

УДК 332.024

DOI: 110.53315/2949-1177-2023-3-1-47-61

Эрдниева Э. В., кандидат экономических наук, доцент,
Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова,
г. Элиста, Российская Федерация,
E-mail: erdnieva.el@yandex.ru

Эвиева Б. Э., кандидат экономических наук, доцент,
Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова,
г. Элиста, Российская Федерация,
E-mail: evievaburgsta@yandex.ru

Самаева Е. В., кандидат экономических наук, доцент,
Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова,
г. Элиста, Российская Федерация,
E-mail: samaeva@mail.ru

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЛАСТЕРНОГО МЕТОДА

Аннотация. В данной статье проведен анализ регионального туристического кластера. Авторы работы основывались на научных исследованиях, в которых выделяются уникальные особенности и преимущества данного типа кластеров. Особое внимание уделено исследованию совместной работы различных фирм и организаций, действующих на определенной территории при формировании туристического кластера, изучению эффективного использования туристско-рекреационного потенциала. Определение регионального туристического кластера, полученное на основе исследований экспертов, подразумевает применение инновационных технологий, повышение конкурентоспособности, эффективное использование ресурсов и развитие инфраструктуры.

Ключевые слова: регион, туристский кластер, туризм, туристская отрасль, потенциал, фактор, региональные программы, конкуренция, комплекс, ресурс.

*Erdnieva E. V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
Elista, Russian Federation,*

E-mail: erdnieva.el@yandex.ru

*Evieva B. E., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
Elista, Russian Federation,*

E-mail: evievaburgsta@yandex.ru

*Samaeva E. V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov,
Elista, Russian Federation,*

E-mail: samaeva@mail.ru

THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM BASED ON THE USE OF THE CLUSTER METHOD

Annotation. This article analyzes the regional tourism cluster based on scientific research, which highlights the unique features and advantages of this type of cluster. Special attention is paid to the study of the joint work of various firms and organizations operating in a certain territory in the formation of a tourist cluster, as well as the study of the effective use of tourist and recreational potential. The definition of a regional tourism cluster, obtained on the basis of expert research, implies the use of innovative technologies, increased competitiveness, efficient use of resources and infrastructure development.

Keywords: region, tourism cluster, tourism, tourism industry, potential, factor, regional programs, competition, complex, resource.

ВВЕДЕНИЕ

Кластерный подход является одним из важнейших инструментов стратегического управления, который способствует развитию региона, улучшению региональных торговых балансов, повышению занятости, заработной платы и взносов в бюджеты и внебюджетные фонды, а также устойчивости региональной экономики и конкурентоспособности. Туристско-рекреационный кластер в экономике региона направлен на достижение синергетического эффекта путем создания устойчивых связей между конкурентными предприятиями и организациями в данной сфере. Устойчивое развитие региональных туристско-рекреационных кластеров долгосрочно обеспечивает сохранение и воспроизводство материальной и нематериальной культуры, помогает созданию привлекательных туристических маршрутов, эффективному использованию территориальных ресурсов и развитию частно-государственного партнерства.

Цель данного исследования заключается в анализе развития направлений в области формирования туристического кластера в Республике Калмыкия и разработке методики оценки их эффективности. Для достижения этой цели были рассмотрены ключевые аспекты данной проблематики, подходы к формированию кластеров, а также определена сущность и методология оценки их эффективности.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В работе использованы общенаучные методы анализа, синтеза, сравнения, обобщения, группировки и классификации.

Обсуждение. Теоретическую базу исследования составили научные труды ведущих зарубежных и отечественных ученых: М. Портера (Портер, 2005), Е.С. Богомолова (Богомолова, 2021), Д. Титова (Титова, 2022) и др. В научной литературе вопросы, связанные с теорией кластеров и с её применением при изучении туризма и формирования стратегии развития, освещаются в работах Д.В. Ахремчик (Ахремчик, 2022), Волкова Т.А., В.В. Миненкова, М.Ю. Беликова, А.А. Пономаренко (Волкова, 2017), А.Ю. Александровой (Александрова, 2016), Е.С. Голомидовой (Голомидова, 2019), С. Гришина (Гришин, 2016), С.А. Корюкова, Е.Н. Лебедева (Корюкова, 2023), Т.Т. Цатхлановой (Цатхланова, 2020), К.В. Юматова (Юматов, 2022), Л.Б. Нюрнбергер, А.В. Мальгина, Н.Е. Петренко (Нюрнбергер, 2023) и др. Также нужно отметить публикации, посвященные «зелёным» кластерам в туризме (Мишулина, 2021).

РЕЗУЛЬТАТЫ

В ходе развития международных секторов экономики различные регионы мира приобрели обширный опыт использования разных моделей. Стоит отметить, что эти общие достижения в первую очередь связаны с практической реализацией перспективных проектов, направленных на устойчивое повышение конкурентоспособности крупных компаний и регионов. В ходе восстановления и формирования экономической структуры на основе рыночных условий значительно возросло значение расширения масштабов и комплексов предлагаемых услуг. Основным преимуществом туристического кластера являются основные направления развития бизнеса, в которых большое значение имеют стратегии, связанные с маркетинговыми исследованиями и направленные на привлечение туристов.

