

УДК 311.3

**Д.В. Никитюк**

канд. геогр. наук, зав. каф. туризма и страноведения  
Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина  
e-mail: [geo@brsu.brest.by](mailto:geo@brsu.brest.by)

## ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

*Закономерности формирования были выявлены на локальном и региональном уровнях развития туристских кластеров. Пространственные закономерности формирования регионального туристского кластера отражаются в эволюции туристской территориальной структуры и проявляются в стремлении рационального, пропорционального размещения и агломерации туристских предприятий в местах отдыха и на территории региона. Исследование формирующегося Брестского регионального туристского кластера показало, что его развитие отражает характерный перечень закономерностей для каждой стадии его эволюции. Выявленные закономерности формирования регионального туристского кластера выступают в качестве индикаторов степени развития рыночного пространства производства и реализации туристских услуг. Установлена взаимосвязь развития регионального туристского кластера и моноцентрической туристской агломерации, формирующейся вокруг большого города.*

Использование кластеров в экономике является действенным способом повышения конкурентоспособности регионов. Кластерные инициативы получили широкое распространение в странах Европейского союза (ЕС) в качестве инструмента повышения инновационности производства и антикризисного развития экономики регионов. В 2012 г. в ЕС был зарегистрирован 1 621 кластер, в том числе 51 в сфере туризме [1]. Количество предприятий в составе туристских кластеров за период с 2011 по 2012 г. увеличилось на 6,5 % (прирост – 1 413 предприятий) [1]. Кластерная политика в странах ЕС используется в качестве стимулятора роста занятости. В среднем рост занятости за период с 2011 по 2012 г. в предприятиях туристских кластеров стран ЕС составил 3,6 % (прирост 8 123 человека) [1].

В существующих условиях перехода к рыночной экономике в Беларуси региональный кластер следует рассматривать в качестве своеобразного эволюционного звена развития территориальной организации экономических субъектов, который в туристской сфере пришел на смену территориальной рекреационной системе (ТРС). Ключевым отличием регионального туристского кластера от ТРС является существование внутренней конкурентной среды для реализации туристских услуг на региональном, межрегиональном и международном туристском рынке. Конкуренцию, т.е. противоборство предприятий, в контексте кластерной концепции следует рассматривать как первичную форму взаимодействия, направленную на непрерывное улучшение конечного продукта со стороны конкурирующих субъектов. Конкурентная борьба предприятий происходит на основании различной степени реализации конкурентных преимуществ: пространственного положения, инновационности производства, величины издержек, квалификации кадров и т.д.

Классически кластер включает в себя все три элемента (института) модели «тройной спирали» (бизнес, администрацию и академию (науку и образование)) [2], но в зависимости от возможностей региона и целей кластерной политики один из элементов выступает в качестве ведущего. Международный опыт использования кластеров свидетельствует о нескольких видах, либо вариантах их проявления: региональный (географический) кластер (опора на территориальную структуру, региональную систему расселения и управления), кластерная организация (опора на бизнес инициативы; взаимодействие на основании совместных бизнес-проектов и проектного менеджмента) и ин-

