

Н.В. РУБЦОВА

Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход¹

Цель данной статьи заключается в формировании концептуальной модели туристского кластера. Рассмотрены и проанализированы зарубежные и отечественные (преимущественно теоретические) модели туристского кластера. Дана характеристика общих и отличительных черт представленных моделей, проведена оценка отражения ими необходимых и достаточных характерных признаков туристского кластера. На основе проведенного анализа автором сформирована концептуальная модель туристского кластера, наиболее полно отражающая современное состояние и степень разработанности вопроса о сущности понятия «туристский кластер». Данная концептуальная модель, по мнению автора, способна углубить процесс изучения, построения и последующего исследования эмпирических моделей туристских кластеров.

Ключевые слова: концептуальная модель, туристский кластер, сфера рекреации и туризма.

Conceptual model of tourism cluster: initial stage and modern approach.
N.V. RUBTSOVA.

The purpose of this article is to form a conceptual model of the tourism cluster. Tourism cluster models (mostly theoretical ones) described in foreign and Russian literature were considered and analyzed. The description of the common and specific features of the tourism cluster in the models was evaluated. Based on the analysis, the author formulated the conceptual model of the tourism cluster that optimally reflects the contemporary status and the elaboration level of the "tourism cluster" concept. To the authors' opinion, this conceptual model has a potential to deepen the process of studying, constructing and the post surveying of the tourism clusters empirical models.

Key words: model, tourism cluster, conception.

¹Работа выполнена при финансовой поддержке государственного задания № 2014/52 на выполнение государственных работ в сфере научной деятельности в рамках базовой части проекта № 1841 «Активизация ресурсного потенциала Прибайкальского региона как фактора его устойчивого социально-экономического развития» (Номер госрегистрации в ФГАНУ ЦИТиС 01201458900).

В настоящее время туризм рассматривается как социально-экономическая деятельность, которая способна, в числе прочего, сыграть решающую роль в повышении конкурентоспособности и социально-экономическом развитии депрессивных территорий на основе использования их естественного, природного и историко-культурного потенциала, где зачастую отсутствуют какие-либо другие альтернативы для достижения этих целей. Идея формирования территорий, обладающих потенциалом для развития туризма (туристских дестинаций), основана на постулате, что сфера рекреации и туризма способна стимулировать рост экономики, повышать занятость местного населения, обеспечивать привлечение инвестиций и проч. Поэтому некоторые исследователи стремятся найти эффективную модель стратегического развития туристских дестинаций. Особую популярность в решении данного вопроса приобретает модель туристского кластера (ТК).

Отдельные положения, относящиеся к кластерной концепции, разрабатывались еще А. Маршаллом, который одним из первых четко указал, что сгруппированные вместе предприятия, занимающиеся родственными видами деятельности, получают положительные экстерналии. Впоследствии концепция кластеризации получила развитие в работах ряда исследователей, среди которых особо выделяются Э. Дамен, Л.Г. Мэтсон, М. Портер. Разработки данных авторов оцениваются в настоящее время как классические работы. В частности, М. Портер провел подробный анализ взаимосвязи между степенью развития кластеров и конкурентоспособностью региона или страны. В дальнейшем его исследование стало исходным пунктом для работ зарубежных и отечественных авторов, существенно расширивших исходную трактовку понятия «кластер». Было продемонстрировано, что существуют различные виды кластеров, обладающих различной способностью обеспечивать конкурентоспособность входящих в них отраслей и территорий.

На данный момент одной из актуальных трактовок термина «кластер» является «форма сетевого межорганизационного взаимодействия» или «межорганизационная сеть» [10]. Межорганизационная сеть рассматривается как система контрактов между формально независимыми экономическими агентами, сформированная с целью оптимального комбинирования и использования ресурсов. От прочих видов межорганизационных сетей кластер отличают следующие признаки: наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; отраслевая специализация; сеть государственных и частных институтов, которые поддерживают экономических агентов, действующих внутри кластера [10].

Первые зарубежные разработки кластерной концепции применительно к сфере рекреации и туризма появились только в начале XXI в. (Monfort, 2000; Rodrigues, 2001; Beni, 2003; Nordin, 2003). Как показывает анализ литературных источников, в последние годы значительно вырос интерес к изучению туристских (туристско-рекреационных)

кластеров и среди отечественных исследователей². Несмотря на то что термин «туристский кластер» используется довольно активно, тем не менее существует значительное расхождение мнений относительно понятия, содержания и проявлений данного феномена. В частности, автором данной статьи совместно с Н. Даниленко были выделены и описаны пять подходов к трактовке понятия ТК, присутствующих в отечественной и зарубежной литературе [2]:

1) ТК как эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы;

2) ТК как современный институт, сочетающий систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и внешним окружением;

3) ТК как популяция определенного вида экономических объектов, имеющая конкретный ареал распространения на территории;

4) ТК как механизм регионального управления, нацеленный на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития;

5) ТК как региональная туристско-рекреационная система.

На основе анализа подходов к содержанию понятия «туристский кластер» нами было сформулировано следующее определение, отвечающее, на наш взгляд, современному развитию кластерной концепции в туризме: туристский кластер – это стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской дестинации, которая обладает определенным набором необходимых и достаточных характеристик (признаков), как то: наличие группы географически сконцентрированных предприятий, прежде всего типичных для туристской сферы, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; особая отраслевая специализация; присутствие среди акторов государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ, потребителей туристских продуктов [2].

Вместе с тем многоаспектность понятия «туристский кластер» и активное обсуждение его содержания в зарубежной и отечественной научной литературе привели к появлению различных концептуальных моделей ТК, как сугубо теоретических, так и эмпирических, основанных на реальном опыте функционирования сферы рекреации и туризма [1, 4–7, 11–19]. Как представляется, критическое изучение имеющихся в литературе моделей ТК позволит отразить историю разработки и представить современное состояние данного вопроса, тем самым углубив представления современных исследователей о концепции туристского кластера, что послужит основанием для ее дальнейшего развития в теоретическом и прикладном аспектах.