Согласно высказываниям некоторых ученых, кластеры обладают следующими характеристиками:

- Кластеры представляют собой организации производства, способствующие экономической, инновационной и технологической деятельности компаний, входящих в эти кластеры.

- Региональные кластеры представляют собой группировку предприятий одной или нескольких смежных отраслей, которые расположены на определенной территории.

Это ускоряет производство техники и применение инновационных технологий, связанных с производственным процессом, повышает конкурентоспособность компаний на рынке.

Таким образом, туристический кластер можно определить как инновационную форму организации экономической деятельности, объединяющую географическо-производственную систему туризма, инфраструктуру, научные исследования, образование, предприятия, компании и организации в определенном регионе. Такой кластер способствует эффективному использованию ресурсов, снижению затрат на все виды деятельности и организации работы как самого кластера, так и его структур в целях достижения конкурентных преимуществ.

При разработке туристического кластера необходимо учитывать, что для его успешной работы требуется тесное сотрудничество между участниками туристической и сопутствующей индустрии, а также их вовлечение в системы накопления стоимости. Компании, входящие в кластер, объединяются для сотрудничества, однако продолжают конкурировать друг с другом в определенных областях. Это соревновательное взаимодействие стимулирует постоянное развитие и внедрение новых продуктов и технологий, направленных на повышение продуктивности и распространение инноваций. Туристический кластер создает особую инновационную среду, способствующую повышению конкурентоспособности компаний и развитию региона.

Формирование туристического кластера направлено на повышение конкурентоспособности территории, оно осуществляется за счет синергетического эффекта. Туристические кластеры могут различаться по степени концентрации, специализации, вида туризма, природно-географическим ресурсам, стадии жизненного цикла, форме управления, расположению относительно туристских центров, целевым группам потребителей и информационной доступности. Современные исследования и практика развития туризма и гостеприимства предлагают новые направления и виды услуг, актуальные предпринимательские практики.

Все эти меры способствуют улучшению конкурентоспособности объектов и субъектов туристических кластеров, удовлетворению рекреационных потребностей туристов. Исследователи отмечают рост популярности и активности регионального конгресс-туризма в России, который является основным направлением развития отечественного МІСЕ-туризма. Заказчики все чаще выбирают проведение деловых мероприятий в различных регионах страны, что способствует развитию данных регионов и экономии бюджета на организацию мероприятий. Все участники получают экономический эффект, особенно если конгресс-мероприятия совпадают с событиями в индустрии событийного туризма.

В каждом из кластеров функционируют специализированные туристические объекты, имеется соответствующая инфраструктура, позволяющая создавать и продвигать внутренние туристические продукты для привлечения туристов из разных регионов. Кластеризация отраслевого рынка также способствует формированию благоприятного инвестиционного климата для привлечения инвестиций, включая частные (Портер, 2005). Формирование и развитие регионального туристско-рекреационного кластера представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий комплексного подхода. В данной статье рассматривается несколько основных подходов к этой проблеме. Первый подход основывается на активном взаимодействии различных участников реги-

онального кластера: туристических компаний, гостиничных предприятий, транспортных и инфраструктурных компаний, государственных органов и других заинтересованных сторон. Взаимодействие может происходить через создание специальных партнерских программ, международных и межрегиональных сотрудничеств, а также проведение совместных мероприятий и промоушн-акций. Второй подход связан с формированием и развитием инфраструктуры регионального кластера. Это включает в себя создание и модернизацию гостиничных объектов, развитие транспортной инфраструктуры, улучшение доступности достопримечательностей и мест рекреации. Кроме того, в рамках этого подхода можно активно привлекать инвестиции и разрабатывать специальные меры государственной поддержки данной отрасли. Третий подход состоит в разработке и продвижении маркетинговых стратегий и брендинга регионального кластера. Создание эффективной рекламной кампании, привлекающей внимание и интерес потенциальных туристов, разработка уникального бренда, способного сформировать узнаваемый образ региона, играют важную роль в успешном формировании и развитии кластера. Четвертый подход направлен на совершенствование условий приема и обслуживания туристов. Чем качественнее и комфортнее условия проживания, питания, развлечений и сервиса, тем больше шансов на привлечение и удержание туристов. В этом подходе особое внимание уделяется обучению и повышению квалификации персонала, внедрению современных технологий и сервисных инноваций. Пятый подход к формированию и развитию регионального туристско-рекреационного кластера связан с сохранением и активным использованием природных и культурных ресурсов региона. Разработка и внедрение экологически устойчивых практик, сбалансированное использование туристического потенциала при приоритете сохранения окружающей среды и уникальный предлагаемый ассортимент туристических маршрутов позволят привлечь различные категории туристов и добиться сбалансированного развития кластера.

