказывается глобальная финансовая поддержка пилотных регионов. Однако само понятие «туристский кластер» не закреплено ни одним федеральным законом или актом. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года дано определение понятию «туристская территория». Согласно данному документу мы можем сказать, что туристская территория – это некое физическое

пространство (при этом оно может быть, как в рамках одного муниципалитета, так и в рамках нескольких муниципальных образований), которое характеризуется наличием общего туристического продукта. Однако стоит учитывать, что зачастую кластерное развитие туристской сферы в России идет в направлении «сверху вниз», а именно без учета умения бизнес-среды индустрии туризма и гостеприимства на микроуровне конкретного региона [6, с.38].

Современные туристы определяют условия, наличие которых позволяет составить объективную оценку предоставляемых туристических услуг. Оцениванию подлежат многие моменты. К ним относят как уровень обслуживания в средстве размещения, так и всё, что находится вокруг. Под этим подразумевается качество дорог, возможность добираться до гостиницы на общественном транспорте, присутствие вблизи средства размещения торговых, развлекательных центров и проч. Перечисленные аспекты следует рассматривать в качестве главных составляющих, которые обеспечивают туристам комфортное нахождение в той или иной стране.

Реализация названных условий осуществляется благодаря кластерному подходу к развитию инфраструктуры. При этом происходит создание ряда комплексов, позволяющих этому виду деятельности успешно развиваться.

Благодаря инвестированию в туристскую отрасль удается не только возводить новые гостиничные комплексы и совершенствовать уровень сервиса, чему в значительной мере способствует передовое оборудование, но и создавать дополнительные рабочие места, обеспечивать возрастание активности со стороны предпринимателей, приток инвестиций в смежные области. Всё это в совокупности позволяет повысить уровень развития как туристской отрасли региона, так и всей его инфраструктуры [4, с.19].

Оказание туристических услуг способно стать гораздо более качественным благодаря формированию туристской инфраструктуры, стимулированию инициативы предпринимателей в рассматриваемой сфере. Реализовать такую задачу удастся благодаря принятию специальных мер, среди которых важнейшим является стимулирование инвестиционных проектов.

Решив вопрос, касающийся инфраструктуры, удастся использовать различные туристические направления, существующие на территории России. Это даст также возможность удовлетворить все те потребности и желания, которые возникают у потребителей туристических услуг в период совершения путешествий.

Список использованных источников

1. **Александрова А. И.** Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2007. - № 1. - С. 51-61.
2. **Гениевская Ю.С.** Понятие, технология формирования и структура туристского кластера // Проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства Калининградской области глазами молодых ученых. - 2022. - С. 17-23.
3. **Зырянов А. И.** Концептуальная география в туризме // Региональные исследования. – 2021. – № 2(72). – С. 24–31.
4. **Крюкова Е.М., Бобков Н.Е., Колбас К.Ю.** Кластерный подход в развитии внутреннего туризма России // Социальная политика и социология. - 2022. - Т. 21. - № 1 (142). - С. 17-26.
5. **Лаврова Т. А., Уваров С. А., Волков С. Д.** Туризм как драйвер экономического развития регионов в кризисных условиях экономики // Журнал правовых и экономических исследований. – 2022. – № 1. – С. 195–199.
6. **Юренский Д.А.** Туристские кластеры: особенности и перспективы развития // Теория и практика проектного образования. - 2021. - № 4 (20). - С.37-39.
7. **Лукьянова Н. С.** География туризма. Туристские регионы мира и России. Практикум / Н.С. Лукьянова. - М.: КноРус, 2021. - 168 с.
8. **Лукьянова Н. С.** География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум. Учебное пособие / Н.С. Лукьянова. - М.: КноРус, 2019. - 683 с.
9. St. Petersburg Day &Nigh. Ночная жизнь Санкт-Петербурга. Российско-американский туристический спра. - Москва: ИЛ, 2018. - 104 с.
10. **Макатрова Н.** Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России / Надежда Макатрова. - М.: АВТОР, 2018. - 704 с.

THE CONCEPT AND ESSENCE OF CLUSTER AND CLUSTER APPROACH IN TOURISM

Sabanova Anna Aksoevna**

Student

annasabanova2015@mail.ru

** FGBOU VO SOGU named after Kost Levanovich Khetagurov
Russia, Vladikavkaz

Abstract:

The tourism cluster is one of the effective tools for marketing territories and ways to develop the tourism sector of the region. With the help of state support, financing, interethnic interaction, and private entrepreneurship, tourist clusters successfully popularize not only the central attraction, but also the authentic culture of the destination. This article discusses the main theoretical aspects of the concept, the essence and types of a tourist cluster, as well as the features of the formation of tourist clusters.

Keywords:

tourism, cluster, tourist cluster, resources, foreign experience, regional development