²Количество публикаций, посвященных теории и практике кластеризации в туризме, в российских научных рецензируемых журналах за последние 5 лет значительно увеличилось – с 9 в 2007 г. до 97 в 2012 г. и 89 в 2013 г. (по данным поискового запроса в научной электронной библиотеке Elibrary.ru)

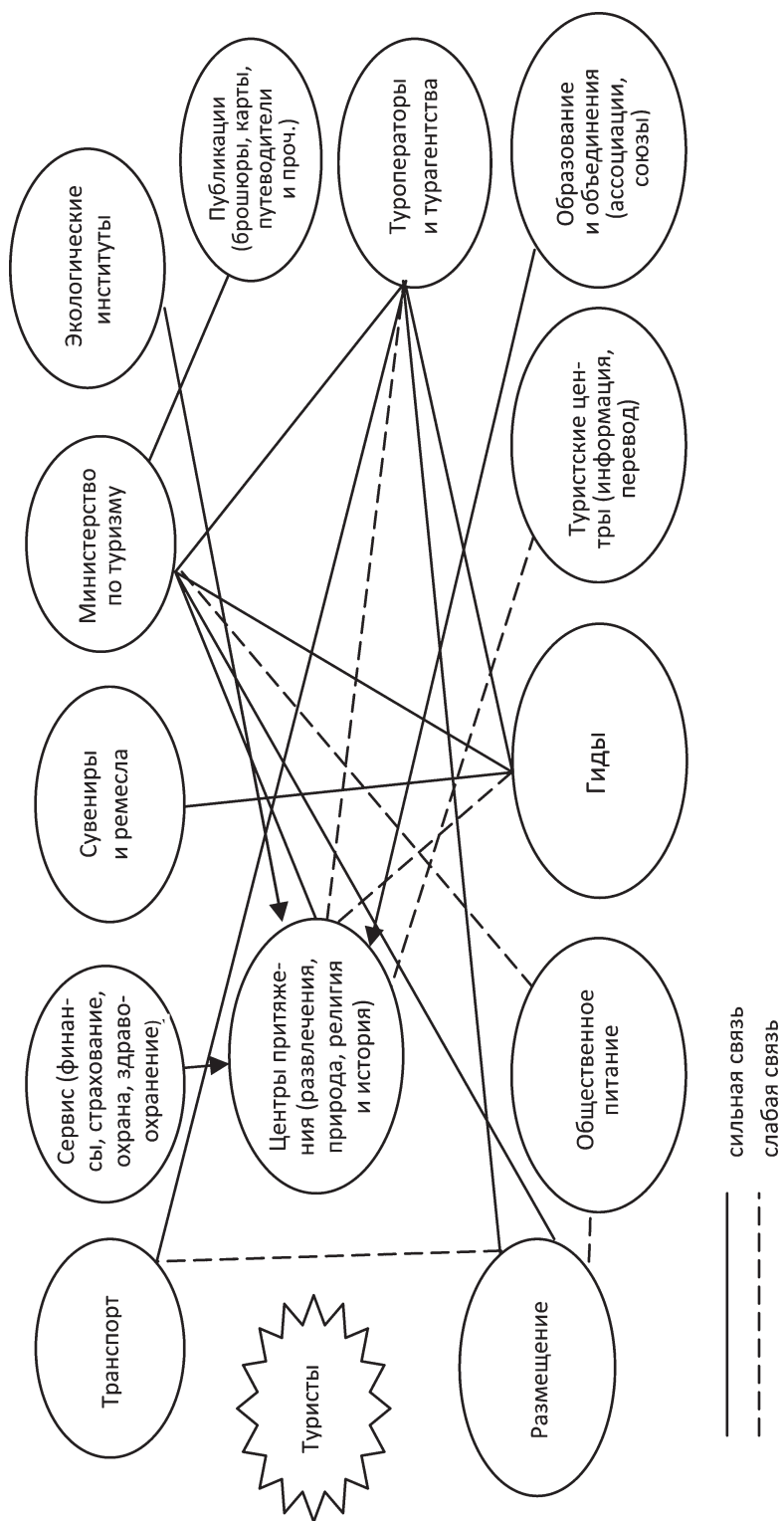


Рис. 1. Туристский кластер [16] (адаптировано автором)

Одной из ранних концептуализаций кластера в туризме можно назвать модель, представленную в 2003 г. в отчете «Туристский кластер иорданского Хашимитского королевства» исследователями университета Севилия (Иордания) (рис. 1) [16].

Данная модель представляет собой классическую межотраслевую сеть, участники которой взаимодействуют определенным образом. В модели акцентируется внимание на наличие прямых и обратных, сильных и слабых связей в процессе взаимодействия участников ТК. К акторам (участникам ТК) авторы относят отрасли, прямо и косвенно связанные с туризмом [3], различные институты, в том числе и институт государства, а также туристские ресурсы. Необходимо отметить, что согласно представленной модели туристы хотя и являются элементом ТК, однако не участвуют во взаимодействии в рамках межфирменной сети.

Достаточно популярной среди отечественных и зарубежных специалистов является модель ТК, предложенная в 2005 г. авторским коллективом из бразилии S.K. Cunha и J.C. Cunha. (рис. 2) [11].

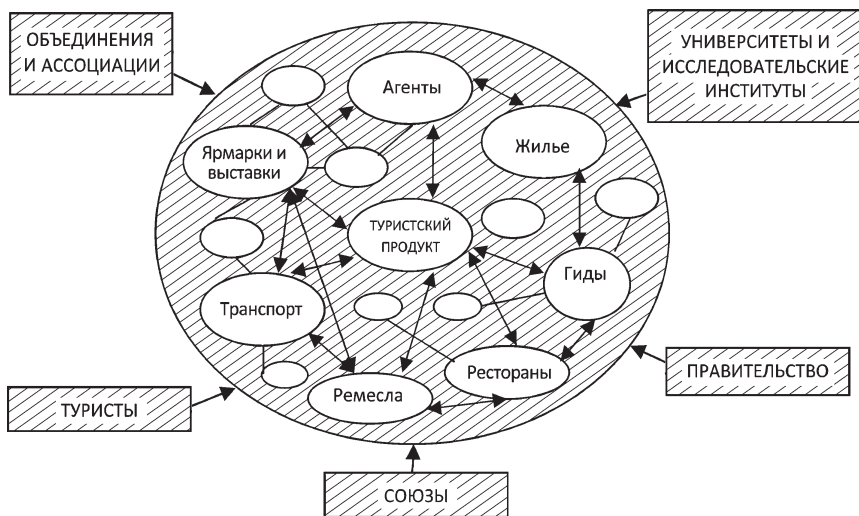


Рис. 2. Модель туристского кластера [11] (адаптировано автором)

Модель латиноамериканских авторов в целом совпадает с точкой зрения иорданских исследователей. Особенностью данной модели можно назвать появление в ней нового элемента – туристского продукта, который, по мнению разработчиков, является «ядром» ТК. Вместе с тем элементы «туристский продукт» и «туристы» в модели рассматриваются в качестве равноправных участников межорганизационной сети ТК, что, на наш взгляд, противоречит сути кластерной формы сетевого взаимодействия компаний.

Как представляется, описанные выше модели, а также схожие с ними по строению и сути [7, 14, 15] можно оценить как подходы к содержанию понятия ТКЗ, определяющей его как *популяцию опреде-*

ленного вида экономических объектов, имеющих определенный ареал распространения на территории, учитывающий специфику участников ТК – их принадлежность к сфере рекреации и туризма.