Таким образом, формирование и развитие регионального туристско-рекреационного кластера требует комплексного подхода, включающего взаимодействие участников, развитие инфраструктуры, маркетинговые стратегии и брендинг, улучшение условий обслуживания туристов, сохранение и активное использование природных и культурных ресурсов. Именно синергетическое действие этих подходов способно вызвать успешное и устойчивое развитие регионального туристско-рекреационного кластера.

Формирование стратегии развития туристско-рекреационной деятельности является сложным процессом, основанным на общепризнанных закономерностях, адаптированных к современным кризисным явлениям в экономике. Во многих странах широко применяется кластерная политика, так как туризм значительно влияет на экономику, в силу конкуренции на мировых рынках кластерный подход в данной сфере становится важным инструментом для создания стабильных конкурентных преимуществ в регионах.

В результате участники кластера полностью взаимодействуют друг с другом, сотрудничество всех участников на конкретной территории становится гораздо более эффективным и конкурентоспособным благодаря инновациям.

Для достижения этой цели необходимо улучшить базовые условия развития индустрии туризма, повысить потенциал и конкурентоспособность, создать и поддерживать необходимую инфраструктуру, сохранить и улучшить качество предлагаемых услуг, диверсифицировать туристическую продукцию, развивать ответственный туризм, стимулировать региональное развитие и создавать сильные региональные бренды. Международный туризм продолжает играть важную роль в мировой экономике, создавая новые рабочие места, развивая инфраструктуру и принося доходы. Несмотря на пандемию COVID-19, которая значительно сократила число международных поездок, отчет Всемирной туристской организации (UNWTO) за январь-май 2021 года свидетельствует о начале восстановления.

Развитие туристической сферы в современном мире и ее глобализация свидетельствуют о важной роли туризма в жизни современного общества. Несмотря на неблагоприятные геополитические условия и ограниченные финансовые возможности многих людей, туристический рынок находится в стадии значительных изменений. Сфера туризма сейчас оперирует на новой цифровой платформе, что приводит к серьезным различиям между представлениями о состоянии российской туристической индустрии и ее фактическим положением. Это отрицательно сказывается на поведении и предпочтениях целевой аудитории туристов, а также на экономических показателях туристических предприятий, связанных сфер деятельности. 2020 год стал сложным для туристической отрасли из-за введения международных ограничений в связи с пандемией COVID-19. Поток туристов за границу сократился на 72%, хотя большинство поездок пришлось на первый квартал года, до введения карантинных мер.

В 2021 году ограничения, связанные с COVID-19, регулярно отменялись и вновь вводились. Отток туристов увеличился на 52% по сравнению с прошлым годом, но все еще оставался значительно ниже, чем в последнее десятилетие. Начало 2022 года сопровождалось ростом спроса на зарубежный туризм, санкции и ограничения, введенные в отношении России, придали мировой туристической сфере полную неопределенность. Отток туристов из России уменьшился, внутренний туризм стал более активным. Нужно отметить, что данный сегмент нестабилен и подвержен колебаниям. Предприятия туристической сферы периодически получают прибыль, но сталкиваются с финансовыми трудностями. Май прошлого года оказался прибыльным для туристической индустрии. По данным системы поиска «Tourvisor», количество индивидуальных бронирований и заказов увеличилось почти втрое. В августе 2022 года правительство РФ утвердило план мероприятий по реализации стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года. Наиболее популярным направлением для путешествий остается Турция. Внутренний туризм показывает повышенный спрос на поездки в Дагестан, в то же время число путешественников в Калининграде сокращается. Средний чек на отдых снизился. Наибольший рост числа посетителей отмечается в Северокавказском регионе, Красноярском крае, Томской и Смоленской областях, а также в Якутии.

Поездки в Турцию, Таиланд, Израиль, Грузию и Узбекистан были наиболее популярными во время майских праздников 2022 года. Абхазия и Объединенные Арабские Эмираты также привлекали внимание путешественников. Казахстан и Беларусь оказались лидерами среди стран, которые не являются классическими туристическими направлениями.

В мае 2022 года туроператоры Anex, B Fun& Sun (TUI), Интурист, Biblioglobus и Sunmar стали самыми популярными и надежными. Их доля в бронировании составила более 50%. Каждый туроператор лидирует в конкретном направлении: Anex – в Абхазию, ОАЭ и Турцию, B Fun&Sun (TUI) – в ОАЭ и Турцию, Biblioglobus – внутренние путешествия по России, Интурист – в Египет.

Туристическая сфера динамична. Так, в мае прошлого года были зафиксированы более высокие показатели по сравнению с предыдущими годами. Количество туристических предприятий – юридических лиц – к концу 2021 года осталось на уровне 2020 года с небольшим снижением. Основное влияние сокращения наблюдается на предприятия, работающие в области выездного туризма.

В летний сезон 2021 года Краснодарский край столкнулся с ограничениями для непривитых противокоронавирусной вакциной путешественников.

Количество предприятий туристической сферы, работающих внутри страны, увеличилось на 12% за год. Конкуренция в туризме является важным фактором для благосостояния потребителей. Предприятиям следует более эффективно конкурировать, чтобы

выжить. Формирование альянсов и консорциумов между мелкими авиакомпаниями, независимыми отелями и туроператорами может помочь преодолеть преграды для входа на рынок. При этом надо помнить о правилах, установленных крупными компаниями.

