

**Гармидер А.А.**

Академия строительства и архитектуры  
Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского  
E-mail: An111net@mail.ru

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛИ КЛАСТЕРА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ РЕГИОНА**

**Представлена модель туристического кластера региона, в качестве основных структурных элементов которой выделены ядро, связи, мягкая и жесткая инфраструктуры. Обоснованы особенности составляющих туристического кластера: мягкая инфраструктура (финансовая, инновационная, информационная, социально-культурная, экономико-правовая среда), жесткая инфраструктура (материально-техническая среда), институциональная среда (отраслевые министерства и ведомства). Установлено, что жесткая инфраструктура является частью региональной инфраструктуры и активизирует социально-экономическое развитие региона. Мягкая инфраструктура обеспечивает аккумуляцию и распределение финансовых ресурсов, необходимых для его развития, способствует организации трансфера современных технологий и коммерциализации научных исследований.**

**Ключевые слова:** туристический кластер, модель, ядро, мягкая и жесткая инфраструктура.

В основе развития рекреационного комплекса Крыма лежит обоснование развития типа курортно-рекреационной системы. В советский период развития полуострова в данной системе преобладали лечебно-профилактические учреждения, т. е. санатории, здравницы, профилактории, дома отдыха, чему способствовало наличие высокотехнологичного медицинского оборудования, квалифицированных медицинских работников и их социальная защищенность. Кроме того, невысокая стоимость санаторного лечения, предоставление льготных профсоюзных путевок, функционирование в Крыму 12 научно-исследовательских институтов курортологии и медицинской реабилитации, способствовали решению задач массового оздоровления населения страны, что характеризовалось снижением затрат на постсанаторное лечение по сравнению с амбулаторным в 2,15–5,55 раз [7, с. 79]. Однако, экономический кризис, поразивший курортно-рекреационную сферу Крыма в середине 90-х гг. прошлого века, привел к деформации сложившейся курортно-рекреационной системы, где доминирующее место заняли пассивный отдых и завлечение. Это негативно отразилось на структуре санаторно-курортных учреждений, что выразилось в изменении формы собственности, наращивании количества предприятий гостеприимства и развлечений. Так, за период 2005–2013 гг. доля государственных санаторно-курортных учреждений сократилась на 18,54%, а доля международных организаций и иностранных юридических лиц в данном секторе выросла на 12,89%, количество гостиниц, мотелей за аналогичный период возросло на

47,29% [12]. В настоящее время существующие природно-климатические условия Крыма способствуют привлечению рекреантов, нуждающихся не только в восстановлении физических сил, но и в медицинской реабилитации, что способствует формированию у них менталитета к крымскому полуострову непосредственно как к лечебной территории. Однако отсутствие полноценной информации о лечебной базе санаторно-курортных учреждений Крыма и методиках лечения способствовали формированию негативного имиджа. На наш взгляд, решение данной проблемы носит стратегический характер в периоде времени. Краткосрочный период предполагает поддержание существующей структуры санаторно-курортной сферы, внедрение механизма рационального использования рекреационных ресурсов, что способствует привлечению исключительно низко- и среднеобеспеченных по уровню достатка рекреантов, а это не позволит Крыму достичь уровня экономической самодостаточности. Долгосрочный период предполагает привлечение платежеспособных рекреантов из стран СНГ и Западной Европы, что предусматривает придание Крыму статуса международного курорта. Это возможно осуществить при условии проведения реструктуризации имеющейся санаторно-курортной базы, совершенствовании рыночных отношений и общественных преобразований на полуострове, где эффективное использование рекреационных территорий в составе хозяйственного комплекса непосредственно связано с созданием и функционированием курортно-рекреационного кластера, организованного с учетом местных особенностей

и специфики, что подчеркивает актуальность рассматриваемого вопроса для экономики Российской Федерации и Крыма.

В этой связи, целью настоящей научной статьи является обоснование модели туристического кластера крымского региона с выделением ее составляющих, раскрытием связей между ними, способствующих достижению высокого уровня взаимодействия между участниками кластера и повышению конкурентоспособности туристической услуги. Для достижения поставленной цели решены задачи: исследовано существующее состояние курортно-рекреационной сферы Крыма, изучены точки зрения ученых по вопросам построения моделей кластера в туристической сфере, обоснована модель кластера в данной отрасли с выделением ее составляющих.

