

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. начальника Департамента
экономического развития
Вологодской области

Ю.В. Сенько

**СТРАТЕГИЯ (программа развития)
Туристского кластера
Вологодской области**

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Общие положения Стратегии	4
2. Анализ состояния сферы туризма в Вологодской области	5
2.1. Тенденции развития туристской отрасли	5
2.2. Предпосылки формирования туристского кластера	17
3. Цели и задачи туристского кластера	28
4. Организационное обеспечение туристского кластера	30
4.1. Схема туристского кластера	30
4.2. Участники кластера и взаимосвязи между ними	36
5. Производственная стратегия развития кластера	40
5.1. Приоритетные инвестиционные проекты (субкластеры)	40
5.2. Инфраструктурное обеспечение кластера	56
5.3. Основные направления развития придорожного сервиса	83
6. Развитие кластера в части научно-технологической и образовательной деятельности	93
6.1. Приоритетные направления и мероприятия по развитию научной и инновационной инфраструктуры	93
6.2. Определение и обоснование приоритетных видов туризма	99
6.3. Направления и мероприятия по развитию международной научно-технической кооперации	107
6.4. Концепция и направления развития учебного центра кластера	110
7. Стратегия финансирования развития кластера	113
7.1. Принципы привлечения государственных субсидий	113
7.2. Привлечение средств федерального, регионального и муниципального бюджетов	121
7.3. Привлечение внебюджетных средств.....	128
8. Стратегия в области подготовки и развития персонала	134
8.1. Анализ современного состояния системы подготовки кадров для туристской отрасли региона	134
8.2. Основные направления подготовки и развития персонала для предприятий кластера	142
8.3. Разработка системы повышения квалификации и переподготовки кадров компаний, входящих в туристский кластер	146
9. Стратегия кластера в части маркетинга и сбыта	150
9.1. Маркетинговая политика продвижения основных туруслуг	150

9.2. Сбытовая политика участников кластера	169
10. Анализ проектных рисков.....	179
11. Целевые показатели развития кластера	187
Приложения	190
Приложение 1. Основные определения и термины	191
Приложение 2. Проект «Великий Устюг – Родина Деда Мороза».....	195
Приложение 3. Проект «Насон-город» (г. Вологда).....	198
Приложение 4. Центральная городская набережная (г. Череповец).....	200
Приложение 5. Рекреационно-туристический комплекс «Усадьба Гальских».....	206
Приложение 6. Историко-этнографический комплекс «Древнерусское поселение Сугорье» (д. Кузино Кирилловский район)	208
Приложение 7. Центр активного отдыха и туризма «У.Е.С. STRIZNEVO» (Вологодский район)	209
Приложение 8. Спортивно-туристический комплекс на Никольском озере (Кирилловский район)	211
Приложение 9. Молодежный центр водного туризма (Вытегорский район, оз. Тудозеро)	212
Приложение 10. Развитие придорожного сервиса сельского поселения Воробьёвское Сокольского муниципального района	216
Приложение 11. Придорожный сервис ООО «Михайловское подворье» на территории сельского поселения Чуровское Шекснинского района.....	222
Приложение 12. Обустройство базы отдыха «Никоново» Грязовецкого района.....	231
Приложение 13. Сервисный комплекс п. Хохлово Кадуйского района.....	240
Приложение 14. Комплекс придорожного сервиса в с. Новленское Вологодского района.....	245
Приложение 15. Организация межкластерного взаимодействия.....	249

1. Общие положения Стратегии

Развитие сферы туризма является одним из приоритетных направлений Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 г., одобренной Постановлением Правительства области от 28 июня 2010 г. № 739.

Важнейшим условием формирования современного высокоэффективного туристского комплекса и повышения вклада туризма в экономику региона является реализация пространственного аспекта инвестиционной политики в сфере туризма, позволяющего полноценно использовать туристско-рекреационный потенциал территорий. Решению этой задачи будет способствовать формирование регионального туристского кластера, под которым понимается совокупность размещенных предприятий и организаций туристского сектора (участников кластера), которая характеризуется наличием объединяющих участников кластера экономических интересов в одном или нескольких ключевых видах экономической деятельности; механизма координации деятельности и кооперации участников кластера; синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации.

Целью создания регионального туристского кластера является формирование точки роста и повышение конкурентоспособности региональной экономики путем поддержания и развития конкурентных преимуществ туристского сектора, формирования комплексного туристического продукта международного уровня и предоставления потребителям услуг внутреннего и въездного туризма и отдыха на основе организации территориально локализованных взаимосвязанных организаций и учреждений бизнеса, органов власти, науки, образования.

Стратегия является базовым документом, определяющим основные направления и приоритеты создания и развития туристского кластера.

2. Анализ состояния сферы туризма в Вологодской области

2.1. Тенденции развития туристской отрасли

Одной из значимых тенденций развития туризма в России является усиление конкуренции на рынке туристического предложения, как следствие, появления все большего числа регионов с амбициозными планами привлечения туристов, а также перенасыщения на рынке однотипного туристского предложения. В результате этого регионам необходимо стремиться не только сохранить, но и упрочить свои позиции на рынке туризма, путем планирования туристской деятельности на основе принципов устойчивого развития, которые предусматривают долгосрочные инвестиции в сферу туризма и имеют четкие региональные стратегии. Соответственно, повышается роль региональной политики развития туризма региона в целом, а также целевого продвижения отдельных туристских дестинаций на внешнем и внутреннем рынках.