Современной системой регионального туризма недооценивается важность социально-экономических туристических ресурсов. Эти ресурсы должны быть рассмотрены в контексте значимости других типов туристических ресурсов – культурно-исторических и природно-рекреационных. Именно социально-экономические ресурсы создают необходимую базу и условия для эффективного развития туристско-рекреационного потенциала региона. Разумное размещение туристических объектов, инфраструктуры, гостиниц, предприятий питания и досуга на территории туристической дестинации позволяет правильно распределить туристскую нагрузку на регион и решить проблемы регулирования и увеличения туристических потоков.

Как известно, функционирование туризма в дестинации зависит от количественных и качественных характеристик туристических ресурсов: культурно-исторических, природных и социально-экономических. Первые два вида ресурсов особенно важны для развития туризма из-за их неповторимости.

Однако роль социально-экономических ресурсов, которые легко восстанавливаются, обычно недооценивается. Грамотная организация туризма, учет и включение социально-экономических ресурсов в туристические программы являются основой роста туристического потенциала региона, туристских потоков и устойчивого развития туризма. Рациональное использование социально-экономических ресурсов в регионе позволяет более эффективно использовать природные и культурно-исторические туристические объекты для организованных и самостоятельных туристов, что способствует увеличению валового регионального продукта.

До сих пор не существует однозначного подхода к классификации социально-экономических туристических ресурсов из-за широкого спектра взаимосвязанных отраслей, оказывающих прямое или косвенное влияние на экономический эффект туризма в регионе. Однако наиболее традиционно выделяются трудовые ресурсы, инвестиционные ресурсы и ресурсы инфраструктуры. По мнению Т.Г. Бутовой, Н.Н. Терещенко и О.А. Ябровой, необходимо осуществлять типизацию социально-экономических туристических ресурсов по функциональному признаку. Классификация этих авторов представляется наиболее полной, ведь учитывается сложность функционирования данной системы ресурсов. В соответствии с классификацией указанных авторов, социально-экономические туристические ресурсы региона можно разделить на следующие группы: туристические предприятия (туроператорские фирмы и турагентства), предприятия гостеприимства (размещение, питание, торговля), организации, предоставляющие услуги активного досуга (учреждения культуры, спорта, парки развлечений и т.д.), организации, занимающиеся подготовкой туристических кадров, инфраструктурные организации, поддерживающие туристическую деятельность (Александрова, 2016).

На наш взгляд, данную классификацию необходимо дополнить еще одним важным ресурсом, оказывающим влияние на развитие региона, это инвестиционный ресурс. Инвестиционные ресурсы в туризме способны решить ряд актуальных проблем и задач, связанных с развитием туристского потенциала. Особенно важными для региона являются проблемы недостаточного уровня развития гостиничного сектора и низкого качества услуг, предлагаемых туристам.

Авторы данной классификации отмечают, что основным экономическим ресурсом, который оказывает наиболее значительное воздействие на туристскую отрасль региона, являются туроператорские и турагентские организации.

Вторым по важности фактором в экономическом развитии региона следует назвать

предприятия, предоставляющие услуги размещения и питания для туристов. Организации, занимающиеся предоставлением услуг активного досуга туристам, являются важным элементом социально-экономических ресурсов. В Калмыкии представлено множество учреждений культуры и спорта, количество которых постоянно увеличивается. В регионе активно развиваются экологический и сельский туризм, услуги по организации загородного отдыха, охоты и рыбалки. Инфраструктурные ресурсы также играют важную роль в развитии туризма и экономики региона в целом. Особенно важна транспортная доступность региона. Калмыкия занимает выгодное экономико-географическое положение относительно основных направлений внутренних туристических потоков. Несмотря на это, качество дорожной и транспортной инфраструктуры в регионе остается низким. Важным экономическим ресурсом в туристской сфере является подготовка кадров. В Калмыкии существует 1 вуз, который выпускает специалистов в сфере туризма и гостеприимства. Именно поэтому социально-экономические туристические ресурсы, вместе с другими факторами социально-экономического развития региона, оказывают комплексное влияние на развитие туризма. Вместе они формируют сложную систему, которая призвана решать несколько основных задач: функциональное распределение инфраструктурных объектов на территории региона, оптимальное взаимодействие с другими отраслями хозяйства, реализация туристического потенциала через финансово-инвестиционные инструменты и обеспечение квалифицированными кадрами.

Туризм играет важную роль в экономическом и социальном развитии региональных территорий. Он способствует привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест, развитию малого и среднего бизнеса, а также формированию позитивного образа региона.

Многие объекты историко-культурного наследия не получают должного внимания и поддержки, подвержены разрушению. Также не полностью урегулированы отношения, связанные с правом собственности и использования рекреационных территорий для туристических целей.