Следующий блок рассматриваемых нами моделей ТК основан на взаимосвязи, существующей между кластерной формой взаимодействия в сфере рекреации и туризма и конкурентоспособностью входящих в данную сеть компаний. В рамках данного подхода ТК рассматривается как *эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы*. Соответствующие ему модели ТК акцентируют внимание на достижении коллективной эффективности входящих в кластер предприятий: совместные действия субъектов кластера обеспечивают входящие в него компании дополнительными конкурентными преимуществами, а также помогают региональным компаниям приспосабливаться к основным изменениям в продуктах и рынках глобальной конкуренции. К моделям, сформированным в рамках данного подхода, можно отнести *концептуальную модель региональной конкурентоспособности ТК* исследователей С.М.С. Estkvго, J.J. Ferreira (2009 г.) [12], *модель развития глобальной конкурентоспособности ТК* американцев N. Kim, В.Е. Wicks (2010) [17], а также *новую концептуальную модель конкурентоспособности ТК* авторского коллектива из юханьского технологического университета (Китай) I.N. Fernando, W. Long (2012) [13]. Незначительные различия в построении и содержании перечисленных выше моделей позволяют рассмотреть в качестве примера лишь одну из них, на наш взгляд, наиболее полно отражающую идеологию данного подхода – модель развития глобальной конкурентоспособности ТК (Kim N., Wicks В.Е.) (рис. 3).

Модель Kim, Wicks, базируясь на «ромбе конкурентных преимуществ» М. Портера, включает в себя три важных дополнения: значительная роль в ТК отводится транснациональной компании (ТНК); в данной межотраслевой сети участвуют все входящие в кластер субъекты; в модели отдельно рассматриваются акторы (участники кластера) и факторы формирования и развития кластера.

Акторами ТК, согласно представленной модели (рис. 3), являются правительство, университеты, туристские компании, организации менеджмента дестинации (союзы, ассоциации и пр.), ТНК. К факторам формирования и развития кластера относятся [17]:

1) «ключевые ресурсы и достопримечательности» – это основные ресурсы (природные, исторические, культурные и пр.), которые привлекают туристов и являются основой создания туристских продуктов;

2) «менеджмент дестинации», осуществляющий маркетинговую, информационную деятельность, подготовку кадров соответствующей квалификации, разработку общей стратегии деятельности и т.д.;

3) «дополнительные условия», включающие средства размещения, транспортные компании, индустрию развлечений и другие компании, относящиеся к видам деятельности, прямо связанным с туризмом [3];

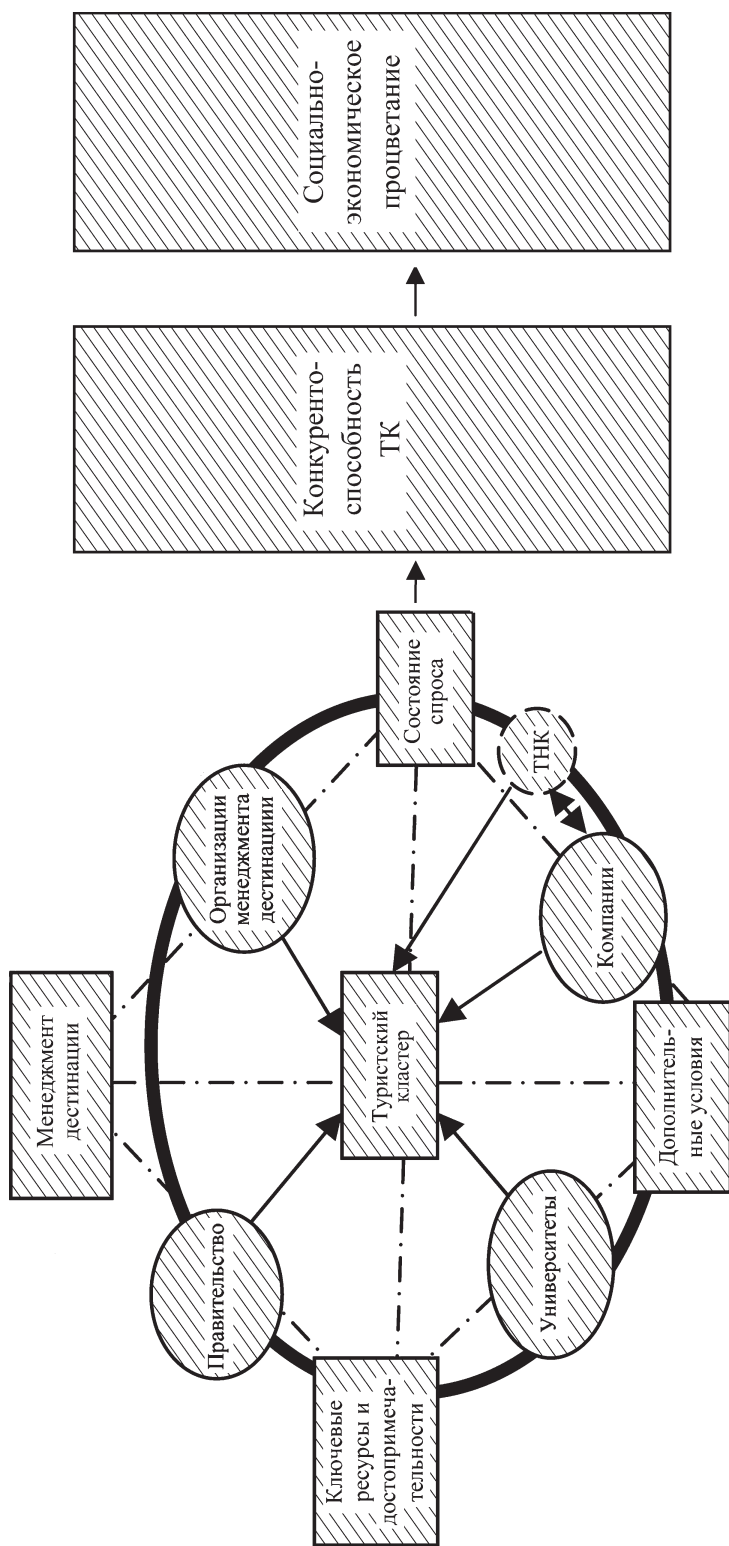


Рис. 3. Модель развития глобальной конкурентоспособности туристского кластера [17]
(адаптировано автором)

4) «условия спроса», включающие три основных элемента: осведомленность, восприятие и предпочтения потребителей туристских услуг.