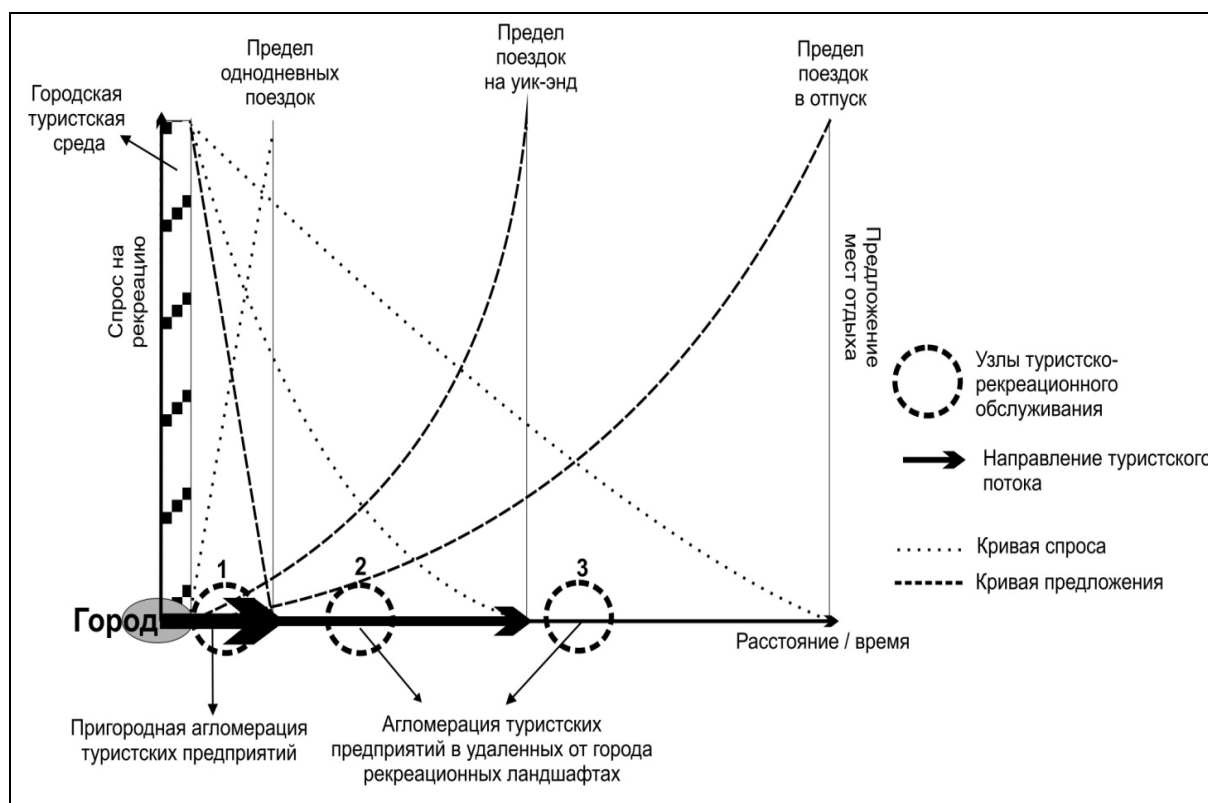
новационный кластер (опора на НИОКР и научные парки, взаимосвязь предприятий осуществляется за счет перемещения инноваций в территориальной структуре кластера). Формирование регионального кластера создает условия для появления кластерной организации и инновационного кластера.

Для появления кластерной организации необходима кооперация (кластеризация) бизнеса, сконцентрированного в пределах регионального туристского кластера, что позволяет увеличить частные конкурентные преимущества за счет общих действий. Для появления инновационного кластера необходимо существование в пределах регионального туристского кластера каскада диффузии инноваций, направленного от предприятий и учреждений, расположенных в больших городах, к узлам туристско-рекреационного обслуживания, расположенным в сельской местности и на межселенных территориях. Связь видов кластеров обусловлена тем, что региональный туристский кластер возникает и опирается в своём развитии на сложившуюся территориальную структуру, которая образована местами концентрации туристских предприятий, связанных транспортно-коммуникационным комплексом региона с центром формирования спроса и регионального управления.

Создание туристского рынка в форме туристского кластера обусловлено стремлением прийти к «равновесию Нэша» («Nash equilibrium»), которое применительно к территориальной структуре подразумевает, что ни одна фирма не может увеличить конкурентное преимущество месторасположения в одностороннем порядке без изменения в региональной структуре размещения данного рода предприятий. Следовательно, рациональная туристская территориальная структура является необходимым условием формирования и функционирования рыночного пространства непродуцированной сферы. Таким образом, региональный туристский кластер может рассматриваться как форма территориальной организации туристской деятельности, которая образована связями туристских предприятий и сопряженных отраслей между собой в местах их географической концентрации и с городом как центром формирования туристского спроса, территориального управления, подготовки кадров и распространения инноваций в системе туристских маршрутов