С 2022 года в Республике Калмыкия функционирует туристический кластер, который представляет собой объединение взаимодействующих между собой организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма. Создание такого кластера обусловлено повышенным спросом на внутренний туризм, разбросанностью туристических субъектов и мероприятий, а также нехваткой взаимодействия между участниками туристической отрасли с целью повышения конкурентоспособности региона на туристическом рынке.

Кластер привлекает субъекты малого и среднего предпринимательства, это туристические организации, объекты размещения и питания, производители сувенирной продукции, организации, предоставляющие рекреационные и другие услуги. На данный момент в состав территориального туристического кластера включено 42 участника МСП, включая представителей народно-художественных промыслов, гостиничного и ресторанного бизнесов, туристических операторов и агентств. Планируется расширение числа участников кластера. Процесс вступления в кластер осуществляется на безвозмездной основе путем подачи заявки. Заявки на вступление в кластер рассматриваются сотрудниками Центра кластерного развития (ЦКР) и включаются в повестку ближайшего заседания соответствующего совета. Приглашение на вступление в кластер направляется потенциальному участнику после рассмотрения заявки. Решение о включении новых участников принимается на заседаниях совета кластера путем открытого голосования. Все участники кластеров имеют возможность получить всестороннюю помощь от Агентства финансовой поддержки предпринимателей Республики Калмыкия (АНО МКК) в области маркетинга, продвижения на рынке, обучения специалистов, составления бизнес-планов и других вопросов. Однако для получения поддержки компания должна быть участником соответствующего кластера. Совет туристического кластера включает представите-

лей Министерства культуры и туризма Республики Калмыкия, Агентства по развитию туризма, предприятий туристической индустрии, индустрии гостеприимства, а также рестораторов и отельеров Республики Калмыкия.

Кластерный механизм способствует развитию инновационной деятельности участников кластера, расширению инфраструктуры и повышению качества их продукции, а также удовлетворению коллективных интересов участников. Услуги, предоставляемые АНО МКК «Агентство финансовой поддержки предпринимателей Республики Калмыкия», обычно являются платными в соответствии с регламентом оказания услуг, утвержденным приказом директора АНО МКК «Агентство финансовой поддержки предпринимателей Республики Калмыкия» от 14.03.2023 года №40. Исключения составляют консультации и скоринг, которые предоставляются субъектам малого и среднего предпринимательства бесплатно.

В рамках этой подпрограммы предусмотрена реализация ряда мероприятий, направленных на достижение поставленных целей по развитию туризма в Республике Калмыкия, созданию туристической инфраструктуры.

В 2022 году общий объем финансирования составил 12113,46 тысяч рублей. В рамках реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Республике Калмыкия была предоставлена субсидия на создание модульных некапитальных средств размещения, кемпингов и автокемпингов из резервного фонда правительства РФ. Это позволило построить 5 современных и комфортабельных модульных гостиниц с 60 номерами и 140 койко-местами, создать 30 новых рабочих мест. Исследования показали, что туристический бизнес в Республике Калмыкия эффективно развивается с ростом туристического потока. Однако предпочтения туристов меняются, в некоторых регионах объем туристического потока начал снижаться с 2019 года.

Одной из главных проблем является недостаточное развитие инвестиционного рынка в нашей республике. Этот рынок нужен для развития туристической инфраструктуры и улучшения качества обслуживания. Ограниченные возможности получения доступных банковских и государственных кредитов, неразвитость системы кредитной кооперации, отсутствие механизмов постоянного привлечения инвестиций из России и зарубежных рынков существенно ограничивают возможности местных предпринимателей, особенно в малом бизнесе (UNWTO). Кроме того, одной из проблем развития туристической отрасли в нашей республике является ее недостаточно развитая инфраструктура. Здесь нужно отметить плохое состояние дорог, проблемы с энергоснабжением, водоснабжением и жизнеобеспечением. К сожалению, решить эту проблему только за счет республиканского бюджета Калмыкии невозможно. Для строительства туристических объектов требуются дополнительные инвестиции из внебюджетных источников и федерального бюджета (Волкова, 2017).

Необходимо разработать эффективную систему мониторинга и поддержки субъектов туристической деятельности на региональном уровне. Важно также создать «банк» земельных участков, которые готовы для строительства туристических объектов или размещения инвестиций. Для успешного продвижения региональных туристических продуктов, разработки маркетинговой стратегии также важно пересмотреть и усовершенствовать существующие нормативно-правовые документы на региональном уровне, нужно, чтобы различные правовые нормы были согласованы и реализованы. Для развития бизнеса необходимо объединить меры поддержки туризма, установить понятные и благоприятные «правила игры», важно определить вклад республики в республиканский бюджет.

Понятие «туристский потенциал» в рамках рекреационного подхода имеет ограниченную сферу применения и не учитывает все аспекты туристической деятельности. Оно сконцентрировано на описании определенной территории, это регион, муниципальное образование или сельское поселение.

Для того чтобы полнее охватить и учесть все компоненты туристической деятельности, необходимо расширить и углубить структуру понятия «туристский потенциал». Оно должна включать не только вышеуказанные компоненты, но и управленческие, экономические, правовые, информационные и инфраструктурные элементы.