В модели акцентируется внимание на наличии в кластере симбиоза кооперации и конкуренции между его участниками, что является одной из необходимых характеристик кластерной формы сетевого взаимодействия, повышения конкурентоспособности входящих в ТК компаний. В отличие от моделей, рассмотренных в рамках предыдущего подхода, туристские ресурсы, туристский продукт и туристы рассматриваются здесь не как участники, а как дополнительные условия формирования ТК. В то же время необходимо отметить присутствие в модели Kim, Wicks ряда противоречий. В частности, менеджмент туристской дестинации выступает и в роли актора, и в качестве фактора формирования ТК. Ключевой элемент модели – ТНК – обозначен пунктиром, что, по мнению авторов, указывает на возможное косвенное присутствие данного элемента в ТК, но в то же время ТНК является главным элементом ТК [17]. Кроме того, на наш взгляд, довольно спорным можно назвать отнесение в модели участников цепочки создания ценности туристского продукта [1] (за исключением туристских компаний – туроператоров и турагентов) не к акторам, а к условиям формирования ТК [8].

Развитие теории кластеризации в туризме привело к появлению еще одного подхода, в рамках которого ТК рассматривается как *механизм регионального управления, нацеленный на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития*. Суть данного подхода заключается в том, что межотраслевое взаимодействие способствует повышению конкурентоспособности не только входящих в кластер компаний, но и в долгосрочной перспективе территории, на которой функционирует ТК, – туристской дестинации. При этом ареал распространения туристской дестинации может быть различным. В частности, J.R.B. Ritchie и G.I. Sgouch выделяют следующие типы туристских дестинаций [19]:

- макрорегион, включающий в себя ряд стран (Южная Азия, Европа, Африка);
- страна (Испания, Франция, Таиланд);
- провинция или другая административная единица (Прованс, Сальта);
- конкретный регион внутри страны (Фландрия, Нормандия, Уэльс);
- город или населенный пункт (Париж, Стамбул);
- уникальный центр притяжения (Ниагарский водопад).

Моделью, сформированной в рамках данного подхода, можно назвать модель кластеризированной туристской дестинации, которая была разработана в 2010 г. авторами A. Malakauskaite, V. Navickas [18] (рис. 4).

Модель A. Malakauskaite, V. Navickas, в отличие от предыдущих рассмотренных нами моделей, включает в себя элемент «туристская дестинация», присутствие которого является одной из необходимых



Рис. 4. Модель ТК: кластеризированной туристской дестинации [18]
(адаптировано автором)

характеристик (признаков) ТК. Модель кластеризированной туристской дестинации базируется на ряде положений [18].

Конкурентоспособность ТК определяется наличием взаимосвязанных и дополняющих друг друга отраслей, доступностью ресурсов (рабочей силы, материалов и т.д.), интегрированными бизнес- и маркетинговой стратегиями, уровнем конкурентоспособности компаний и соотношением рыночной концентрации, а также синергией всех перечисленных детерминант.

Эффективные стратегии конкуренции внутри и за пределами ТК основаны на сотрудничестве между компаниями, создании барьеров для входа и выхода, дифференциации туристских продуктов, инновациями.

Положительное влияние ТК на развитие региональной (или национальной) экономики определяется привлекательностью природных, исторических и культурных ресурсов, высоким уровнем развития индустрии отдыха и развлечений, организацией мероприятий и фестивалей, высоким качеством инфраструктуры туризма и дополнительных услуг (например, торговли). К контролируемым факторам привлекательности туристской дестинации относятся маркетинг туризма, предпринимательство и бизнес-проекты, предоставление бесплатных товаров и услуг (гидов, туристических информационных центров), качество предоставляемых туристских услуг.

Правительственные учреждения стимулируют развитие туристских кластеров благодаря созданию инфраструктуры и внедрению дополнительных услуг, обеспечению доступа к туристским ресурсам, предоставлению финансовой помощи для инвестиционных проектов туристических компаний, обеспечению безопасности туристской дестинации, сохранению природных, исторических и культурных туристских ресурсов.

Академические институты стимулируют развитие туристских кластеров посредством обучения персонала, развития туристских инноваций, участия в создании стратегии диверсификации туристского продукта.

Как видим, теория кластеризации в туризме за рубежом к настоящему времени получила существенное развитие. Вместе с тем российскими авторами также были сформированы несколько моделей ТК [4–6], не вписывающихся в рамки выделенных нами основных подходов к содержанию понятия ТК [2], наиболее оригинальные из которых будут рассмотрены далее.

В 2010 г. А.Н. Дунец предложил модель туристско-рекреационного кластера, представляющую собой сочетание взаимосвязанных блоков-комплексов с ядром кластера [5] (рис. 5).



Рис. 5. Структура ядра туристско-рекреационного кластера [5]

По мнению разработчика, «... ядром кластера является специализированный туристский блок-комплекс. Он включает организации и частных лиц, которые непосредственно связаны с туристской деятельностью, производством туристских услуг и обслуживанием (турфирмы, туристские и горнолыжные комплексы и др.). В центре ядра кластера находится потребитель туристско-рекреационного продукта, от которого в конкретный момент времени зависит функционирование кластера. Для функционирования кластера должен быть создан орган (из числа участников ядра кластера), занимающийся координацией его работы. Остальные составляющие кластера представлены четырьмя блоками-комплексами:

- системообразующий (включающий органы государственного управления, подготовку кадров, финансы и др.);
- производственный (обеспечивающий кластер продуктами питания, товарами, оборудованием и строительными материалами);
- социально-сервисный (включающий учреждения культуры, спорта, торговли, медицинского, бытового обслуживания и др.);
- собственники туристско-рекреационных ресурсов...» [5].

Отличительной чертой данной модели является появление в ее структуре нового элемента – собственники туристско-рекреационных ресурсов. На наш взгляд, это является целесообразным, поскольку туристские ресурсы присутствуют в ТК в виде экономических благ (чисто общественных или частных), т.е. всегда есть некий субъект (муниципальная, региональная, федеральная государственная структура и пр.), которому принадлежит данное экономическое благо и который не только является участником ТК в рамках конкретной дестинации, но и может играть в нем ключевую роль, как «законный владелец» туристского ресурса или ключевого объекта инфраструктуры. Таким образом, представляется правомерным включение в содержание ТК (как формы межорганизационного взаимодействия) новых участников – владельцев туристических ресурсов как экономических благ [2].