Региональный туристский кластер реализуется в форме сети, функционирующей в системе туристских потоков между туристскими центрами формирования спроса и местами туристского назначения. Форма сети является основополагающей в туристской сфере, так как предприятия связаны с центром спроса и между собой транспортно-коммуникационной сетью, которая может быть также определена как маршрутная сеть циркуляции туристских потоков. Концентрация туристских предприятий образуется на территориях с конкурентными преимуществами, возникающими на основании пространственных закономерностей агломерации и рационального размещения предприятий, что позволяет реализовать маршрутный принцип территориальной организации туристско-рекреационной деятельности. Концентрации туристских предприятий образуют узлы туристско-рекреационного обслуживания, которые в составе регионального кластера имеют определенную степень самостоятельности и отличий в туристской специализации, при этом в качестве факторов объединения выступают большой город (центр спроса на туристский продукт) и транспортная система региона. Совокупность узлов туристско-рекреационного обслуживания, сконцентрированных вблизи большого города, объединенных одним туристским маршрутом и ориентированным преимущественно на один центр туристского спроса, образует линейно-узловой тип туристской территориальной структуры. Следовательно, каждая отдельная линейно-узловая территориальная структура может рассматриваться как потенциальный локальный иерархический уровень регионального кластера, если между туристскими предприятиями в ее пределах возникают конкурентно-партнерские взаимоотношения. Особенности террито-

риальной организации туристской деятельности отражены в модели локального туристского кластера (рисунок 1), которая была разработана на основе полидестинационной модели путешествий Ж. Волла и Т. Гиера [3].



**Рисунок 1. – Пространственная модель локального туристского кластера [4]**

В модели локального туристского кластера неотъемлемым элементом является город как центральное место региона, который является движущей силой развития кластера. Пространственная модель локального туристского кластера раскрывает пояснo-секторное строение регионального туристского пространства, которое формируется при радиально-кольцевой схеме туристских маршрутов, исходящих из большого города, при условии что в их пределах расположены узлы туристско-рекреационного обслуживания. В качестве секторов выступают собственно локальные туристские кластеры, а пояса образованы совокупностью равноудаленных узлов туристско-рекреационного обслуживания в пределах регионального туристского кластера (пояс однодневных, «week-end» и отпускных поездок).

Рассмотрим в качестве примера территориальную организацию туристских предприятий в пределах локальных кластеров, формирующих Брестский региональный туристский кластер (рисунок 2).

Локальные туристские кластеры в Брестском регионе формируются на основании взаимодействия туристского спроса и предложения в системах туристских потоков: г. Брест – курорт местного значения «Озеро Белое»; г. Брест – Национальный парк «Беловежская пушча»; г. Брест – зона отдыха «Сосновый бор». Совокупность локальных кластеров как линейно-узловых структур, сформированных вокруг крупного города, образует ареально-сетевой тип территориальной структуры и обуславливает возможность появления Брестского регионального туристского кластера.



