

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

¹Семашко Ю. В., ²Алешкевич Д. А., ³Брадинская Д. В.

¹*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, nirs_2010@mail.ru*

²*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, dashenka.200417@gmail.com*

³*Белорусский национальный технический университет,
Минск, Беларусь, daria_bradinskaya@mail.ru*

Аннотация. В данной статье раскрывается вопрос формирования туристических кластеров. Особое внимание уделяется необходимости кластеров успешно конкурировать на туристическом рынке, чему способствует активная инновационная деятельность. Помимо этого, в статье представлен анализ Брестской области, как возможного объекта кластеризации белорусского региона.

Ключевые слова: кластеризация, инновационная деятельность, туризм.

Abstract. This article reveals the issue of the formation of tourist clusters. Particular attention is paid to the need for clusters to successfully compete in the tourism market, which is facilitated by active innovation activities. In addition, the article presents an analysis of the Brest region as a possible object of clustering of the Belarusian region.

Key words: clustering, innovation, tourism.

С течением времени туризм трансформировался из простого путешествия в многоуровневую систему хозяйственной деятельности, играющую важную роль во всех сферах жизни человека. На сегодняшний день туризм рассматривается как один из основных генераторов экономического роста, политических и социально-культурных явлений. Но сложившиеся на мировой арене условия значительно усложняют процесс развития туристической индустрии. Изоляционный режим в период пандемии, активные боевые действия на территории некоторых стран, нестабильное экономическое положение поспособствовали приостановке туристической деятельности во всем мире, в том числе и в Беларуси.

Однако, помимо вышеперечисленных барьеров, в Беларуси прослеживается еще одна отрицательная тенденция современного бизнеса туристических услуг – превышение доли выездного туризма над уровнем въездного.

Для решения выявленной проблемы необходимо повышать конкурентоспособность существующих туристических регионов, а также формировать новые, тем самым расширяя туристический потенциал страны. Эффективным

подходом в создании и обновлении материальной туристической базы областных центров считается кластерный метод, который предусматривает образование целостных гармоничных зон – кластеров.

Туристский кластер – это локализованная туристско-рекреационная система, состоящая из групп производственных предприятий в сфере туристского обслуживания и сопряженных видов деятельности, а также различных вспомогательных организаций, совместная деятельность которых обеспечивает усиление индивидуальной конкурентоспособности и специализации членов кластера вследствие возникновения синергического эффекта комплекса услуг и приводит к созданию регионально сконцентрированного туристского рынка труда. Неотъемлемой составляющей кластера является физическая инфраструктура: автомобильные и железные дороги, инфраструктура гостеприимства и досуга, научно-информационное обеспечение [1].

Отличительной чертой рекреационных кластеров является их специализация, которая определяется доминирующим на территории видом ресурсов. Например, зона с преобладанием природных объектов предназначена для интеграции экологического кластера, регион, богатый на исторические памятники, отлично подходит для формирования культурно-познавательного кластера, а область с развитой оздоровительной инфраструктурой – для лечебного. Выбор специфики не только задает вектор дальнейшего развития, но и позволяет сосредоточиться на одном направлении, избегая напрасной траты средств, усилий, что повышает результативность кластера. Следовательно, вполне логична необходимость учета ландшафта местности, оценки ее климатических и логистических особенностей перед проектированием туристского сектора. Подобный анализ даст реальное представление об уровне региона, поможет определить сумму вложений, предсказать окупаемость.

Туристический кластер как форма межотраслевого кооперирования позволяет достичь следующих результатов:

- выгодно и рационально использовать региональные ресурсы;
- сократить разрыв между выездным и въездным туризмом;
- усилить поддержку малого бизнеса;
- привлечь инвестиции;
- модернизировать региональную инфраструктуру;
- создать положительный имидж местности;
- подготовить высококвалифицированные кадры.

Беларусь уже имеет опыт в построении туристских кластеров. Сейчас на слуху такие туристические зоны, как «Пристоличье», «Воложинские гостиницы», «Чудеса Щучинщины». В состав последнего рекреационного кластера входит ряд достопримечательностей: Маломожейковская церковь, дворец Друцких-Любецких, Раковицкая икона Божьей Матери, а также обширная плантация пробковых деревьев.

Несмотря на некоторые попытки, на сегодняшний день формирование туристических кластеров в Республике находится лишь на начальном этапе,

и пока эту деятельность нельзя назвать перспективной. Катализаторами развития этого процесса могли бы стать такие факторы как активная помощь региональных властей, расширение ряда услуг, предлагаемых туристическими кластерами, а также использование всевозможных региональных ресурсов в деятельности кластера.