В 2012 г. Е.Г. Карповой была предложена *структурная модель ТК на основе процессного подхода* [6] (рис. 6). «...Ключевым элементом данной модели выступают потребности туристов, для удовлетворения которых формируется основной процесс оказания комплексной туристской услуги. Основные бизнес-процессы (рамки со сплошной линией) автор рассматривает в качестве системы накопления стоимости туристского кластера, включающей цепочки каналов сбыта, поставщиков транспортных услуг, средств размещения, предприятий питания, средств развлечения и аттракторов. С точки зрения процессного подхода, входным процессом данной модели является производство туристских услуг, а выходным – потребление комплексной туристской услуги. Степень удовлетворенности туристов является оценкой результата деятельности всех бизнес-процессов кластера и путем обратной связи определяет содержание процесса координации и управления. Остальные бизнес-процессы являются обеспечивающими

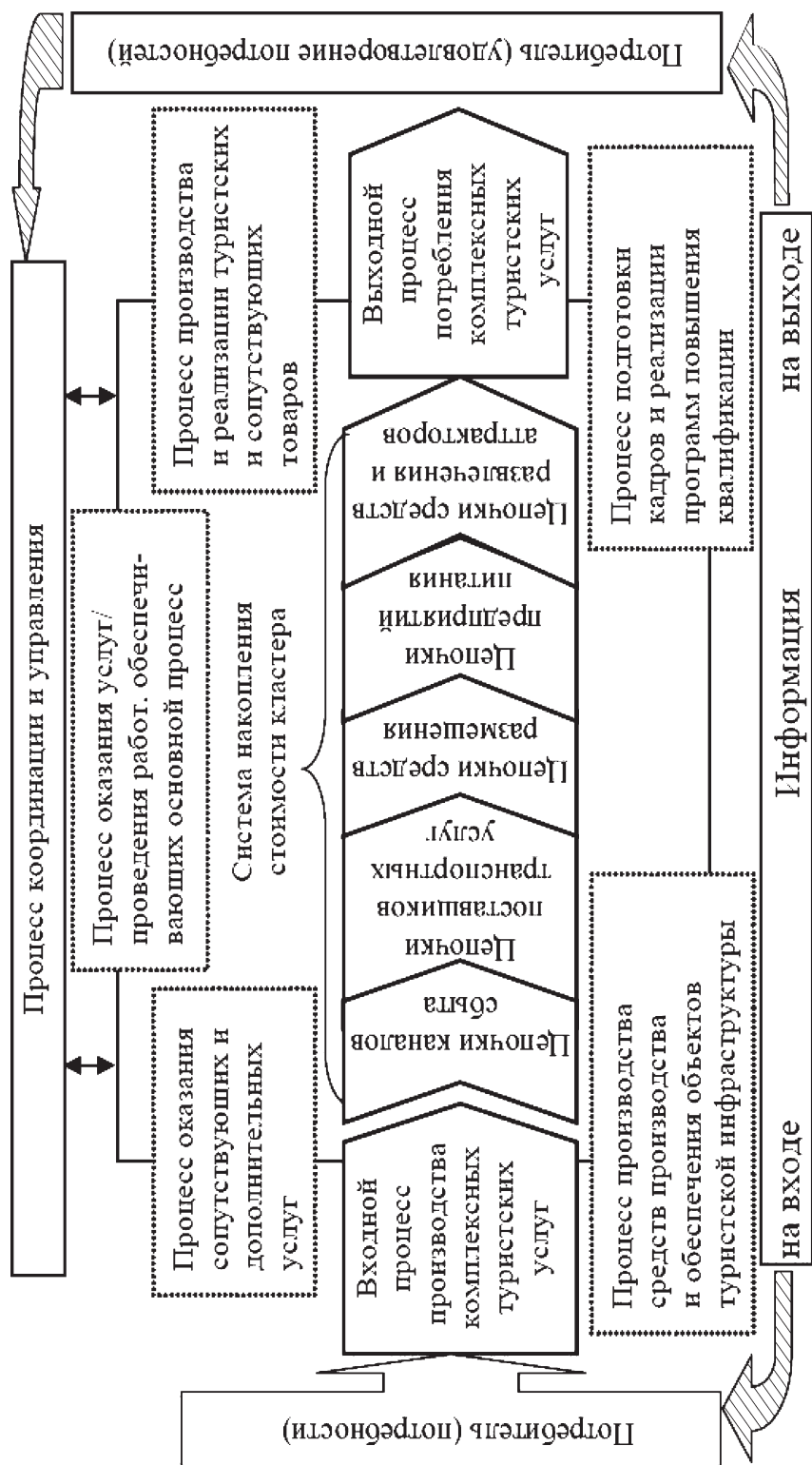


Рис. 6. Структурная модель туристского кластера на основе процессного подхода [6]

(пунктирные рамки) и не включены в систему накопления стоимости туристского кластера...» [6].

Вместе с тем модель Е.Г. Карповой являет собой детализированную схему цепочки создания ценности туристского продукта [8], а именно одной из разновидностей цепочек – цепочки поставок [8].

Общий анализ представленных моделей ТК позволяет заключить следующее (табл.1).

Таблица 1

Характеристика моделей ТК, разработанных зарубежными и отечественными авторами

Автор(ы) модели	Год	Подход к содержанию понятия ТК	Структурные элементы	Ключевой элемент модели
Universidad de Sevilla	2003	ТК как популяция определенного вида экономических объектов, имеющих конкретный ареал распространения на территории	Виды деятельности, прямо связанные с туризмом. Туристы. Центры притяжения. Правительство. Экологические институты. Сфера образования, объединения, ассоциации	Центры притяжения
S.K. Cunha, J.C. Cunha	2005		Виды деятельности, прямо связанные с туризмом. Туристы. Туристский продукт. Правительство. Университеты и исследовательские институты. Союзы, объединения, ассоциации	Туристский продукт
N. Kim, B.E. Wicks	2010	ТК как эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы	Туристские компании. Правительство. Университеты. ТНК. Организации менеджмента дестинации (союзы, ассоциации и проч.). Факторы формирования и развития кластера	ТНК
A. Malakauskaite, V. Navikas	2010	ТК как механизм регионального управления, нацеленный на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития	Виды деятельности, прямо связанные с туризмом. Правительство. Академические институты. Ассоциации, союзы и проч. Туристская дестинация	Туристская дестинация

Окончание табл. 1

А.Н. Дунец	2011	Комплексный подход	Потребители турпродукта. Системообразующий комплекс. Производственный комплекс. Социально-сервисный комплекс. Собственники туристско- рекреационных ресурсов. Потенциальные туристы	Потребители турпродукта
Е.Г. Карпова	2012	Процессный подход	Цепочка поставок туристского продукта	Потребности туристов

Несмотря на то что данные модели ТК были разработаны различными исследователями из различных стран и построены по различным принципам, в целом они имеют общие структурные и концептуальные параметры. Во-первых, все авторы признают наличие отраслевой специализации входящих в ТК компаний, а именно их принадлежность к сфере рекреации и туризма. Во-вторых, все модели строятся вокруг некоего «ключевого» элемента, наличие которого определяется необходимым условием формирования ТК.

В то же время сравнение представленных моделей ТК позволило выделить и ряд различий (табл. 1):

1. Различная структура ТК представленных моделей – определяется структурой возможных объектов исследования, от нее зависит исследовательский подход к изучению данного явления.