Территориальную структуру сети субъектов хозяйствования курортно-рекреационной сферы Крыма составляют предприятия рекреационных регионов полуострова: южнобережного ЮБК (Ялта, Алушта) – 41,35%, юго-западного ЮЗРК (Евпатория, Саки) – 27,67%, западного ЗРК (Раздольное, Черноморское) – 4,03%, юго-восточного ЮВРК (Судак, Феодосия) – 11,24%, восточного ВРК (Керчь, Ленино) – 5,76%, центрального ЦРК (Бахчисарайский, Симферопольский, Белогорский районы) – 9,95%. При этом 69,62% оздоровительных учреждений сконцентрированы на прибрежной полосе южного, 17,56% – западного и 12,82% – восточного побережья Черного моря. Неравномерность размещения обусловлена природно-климатическими условиями, что способствовало дифференциации возведения данных учреждений по вместимости: ЮБК – 450–600 мест, ЮЗРК – 300–500 мест, ЗРК – 100–150 мест, ЮВРК – 250–300 мест, ВРК – 75–100 мест, ЦРК – 100–150 мест. При этом на долю малокомфортабельных учреждений приходится 68,93%, что объясняется сложным финансово-экономическим положением ве-

домственных предприятий, на средства которых осуществляется строительство объектов отдыха на рекреационных территориях и, в основном, ориентированы на рекреантов с низким уровнем дохода.

За период 2008–2013 гг. наблюдается устойчивый рост количества отдыхающих в курортных учреждениях Крыма, о чем свидетельствует индекс роста: санаторно-курортные учреждения 109,81; гостиницы 125,59; коллективные средства размещения 124,18%; специализированные средства размещения 112,50, что обусловлено развитием сопутствующей инфраструктуры сферы сервиса. При этом необходимо отметить низкие темпы обновления медицинского оборудования (2012 г. – 3,78%, 2013 г. – 2,54%), что не способствует повышению качества санаторного лечения, так как в настоящее время 87% данного оборудования нуждается в обновлении [12].

Результаты исследования финансово-экономической деятельности курортных учреждений Крыма свидетельствуют о необходимости реформирования отрасли, так как существующие показатели наглядно свидетельствуют о ее стагнации (табл. 1).

В 2013 г. наблюдаются позитивные результаты деятельности курортно-рекреационной отрасли Крыма, в частности чистая прибыль составила 1,328 млн. дол. США, что существенно уступает показателям причерноморских государств (Турции, Болгарии, Грузии). Однако, накопление в туристической отрасли Крыма системных проблем, решение которых затягивается, может привести к деградации отрасли. В этих условиях возникает необходимость реализации кластерного подхода, способного реанимировать отрасль, превратить ее в бюджетообразующую для экономики Крыма, повысить конкурентоспособность региона.

В настоящее время в научной литературе отсутствует общепризнанное определение понятия туристический кластер, что объясняется

Таблица 1. Результат финансово-экономической деятельности курортно-рекреационной отрасли Крыма<sup>1</sup>

Показатель	Годы				
	2009	2010	2011	2012	2013
Чистая прибыль туристской отрасли, млн. руб.	-31,201	-7,010	8,352	-9,979	43,672
Финансовый результат до налогообложения от обычной деятельности туристской отрасли, млн. руб.	-28,865	-4,851	13,017	11,925	62,078

<sup>1</sup>Данные Крымстата за 2009-2013 гг.

многообразием подходов к его формированию. При этом обоснованию сущности и модели функционирования кластеров посвящены работы отечественных и зарубежных ученых. В частности Е. Дахмен [15] выявил, что ускоренное развитие одной отрасли обеспечивает рост производства в смежных отраслях, М. Энрайт обосновал концепцию региональных кластеров и региональной конкурентоспособности, в основе которой лежит идея концентрации субъектов хозяйствования на конкретной территории, имеющей определенные преимущества экономико-географического характера.

При обосновании модели функционирования туристического кластера автор основывается на собственной точке зрения относительно сущности понятия туристический кластер, которая является синтезом мнений российских и зарубежных ученых А.О. Воронова [2], Л.С. Маркова [8], Н.А. Палевиной [9], В.А. Подсолонко [10], В.П. Третьяка [13], И.Ю. Швеца [14]. В этой связи, под туристическим кластером автор предлагает понимать объединение на добровольных и взаимовыгодных условиях территориально локализованных предприятий сферы туризма и смежных отраслей с целью создания конкурентоспособной туристической услуги, усиления конкурентных преимуществ его участников и получения дохода. Данное определение содержит в себе признаки, которые присущи гетерогенности функционирования субъектов-участников кластера.