**Рисунок 2. – Локальные туристские кластеры Брестского региона**

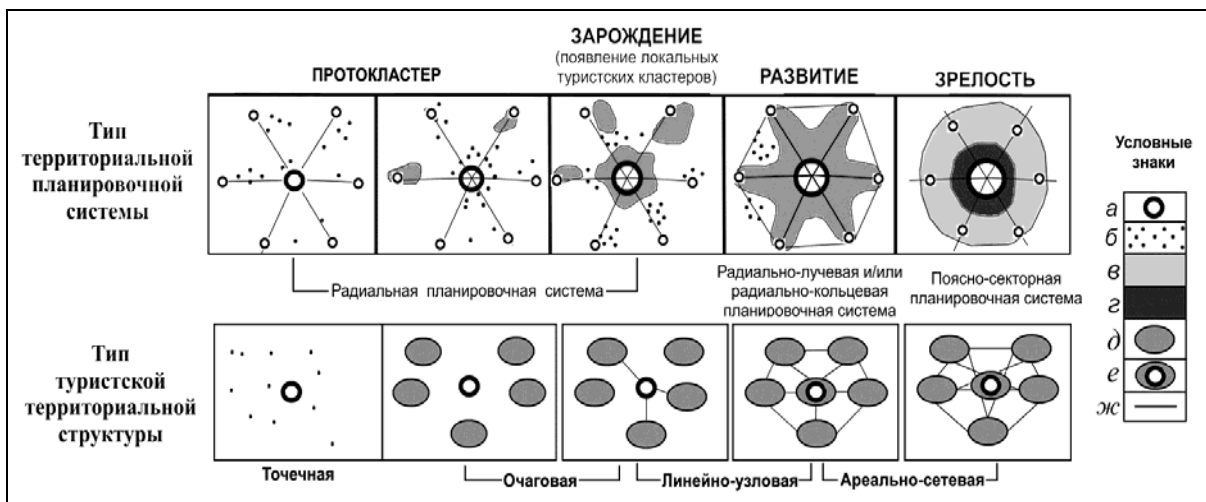
Величина туристского потока, входящего в локальный туристский кластер, обусловлена степенью реализации конкурентных преимуществ, возникающих от расположения предприятий. Размещение туристских предприятий Брестского региона ориентировано на центр формирования спроса (г. Брест), туристскую инфраструктуру в местах с ценными природными ресурсами (зоны отдыха, особо охраняемые природные территории (ООПТ)), а также транспортную инфраструктуру. Это связано с проявлением *закономерности рационального размещения субъектов кластера*. Варианты ориентации размещения являются закономерными для множества туристских предприятий, что и делает возможным реализацию принципа «тройной спирали» (ориентация бизнеса на научный, административный центр и учреждения подготовки кадров) и маршрутного принципа территориальной организации туристских предприятий (ориентацию на рекреационные ресурсы, транспортные магистрали). Данная закономерность обеспечивает аллокационную функцию конкуренции, которая выражается в эффективном размещении самих факторов производства (в первую очередь труда, земли и капитала) в местах, где их применение обеспечивает наибольшую отдачу. Формирование локальных туристских кластеров основывается на особенностях и дифференциации регионального туристского продукта в пределах направления туристского маршрута. Границы временных ограничений поездки по определенному туристскому направлению зависят от величины самого центра кластера: города либо агломерации.

В основе появления конкуренто-партнерских отношений между предприятиями в узлах туристско-рекреационного обслуживания локального кластера находится **пространственная закономерность агломерации предприятий в местах отдыха**. Закономерным является то, что агломерация предприятий появляется вокруг центра (ядра), узлов туристско-рекреационного обслуживания и магистралей. Исходя из данной закономерности предприятия размещаются во взаимосвязи с другими предприятиями с целью получения агломерационного эффекта, т.е. суммарной экономии от взаимодействия субъектов кластера.

Закономерность агломерации основана на действии объективных экономических законов региональной конкурентоспособности и территориальной концентрации, поскольку именно в центре (ядре), магистрали и узлах (элементах локального туристского кластера) сокращаются издержки производства и достигаются показатели рентабельности функционирования туристских предприятий. Присутствие агломерации предприятий в местах отдыха, а следовательно, и возникающая конкуренция позволяет не допустить существование монополий в региональном туристском кластере. Рост количества предприятий порождает *закономерное усиление диверсификации видов туристских услуг и специализации узлов*. Данная закономерность сформировалась благодаря действию законов территориальной дифференциации и интеграции. Агломерационный эффект в местах отдыха, высокая контактность среды и территориальная концентрация разнообразных туристских предприятий и смежных отраслей способствуют сужению их специализации, усилению диверсификации производства, реализации туристско-рекреационных услуг.