2. Ключевые элементы, вокруг которых строится ТК, достаточно разнообразны. Но в любом случае они имеют отношение к туристско-рекреационной сфере деятельности. Изучение каждой модели требует понимания ее структуры, взаимосвязей между элементами ТК и роли ключевого элемента в этой модели.

3. Различная роль ТК – определяется на основании того внимания, которое уделяется исследователями способности межорганизационной сети влиять на собственную внутреннюю и внешнюю среду. Многообразие такого влияния отражается совокупностью подходов к содержанию ТК, в рамках которых были сформированы соответствующие модели. В частности, узкий подход к определению понятия ТК идентифицирует его сущность с популяцией определенного вида экономических объектов, имеющих конкретный ареал распространения на территории. *Широкий подход* к толкованию понятия ТК предполагает рассмотрение его сущности во взаимосвязи с внутренней и внешней конкурентоспособностью входящих в кластер компаний, а также территории, на которой функционирует ТК, – туристской дестинации.

Представленное описание моделей ТК позволяет осуществить их проверку на соответствие необходимым и достаточным характеристикам (признакам) ТК (табл. 2).

Таблица 2

Анализ соответствия моделей ТК необходимым и достаточным характеристикам (признакам)

Автор(ы) модели	Характеристики (признаки) ТК						Характер соответствия
	необходимые				достаточные		
	1	2	3	4	5	6	
Universidad de Sevilla	-	+	+	+	+	+	Частично соответствует
S.K. Cunha, J.C. Cunha	-	+	+	+	-	-	Частично соответствует
N. Kim, B.E. Wicks	+	+	+	+	-	+	Частично соответствует
A. Malakauskaite, V. Navickas	+	+	+	+	+	-	Частично соответствует
А.Н. Дунец	-	-	+	-	+	+	Частично соответствует
Е.Г. Карпова	-	-	+	-	-	+	Частично соответствует

Примечание. ТК («+» – признак присутствует, «-» – признак отсутствует)

Перечень необходимых и достаточных характеристик (признаков) ТК как формы межотраслевого взаимодействия включает следующие положения [2]:

- 1) наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями;
- 2) общая культурная и социальная среда;
- 3) отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах);
- 4) сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера;
- 5) наличие туристских ресурсов;
- 6) присутствие в кластере потребителей туристских продуктов.

Сравнительный анализ моделей ТК, представленный в табл. 2, позволяет определить две модели – развития глобальной конкурентоспособности туристского кластера (N. Kim, B.E. Wicks) и кластеризированной туристской дестинации (A. Malakauskaite, V. Navickas) как наиболее полно отражающие необходимые и достаточные характеристики (признаки) ТК. Как показывает анализ, в настоящее время в научной литературе отсутствует модель, которая включала бы в себя все необходимые и достаточные характеристики (признаки) ТК.

По мнению автора, для построения модели, наиболее полно отражающей современное состояние и степень разработанности вопро-

са о сущности понятия «туристский кластер», целесообразно воспользоваться моделью кластеризованной туристской дестинации, которую в рамках данной статьи мы конкретизируем, а также дополнить отсутствующей необходимой характеристикой ТК – присутствие в кластере потребителей туристских продуктов (туристов).

В представленную автором концептуальную модель ТК (рис. 7) входят следующие ключевые элементы:

1) туристская дестинация (большой круг), которая определяет территориальные границы туристского кластера, но при этом не выступает в роли актора ТК;

2) участники ТК (акторы), к числу которых относятся: владельцы туристских ресурсов, правительство, НИИ и университеты (обозначены пунктирной линией, что означает возможное косвенное присутствие участника в ТК), координирующие организации (ассоциации, союзы и пр., куда могут входить государственные организации, компании туристской сферы, НИИ и университеты), компании (осуществляющие типичные для туризма виды деятельности), ТНК – транснациональные компании (обозначены пунктирной линией, что означает возможное косвенное присутствие участника в ТК);

3) потребители туристских продуктов (туристы).

На рис. 7 также отражены взаимоотношения между акторами ТК: межфирменное сотрудничество, кооперация и кооперативная конкуренция (объединение конкурентов для совместного развития бизнеса). Показано, что эффективное функционирование ТК является предпосылкой для повышения конкурентоспособности компаний ТК (по сравнению с аналогичными компаниями, не входящими в состав ТК) и обеспечения социально-экономического развития туристской дестинации.

Существенными отличиями представленной нами модели ТК (по сравнению с моделью A. Malakauskaite, V. Navickas) являются:

1) изменение границ и роли элемента «туристская дестинация», определяющего географическую концентрацию ТК;

2) наличие новых элементов в структуре ТК (владельцы туристских ресурсов, туристы, ТНК);

3) необязательное присутствие ТНК, НИИ и университетов в ТК, предполагающее их косвенное влияние на функционирование ТК;

4) возможность выявления влияния ТК на конкурентоспособность входящих в него компаний, а также социально-экономическое развитие туристской дестинации.

Сформированная концептуальная модель ТК, по мнению автора, вносит определенный вклад в развитие кластерной концепции в туризме, в частности углубляет содержание понятия «туристский кластер». Ее использование может служить основой для будущих академических и эмпирических исследований межорганизационных сетей в сфере рекреации и туризма, туристско-рекреационного районирования и разработки эффективных моделей развития туризма в регионе.

