

розробило концепцію «Atithidevo Bhava» («Гості як Бог»), орієнтовану на місцеве населення, яка повинна навчати жителів хорошій поведінці та етикету, коли вони спілкуються з іноземними туристами. Ця кампанія також мала за мету прищепити почуття відповідальності місцевого населення до туристів та зміцнити довіру іноземних туристів до Індії, як гарного місця для відпочинку. Великі витрати туристів в Індії, стали наслідком діяльності грамотної політики Міністерства туризму Індії, яке завдяки кампанії «Incredible India», змогло створити такий потужний ринок. Починаючи з 2012 р. Міністерство туризму знову співпрацює з фірмою «Ogilvy & Mather», яка була автором попередньої концепції, щоб впродовж наступних трьох років переглянути бренд та забезпечити стратегічне бачення кампанії [8].

Висновки. Індія належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн світу. Головними причинами цього є унікальний природно-ресурсний потенціал, чисельні унікальні пам'ятки історії, культури і релігії, традиційні та культурні особливості народу, постійно зростаюча база розміщення, розвиток та удосконалення транспортного сполучення, а, найголовніше, ефективна політика держави щодо просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок, а також надання пріоритету туризму в національній політиці розвитку.

Використані джерела:

1. Бейдик О.О. Індія – гігант на півдні Азії. Подорож Індостаном. [Текст] / О.О. Бейдик // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2011. - № 27. - С. – 3-14.
2. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2013>.
3. Звіт туристичної індустрії Індії (2011). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iittm.org/doc/IITTM_ITC_Report-2011-rev.pdf
4. Первый в Индии отель Tume предлагает номера по \$11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.travel.ru/news/2013/05/06/217010.html>
5. Российские туристы вышли на первое место по посещению Гоа [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.travel-news.ru/nid/21622/>
6. Товариство світових подорожей та туризму. Економічний вплив 2012. Індія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/india2012.pdf
7. Транспорт в Индии. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
8. Туризм в Индии. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
9. Туризм та готельне господарство Індії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cci.in/pdf/surveys_reports/tourism-hotel-industry.pdf
10. Growth of Restaurants in India. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://restaurants.mapsofindia.com/growth-of-restaurants-in-india.html>

УДК 379.851

Ковальчук А.П.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Ключевые слова: уникальные природные ресурсы, туристский потенциал, мировая туристская конкуренция, новые концепции управления туристской индустрией, кластерный подход, бизнес-идеи, государственно-частное партнерство

В статье рассматриваются проблемы развития регионального туризма в России на примере г. Санкт-Петербурга. В целях организации эффективной системы управления туристическими предприятиями и более рационального использования туристического потенциала региона предлагается применение кластерного подхода. Эффективность концепций регионального развития с использованием кластерного подхода, который с 70-х гг. XX в. активно используется в развитых странах, подтверждается научными трудами известных ученых экономистов.

In article problems of development of regional tourism in Russia on the example of St. Petersburg are considered. For the organization of an effective control system the tourist enterprises and more rational use of tourist capacity of the region offer application of cluster approach. Efficiency of concepts of regional development with use of cluster approach which from 70th of the XX century is actively used in the developed countries, is confirmed by scientific works of known scientific economists.

Keywords: unique natural resources, tourist potential, world tourist's competition, new concepts of management of the tourist's industry, cluster approach, business ideas, state-private partnership.

Санкт-Петербург и Ленинградская область по своему географическому положению, природно-климатическим, культурно-историческим и социально-этнографическим предпосылкам являются идеальным регионом для развития практически всех видов туризма.

Глубокое многовековое прошлое региона, множество ключевых, часто трагических событий, происходивших в различные эпохи, оставили большое историческое наследие. На территории данного региона сосредоточено около 4000 памятников российской истории и культуры, из них более 300 федерального значения [1]. Курганы, крепости, замки, дворцы и парки, другие объекты, в том числе и современные, составляют огромную ценность и широко доступны туристам, экскурсантам и гостям. Значительная часть наследия сосредоточена более чем в более чем 200 музеях и доступна для культурно-познавательных целей туризма [2]. В Ленинградской области насчитывается восемь средневековых крепостей, три дворцово-парковых ансамбля, 120 бывших дворянских усадеб и памятных мест. На территории области сохранились и частично превращены в музеи старинные родовые владения, в том числе известных деятелей искусства и культуры, государственных деятелей, декабристов.