Таблица 1

Характеристика природных ресурсов
туризма

Ресурсы	Характеристика
Флористические ресурсы	Растительный потенциал региона, редкие ботанические растения, флористические эндемики региона.
Фаунистические ресурсы	Потенциал животного мира региона, представители животных, занесённые в Красную книгу.
Водные ресурсы	Водные ресурсы, которые могут использоваться в сфере туризма, если соответствуют всем международным стандартам.
Климатические ресурсы	Совокупность наземных и атмосферных факторов, формирующих климатические условия региона. Главный фактор развития туризма в дестинации.
Орографические ресурсы	Совокупность природных и антропогенных ландшафтов, влияющих на становление туризма в регионе.

Культурно-исторический потенциал региона объединяет ресурсы различных направлений, это этнографические исследования, археологические находки и социально-культурное наследие. Краткая характеристика каждого из этих ресурсов приведена в таблице 2.

Таблица 2

Характеристика культурно-исторического
потенциала

Ресурсы	Характеристика
Этнографические ресурсы	Этнографические ресурсы – это туристские ресурсы, которые включают в себя как объекты материальной, так и объекты нематериальной (духовной) культуры, принадлежащие народам, проживающим на определённой территории. Элементами этнографических ресурсов являются традиционные жилища, культовые сооружения, национальные праздники, обычаи, обряды, поверья и приметы.
Археологические ресурсы	Наличие археологических и исторических памятников (места раскопок, курганы, участки исторического культурного слоя древних населённых пунктов и т.д.) и их характеристики
Социально-культурные ресурсы	Наличие архитектурных объектов и исторических памятников (архитектурные ансамбли, исторические кварталы, сооружения народного зодчества, церкви, храмы, древние замки, крепости, мосты и т.д.) и их характеристики. Наличие культурных учреждений (концертные залы, театры и кинотеатры, музеи, дома-музеи, выставки, вернисажи, выставочные залы, галереи и т.д.) и их характеристики.

Считается, что важную роль в туристическом потенциале должен играть социально-экономический компонент. Он включает в себя информационные, кадровые, финансовые и материально-технические блоки, управленческий, инфраструктурный, инвестиционный и инновационный аспекты.

Можно выделить несколько уровней управления туристским потенциалом: федеральный, региональный, местный и уровень предприятия. Каждый из этих уровней имеет свои особенности, определяемые субъектом, задачами, функциями и методами управления.

Таблица 3

Характеристика социально-экономических ресурсов
туристского потенциала

Виды потенциала	Характеристика
Информационный потенциал	Совокупность информационной базы данных туризма и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование туристской системы на различных уровнях управления туризмом.
Кадровый потенциал	Трудовые ресурсы сферы туризма – это совокупность работников различных профессионально квалифицированных групп, занятых в сфере туризма и имеющих соответствующий уровень квалификации, знаний, опыта работы.
Финансовый потенциал	Денежные средства, которые могут поступать в сферу туризма: федеральные, региональные, муниципальные и частные финансово-инвестиционные ресурсы.
Инфраструктурный потенциал	Инфраструктурный потенциал представлен совокупностью необходимых условий для осуществления туристской деятельности (средства размещения, предприятия общественного питания, автотранспортные средства, санаторно-курортные комплексы, туроператорские и турагентские предприятия, экскурсионные бюро, предприятия развлечения, анимационные агентства и др.).
Управленческий потенциал	Этот вид ресурсов включает методы и средства, используемые при разработке и реализации управленческих решений.
Инвестиционный и инновационный потенциал	Совокупность характеристик сферы туризма, которые определяют ее способность по созданию, внедрению и распространению новых идей, технологий и продуктов с привлечением необходимого объема инвестиций.

На федеральном уровне осуществляется управление развитием туристического потенциала путем разработки стратегий развития, реализации программ и проектов, направленных на формирование и эффективное использование различных компонентов.

На региональном уровне решаются задачи, связанные с разработкой и реализацией региональных программ, инвестиционных проектов в сфере туристической инфраструктуры, подготовкой кадров, восстановлением культурно-исторических памятников, решением экологических проблем и лоббированием интересов региона в сфере туризма на федеральном уровне. На местном уровне разрабатываются планы развития, создаются туристические информационные центры, поддерживаются предприятия и сохраняется привлекательность туристических объектов. На уровне предприятия решаются задачи

по развитию инфраструктуры, эффективному использованию потенциала и сохранению природных ресурсов.

Для управления развитием туристского потенциала применяются различные методы и инструменты. Административные методы включают разработку программ, проектов и концепций развития. Законодательно-правовые методы предусматривают разработку нормативных и правовых актов, регулирование туристической деятельности. Методы экономического регулирования включают целевое финансирование проектов, субсидирование предприятий и предоставление налоговых льгот.

При управлении развитием туристского потенциала на региональном уровне необходимо учитывать стратегию социально-экономического развития региона, общие программы в области туризма, устанавливать эффективное взаимодействие государственных органов управления.