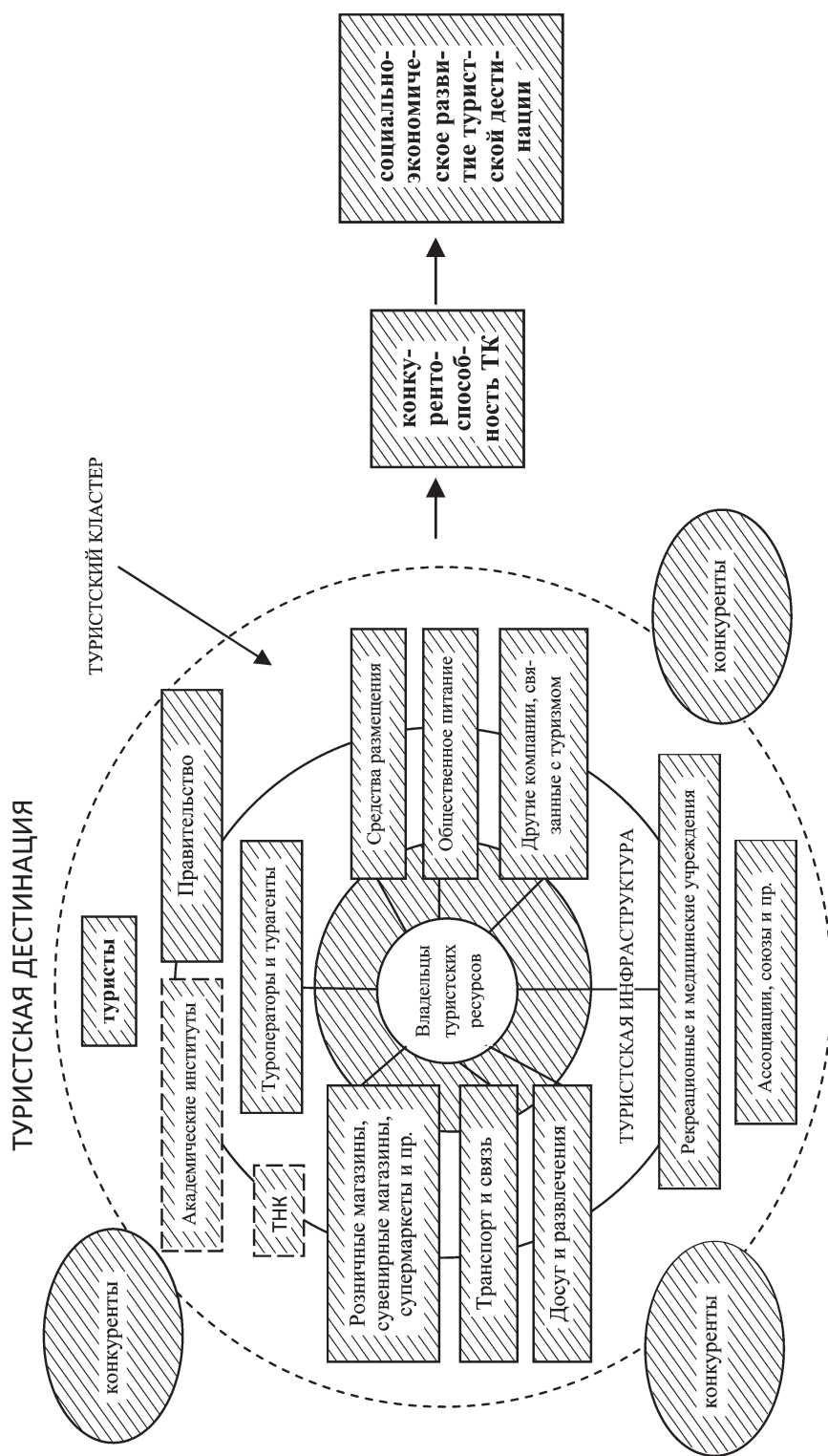


Рис. 7. Концептуальная модель ТК

Также модель демонстрирует, что конкурентоспособность туристской дестинации и выгоды для входящих в ТК компаний не являются обязательными характеристиками (признаками) ТК, они выступают следствиями развития ТК, что во многом зависит от особенностей, способа и длительности его существования, (о чем также свидетельствует ряд исследований [20]). Таким образом, в авторской модели можно отметить два элемента новизны:

- изменение и расширение структурных элементов;
- оценка роли ТК в обеспечении конкурентоспособности входящих в него компаний и развитии туристской дестинации.

В России формирование и развитие ТК рассматривается в качестве эффективного инструмента стратегического развития туристских дестинаций. В частности, в российских регионах, образующих «Золотое кольцо» (Центральный федеральный округ), присутствует достаточно развитая сфера рекреации и туризма. Несмотря на значительный туристский потенциал, а также меры по его развитию, реальный объем туристских услуг в данных регионах продолжает оставаться недостаточно высоким. Согласно экспертной оценке, дополнительный отложенный спрос на туристский продукт регионов «Золотого кольца России» составляет более 4 млн туристов в год [9]. Для реализации туристского потенциала регионов РФ в 2011 г. была разработана федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». В рамках этой программы предполагается создание туристских кластеров «Золотое кольцо» (Ярославская область), «Плес» (Ивановская область), «Рязанский» (Рязанская область) и др. По мнению разработчиков программы, создание туристских кластеров в Центральном федеральном округе будет способствовать сохранению объектов истории и культуры, развитию новых туристских маршрутов регионов, входящих в состав «Золотого кольца России», возрождению русских традиций, а также поддержке и развитию русской православной культуры, формированию благоприятной среды для роста малого и среднего бизнеса, предлагающего широкий перечень туристских продуктов как по составу, так и по цене [9]. Ожидается, что в 2018 г. ТК «Золотое кольцо» обеспечит создание более 3 тыс. дополнительных рабочих мест, туристский поток составит до 0,81 млн туристов в год [9].

Как показывает практика, конкурентоспособные туристские кластеры – это опора устойчивого развития региона, характеризующаяся созданием общей стратегии и координации развития предприятий сферы рекреации и туризма, привлекательного туристского продукта и его продвижения на национальном и мировом рынках, что позволяет определять ТК как стратегическую межорганизационную сеть. Вместе с тем кластерная концепция предполагает не только создание условий для формирования ТК, но и активную инициацию процесса их образования и функционирования благодаря взаимодействию всех заинтересованных сторон в целях обеспечения долгосрочных эффектов.

Это повышение конкурентоспособности входящих в ТК компаний, социально-экономическое развитие туристских дестинаций, разработка соответствующей нормативно-правовой базы. Как представляется, предлагаемая автором концептуальная модель ТК может способствовать построению эффективных моделей стратегического развития туристских дестинаций и более глубокому изучению процесса функционирования созданных в них туристских кластеров.

Литература

1. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2007. № 5. С. 43–62.
2. Даниленко, Н.Н., Рубцова Н.Н. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 33 (312). С. 45–53.
3. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма // Сервис в России и за рубежом (электронное периодическое издание). 2012. № 6.
4. Дишин Д.А., Сеницына Е.Г., Кусков А.С. Кластерный подход к территориальной организации туризма // Известия АГУ. 2012. № 3–1(75). С. 109–113.
5. Дунец А.Н. Туристско-рекреационное пространство горного трансграничного региона: теория организации и развитие: автореф. дис.... д-ра геогр. наук. 25.00.24. СПб: СПбГУ, 2011. С. 22. (38).
6. Карпова Е.Г. Развитие сферы туристских услуг крупного туристского центра на основе кластерного подхода: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. 08.00.05. СПб.: ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет», 2012. С. 10 (19).
7. Плужников И.А. Содержание и границы туристского кластера // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 3 (37). С. 78–81.
8. Рубцова Н.В. Цепочка создания ценности туристского продукта // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 40 (271). С. 46–53.
9. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2011/361> (дата обращения: 2011. № 361).
10. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний: учеб. пособие. М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 339 с.
11. Cunha S.K., Cunha J.C. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development // BAR. 2005. Vol. 2. № 2, art. 4. P. 47–62.