Здесь также расположены уникальные природные ресурсы, организованы природные заповедники и парки, заказники, пещеры, составляющие ресурсную базу экологического туризма. Фарватеры Финского залива: Морской канал, Петровский, Кронштадтский и Зеленогорский фарватеры являются объектами, входящими в Список всемирного наследия. Уникальные водные ресурсы региона позволяют здесь развивать практически все виды водного туризма: морской и

речной круизный, катерно-яхтенный туризм, экскурсионно-прогулочный туризм, подводный туризм и другие.

Туристские ресурсы здесь располагают к проведению туристско-спортивных мероприятий, местных, всероссийских и международных спортивных соревнований.

Потенциал ресурсов Ленинградской области и г.Санкт-Петербурга огромен и на сегодняшний день еще далек от полного изучения и освоения в целях туризма. Это предопределяет необходимость их комплексного исследования с целью разработки походов и методов для более эффективного развития этого туристско-рекреационного комплекса России.

В настоящее время все большее количество туроператоров с мировым именем, и прежде всего, региона Балтийского моря включают Санкт-Петербург в свои круизные маршруты. Одна из причин состоит в том, что Санкт-Петербург является крупнейшим туристическим центром (по своему туристическому потенциалу и численности населения), портовым городом Европы, уступая лишь Лондону.

Регион занимает активную позицию в стремлении увеличить свою долю в мировой индустрии туризма. Благодаря системной работе по реализации первой городской Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2005-2010 гг. за 5 лет количество туристов в Санкт-Петербурге увеличилось на 1,8 млн. (2005г. – 3,7 млн. туристов в год, 2011г. – 5,5 млн. туристов).

Инфраструктура отечественного туроперейтинга в этом регионе постепенно наращивает свои международные связи, включается в мировую туристскую конкуренцию. Причем, в этой конкуренции важны не только ресурсная база турфирм, их ценовая политика и качество предлагаемого турпродукта, но и возможности предоставлять различные дополнительные услуги, грамотное их сочетание, оригинальность, учет психологических особенностей туристов, дифференцированная ценовая политика, скидки. По всем этим параметрам российские компании зачастую оказываются неконкурентоспособными перед зарубежными.

Существует ряд объективных факторов, способствующих объединению российских турфирм. Дело, в том, что на мировом рынке российские турфирмы вынуждены сотрудничать с партнерами, которые значительно превосходят их по экономическим возможностям и эффективности менеджмента. Данное явление обусловлено тем, что процессы накопления управленческого опыта в сфере туризма, централизации капитала и укрупнения туристических компаний в развитых странах начался гораздо раньше, чем в России.

В западноевропейских странах в послевоенные 1950-1960-е гг. XX ст. началась эпоха масштабного строительства средств размещения и еще

в те годы шли процессы концентрации капитала и реализации принципиально новых концепций управления туриндустрией[2]. Позже в 70-е гг. в этих странах началась активная работа по применению кластерного подхода развития туризма.

Под кластером понимается сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций. Согласно определению М.Портера, основоположника кластерной теории, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (органов государственного управления, образовательных учреждений, инфраструктурных компаний), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга[4].

Особенность кластерного подхода состоит в том, что на основе данных исследований о принципах организации производственного взаимодействия и ресурсного потенциала региона разрабатываются и реализуются отраслевые концепции управления. При этом основной целью таких концепций является обеспечение обмена информации, сотрудничества между всеми предприятиями отрасли в рамках конкретной туристско-рекреационной зоны для повышения экономической эффективности. Преимущества распространяются по всем направлениям связей. Так, предприятия, объединенные в кластеры способны существенно ускорить темпы своего развития, обмениваясь бизнес-идеями, стимулируя различные подходы к НИОКР и, взаимно обеспечивая необходимые средства для внедрения новых концепций своего развития.

Одним из классических примеров образования кластеров является некоммерческое предприятие «Ассоциация малых гостиниц г.Санкт-Петербурга», включающее в себя объединение 50 предприятий и администрации города. Количественный рост предприятий туриндустрии, необходимость поддержки и развития малого бизнеса, отсутствие законодательного регулирования, необходимость взаимодействия с городскими властями вызвали уже 2000 г. первые попытки создания общественного объединения. В 2003 г. по инициативе Комитета по внешним связям и Комитета по туризму и развитию курортов Администрации Санкт-Петербурга при поддержке Еврокомиссии, Фонда развития малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге реализован проект по созданию первой партнерской сети малых гостиниц [3]. Участники проекта, которыми стали отобранные на конкурсной основе руководители малых гостиниц Санкт-Петербурга, пришли к решению об объективной необходимости создания партнерской сети с целью развития

малого гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге. Изначально речь шла о подготовке менеджеров малых гостиничных предприятий, изучении и анализе ситуации на рынке малых гостиниц Санкт-Петербурга и разработка концепции сети малых гостиниц.