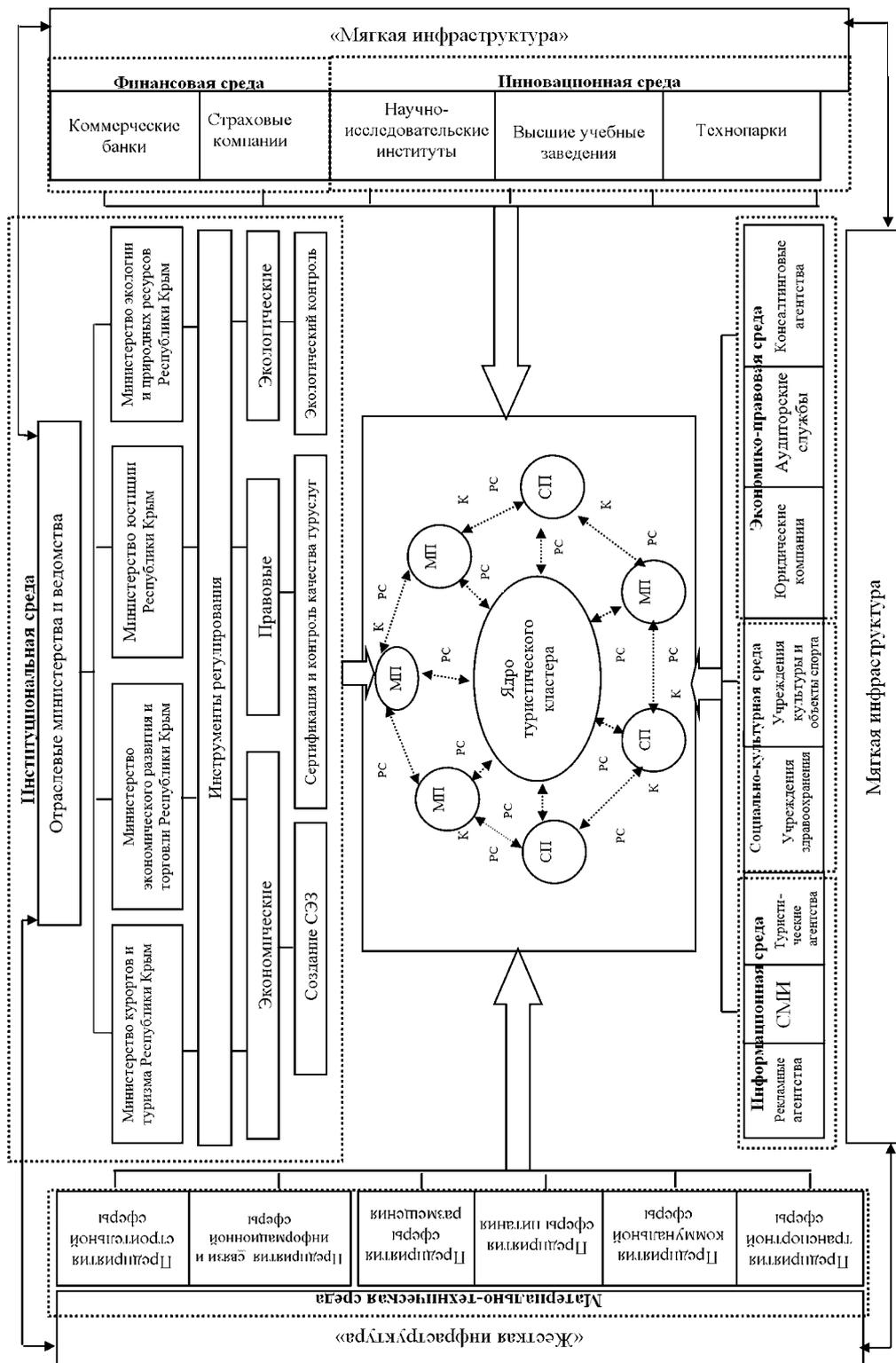
Процессы выявления и формирования кластеров в туристической сфере исследованы многими российскими учеными. Так, А.Н. Дунец [3] обосновал модель управления туристическим кластером, структуру которого составляют взаимосвязи функциональных комплексов: сервисно-системообразующий, социально-сервисный, производственный, природных ресурсов и условий. При этом ядро кластера формируют профессиональные объединения, специализированные предприятия, оказывающие туристско-рекреационные услуги, что позволяет получить полный цикл потребления туристического продукта.