Однако для того, чтобы сформированный кластер стал успешным и прибыльным, необходимо учитывать высокую конкуренцию на рынке туристических услуг, в условиях которой, необходимо постоянное развитие конкурентных преимуществ региона при помощи информационных, логистических, анимационных технологий, используемых в сфере обслуживания и управления. Постоянно растущие потребности населения, высокие требования потребителей к качеству турпродукта заставляют туристические кластеры все чаще прибегать к использованию современных технологий, достижений научно-технического прогресса, ежедневно находить новые нестандартные решения, способствующие росту конкурентных преимуществ туристического кластера.

Сегодня, одним из наиболее широко используемых способов получения конкурентных преимуществ выступает инновационная деятельность, заключающаяся в освоении или разработке различных новшеств, которые обеспечивают устойчивое развитие кластера, повышают его конкурентоспособность. Исходя из определения туристического кластера, которое говорит о том, что это системное сочетание различного рода организаций, связанных с разработкой и коммерческим продвижением туристического продукта на рынке, можно сделать вывод, что внедрение инноваций необходимо не только на заключительной стадии производства, а на всех этапах, от которых зависит качество конечного продукта.

Опираясь на вышесказанное, можно сформулировать определение инновационного туристического кластера. Туристский кластер, направленный на инновационное развитие (инновационный кластер), – это целенаправленно созданная группа организаций, действующих на основании центров активизации научных знаний и бизнес-идей, подготовки высококвалифицированных специалистов [4].

Успешное функционирование инновационного туристического кластера может осуществляться при присутствии у региона следующих факторов:

- наличие экономически успешных предприятий, которые выпускают рентабельный товар или услугу, реализуемую как на внутреннем, так и на внешнем рынке;
- наличие развитой сети организаций, осуществляющих функцию обслуживания резидентов туристического кластер;
- наличие подходящего бизнес-климата, то есть внешней и внутренней среды региона, которая включает высококачественные трудовые ресурсы, высокий уровень инвестиций, хорошо развитая туристическая инфраструктура, отсутствие административных барьеров и многое другое.

При осуществлении вышеперечисленных факторов, будет создана благоприятная база для объединения, работающих в индустрии туризма, предприятий в инновационный туристический кластер, главная особенность которого заключается в том, что при его формировании создается не полное слияние организаций, а формируется особый механизм их взаимодействия, который способствует инновационному развитию целого региона. Помимо этого, инновационный туристический кластер имеет еще ряд преимуществ, а именно:

- создание кластера значительно стимулирует инновационное развитие экономики региона;
- создание кластера предполагает рост качества туристических продуктов и услуг;
- при создании кластера происходит объединение всех нововведений на определенном отрезке времени и в определенном экономическом пространстве, что стимулирует создание единой общей системы освоения и передачи инновационных знаний и технологий.

Исходя из ряда перечисленных преимуществ, можно говорить о том, что создание инновационных туристических кластеров с одной стороны будет способствовать полному удовлетворению потребностей туристов, а с другой будет активно влиять на повышение эффективности деятельности организаций, связанных непосредственно с туристической отраслью и предприятий, занимающихся смежными сферами народного хозяйствования.

В Республике Беларусь привлекательным для кластеризации можно назвать Брестскую область, административным центром которой является город Брест. Предпосылками к созданию инновационного туристического кластера именно в Брестском регионе являются природно-климатические, культурно-исторические и социально-экономические туристические ресурсы. Наличие данного вида ресурсов делает регион перспективным для развития таких видов туризма как культурный, оздоровительный, экологический и агротуризм.

Также, одной из самых известных достопримечательностей Брестского региона является мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой», которая стала самым посещаемым туристическим объектом города. Помимо этого, в Брестской области находится множество историко-культурных ценностей, например, находящийся в южной части региона этнокультурный край Белорусское Полесье, один из древнейших заповедников в Европе, «Беловежская пуца», которая решением ЮНЕСКО в 1992 году была внесена в список Всемирного наследия человечества [6].

Помимо этого, привлекательность Брестского региона для создания инновационного туристического кластера обусловлена существующей хорошо развитой логистической и транспортной инфраструктурой. Здесь расположен один из крупнейших железнодорожных узлов Центральной Европы, который полностью обеспечивает транзит стран СНГ со странами Западной Европы.