Впоследствии это некоммерческое партнерство занялось поддержкой и защиты интересов малых гостиниц г.Санкт-Петербурга. Целью Ассоциации стало совместное продвижение на рынке услуг малых гостиниц Петербурга. В настоящее время НП Ассоциация малых гостиниц Петербурга объединяет 65 предприятий и организаций гостиничного, ресторанного, туристического бизнеса различных организационно-правовых форм: малые отели, рестораны, кафе, бары, клубы, туристические и транспортные компании [4]. Основными задачами Ассоциации является внесение законодательных инициатив для урегулирования деятельности отрасли, создание комфортных условий для гостей города, установление корректных и взаимовыгодных отношений с клиентами и партнерами, а также содействие раскрытию личных и профессиональных качеств сотрудников с целью обмена передовым опытом между членами партнерской сети.

Главное отличие данного туристического кластера от всевозможных прочих (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его территориальной организации. Так, НП Ассоциация малых гостиниц Петербурга объединяет предприятия региона, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. При этом важным условием является реализация механизма управления региональной туриндустрией по принципу государственно-частного партнерства, в котором представлены как местная администрация, общественные организации, так и частные компании.

В 2011 г. Правительством Санкт-Петербурга принята новая Программа на 2011-2016 г (постановление Правительства Санкт-Петербурга № 732 от 07.06.2011). Основными целями, задачами программы являются проведение научных работ и аналитических исследований по перспективным направлениям развития туристской отрасли с учетом кластерного подхода развития г.Санкт-Петербурга для формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка и развития современной инфраструктуры [7].

В настоящее время более актуальными становятся проблема перераспределения туристских потоков внутри региона и разработка, продвижение новых туристских маршрутов.

Дело в том, что основные потоки туристов концентрируются в ареале тех объектов культуры, которые известны большинству туристов, отправляющихся в г. Санкт-Петербург: Эрмитаж, Исаакиевский собор, Русский музей, Петропавловская крепость. Из-за сильной

перегруженности город не может принять больше туристов в летний период, а именно этот сезон по праву является самым востребованным для посещения г.Санкт-Петербурга.

Одним из вариантов развития туриндустрии в логике перераспределения является создание так называемых «креативных кварталов», или «туристских кластеров». В это понятие входит концентрация на одной территории любых аттракций для отдыха и развлечений: ресторанов, кафе, арт-объектов, мастерских, оригинальных тематических музеев, выставочных залов, клубных и фестивальных площадок и так далее. Формировать такие кварталы целесообразно в зонах, где уже существуют интересные объекты индустрии развлечений. Кластеризация объектов позволяет ощутить в полной мере выгоду от синергетического эффекта и добиться увеличения потока посетителей.

Перспективной стратегией перераспределения туристских потоков является организация туристского кластера севернее города, в зоне Зеленогорск – Репино – Сестрорецк, включая примыкающие поселки Курортного района Ленинградской области. Этот район всегда был привлекательным, но основным его недостатком была недостаточность транспортной инфраструктуры. Эта проблема нивелировалась с момента завершения строительства КАД. Дорожная ситуация улучшится еще заметнее после достройки Западного скоростного диаметра в 2014 г.[8].

Разрозненные объекты индустрии, которыми знаменит Курортный район – большое количество ресторанов, кафе, отелей, клубов и баров, – необходимо объединить в общий туристский бренд и обеспечить между объектами взаимодействие. Реклама и продвижение туристского бренда ляжет на плечи бюджета, а обеспечение привлекательности и гостеприимства туристкой зоны – на плечи владельцев бизнеса. Заинтересованные в загородном проживании туристы смогут останавливаться в отелях и здесь же проводить время. Задача доставки туристов до клубов, ресторанов, концертных площадок будет решена с помощью специальной трансферной службы от отелей. Такая модель реализована, например, на турецких курортах, где специальные автобусы бесплатно развозят желающих от отелей до клубных зон.

Создание туристского кластера в Курортном районе решает еще одну немаловажную задачу – привлечение туристов в незаслуженно забытые пригороды. Так, маршрут от Зеленогорска до Кронштадта и Ломоносова теперь становится цельным благодаря появлению Западного полукольца. Например, форты Кронштадта являются очень привлекательными для туристов объектами, но на их реконструкцию и открытие для осмотра необходимы дополнительные инвестиции. Ломоносов – не самое популярное место, но объективно его дворцово-

парковый ансамбль не уступает Пушкину и Павловску. Также сокращается расстояние до Выборга.