Бойко А.Е. [1] рассматривает возможность построения модели туристического кластера с позиции изучения взаимодействия и взаимовлияния совокупности условий: социо-культурных,

экономических, политических, природных. При этом недостаточное внимание уделено выделению составляющих этих условий и установлению прямых и косвенных связей между ними, что способствует возникновению проблем в идентификации туристических ресурсов для определения необходимых элементов кластера.

Дышловой И.Н. [4] рассматривает туристический кластер с позиции институционализации субъектов, принимающих непосредственное участие в нем. Данная модель предусматривает исключительно взаимодействие субъектов и не учитывает типологию природно-климатических условий и связей, возникающих между составляющими элементами кластера. В этом случае, на наш взгляд, целесообразно объяснить функциональные обязанности субъектов кластера, что позволит исключить дублирование их полномочий.

Как видим, существуют различные точки зрения относительно подхода к построению модели туристического кластера, что объясняется сложностью и многогранностью исследуемого вопроса. Это позволяет предоставить авторское видение решения данной проблемы. Разработанная автором модель туристического кластера учитывает тесноту взаимосвязей, уровень конкуренции и кооперации между участниками, структурные элементы кластера (рис.1). В соответствии с традиционным подходом к разработке модели кластера, в качестве его основных структурных элементов выделены ядро, связи, мягкая и жесткая инфраструктура. При этом следует учитывать, что развитие туристической сферы обеспечивается субъектами малого и среднего бизнеса, деятельность которых, с одной стороны, способствует усилению конкуренции, а, с другой – развитию связей между ними. В качестве ядра выступает территориальная совокупность узкоспециализированных предприятий, которые производят конкурентоспособный товар (услугу), имеющий высокий уровень спроса и позиционируют вокруг себя элементы кластера. Согласно М. Портеру, ядром кластера является совокупность «сходных фирм, от которых по вертикали строятся технологические цепочки взаимосвязанных с ними ниже- и вышестоящих предприятий» [11, с.115]. Поэтому, применительно к туристической сфере ядро кластера образует



Условные обозначения: МП – малое предприятие; СП – среднее предприятие; К – конкуренция; РС – рыночные связи; ↔ – связи между участниками кластера

Рисунок 1. Модель туристического кластера (разработано автором)

совокупность субъектов малого и среднего бизнеса, которые осуществляют туристическую и рекреационную деятельность и являются лидерами в данном сегменте рынка. Следовательно, лидером кластера в туристической сфере выступает предприятие, которое имеет наиболее сильные конкурентные позиции на рынке туристических или санаторно-курортных услуг. При этом между ядром и участниками кластера формируются связи, отражающие особенности процесса создания туристической услуги, что обеспечивает межотраслевую кооперацию и взаимодействие, а это способствует формированию вокруг ядра жесткой и мягкой инфраструктуры. Первая является материально-технической средой кластера, вторая – включает финансовую, инновационную, информационную, социально-культурную и экономико-правовую среду.

«Жесткая инфраструктура» представляет собой материально-техническую базу региона, которая необходима для долгосрочного функционирования системы в целом. Она создает условия для функционирования предприятий индустрии туризма, осуществления туристической деятельности и обеспечивает непрерывность данного процесса, формируя «каркас» кластера. Эта структура представлена совокупностью предприятий, которые принимают непосредственное участие в процессе создания туристической услуги, и включает в себя субъекты транспортной и коммунальной сферы, предприятия сферы питания и размещения, информационной сферы и сферы строительства, функционирование которых обеспечивает эффективность деятельности субъектов хозяйствования ядра кластера. Жесткая инфраструктура является частью региональной инфраструктуры, уровень развития которой, с одной стороны, предопределяет эффективность функционирования кластера, а с другой – активизирует социально-экономическое развитие региона (создание дополнительных рабочих мест, усиление инвестиционной активности).

«Мягкая инфраструктура» кластера включает финансовую, инновационную, экономико-правовую, социально-культурную и информационную среду и представлена совокупностью учреждений и организаций, которые предоставляют дополнительные услуги, косвенно связанные с его специализацией. Наличие этих

элементов в структуре кластера оказывает значительное влияние на активизацию бизнес-процессов, способствует усилению потенциала кластеризации и развитию туристической сферы региона.