Исходя из вышесказанного можно утверждать, что локальные туристские кластеры являются формой экономического и территориального взаимодействия туристских предприятий, которая складывается благодаря процессам агломерирования, конкуренции, кооперации и дифференциации видов туристских услуг.

Развитие регионального туристского кластера подвержено стадийно-эволюционной смене типов туристской территориальной структуры и планировочной системы. На рисунке 3 представлено графическое отражение территориальной эволюции регионального туристского кластера.



*а – город; б – фрагментарное освоение; в – плотный ареал освоения; г – зона отталкивания вокруг города; д – узлы туристско-рекреационного обслуживания; е – пригородный узел туристско-рекреационного обслуживания; ж – оси (транспортные магистрали)*

**Рисунок 3. – Стадии развития регионального туристского кластера [сост. по 5; 6]**

Исходя из современной стадии развития территориальной структуры и планировочной системы, Брестский региональный туристский кластер следует определить как формирующийся, либо развивающийся. Это связано с тем, что в высококовском и малоритском направлениях не сформированы узлы туристского обслуживания, а тип территориальной структуры не является линейно-узловым. При этом формирование локальных туристских кластеров в высококовском и малоритском направлениях будет свидетельствовать о возникновении туристской агломерации вокруг г. Бреста, что обусловит появление ареально-сетевых типа туристской территориальной структуры и позволит выделить Брестский региональный туристский кластер как окончательно сложившийся. В связи с этим можно сделать логический вывод о близости территориального измерения понятий «региональный туристский кластер» и «туристская агломерация», так как в обоих случаях речь идет о высокой степени освоения рекреационных ресурсов и концентрации туристских предприятий вокруг города.

Формирование туристской агломерации является индикатором стадии предельного развития регионального туристского кластера и его планировочной системы. **Закономерность появления туристской агломерации вокруг большого города** основана на высокой степени комплексности и интеграции индустрии туризма, что оказывает значительное влияние на окружающую территорию, видоизменяя ее экономическую структуру и социальные аспекты жизни населения [7]. Формирование туристской агломерации сопровождается созданием в границах туристской агломерации рынка высококвалифицированной рабочей силы, нацеленной на производство новых идей. Закономерность появления туристской агломерации связана с постоянным ростом диверсификации видов туристских услуг и специализации локальных кластеров. В границах туристской агломерации формируется специфическая поясно-секторная структура, каждый элемент которой приобретает свои уникальные функциональные черты. На предприятиях каждого пояса и сектора (локального туристского кластера) формируется уникальная специализация. Следствием появления туристской агломерации является **закономерность роста разнообразия туристских услуг при приближении к ядру регионального туристского кластера (большому городу)**, которая связана с общим экономическим законом разделения труда.

В региональном туристском кластере при приближении к его центру существенно увеличивается количество разных видов экономической деятельности, активизируются межотраслевые связи, усиливаются комплексная взаимосвязь и взаимодополняемость отдельных предприятий на основе аутсорсинга. Насыщенность центра туристскими предприятиями обуславливает необходимость поиска новых рынков реализации туристского продукта и ориентацию производства на территории с меньшими издержками производства.

Коммерческий интерес выхода на новые рынки сбыта обуславливает **пространственную закономерность пропорционального размещения** туристских предприятий. Данная закономерность выражается в равномерном расположении предприятий по территории региона для удовлетворения потребностей наибольшего количества населения. В качестве основного механизма выступает конкуренция за зоны сбыта, туристско-рекреационного продукта. Появление данной закономерности обусловлено адаптационной функцией конкуренции. Туристские предприятия в высококонкурентных рыночных условиях, образованных туристской агломерацией стремятся адаптироваться к условиям внутренней и внешней среды, что позволяет перейти от экономического выживания к расширению рынков реализации туристского продукта.

При формировании туристских кластеров существенно усиливается конкурентная борьба за ряд экономических факторов развития предприятий (прежде всего за землю и капитал). В результате в узлах туристско-рекреационного обслуживания эффек-

тивно развиваются только те предприятия, которые удачно используют свои экономические преимущества, активно внедряют инновации, повышают уровень конкурентоспособности продукции [7]. Формирование инноваций в системе регионального кластера следует воспринимать как способ эффективно приспосабливаться к изменениям внешней среды. Это своеобразная защита конкурентоспособности, которая обнаруживается в различных проявлениях новаторства (нововведений), опирающихся на достижения научно-технического прогресса и предопределяющих динамизм фактического развития субъектов рыночной экономики. При этом стоит отметить, что преобразование регионального в инновационный кластер происходит без изменения его территориальной структуры, благодаря усилению кооперации предприятий с научными и образовательными учреждениями для создания отличающегося (нового) конкурентоспособного продукта.

Таким образом, формирование регионального туристского кластера является закономерным стадийно-эволюционным процессом, ключевые закономерности которого отражены в таблице.

Таблица. – Пространственно-временные закономерности формирования региональных туристских кластеров

Стадии эволюции	Иерархический уровень туристского кластера	Закономерности	Тип туристской территориальной структуры
Протокластер	Локальный протокластер	Рациональное размещение	Очаговый
Зарождение	Локальный кластер	Агломерация туристских предприятий в местах отдыха	Линейно-узловой (радиально-лучевая планировочная система размещения узлов туристско-рекреационного обслуживания)
		Усиление диверсификации видов туристских услуг и продукта и специализации узлов	
		Территориальная концентрация туристских предприятий вокруг центра (ядра), узлов и магистралей	
Развитие	Региональный кластер	Рост разнообразия туристских услуг при приближении к центру (большому городу) регионального туристского кластера	Ареально-сетевой (поясно-секторная территориальная система размещения узлов туристско-рекреационного обслуживания)
Зрелость		Пропорциональное размещение	
		Появление туристской агломерации вокруг большого города	

Учет представленных закономерностей позволит обеспечить планомерный, сбалансированный, научно обоснованный характер формирования региональных туристских кластеров в условиях рыночной самоорганизации предприятий и незначительного административного регулирования со стороны региональной власти. Использование региональных туристских кластеров является более эффективным инструментом, повышающим конкурентоспособность регионов по сравнению с плановыми способами развития туристско-рекреационного комплекса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. European Cluster Observatory [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access: <http://www.clusterobservatory.eu>. – Date of access: 09.02.2013.
2. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М., 2001. – 495 с.
3. Саранча, М. А. К изотропным моделям туристско-рекреационных миграций / М. А. Саранча // Вестн. Удмурт. ун-та. – 2009. – № 1. – С. 137–142.
4. Никитюк, Д. В. Идентификация туристских кластеров (на примере Брестской области) / Д. В. Никитюк // Земля Беларуси. – 2012. – № 4. – С. 40–43.
5. География рекреационных систем СССР : монография / Акад. наук СССР, Ин-т географии ; редкол.: В. С. Преображенский (отв. ред.) [и др.]. – М. : Наука, 1980. – 218 с.
6. Митрафанова, А. Н. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области) : дис. ... канд. геогр. наук : 25.00.24 / А. Н. Митрафанова. – Калининград, 2010. – 150 л.
7. Ищук, С. И. Размещение производительных сил и территориальная организация производства / С. И. Ищук. – Киев, 2002.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 26.10.2016

***Nikityuk D.V. Spatial Regularities of Formation of Regional Tourism Cluster***

*Regularities of formation have been identified at local and regional levels of development of tourism clusters. Spatial patterns of regional tourism cluster formation reflected in the evolution of tourism and territorial structure in an effort to appear rational, proportionate and organize agglomeration of tourism enterprises in recreational areas and the region. The study, which is formed of Brest regional tourism cluster, showed that the development of the cluster reflects the typical list of patterns for each stage of its evolution. The revealed the formation of regional tourism cluster act as indicators of the degree of development of the market space of production and sales of tourist services. The interrelation between regional development and tourism cluster monocentric tourist agglomeration shape around a big city.*