

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СТРУКТУРЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБОСНОВАНИЮ СИСТЕМЫ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ МЕЖДУ ЭЛЕМЕНТАМИ ФОРМИРУЕМОГО КЛАСТЕРА*

© 2022 **Стыцук Рита Юрьевна**

доктор экономических наук, профессор Департамента туризма и гостиничного бизнеса

Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, Москва

E-mail: Rstytchuk@fa.ru

В статье сформулированы требования к структуре и ключевым разделам маркетингового исследования, обосновывающего создание туристского кластера, а также дан перечень критериев обоснования наличия, достаточности и эффективности системы взаимосвязей между элементами формируемого кластера, в том числе наличия синергетических эффектов от такого взаимодействия. Критерии для удобства практического применения объединены в соответствующие группы в зависимости от содержательного аспекта. В каждой группе критерии разделены на количественные и качественные в целях получения комплексной объективной оценки о характеристиках взаимосвязей между элементами кластера.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, кластерный подход, туризм, элементы кластера, система критериев, комплексный анализ.

Система отбора новых кластерных проектов предполагает проведение структурированного маркетингового исследования, обосновывающего создание туристского кластера. Маркетинговое исследование подразумевает систематический сбор, оценку и анализ данных, необходимых для создания туристского кластера, а также анализ компонентов внешней среды [5]. Следует отметить, что главное внимание уделяется рыночным аспектам, таким как развитие существующих тенденций создания туристских кластеров в мире и исследование поведения потребителей. Данные аспекты должны быть включены в структуру маркетингового исследования.

Основное назначение маркетингового исследования по созданию туристского кластера заключается в генерировании маркетинговой информации для принятия решений в области взаимодействия (коммуникаций) между исполнительными органами региона, которые предлагают кластерный проект, и представительными органами власти, принимающих окончательное решение о создании нового туристского кластера в рамках проекта [5; 7].

Маркетинговое исследование может быть структурировано следующим образом:

1. Анализ внутренних факторов развития туристского рынка в месте планируемого создания туристского кластера, в том числе:
 - общая характеристика региона;

- характеристика наиболее популярных туристских достопримечательностей региона;
 - оценка уровня использования туристских ресурсов региона и популярности предлагаемых туристских продуктов;
 - основные показатели объема и динамики рынка туристских услуг (общий туристский поток, въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм, объем оказанных услуг в сфере туризма, оборот общественного питания, число мест в гостиницах и иных местах размещения, инфраструктура мест общественного питания и торговли) [3; 10].
2. Анализ внешних факторов и развития существующих тенденций, в том числе:
 - общая характеристика рынка индустрии туризма и рекреации в мировом и общероссийском масштабах;
 - основные тенденции и прогнозы развития рынка туризма и рекреации зарубежных стран, формирующих значимую долю въездного туризма;
 - характеристика российского рынка туристской индустрии;
 - основные тенденции и прогнозы развития рынка туризма и рекреации, российских регионов, формирующих значимую долю внутреннего туристского потока, SWOT анализ региона.
 3. Определение и оценка целевых групп потреби-

*Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета

телей, в том числе:

- сегментирование по месту постоянного проживания;
- сегментирование по видам туризма;
- сегментирование по уровню дохода;
- сегментирование по возрастному признаку.

Анализ внутренних факторов

Общая характеристика региона, в котором предполагается создание туристского кластера, должна отражать вопросы, связанные с географическим положением, природно-климатическими условиями, экологической ситуацией, историей и культурой, населением и демографической ситуацией, экономическим развитием региона, транспортной инфраструктурой и инвестиционной деятельностью [7]. В каждом регионе существуют особые туристские достопримечательности, к ним относят как природные объекты и памятники культуры, так и уникальные технические объекты. В тоже время набор предлагаемых туристских продуктов в каждом регионе можно классифицировать по нескольким направлениям — экологический туризм, культурно-познавательный этнографический туризм, охотничье-рыболовные туры, водный туризм (речной, морской), а также экстремальный туризм.