Таблица 4

Основные стратегические направления развития
туристского потенциала Республики Калмыкия

Цели и задачи в рамках развития туристского потенциала Республики Калмыкия			
Сохранение, повышение качества и обеспечение привлекательности природных и культурно-исторических ресурсов с целью формирования туристской привлекательности региона.	Развитие информационного потенциала сферы туризма региона в целях обеспечения туристской и инвестиционной привлекательности региона.	Развитие туристской инфраструктуры, создание условий для привлечения инвестиций, создание условий для внедрения инноваций в целях обеспечения туристской и инвестиционной привлекательности региона.	Формирование условий для развития и эффективного использования кадрового потенциала сферы туризма.
Ожидаемые результаты от развития туристского потенциала Республики Калмыкия			
Формирование конкурентоспособности туристского продукта региона по сравнению с туристскими продуктами других регионов.	Формирование туристской и инвестиционной привлекательности региона.	Формирование конкурентоспособности туристского продукта региона по сравнению с туристскими продуктами других регионов. Формирование туристической и инвестиционной привлекательности региона.	Формирование конкурентоспособности туристского продукта региона по сравнению с туристскими продуктами других регионов.

Основу туристского потенциала составляет природно-ресурсный потенциал, который характеризуется разнообразием. При оценке туристского потенциала на региональном уровне учитываются такие параметры, как наличие природных и климатических условий, наличие гор, лесов и минеральных источников для оздоровления. На основе 5-балльной шкалы эксперты оценивают каждый критерий, присваивая наивысшую оценку территориям первого ранга и четыре балла территориям второго ранга. Таким образом,

управление развитием туристского потенциала на различных уровнях включает решение различных задач и применение различных методов и инструментов. Оно должно быть связано с общими стратегиями и программами, учитывать особенности туристского потенциала, определяемого наличием природных и культурно-исторических ресурсов. Культурно-исторические ресурсы включают архитектурные объекты, археологические и исторические памятники, культурные учреждения, нематериальные культурно-исторические объекты.

С целью эффективного использования туристского потенциала необходимо разработать нормативные документы, которые устанавливают правила и ограничения для туристической деятельности. Также важно создать программы восстановления и эффективного использования культурно-исторических объектов, учитывать их пропускную способность и нагрузку, стимулировать участие туристических предприятий и частных инвесторов в проектах по реконструкции. Восстановление культурно-исторических объектов с высокой туристической привлекательностью является важным шагом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рекомендуется создание инвестиционного портала с информацией о потенциальных проектах и площадках, инструментов для сопровождения инвестиционной деятельности, включая консультационное обслуживание и организацию системы «единого окна» для инвесторов. Система продвижения территории, использование средств массовой информации, благотворительных акций и информационных мероприятий также необходимы для привлечения инвестиций.

С целью развития туристического сектора возможно проведение разнообразных мероприятий, направленных на развитие каждой составляющей туристического потенциала: естественно-ресурсной базы, культурно-исторического наследия, туристической инфраструктуры, привлечения инвестиций, инновационного развития и подготовки кадров.

Литература

UNWTO / World Tourism Organization a UN Specialized Agency. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.unwto.org/>

Александрова А.Ю. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) / А.Ю. Александрова, Ю.Л. Владимиров // Современные проблемы туризма и сервиса. 2016. Т. 10, № 1. С. 47-58.

Ахремчик Д.В. Туристическая отрасль в новых экономических условиях – поиск новых возможностей и направлений // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12, № 6. С. 1781–1790.

Богомолова Е.С. Значение процессов кластеризации для развития внутреннего туризма РФ // Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства. Сборник статей. Москва: 2021. С. 242-246.

В российской стратегии развития туризма до 2035 г. обновились цели. Официальный сайт Ассоциации туроператоров России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58708.html>.

Волкова Т.А., Миненкова В.В., Беликов М.Ю., Пономаренко А.А. Туристские кластеры как пространственные модели организации туристско-рекреационной деятельности (на примере черноморского побережья Краснодарского края) // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 133. С. 682-696. doi: 10.21515/1990–4665–133–051.

Голомидова Е.С. Опыт классификации туристских кластеров (на примере Псковской

области) // Региональные исследования. 2019. № 2(64). С. 102-112. DOI: 10.5922/1994-5280-2019-2-10.

Гришин С.Ю. Управление региональными туристскими кластерами. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. 209 с.

Закон Республики Калмыкия от 17 февраля 2006 г. № 257-III-3 «О государственной поддержке туристской деятельности в Республике Калмыкия».

Корюкова С.А., Лебедева Е.Н. Новаторский подход к реализации туристического кластера в современных реалиях // Экономические науки. 2023. № 218. С. 215-221.

Мишулина С.И., Молчанова В.А. Цели «зелёных» кластеров в туризме // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2021. Т. 23. № 3. С. 51-62. [Электронный ресурс]: URL: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2021.3.5>

Нюренбергер Л.Б., Мальгин А.В., Петренко Н.Е. Региональные туристско-рекреационные кластеры: подходы к формированию и развитию // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Том 13. № 9. С. 3443-3454. doi: 10.18334/epp.13.9.118728

Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

Стратегия развития экосистемы туризма в регионе (на примере Республики Калмыкия) // Цатхланова Т.Т., Мма К., Меджеев С.Б., Авшеева С.Ю., Буркутбаева Н.А. Экономика и предпринимательство. 2023. № 2(151). С. 542-545.