Финансовая среда представляет совокупность государственных и коммерческих финансовых учреждений, функционирующих в рамках определенной территории и включает коммерческие банки, страховые компании, деятельность которых связана с привлечением финансовых и инвестиционных ресурсов, необходимых для развития туристической сферы. Коммерческие финансово-кредитные учреждения предоставляют финансовые и консультационные услуги, страховые компании обеспечивают защиту от рисков, возникающих в процессе хозяйственной деятельности, осуществляют размещение свободных средств страхового фонда в перспективные инвестиционные проекты.

Инновационная среда рассматривается как «системные условия, предоставляемые экономическим субъектам для создания новых идей» [6, с. 248] и представлена научно-исследовательскими институтами (НИИ), высшими учебными заведениями (ВУЗ), технопарками, деятельность которых направлена на трансфер новых знаний в инновации, а инноваций – в создание инновационного продукта как конкурентного преимущества туристического кластера. ВУЗы в рамках кластера осуществляют подготовку и переквалификацию кадров, технопарки обеспечивают стимулирование и управление потоками знаний и технологий между университетами, научно-исследовательскими институтами, предприятиями ядра кластера и рынком туристических услуг. Деятельность НИИ способствует инновационному развитию региона, посредством создания условий для коммерциализации результатов научных и научно-методологических исследований, оказания консультационных, информационно-аналитических услуг, а также услуг научно-методического характера. Развитие инновационной среды кластера позволит усилить его инновационный потенциал и повысить уровень доходности от реализации предлагаемых туристических услуг, что можно определить с помощью формулы:

$$K_{инв} = \frac{V_1 - V_2}{V_1}; \quad (1)$$

где  $K_{инв}$  – коэффициент инновационности функционирования туристического кластера;  $V_1$  – фактически произведенная и реализованная стоимость туристских услуг в процессе реализации инновационного решения;  $V_2$  – фактически произведенная и реализованная стоимость туристских услуг до реализации инновационного решения.

Экономико-правовая среда характеризуется совокупностью предприятий, в числе которых юридические учреждения, аудиторские службы и консалтинговые агентства. Юридические учреждения предоставляют правовую помощь в регистрации кластера, сопровождении деятельности его участников, заключении договоров взаимодействия между ними, решении спорных вопросов. Консалтинговые агентства оказывают консультационные услуги, направленные на повышение экономической эффективности деятельности предприятий. Аудиторские службы осуществляют контроль различных аспектов хозяйственной деятельности (подтверждение достоверности финансовой отчетности, оценка ее качества, эффективности экономических показателей). Поэтому экономико-правовая среда, в которой функционируют предприятия кластера, обеспечивает юридическое сопровождение туристической деятельности, что предохраняет защищенность интересов, как участников процесса создания туристической услуги, так и ее потребителей.

Социально-культурная среда кластера представлена учреждениями здравоохранения и культуры, объектами спорта, функциями которых является удовлетворение социальных и культурных потребностей рекреантов. Функционирование учреждений здравоохранения в рамках кластера направлено на усиление его лечебно-оздоровительной базы посредством оказания качественных услуг лечения, диагностики и профилактики заболеваний, включая предоставление полного спектра медицинских и сопутствующих им услуг. Высокий уровень развития медицинского обслуживания позволит повысить уровень конкурентоспособности кластера и экономический эффект его функционирования. Учреждения культуры и объекты спорта способствуют организации досу-

га и удовлетворению духовных потребностей рекреантов.

Информационная среда представляет собой региональное информационное пространство кластера, включающее рекламные агентства, средства массовой информации, туристические агентства, деятельность которых направлена на продвижение туристического продукта. Рекламные агентства обеспечивают размещение рекламы в средствах массовой информации, на сайтах и в социальных сетях, туристические агентства осуществляют рекламно-информационную деятельность, предоставляют консультации по выбору тура, организуют путешествия. Важное значение приобретает возможность онлайн-бронирования туров, гостиниц и билетов, которая получила широкое распространение ввиду значительной экономии времени и средств потребителей туристической услуги.

Таким образом, «мягкая инфраструктура» кластера в туристической сфере региона обеспечивает аккумуляцию и распределение финансовых ресурсов, необходимых для его развития, способствует организации трансфера современных технологий и коммерциализации научных исследований, является системой комплексного обслуживания участников кластера и рекреантов. Следует учитывать, что между всеми структурными элементами кластера формируются устойчивые связи, развитие которых способствует установлению долгосрочного сотрудничества между его участниками. Устойчивый характер связей способствует эмерджентности кластера, что обеспечивает высокий уровень его конкурентоспособности. При этом особую важность приобретают управляющие воздействия, предусматривающие обеспечение взаимодействия его участников с органами власти через отраслевые министерства и ведомства, которые формируют его институциональную среду.