Анализ внешних факторов

В настоящее время сфера туризма является одним из существенных двигателей социально-экономического прогресса, она напрямую воздействует на гостиничный сектор, транспорт и сферу развлечений и косвенно — на остальные сферы экономики (торговля, телекоммуникации, ресторанный бизнес, финансовый сектор и т. п.) [2; 6]. Современная туристско-гостиничная индустрия — значимая, высокодоходная и динамично развивающаяся сфера бизнеса. В этой связи рассмотрение мирового опыта является ключевым фактором определения тенденций развития туристско-рекреационной политики региона.

Определение целевых клиентских сегментов

Выделение основных характеристик сегментов целевой аудитории проекта позволит лучше понять главные требования потребителей, более точно подстроить линейку предлагаемых услуг и наладить информационный канал для общения. В дальнейшем, в ходе реализации проекта, сегментация может быть усложнена добавлением новых критериев и выделением более мелких сегментов, чтобы более точно подстроить предложение услуг кластера под требования целевой аудитории.

Туристский кластер по форме организации представляет собой совокупность предприятий, осуществляющих комплекс видов деятельности,

направленных на обеспечение развития туристской индустрии и за счет этого увеличивающих собственную экономическую выгоду. В процессе реализации указанных процессов формируются взаимосвязи между их участниками [1; 9]. Важность первого, предварительного этапа состоит в определении потенциала кластеризации, на основе которого может быть разработана стратегия реализации кластерных проектов [4].

Следует отметить, что на современном этапе развития сферы туризма в России проявились некоторые проблемы в формировании туристских кластеров, среди которых стоит особо выделить: недостаток профессионалов, способных максимально эффективно использовать все сильные стороны кластерной формы организации туристской деятельности; недостаток методологических и методических разработок.

Для обоснования наличия, достаточности и эффективности системы взаимосвязей между элементами формируемого кластера, необходимо использовать существующие методы выделения кластеров [8]. Наиболее специфические из них, отличающиеся от других экономических подходов, сосредоточены на предварительном этапе выделения кластеров: анализе возможностей к кластеризации. Используя приведенные методы выделения туристских кластеров для обоснования наличия, достаточности и эффективности системы взаимосвязей между отдельными его элементами, целесообразно систему обоснования унифицировать в виде ряда критериев. Для объективной оценки системы взаимосвязей между элементами кластера на основе специальных критериев, рекомендуется использовать комплексный подход, предусматривающий анализ каждой группы критериев в разрезе трех аспектов: состояние на текущий момент, оценка перспектив развития, оценка уровня проработанности мер. Система рекомендуемых для оценки критериев включает в себя три группы показателей, в каждой группе показатели подразделяются на количественные и качественные величины:

- 1-ая группа «Научно-технический и образовательный потенциал туристского кластера»;
- 2-ая группа «Производственный потенциал туристского кластера»;
- 3-я группа «Качество жизни и уровень развития транспортной, энергетической, инженерной, жилищной и социальной инфраструктуры территории».

Комплексный подход при обосновании наличия, достаточности и эффективности системы взаимосвязей будет заключаться в системном анализе показателей по каждой группе выделенных

критериев, как с количественной, так и с качественной стороны, по трем обозначенным аспектам. Исходя из этого, комплексный анализ взаимосвязей между элементами кластера будет

складываться из определения следующих рекомендуемых величин, указанных в таблицах 1, 2 и 3.

Таблица 1: Критерии научно-технологического и образовательного потенциала туристского кластера.

