

Секция «Межорганизационные сети: теория и практика»

**Проектирование туристских кластеров в российских регионах:
институциональные и маркетинговые проблемы**

Научный руководитель – Пахалов Александр Михайлович

Сакс Дарья Григорьевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: dastilla@yandex.ru

Туризм - одна из основных отраслей российской экономики, которая не только играет важную роль в развитии малого и среднего бизнеса, а также является драйвером долгосрочного социально-экономического развития России и регионов, оказывая влияние на смежные отрасли, обеспечивая создание новых рабочих мест, привлекая инвестиции и ускоряя переход к несырьевому типу развития [5]. Согласно данным Росстата от 13.10.2017 доля ВДС туристской индустрии составляет 3,4% ВВП [7].

На сегодняшний день одним из основных методов, применяемых для развития сферы туризма, является кластерный подход. Поддержанию и развитию туристских кластеров в российских регионах со стороны федерального центра уделяется значительное внимание, что отмечается в большинстве документов стратегического развития туристской сферы на всех административных уровнях: как федеральная «Стратегия развития туризма в России до 2020 года», так и региональные стратегии развития туризма и туристских кластеров. Согласно результатам исследований [1,2,5,6], все участники деятельности кластера получают выгоду от такого типа взаимодействия. Повышается их конкурентоспособность и специализация, стимулируется развитие рынка труда и территориальных экономических систем.

В контексте рассмотрения кластерного подхода в туризме возникает несколько актуальных исследовательских проблем, в число которых входит необходимость количественно оценить экономический результат формирования конкретного кластера, его реальное влияние на экономику региона. Еще одной важной исследовательской задачей является разработка рекомендаций по управлению кластером как для его участников, так и для органов власти. В последние три года российскими авторами опубликованы несколько исследований, посвященных условиям развития туристско-рекреационных кластеров [1, 5, 6], однако большинство из проблем, обозначенных в этих публикациях до настоящего момента не решены.

Проведенное исследование было основано на анализе открытой информации о функционировании туристских кластеров в нескольких регионах России, в том числе Московской, Владимирской, Новгородской, Псковской, Калининградской, Калужской областях, а также в республиках Северного Кавказа. Методика исследования была основана на статистическом анализе количественных показателей функционирования кластеров, а также на институциональном анализе параметров проектирования и развития кластеров.

В качестве сдерживающих факторов развития туристских кластеров в регионах России выделены следующие проблемы:

- низкое качество институтов, регулирующих развитие туризма, которое во многом связано с игнорированием ряда ключевых принципов институционального проектирования, в том числе принципов соучастия и компонентной полноты;

- слабое развитие туристской и ряда сопутствующих видов инфраструктуры (например, транспортной, социальной и культурной);
- низкий уровень открытого социального капитала, препятствующий формированию межфирменных сетей и туристских кластеров;
- недостаточно активное межрегиональное и межмуниципальное взаимодействие, препятствующее развитию туристских кластеров на границах регионов и муниципальных образований.

Серьезной проблемой на сегодняшний день является тот факт, что зачастую российским туристским кластерам сложно сформировать позитивный имидж даже при отсутствии видимых препятствий [2]. По мнению ряда исследователей, данный факт вызван в первую очередь неспособностью корректно внедрить подходящую маркетинговую стратегию [4].

В авторском исследовании показано, что сложности в проектировании как принципов функционирования, так и маркетинговых стратегий туристских кластеров в России зачастую связаны с попытками копирования зарубежного опыта без учета национальных или институциональные особенности, а также внешних факторов. В работе будет представлен анализ нескольких примеров неудачных попыток создания кластеров в регионах с подробным разбором допущенных ошибок и рекомендаций по их преодолению.

Источники и литература

- 1) Alexandrova A., Vladimirov Y. Tourism clusters in Russia: What are their key features? The case of Vologda region //Worldwide Hospitality and Tourism Themes. – 2016. – Т. 8. – №. 3. – С. 346-358.
- 2) Camprubí R., Guia J., Comas J. Destination networks and induced tourism image //Tourism review. – 2008. – Т. 63. – №. 2. – С. 47-58.
- 3) Ferreira J., Esteveao C. Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal //Encontros científicos–Tourism & management studies. – 2009. – С. 37-51.
- 4) Polukhina A. A cluster model of ethno-tourism organization in Russian regions //Worldwide Hospitality and Tourism Themes. – 2016. – Т. 8. – №. 3. – С. 359-372.
- 5) Sheresheva M., Kopiski J. The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market //Worldwide hospitality and tourism themes. – 2016. – Т. 8. – №. 3. – С. 260-272.
- 6) Sheresheva M., Polyanskaya E., Matveev N. The Russian hospitality market: what is the basis for success in a challenging environment? //Worldwide Hospitality and Tourism Themes. – 2016. – Т. 8. – №. 3. – С. 310-326.
- 7) http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail