

*В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова*

**КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД  
В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Проанализировано влияние туристической отрасли на экономику Калининградского региона; проведен сравнительный анализ некоторых элементов индустрии гостеприимства Калининградской области, Варминьско-Мазурского и Поморского воеводств Республики Польша и регионов Республики Литва. Определено, что существующий туристско-рекреационный потенциал, благоприятные природно-климатические условия, наличие большого количества культурно-исторических достопримечательностей должны способствовать эффективному развитию региона. Катализатором развития индустрии туризма и гостеприим-*

---

© Корнеевец В. С., Семенова Л. В., 2013

*Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 9. С. 153 – 159.*



*ства должен стать кластерный подход, позволяющий комплексно развивать территорию.*

*The development of the tourism industry in the Kaliningrad region is identified as one of the priority areas of economic development. The existing tourism and recreational potential, favorable climatic conditions, and a large number of cultural and historical sites should contribute to the effective development of the region. The cluster approach should become a catalyst for the development of tourism and hospitality industry, which makes it possible to employ a comprehensive approach to the territorial development.*

**Ключевые слова:** индустрия туризма и гостеприимства, кластерный подход, региональная туристская инфраструктура, туристская дестинация.

154

**Key words:** tourism and hospitality industry, cluster approach, regional tourism infrastructure, tourist destination.

Калининградская область благодаря своему геополитическому положению, природно-экономическим ресурсам и культурному наследию, несмотря на соседство таких конкурентов в сфере туризма, как Польша и Литва, обладает необходимым потенциалом для развития туристско-рекреационной отрасли. Именно в связи с этим туризм в регионе был объявлен одним из приоритетных направлений развития.

В Стратегии социально-экономического развития Калининградской области регион обозначен как один из наиболее перспективных в Российской Федерации с точки зрения внутреннего и въездного туризма. При этом отмечается, что благоприятные природно-климатические условия (морское побережье, мягкий климат, бальнеологические ресурсы: лечебные грязи, минеральные воды и пр.), уникальные природные объекты (национальный парк «Куршская коса», внесенный в список наследия ЮНЕСКО; месторождение янтаря), наличие курортов федерального значения и историко-культурных памятников способны обеспечить конкурентоспособность территории в макрорегионе Балтийского моря [1]. Таким образом, одной из стратегических целей развития Калининградской области должно стать формирование конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера, чьи предприятия будут удовлетворять спрос потребителей соответствующие услуги, увеличивать рынок труда и, как следствие, обеспечивать рост отчислений в бюджет, при этом сохраняя и рационально используя имеющийся природно-рекреационный потенциал и культурно-историческое наследие региона.

Научным обоснованием кластерного подхода в экономике занимались многие исследователи. Основоположник его — М. Портер — обозначил кластер как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [2, с. 15]. Теорию М. Портера адаптировал к сфере туризма М. Монфорд, который определил основные аспекты кластерного подхода в туризме:

— туристические услуги, предлагаемые предприятиями индустрии гостеприимства;

— впечатления (общий образ территории, туруслуги), которые стали результатом проведенного отпуска или отдыха;



- многоаспектное взаимовыгодное взаимодействие предприятий в смежных отраслях, связанных с оказанием услуг по проживанию, питанию, экскурсионному обслуживанию и пр.;
- транспортная инфраструктура и доступность информации о турпродукте и туристической территории;
- информационно-ознакомительные услуги, а также продвижение территории на туристическом рынке;
- природно-рекреационные ресурсы и региональная институциональная политика [3, с. 67–68].

По мнению А.Ю. Александровой [4], именно кластеры выступают важным фактором в развитии индустрии туризма, эффективным способом привлечения туристов и повышения конкурентоспособности туристической отрасли. Она считает, что «систему взаимосвязанных фирм, которая складывается в рамках отдельных экономических зон, организаций и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения, можно рассматривать как зарождающийся региональный туристический кластер» [4, с. 61]. В связи с этим под региональным туристическим кластером можно понимать такую форму организации туризма, которая представляет собой совокупность предприятий индустрии гостеприимства и сопряженных отраслей, взаимодействие которых приводит к увеличению эффективности функционирования этой совокупности в целом и ее отдельных предприятий, а также к возникновению эффекта инновационности.

Необходимо отметить, что центральное понятие кластера - *туристские ресурсы*; им принадлежит решающая роль в развитии туризма региона, так как они являются мотивирующим фактором, привлекающим туристов. Определение и изучение видов, специфики существующих ресурсов обуславливает спрос на туристические продукты и, следовательно, формирует и поддерживает всю туристическую инфраструктуру. Именно идентификация туристических ресурсов позволяет определить необходимые элементы кластера, а уникальность этих ресурсов влияет на специфику этого кластера, процесс его формирования и разработку основных туристических продуктов.

Прежде чем анализировать возможности кластерного подхода в развитии туристической индустрии Калининградской области, разрабатывать и планировать различные туристические маршруты или приоритетные направления туризма, необходимо понять, готов ли регион к приему и обеспечению многомиллионных туристических потоков. Для определения современного положения туристической индустрии региона в конкурентной среде нами был проведен сравнительный анализ индустрии гостеприимства Калининградской области и основных ее конкурентов – Поморского и Варминьско-Мазурского воеводств Республики Польша, граничащих с Калининградской областью и обладающих сходным туристско-рекреационным потенциалом, и соседними территориями Литовской Республики.

Туристская инфраструктура и ее развитие у названных конкурентов нашего региона более развита и находится в более выигрышном положении, о чем свидетельствует проведенный конкурентный анализ их индустрии гостеприимства. Анализируя структуру размещения



приграничных Варминьско-Мазурского и Поморского воеводств Польши (по официальным данным, на 2012 г. их население составляло 3,6437 млн человек), регионов Литовской Республики (на 2012 г. население – 3,3 млн человек), а также Калининградской области (население – 954773 человека), необходимо выделить явное преимущество польских и литовских конкурентов как в количестве средств размещения, так и в ассортименте предлагаемых объектов (см. табл.).

**Сравнительный анализ средств размещения  
Варминьско-Мазурского и Поморского воеводств Польши,  
Калининградской области и регионов Республики Литва**

156

Показатель	Калининградская область		Польша (два воеводства)		Литва	
	Объектов	Мест размещения	Объектов	Мест размещения	Объектов	Мест размещения
Отели	166	6892	241	24199	341	24909
Мотели	–	–	9	305	38	1025
Пансионаты (санатории)	13	2600	57	2281	20	5987
Иные гостиничные дома	8	282	832	82577	116	6799
Детские лагеря	4	1920	11	2586	17	3728
Кемпинги	2	500	38	6009	20	2979
Хостелы	–	–	1	31	17	1037
<i>Всего</i>	193	12194	1189	117988	966	51647
На 10 000 жителей	2,02	127,7	3,27	489,38	3,02	156,5

Источник: составлено авторами на основе [8–10].

Необходимо сказать, что с точки зрения развития специализированной туристической и сопутствующей инфраструктуры в Калининградской области имеются достаточно разработанные программы по ее формированию, чему в немалой степени способствует интерес к региону со стороны как федеральных властей, так и крупных международных инвесторов. Сегодня, говоря о перспективах инфраструктурного туристического развития, можно утверждать, что Россия в целом и большая часть ее регионов представляют экономический интерес для крупных международных инвесторов в сфере развития рассматриваемой отрасли. Согласно исследованиям ЮНВТО (Всемирная организация ООН по туризму), привлечение одного туриста в Россию (инфраструктурные и кадровые затраты) обходится примерно в 10 раз ниже, чем в среднем по Европе и ведущим туристическим странам мира [5]. В таких условиях инвесторы стремятся занять новые развивающиеся туристические рынки, а не работать в высокоразвитых регионах. Все это позволяет с оптимизмом прогнозировать возможности крупного инвестирования в развитие туризма Калининградской области, в том числе с учетом появления на рынке туристических услуг региона крупных международных игроков.

Другим немаловажным фактором, определяющим характер и специфику дальнейшего развития туризма в нашей области, является про-



гноз числа туристов, которых одновременно способен принять регион. И вопрос здесь не в том, сколько их она сможет обеспечить необходимыми услугами. По данным исследований ЮНВТО, для обеспечения трех туристов нужно создать одно рабочее место в экономике региона. Учитывая мультипликативный эффект, можно утверждать, что речь идет о многих отраслях экономики, а не только о сфере услуг. Ведь для удовлетворения всех требований туристов необходимы не только повара, официанты, сотрудники гостиниц, но и водители, служащие банков, производители различной продукции массового потребления, включая сельскохозяйственную, и т.д.

Используя прогноз демографического состояния административно-территориальных образований Калининградской области, можно рассчитать предельную возможность туристического потока по каждому из них [6]. В среднем по региону доля населения трудоспособного возраста составляет примерно 65% от численности жителей, что вполне сопоставимо со среднероссийскими показателями. Доля экономически активного населения в среднем по области – 75-80% лиц трудоспособного возраста. Таким образом, проведенные расчеты показывают возможный предельный объем туристов: в 2014 г. он может составить 1,73 млн человек, в 2019-м – 1,63 млн и в 2024-м – 1,56 млн человек. Снижение количества туристов связано с сокращением численности трудоспособного населения региона. Расчеты позволяют судить о туристической емкости Калининградской области и могут служить опорными материалами при прогнозировании и разработке перспективных направлений туризма по различным туристско-рекреационным зонам региона, а также при реализации миграционной политики в случае роста туристических потоков. Однако в настоящее время объем туристических потоков в Калининградскую область значительно отстает от существующих возможностей (см. рис.).

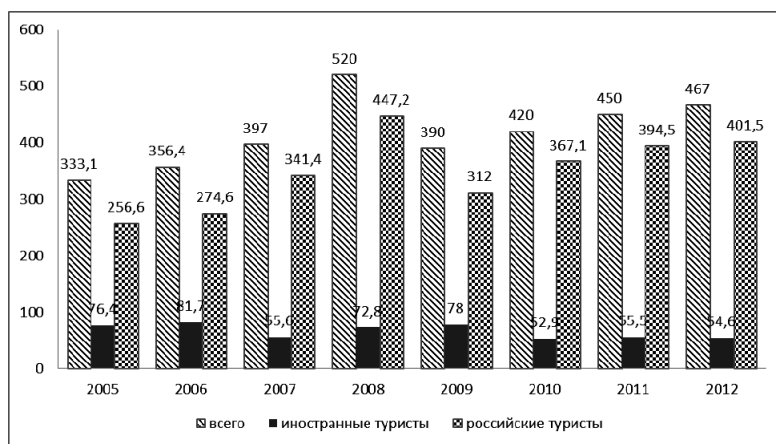


Рис. Количество туристов, посещающих Калининградскую область, тыс. человек



По итогам 2012 г. количество туристических прибытий составило 467 тыс. человек, что ниже докризисного уровня 2008 г. (520 тыс. человек). Недостаточен интерес к региону со стороны иностранных туристов (54,6 тыс. посещений), в особенности по сравнению с сопредельными регионами. Для достижения высоких темпов развития туристической отрасли, преодоления периода стагнации по отдельным направлениям туризма и для того, чтобы туристический кластер развивался и функционировал в форме жизнеспособной, самодостаточной, успешной и эффективной организации, можно воспользоваться подходом профессора М. П. Войнаренко, выделяющего пять необходимых условий — «5И»:

— *инициатива*: инициативы по развитию туристической сферы, исходящие от предпринимателей, представителей власти, общественных организаций, учебных заведений, способные сплотить, заинтересовать акторов на рынке и на деле доказать полезность кластеров как для самих их членов, так и для региона в целом;

— *инновации*: новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования туристического продукта, способные открыть новые возможности в конкурентной борьбе;

— *информация*: доступность, открытость, обмен знаниями, создание баз данных и веб-страниц, позволяющие получать преимущества в доступе к потенциальным туристическим рынкам и рынкам сбыта продукции, квалифицированной рабочей силы и т. п.;

— *интеграция*: предусматривает использование новых технологий горизонтальной и вертикальной интеграции фирм на отраслевом, территориальном, национальном и международном уровнях при поддержке науки и органов власти;

— *интерес*: обеспечивает основное условие жизнедеятельности предпринимательской или общественной структуры, которое обязательно предполагает наличие заинтересованности участников кластерных объединений и получение ими экономической выгоды [7, с. 70].

Современный туристический кластер должен решать ряд актуальных задач, к которым можно отнести:

— приоритетное развитие в регионе въездного и внутреннего туризма;

— рациональное использование существующего природного потенциала туристического региона;

— развитие конкурентоспособного, эффективно развивающегося туристического комплекса на территории региона;

— поддержка развития в туристической сфере среднего и малого бизнеса (предпринимательства);

— разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа территории как туристического региона;

— привлечение внебюджетных источников финансирования для строительства новых и реконструкции существующих туристических объектов;

— формирование современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы туризма;

— создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристического бизнеса.



В заключение необходимо сказать, что развитие современной экономики стимулирует создание новых форм кооперации и интеграции. Для формирования высококонкурентной индустрии туризма и гостеприимства в Калининградском регионе такой формой, адекватной быстро меняющимся условиям, может стать создание туристического кластера или нескольких кластеров. Правительство Калининградской области и Корпорация развития Калининградской области концептуально определили основные направления развития туристических кластеров. Основные акценты здесь будут сделаны на формирование «ядер кластера» путем строительства гостиничных комплексов, соответствующих задачам кластера. Данные изменения в туристической сфере, учитывающие выполнение необходимых условий формирования кластеров, позволят стать Калининградской области более конкурентноспособной на рынке туристических услуг России и Балтийского региона.

#### Список литературы

1. *Стратегия социально-экономического развития Калининградской области на средне- и долгосрочную перспективу*. URL: <http://www.i-kaliningrad.ru/wp-content/uploads/2012/04/strategy-project.pdf> (дата обращения: 24.06.2013).
2. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М., 2005.
3. Левченко Т. П. и др. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций // Вестник К СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С. 67–72.
4. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. №1. С. 51–61.
5. *Официальный сайт ЮНВТО*. URL: <http://www2.unwto.org/ru> (дата обращения: 20.06. 2013).
6. *Экономико-демографическая дифференциация муниципальных образований Калининградской области и специфика территориального планирования развития экономики* // Исследования Балтийского региона. 2009. №4. С. 34-39.
7. Войнаренко М. П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России. 2007. № 4 (14). С. 68-82.
8. *Turizmas Lietuvoje* 2011. Vilnius, 2012.
9. *Turystyka w województwie Warmińsko-Mazurskim w 2011 r.* Olsztyn, 2012.
10. *Turystyka w województwie pomorskim w 2010 r.* Gdansk, 2012.

#### Об авторах

Валентин Сергеевич Корнеевец — д-р геогр. наук, проф., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.  
E-mail: VKorneevets@kantiana.ru

Людмила Валерьевна Семенова — канд. экон. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.  
E-mail: LSeменова@kantiana.ru

#### About the authors

Prof. Valentin Korneevets, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.  
e-mail: VKorneevets@kantiana.ru

Dr Lyudmila Semyonova, Associate Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.  
E-mail: LSeменова@kantiana.ru