В целях развития туризма распоряжением Правительства РФ от 27.12.2012 г. № 2567-р утверждена государственная программа РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы. В качестве инструмента реализации также принята федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011 – 2018 годы)». Развитие сферы туризма является одним из перспективных направлений Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 г., одобренной Постановлением Правительства области от 28 июня 2010 г. № 739.

Результатом предпринимаемых мер со стороны органов государственной власти региона стало динамичное развитие отрасли туризма. Об этом свидетельствуют следующие данные.

Во-первых, *рост туристского потока*. За 2007 – 2013 гг. туристский поток в регион вырос на 80% и составил 2,1 млн. чел. (рис. 1).

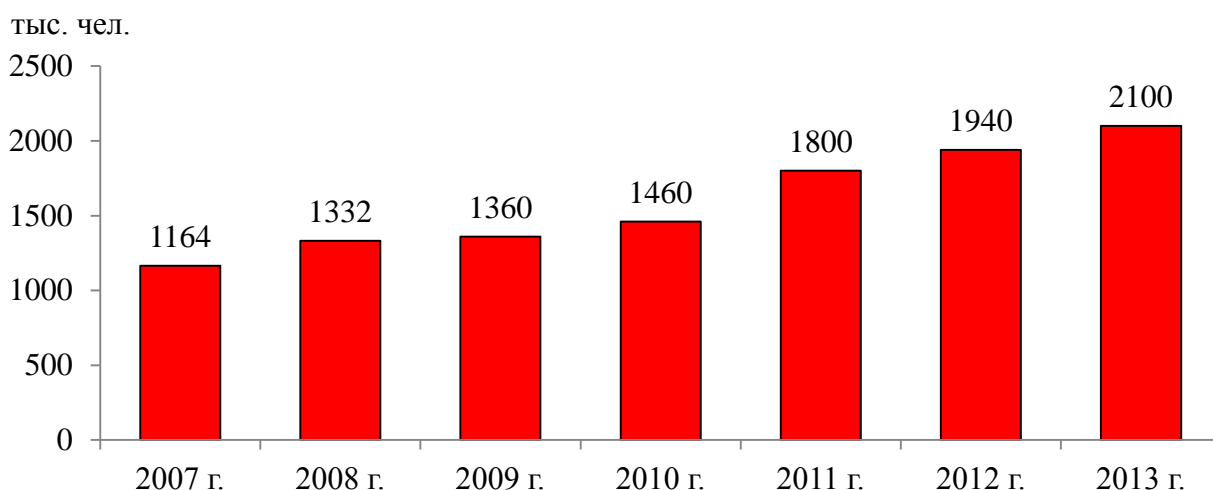


Рисунок 1 – Динамика туристского потока в Вологодскую область, тыс. чел.
 Источник: Публичный доклад о результатах деятельности Департамента культуры, туризма и охраны объектов культурного наследия Вологодской области за 2013 г. / [Электронный ресурс]: Официальный сайт Губернатора Вологодской области. URL: <http://okuvshinnikov.ru/files/ocenka/osipovskij.pdf>.

Однако основную часть туристского потока составляют экскурсанты (70%), которые приезжают на территорию области организованно на срок, не превышающий 24 часа, доля туристов составляет только 30%.

Во-вторых, *увеличение объема туристских услуг*. За последние шесть лет в Вологодской области объем туристических услуг вырос почти в два раза и составил в 2012 году 2,06 млрд. руб. (рис. 2). Следует отметить, что даже в кризисные годы тенденция роста данного показателя сохранялась.