Состояние на текущий момент	<i>Количественные</i>
	Объем затрат на исследования и разработки, развитие инновационной инфраструктуры предприятий и организаций-участников кластера, а также региональных и местных органов власти за последний год, а также за последние пять лет с накопленным итогом, в мил. руб. Численность персонала предприятий и организаций участников кластера, занятого исследованиями и разработками, чел. Численность студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования в образовательных учреждениях-участниках кластера. Количество федеральных и национальных исследовательских университетов, университетов победителей конкурсов, входящих в состав кластера (включая их филиалы), ед.
	<i>Качественные</i>
	Уровень развития исследовательской деятельности организаций-участников кластера (мировой, близкий к мировому, отстающий от мирового). Уровень развития образовательной деятельности организаций-участников кластера (мировой, близкий к мировому, отстающая от мирового). Уровень эффективности взаимодействия научных, образовательных организаций и производственных предприятий, входящих в состав кластера.
Оценка перспектив развития	<i>Количественные</i>
	Планируемый в проектах корпоративных и субфедеральных бюджетов объем затрат на исследования и разработки, развитие инновационной инфраструктуры предприятий и организаций-участников кластера, региональных и местных органов власти.
	<i>Качественные</i>
Оценка уровня проработанности мер	Перспективы достижения или укрепление мирового лидерства в сфере науки и образования.
	<i>Качественные</i>
	Проработанность программы развития кластера в части развития сферы исследований и разработок, развития научной и инновационной инфраструктуры, международной научно-технической кооперации Проработанность программы развития кластера в части развития системы подготовки и повышения квалификации кадров.

Таблица 2: Производственный потенциал туристского кластера.

Состояние на текущий момент	<i>Количественные</i>
	Совокупная выручка предприятий-участников кластера от реализации продукции и оказания туристских услуг на внутреннем и внешнем рынке за последний год, млрд руб. Доля продаж продукции (услуг) кластера в объеме российского рынка, % Общее число рабочих мест на предприятиях и организациях-участниках кластера с уровнем заработной платы, превышающим на 100% средний уровень в регионе базирования кластера, единиц Доля малых и средних инновационных компаний в экономике кластера
	<i>Качественные</i>
	Наличие в составе участников кластера крупных (якорных) компаний, в том числе с годовым объемом выручки от реализации продукции не менее 1 млрд руб. Уровень конкурентоспособности предприятий-участников кластера на российских и зарубежных рынках. Уровень развития инфраструктуры кластера и инфраструктуры поддержки развития малого и среднего предпринимательства. Оценка инвестиционного климата на территории базирования кластера. Уровень развития производственной кооперации участников кластера друг с другом. Степень географической локализации (близости территориального расположения) основных организаций-участников кластера.
Оценка перспектив развития	<i>Количественные</i>
	Ожидаемый объем совокупной выручки предприятий-участников кластера на внутреннем и внешнем рынке, млрд руб. Ожидаемая доля продукции кластера в объеме мирового рынка, % Ожидаемое общее число рабочих мест с уровнем заработной платы, превышающим на 100% средний уровень в регионе базирования кластера, на предприятиях и организациях-участниках кластера, единиц.
	<i>Качественные</i>
	Перспективы достижения / укрепления мирового лидерства в сфере производства продукции и оказания туристских услуг кластера. Перспективы локализации звеньев технологической цепочки создания стоимости на территории кластера Перспективы диверсификации продукции кластера.
Оценка уровня проработанности мер	<i>Количественные</i>
	Объем предполагаемого финансирования инвестиционных проектов, по которым подготовлена проектно-сметная документация, млн рублей.
	<i>Качественные</i>
	Проработанность программы развития кластера в части развития сферы исследований и разработок, развития научной и инновационной инфраструктуры, международной научно-технической кооперации Проработанность программы развития кластера в части развития системы подготовки и повышения квалификации кадров.

Таблица 3: Качество жизни и уровень развития транспортной, энергетической, инженерной, жилищной и социальной инфраструктуры территории.