12. Estkvro C.M.S., Ferreira J.J. The tourism clusters role in regional development: presenting a competitiveness conceptual model // *Tourism Destination Development and Branding Eilat*, 2009. Conference Proceedings. P. 127–139.
13. Fernando I.N., Long W. New Conceptual Model on Cluster Competitiveness: A New Paradigm for Tourism // *International Journal of Business and Management*, 2012. Vol. 7, № 9.
14. *Global Competitiveness Report – 2006–2007*. World Economic Forum. Palgrave Macmillan Publishing, 2006.
15. Iordache C., Ciochină I., Asandei M. Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support // *Theoretical and Applied Economics*, 2010. Vol. XVII. № 5 (546). P. 99–112.
16. Jordanian National Competitiveness Team / Ministry of Planning (2003) Hashemite Kingdom of Jordan: The Tourism Cluster. Universidad de Sevilla. Режим доступа: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/proximo%20oriente/tourism%20cluster%20in%20Jordan.pdf>.
17. Kim N., Wicks B.E. Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness. International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 28. (July 30, 2010). Режим доступа: <http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE> (дата обращения: 28.02.2010).
18. Malakauskaite A., Navickas V. The role of clusters in the formation process of tourism sector competitiveness: conceptual novelties // *Economics and Management*. 2010. № 15. ISSN 1822-6515
19. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. Competitiveness international tourism: a framework for understanding and analysis. *Proceedings of the 43rd Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifique due Tourisme on Competitiveness of Long-Haul Tourist Destinations*, San Carlos de Bariloche, Argentina, 1993. P. 23–71.
20. Zehrer A., Raich F. Applying a lifecycle perspective to explain tourism development // *The Service Industries Journal*. 2010. Vol. 30, № 10. P. 1683–1705.

References

1. Aleksandrova A.YU. Klastery v mirovoj industrii turizma [Clusters in the world industry of tourism]. *Vestnik Mosk. Un-ta. Ser. 6. Ekonomika*, 2007, no. 5, pp. 43–62.
2. Danilenko N.N., Rubtsova N.V. K voprosu o sodержanii ponyatiya «turistskij klaster» [To a question of the content of the concept «Tourist klaskter»]. *Regional'naya ehkonomika: teoriya i praktika = Regional economy: theory and practice*, 2013, no. 33(312), pp. 45–53.
3. Danilenko N.N., Rubtsova N.V. Obosnovanie innovatsionnykh aspektov metodologii otsenki ehffektivnosti turizma [Justification of innovative aspekt of methodology of an assessment of efficiency of tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom (ehlektronnoe periodicheskoe izdanie) = Service in Russia and abroad (the electronic periodical)*, 2012, no. 6.
4. Dirin D.A., Sinitsyna E.G., Kuskov A.S. Klasternyj podkhod k territorial'noj organizatsii turizma [Cluster approach to the territorial organization of tourism]. *Izvestiya AGU*. 3–1(75), 2012, pp. 109–113.

5. Dunets A.N. *Turistsko-rekreatsionnoe prostranstvo gornogo transgranichnogo regiona: teoriya organizatsii i razvitie* [Tourist and recreational space of the mountain transgranichny region: theory of the organization and development]: Avtoref. diss. ... d.g.n. 25.00.24. SPb. SPbGU, 2011. 22 p. (38).
6. Karpova E.G. *Razvitie sfery turistskikh uslug krupnogo turistskogo tsentra na osnove klasterного podkhoda* [Development of the sphere of tourist services of the large tourist center on the basis of cluster approach]: Avtoref. diss. ... k.eh.n. 08.00.05. SPb.: FGBOU VPO Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj inzhenerno-ehkonomicheskij universitet, 2012. S.10. (19)
7. Pluzhnikov I.A. Soderzhanie i granitsy turistskogo klastera [Contents and borders of a tourist cluster]. *Sotsial'no-ehkonomicheskie yavleniya i protsessy = Social and economic phenomena and processes*, 2012, no. 3 (37), pp. 78-81..
8. Rubtsova N.V. Tsepochka sozdaniya tsennosti turistskogo produkta [The order of producing tourist values]. *Regionalnaya ehkonomika: teoriya i praktika = Regional economy: theory and practice*, 2012, no. 40 (271), pp. 46–53.
9. *Federalnaya tselevaya programma «Razvitie vnutrennego i vneznogo turizma v Rossijskoj Federatsii (2011–2018 gody)»* [Federal target program «Development of Internal and Entrance Tourism in the Russian Federation (2011–2018)»]. Available at: http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE_ (accessed 28.02.2010).
10. Sheresheva M.YU. *Formy setevogo vzaimodejstviya kompanij*. [Forms of network interaction of the companies] Kurs lektzij: ucheb. posobie. Moscow, Izd. Dom Gos. Un-ta–Vysshej shkoly ehkonomiki, 2010. 339 p.
11. Cunha S. K., Cunha J. C. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. *BAR*, 2005, vol. 2, no. 2, art. 4, pp. 47–62.
12. Estkvro C. M. S., Ferreira J.J. The tourism clusters role in regional development: presenting a competitiveness conceptual model. *Tourism Destination Development and Branding Eilat, 2009. Conference Proceedings*, pp. 127–139.
13. Fernando I.N., Long W. New Conceptual Model on Cluster Competitiveness: A New Paradigm for Tourism? *International Journal of Business and Management*, 2012, vol. 7, no. 9, may.
14. *Global Competitiveness Report 2006–2007*, World Economic Forum, Palgrave Macmillan Publishing, 2006.
15. Iordache C., Ciochinr I., Asandei M. Clusters – Tourism Activity Increase Competitiveness Support. *Theoretical and Applied Economics*, 2010, vol. XVII, no. 5(546), pp. 99–112.
16. Jordanian National Competitiveness Team / Ministry of Planning (2003) Hashemite Kingdom of Jordan: The Tourism Cluster. Universidad de Sevilla. Available at: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/proximo%20oriente/tourism%20cluster%20in%20Jordan.pdf>.

17. Kim N., Wicks B.E. Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness. *International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 28. (July 30, 2010)*. Available at: <http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE> (accessed 28.02.2010).
18. Malakauskaite A., Navickas V. The role of clusters in the formation process of tourism sector competitiveness: conceptual novelties. *Economics and Management*, 2010, no. 15. ISSN 1822-6515
19. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. Competitiveness international tourism: a framework for understanding and analysis. *Proceedings of the 43rd Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifique due Tourisme on Competitiveness of Long-Haul Tourist Destinations*, San Carlos de Bariloche, Argentina, 1993, pp. 23–71.
20. Zehrer A., Raich F. Applying a lifecycle perspective to explain tourism development. *The Service Industries Journal*, 2010, vol. 30, no. 10, august, pp. 1683–1705.