Титова Д.Ш. Туристический кластер как катализатор развития туризма в регионе // Материалы Афанасьевских чтений. 2022. №1(38). С. 100-105.

Формирование туристско-рекреационного кластера как фактора социально-экономического развития региона // Цатхланова Т.Т., Белкина Е.Н., Пашнанов Э.Л., Эрендженова Д.Б., Эрдниева Э.В., Самаева Е.В., Эвиева Б.Э., Буркутбаева Н.А., Намысов С.В., Убушаева Б.Г., Болаев К.К., Цатхланова И.А. Элиста, 2020.

Юматов К.В. и др. Формирование стратегии «Туристско-рекреационного кластера». [Электронный ресурс]: URL: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2022-2-1-130-146>.

References

UNWTO / World Tourism Organization a UN Specialized Agency. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.unwto.org/>

Aleksandrova, A. Ju. Osobennosti sozdanija turistskih klasterov v Rossii (na primere Vologodskoj oblasti) / A. Ju. Aleksandrova, Ju. L. Vladimirov // Sovremennye problemy turizma i servisa. - 2016. - Т. 10, № 1. - С. 47-58.

Ahremchik D. V. Turisticheskaja otrasl' v novyh jekonomicheskikh uslovijah – poisk novyh vozmozhnostej i napravlenij // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. – 2022. – Т. 12, № 6. – С. 1781–1790.

Bogomolova E.S. Znachenie processov klasterizacii dlja razvitija vnutrennego turizma RF / E.S. Bogomolova // Aktual'nye problemy i strategii razvitija sfery turizma i gostepriimstva. Sbornik statej. – Moskva: 2021. – С. 242-246.

V rossijskoj strategii razvitija turizma do 2035 g. obnovilis' celi. Oficial'nyj sajt Associacii turoperatorov Rossii. [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58708.html>.

Volkova T.A., Minenkova V.V., Belikov M.Ju., Ponomarenko A.A. Turistskie klastery kak prostranstvennye modeli organizacii turistsko-rekreacionnoj dejatel'nosti (na primere chernomorskogo poberezh'ja krasnodarskogo kraja) // Politematicheskij setevoj jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2017. – № 133. – с.682–696. – doi: 10.21515/1990–4665–133–051.

Golomidova E. S. Opyt klassifikacii turistskih klasterov (na primere Pskovskoj oblasti) // Regional'nye issledovanija. 2019. № 2 (64). S. 102–112. DOI: 10.5922/1994-5280-2019-2-10.

Grishin S. Ju. Upravlenie regional'nymi turistskimi klasterami. SPb.: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj jekonomicheskij universitet, 2016. 209 s.

Zakon Respubliki Kalmykija ot 17 fevralja 2006 g. N 257-III-Z «O gosudarstvennoj podderzhke turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kalmykija».

Korjukova, S.A., Lebedeva E.N. Novatorskij podhod k realizacii turisticheskogo klastera v sovremennyh realijah // Jekonomicheskie nauki. 2023. № 218. S. 215-221.

Mishulina S. I., Molchanova V. A. Celi «zeljonyh» klasterov v turizme // Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Jekonomika. 2021. T. 23. № 3. S. 51–62. [Elektronnyj resurs]: URL: <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2021.3.5>

Njurenberger L.B., Mal'gin A.V., Petrenko N.E. Regional'nye turistsko-rekreacionnye klastery: podhody k formirovaniju i razvitiju // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. – 2023. – Tom 13. – № 9. – S. 3443–3454. doi: 10.18334/epp.13.9.118728

Porter M. E. Konkurentnaja strategija: Metodika analiza otraslej i konkurentov. M.: Al'pina Biznes Buks, 2005. 454 s.

Strategija razvitija jekosistemy turizma v regione (na primere Respubliki Kalmykija) // Cathlanova T.T., Mma K., Medzheev S.B., Avsheeva S.Ju., Burkutbaeva N.A. Jekonomika i predprinimatel'stvo. 2023. № 2 (151). S. 542-545.

Titova D.Sh. Turisticheskij klaster kak katalizator razvitija turizma v regione / D.Sh. Titova // Materialy Afanas'evskih chtenij. – 2022. – № 1 (38). – S. 100-105.

Formirovanie turistsko-rekreacionnogo klastera kak faktora social'no-jekonomicheskogo razvitija regiona // Cathlanova T.T., Belkina E.N., Pashnanov Je.L., Jerendzhenova D.B., Jerdnieva Je.V., Samaeva E.V., Jevieva B.Je., Burkutbaeva N.A., Namysov S.V., Ubushaeva B.G., Bolaev K.K., Cathlanova I.A. Jelista, 2020.

Jumatov K. V. i dr. Formirovanie strategii «Turistsko-rekreacionnogo klastera». [Elektronnyj resurs]: URL: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2022-2-1-130-146>.