Также по Брестской области проходит транзитный коридор Берлин – Варшава – Брест – Минск – Москва и автомобильная трасса, соединяющая столицы следующих стран: Беларусь, Польша, Россия и Германия.

Говоря об инфраструктуре, необходимо упомянуть наличие в регионе около 100 туристических организаций, включающих гостиницы, санаторно-оздоровительные и курортные организации.

Проанализировав все вышеперечисленное, можно привести перечень основных предпосылок к кластеризации Брестского региона:

- стабильная демографическая ситуация;
- высокий уровень транспортной, логистической, образовательной, туристической инфраструктуры;
- туристический потенциал, к которому относят наличие природно-исторических и культурных достопримечательностей.

На основе вышеизложенного материала, благодаря методике SWOT-анализа, можно отметить несколько положений, содействующих формированию образцового туристского кластера на территории Брестчины. Ведущими среди них являются: выгодное географическое положение, наличие уникальных достопримечательностей, развивающаяся инфраструктура, объемный календарь туристических событий и фестивалей, доступ к крупным организациям и предприятиям, способным оказать финансовую поддержку в реализации программы долгосрочного развития туризма в регионе. Имея достаточно хорошую начальную базу, Брест располагает отличной возможностью образования культурно-познавательного туристического сектора.

Однако в период доминирования высоких технологий обычный кластер не сможет принести ожидаемый эффект. В связи с этим необходимо предусматривать его инновационное развитие. В сфере туризма инновационная деятельность охватывает три направления: организационные, маркетинговые и продуктовые инновации. В случае анализируемого туристского сектора наиболее эффективна работа одновременно со всеми компонентами.

Организационные инновации связаны с изменением процесса оказания услуг и направлены на повышение производительности туробъектов. К тому же данный тип нововведений значительно упрощает операции с большим объемом информации, систематизируя ее в соответствии с заданными алгоритмами. Примерами организационных инноваций, применяемых в туризме, являются онлайн-бронирование, автоматизация некоторых процессов (оплата через терминалы, считывание QR-кодов).

В области маркетинговых инноваций очевидным лидером является цифровой маркетинг, позволяющий посредством digital инструментов распространить интересные сведения о туристическом регионе по Всемирной паутине.

И наконец, продуктовые инновации связаны непосредственно с самим турпродуктом. Здесь можно говорить как о внедрении инноваций в туробъекты в качестве интерактива, добавления спецэффектов, так и об использовании новых технологий для создания турпродукта в сети Интернет (VR-туризм).

Делая вывод, можно говорить о том, что эффективная работа туристического инновационного кластера в Брестской области может не только существенно увеличить региональные бюджеты, а и увеличить процент занятости населения, простимулировать приток иностранного капитала.

Таким образом, в условиях повышенной конкуренции одним из доступных способов увеличить привлекательность отечественного турпродукта является кластеризация, которая представляет собой добровольное объединение региональных институтов с целью благоустройства региона и формирования положительного имиджа страны в глазах туристов. Повысить эффективность таких объединений можно путем внедрения новых технологий. Создание туристско-инновационного кластера в свою очередь позволяет повысить конкурентоспособность выпускаемого турпродукта, дает возможность быстро реагировать на постоянно меняющуюся среду туристического рынка, как внешнего, так и внутреннего, привлекая таким образом все большее количество туристов и инвесторов в регион.

Список использованной литературы

1. Кропинова, Е. Г. Регионально-географический подход к понятию «туристско-рекреационный кластер» / Е. Г. Кропинова, А. В. Митрофанова // Вестник РГУ И. Канта, 2009. – № 1. – С. 70–75.

2. Алоева, А. А. Туристические кластеры как особый фактор формирования социально-экономической системы региона. / А. А. Алоева, М. Д. Юсупова // Известия Кабардино-Балкарского центра РАН. – 2013. – № 4 (54). – С. 100–106.

3. Инновационный потенциал развития туристического кластера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/TechnoBoard/Downloads/innovatsionnyy-potentsial-razvitiya-turisticheskogo-klastera.pdf>. – Дата доступа: 02.10.2023.

4. Туристско-рекреационный кластер как фактор развития Брестского региона Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [file:///C:/Users/TechnoBoard/Downloads/turistsko-rekreationsionnyy-klaster-kak-faktor-razvitiya-brestskogo-regiona-respubliki-belarus%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TechnoBoard/Downloads/turistsko-rekreationsionnyy-klaster-kak-faktor-razvitiya-brestskogo-regiona-respubliki-belarus%20(1).pdf). – Дата доступа: 02.10.2023.