Институциональная среда представляет собой «упорядоченный набор институтов, которые определяют ограничения для экономических субъектов, формирующихся в границах той или иной системы координации хозяйственной деятельности» [5, с. 26]. Взаимосвязи элементов этой среды проявляются через формирование и развитие институциональных отношений. В этой связи, данная среда кластера представлена упорядоченной совокупностью

институтов, определяющих условия его функционирования и развития. В структуре этой среды выделены Министерство курортов и туризма Республики Крым, Министерство экономического развития и торговли Республики Крым, Министерство экологии и природных ресурсов Республики Крым, Министерство юстиции Республики Крым. Регулирующие воздействия структур власти осуществляются посредством реализации определенного набора инструментов, в числе которых следует выделять экономические, правовые и экологические.

Реализация экономических инструментов оказывает стимулирующее воздействие на развитие кластера в туристической сфере, реализация правовых инструментов направлена на повышение качества туристической услуги и,

соответственно, уровня его конкурентоспособности, реализация экологических – позволит сохранить имеющийся природно-ресурсный потенциал, необходимый для осуществления туристической деятельности.

Таким образом, реализация модели туристического кластера позволит установить устойчивые связи между его участниками, что предопределяет развитие межотраслевой кооперации, усиление специализации, активизацию инновационной деятельности и позитивно влияет на уровень конкурентоспособности туристической услуги. При этом характер связей позволяет определить набор инструментов, реализация которых способствует достижению эффективного использования потенциала кластеризации и развитию кластерных инициатив в туристической сфере региона.

7.03.2015

**Список литературы:**

1. Бойко А.Е. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России / Бойко А.Е. / Власть и управление на Востоке России. – № 2 (47), 2009. – С. 224–228.
2. Воронов А.О. Кластерный анализ – база управления конкурентоспособностью на макроуровне / Воронов А.О., Бурак А.А. / Маркетинг. – №1, 2003. – с.1-11.
3. Дунец А.Н. Организация и территориальное планирование туристско-рекреационных кластеров / Дунец А.Н./ Перспективы науки. – № 5 (07), 2010. – С.5-11.
4. Дышловой И.Н. Об особенностях функционирования регионального рекреационно-туристического кластера и его регулирование / Дышловой И.Н./Региональная экономика. – № 4, 2010. – С.69-75.
5. Институциональные основы формирования экономической системы Крыма: теория и практика / Под ред. проф. З.Н. Васильева. – Ялта: «Новый Свет-2000», 2005.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Пер. с англ. под ред. О.И. Шкаратана. – М. «Инфра – М», 2000. – С. 248.
7. Кудрявцев В.Б. Рекреационное хозяйство Крыма: настоящее и будущее / Кудрявцев В.Б., Шижин В.Н. – Симферополь: Таврия, 1995. – 182 с.
8. Марков Л.С. Экономические кластеры как форма функционирования и развития промышленности региона / Автореф. диссер. на соиск. учен. степ. к.э.н. – Новосибирск, 2006. – 30 с.
9. Палевина Н. А. Кластерный подход к обеспечению развития туристско-рекреационной сферы региона // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. и Герцена – СПб. – № 12(86), 2008 – С. 330-340.
10. Подсолонко В.А. Интернет в маркетинге туристических кластеров/ Подсолонко В.А, Басиладзе Е.Г./Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 22 (61). – № 2, 2009. – С. 310-318.
11. Портер М. Э. Конкуренция / Пер. с англ. под ред. А.Т. Соколовой. – М.: ИД «Вильямс», 2001. – 258 с.
12. Статистический сборник «Санаторно-курортное лечение, организованный отдых и туризм в Республике Крым» в 2012/2013. – Симферополь, 2013. – 152с.
13. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. Монография, изд. 3-е.–М., 2011.– 382 с.
14. Швец И.Ю. Пространственно-региональная кластеризация туристического комплекса / Швец И.Ю. // Маркетинг и менеджмент инноваций. – № 2, 2011. – С. 65–73.
15. Dahmen E. Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919-1939. – Stockholm, 1950.

Сведения об авторе:

**Гармидер Анна Александровна**, ассистент кафедры менеджмента природоохранной деятельности и региональной политики факультета экономики и менеджмента Академии строительства и архитектуры Крымского Федерального Университета, аспирант.

295493, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Киевская, 181, ауд. 420, e-mail: An111net@mail.ru