Состояние на текущий момент	<i>Количественные</i>
	Обеспеченность жителей территории туристского кластера жилой площадью (м ² на одного человека), за исключением ветхого и аварийного жилья Доля студентов дневной формы обучения, обеспеченных местами в общежитиях, на территории базирования кластера % Средняя продолжительность жизни в регионе расположения кластера, лет Объем финансирования работ по развитию инфраструктуры кластера и территории его базирования, в том числе из средств федерального, регионального и местного бюджетов и институтов развития, млрд руб.
	<i>Качественные</i>
	Уровень значимости проблем в развитии транспортной, энергетической, инженерной, жилищной и социальной инфраструктуры в развитии туристского кластера
Оценка перспектив развития	<i>Количественные</i>
	Запланированный организациями-участниками кластера, федеральным, региональным и местным бюджетами объем инвестирования в развитие инфраструктуры кластера и территории его базирования, млрд руб.
	<i>Качественные</i>
	Уровень значимости проблем в развитии транспортной, энергетической, инженерной, жилищной и социальной инфраструктуры в развитии кластера.
Оценка уровня проработанности мер	<i>Количественные</i>
	Объем финансирования инвестиционных проектов развития инфраструктуры, по которым подготовлена проектно-сметная документация, млн рублей
	<i>Качественные</i>
	Проработанность мер по повышению качества жизни, развитию транспортной, энергетической, инженерной и жилищной инфраструктуры

На основании использования указанного комплекса рекомендуемых критериев, целесообразно определить интегральный показатель, количественно отражающий наличие, достаточность и эффективность взаимосвязей между отдельными элементами кластера, чтобы в итоге принять объективное и обоснованное решение по отбору конкретного кластерного проекта.

В заключение необходимо отметить, что в силу относительной новизны кластерного подхода

применительно к российской туристской сфере, маркетинговая программа будет играть ключевую роль в формировании имиджа и эффективном функционировании отдельного кластера. В настоящее время система отбора новых кластерных проектов нуждается в доработке ряда концептуальных вопросов, призванных обеспечить повышение эффективности процесса отбора, а также последующего устойчивого развития кластеров.

Библиографический список

1. Ермакова Ж. А., Холодилина Ю. Е. Пространственная организация туристской деятельности на основе кластерного подхода // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2015. — 8(183). — С. 47–53.
2. Ковалева И. В., Ульянов М. Н. Формирование туристско-рекреационного кластера в системе диверсификации региональной экономики // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2017. — № 8. — С. 178–182.
3. Колядин А. П. Формирование и развитие туристско-рекреационных кластеров как механизм повышения конкурентоспособности региональной экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. — 2018. — № 4. — С. 91–95.

4. *Попова Р. Ю.* Государственное регулирование становления и развития сферы туризма в России (Регион. аспект) [Текст] : дис. ... д-ра экономических наук : 08.00.05 / Попова Рита Юрьевна. — М. : Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 1998. — 282 с.
5. *Розанова Т. П., Стыцук Р. Ю., Артемьева О. А.* Роль и эффективность маркетингового управления на разных уровнях маркетинговой стратегии // Экономика и управление в машиностроении. — 2016. — № 4. — С. 47–50.
6. Туристские кластеры как пространственные модели организации туристско-рекреационной деятельности (на примере Черноморского побережья Краснодарского края / Т. А. Волкова [и др.] // Научный журнал КубГАУ. — 2017. — 133(09). — С. 1–15.
7. Assessment of the tourism potential of the Russian Federation / T. P. Rozanova [et al.] // Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry : Proceedings of the 5th International Conference on Management and Technology in Knowledge, Service, Tourism and Hospitality. — 2018. — P. 183–188.
8. Development of the tourism cluster / M. Boiko [et al.] // Problems and Perspectives in Management. — 2017. — Dec. — Vol. 15, no. 4. — P. 134–149. — DOI: [10.21511/ppm.15\(4\).2017.12](https://doi.org/10.21511/ppm.15(4).2017.12).
9. *Ilija M.* Clusters as a Factor of Rural Tourism Competitiveness: Montenegro Experiences // Business Systems Research. — 2013. — Dec. — Vol. 4, no. 2. — P. 94–107. — DOI: [10.2478/bsrj-2013-0015](https://doi.org/10.2478/bsrj-2013-0015).
10. *Ilija M.* The role and Challenges of Rural Tourism Development in Transition Countries: Montenegro Experiences // Business Systems Research. — 2013. — Vol. 17, no. 2. — P. 84–95. — URL: <https://doaj.org/article/f71083421b7e4a26ab5c479f81a492e9>.