Инвестиции в такой проект минимальны. Основной частью затрат станет разработка концепции такого туристского кластера, создание бренда, его реклама и продвижение. Наиболее важна организационная часть, от которой фактически зависит успех проекта, – это обеспечение взаимодействия между участниками туристской зоны. Также важен вопрос запуска трансферного транспорта между отелями и развлекательными объектами – его должны скорее всего решить участники туристского кластера.

Такой проект сможет решить наконец задачу перераспределения туристских потоков. Заметно ослабнет проблема перегруженности центра, и город сможет принять больше гостей. В конечном счете увеличатся доходы петербургского бюджета.

Эффективная работа кластерного подхода развития туризма поможет не только значительно пополнить бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит усовершенствовать инфраструктуру территорий, расширить спектр предлагаемых услуг и повысить конкурентоспособность туристических предприятий.

Формирование туристских кластеров в России будет способствовать переключению интереса туристов с зарубежных поездок на внутренний туризм: в те места, где сохранились историческая среда, национальный колорит, экзотика и русское гостеприимство в сочетании с необходимой инфраструктурой и высоким качеством обслуживания.

В мире есть территории, которые уже зарекомендовали себя как успешно функционирующие туристские кластеры: побережья Средиземного и Адриатического морей, Карибского бассейна; Объединенные Арабские Эмираты; горнолыжная индустрия Альпийского региона; развлекательная индустрия в Лас-Вегасе и Голливуде.

В России кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться. Примерами территорий, которые обладают ресурсами и возможностями для формирования и развития туристских кластеров, являются: культурно-исторические центры Центральной части России (г.Москва, г.Санкт-Петербург, Золотое кольцо России), рекреационные зоны на побережьях Черного моря (курорты Краснодарского края) и озеро Байкал; а также территория регионов Западной Сибири (Новосибирская, Кемеровская, Томская области, Алтайский край, республика Алтай).

1. В.Г. Исаченко, Памятники Санкт-Петербурга, -СПб: Изд.«Паритет», 2004 г., стр.13

2. <http://ru.wikipedia.org/wiki>

3. http://ru.wikipedia.org/список_объектов_всемирного_наследия_юнеско

4. <http://gov.spb.ru/gov/otrasl/invest/statistic/development/>
5. В.П. Белянский, Мировой опыт развития индустрии гостеприимства, - М: Изд. ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008г., стр.29
6. М.Э Портер, Конкуренция, М: Изд. дом «Вильямс», 2005, стр.63
7. http://www.paradeofhotels.ru/news/news_280.html
8. <http://inn.spb.ru>
9. <http://www.garant.ru/hotlaw/peter/335465/>
10. http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/programma-razvitiya-sankt-peterburga-kak-turistskogo-centra/
11. <http://www.spb-projects.ru>

УДК 911.3

Вострікова А.В.

МАЛІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Розглянуто особливості розвитку сектору малих засобів розміщення за кордоном та в Україні. Висвітлено їх становлення як засобу розміщення та сучасний стан.

Рассмотрены особенности развития сектора малых средств размещения за границей и в Украине. Показано их становление как средства размещения и современное состояние.

There were looked out the peculiarities of development of small hotels` market abroad and in Ukraine. There were reveal their incipience as the accommodation facilities and the condition of nowadays.

Актуальність даної теми полягає у досить активному розвитку сегменту малих засобів розміщення на світовому та українському готельних ринках.

Метою статті є висвітлення особливостей розвитку малих засобів розміщення в Україні та світі, а також їх сучасний стан.

Виклад основного матеріалу. Малий засіб розміщення (МЗР) – широко поширений у світі тип готелів. Термін «малий засіб розміщення» в найбільш значній мірі використовується в країнах Східної Європи, таких як Росія та Україна, тоді як в інших країнах світу надають перевагу назві «малі готелі» (small hotels). Міні-готелі в готельному бізнесі країн Європи давним-давно не тільки міцно зайняли свою нішу, але й стали одним з ключових елементів готельної індустрії. У затишних готелях, кожен з яких неповторний та унікальний, за помірну плату гість, безумовно, отримає куди більше задоволення, ніж оселившись в бездушному мережевому готелі, де клієнт відчуває себе швидше деталлю, що рухається по конвеєру, аніж бажаним гостем. І нічого страшного, що в міні-готелі немає басейну, фітнес-центру та казино: як правило, люди приїжджають зовсім не за цим.

В Україні також спостерігається стійкий розвиток малого готельного бізнесу, що зумовлено, з одного боку, загальносвітовими тенденціями, з іншого – гострою нестачею готелів з прийнятним сервісом за невеликі гроші. Саме вони користуються підвищеним попитом у іноземних туристів, які приїжджають сюди. У той самий час вітчизняний мандрівник також все частіше надає перевагу саме такому закладу розміщення, через