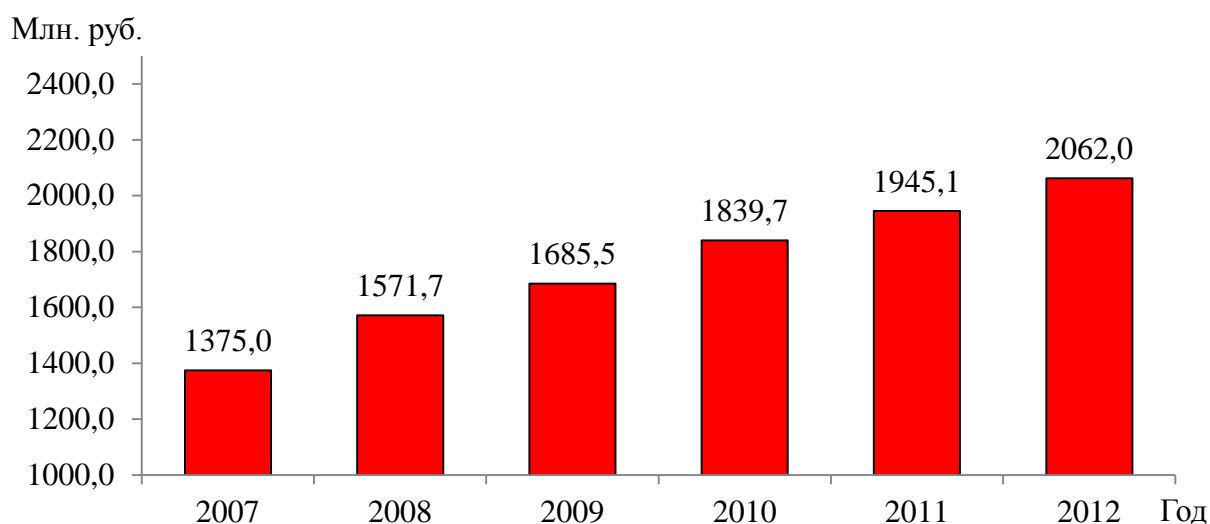


Рисунок 2 – Объем туристских и гостиничных услуг в Вологодской области, млн. руб. (в ценах 2012 г.)

Источник: Публичный доклад о результатах деятельности Департамента международных, межрегиональных связей и туризма области за 2012 г. / [Электронный ресурс]: Официальный портал Вологодской области – Режим доступа: vologda-oblast.ru/ru/government/executive_power/index.php?id_16=101.

В-третьих, *рост количества фирм*, действующих на рынке туристических услуг. В течение 2007 – 2012 г. их число в регионе выросло более, чем в два раза. Большую часть рынка обслуживают туристические агентства (70% от общего числа организаций), а остальные 30% – туроператоры (*табл. 1*). Подавляющее большинство турфирм являются частными (95%).

Таблица 1 – Деятельность туристических фирм в Вологодской области в 2007 – 2012 гг.

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. к 2007 г., %
Число туристских организаций (турфирм), ед.	68	94	131	159	141	147	в 2,2 раза
Число граждан, отправленных в зарубежные туры туристскими фирмами, чел.	22543	25098	26934	35565	36070	48167	в 2,1 раза
Число граждан, отправленных в туры по России туристскими фирмами, чел.	48326	61540	35101	40452	35157	46914	97,1
- в том числе по Вологодской области	25673	38247	21603	21934	16427	22358	87,1
Источник: Туризм в Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2012 г. – С. 76 – 77.							

Кроме того, о динамичном развитии сферы туризма в регионе свидетельствует рост числа обслуженных туристов в течение анализируемого периода более чем на треть, стоимости реализованных путевок населению – в 2,9 раза (*рис. 3*). Вместе с тем, наибольшую популярность у населения получили зарубежные туры. Только в течение 2007 – 2012 гг. число граждан, отправившиеся в зарубежные страны, увеличилось в 2,1 раза. При этом популярность среди населения путешествий по России и Вологодской области остается на прежнем уровне.

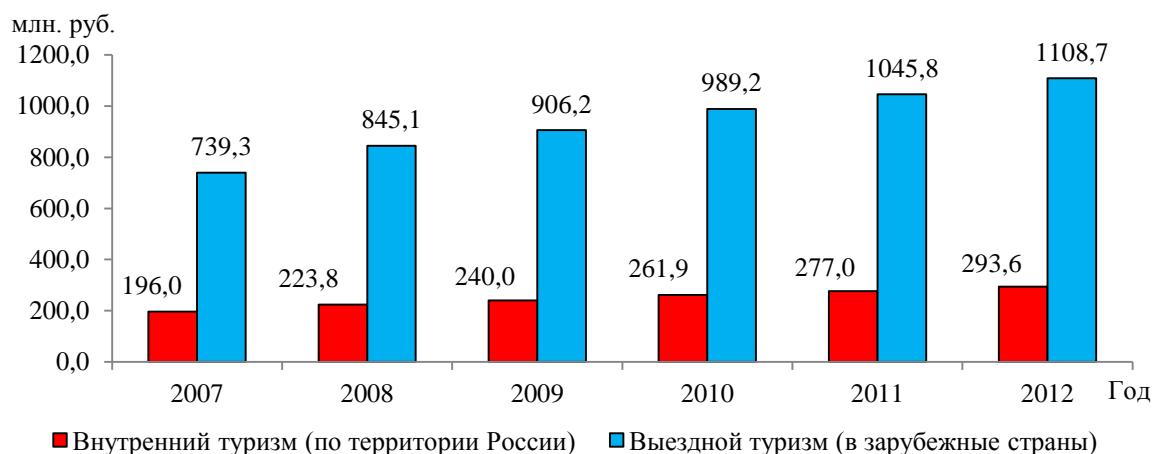


Рисунок 3 – Стоимость реализованных путевок населению (в ценах 2012 г.), млн. рублей

В-четвертых, *рост доли туризма в ВРП*. Развитие туризма в регионе привело к увеличению доли данной сферы в валовом региональном продукте региона, росту получаемые от нее доходов. Так, в 2012 году в консолидированный бюджет области от организаций сферы туризма и сопутствующих отраслей поступило 225,5 млн. рублей. Особо следует подчеркнуть увеличивающуюся роль туризма в экономике региона. За последние годы его доля в ВРП выросла с 3 до 4,2% (рис. 4).

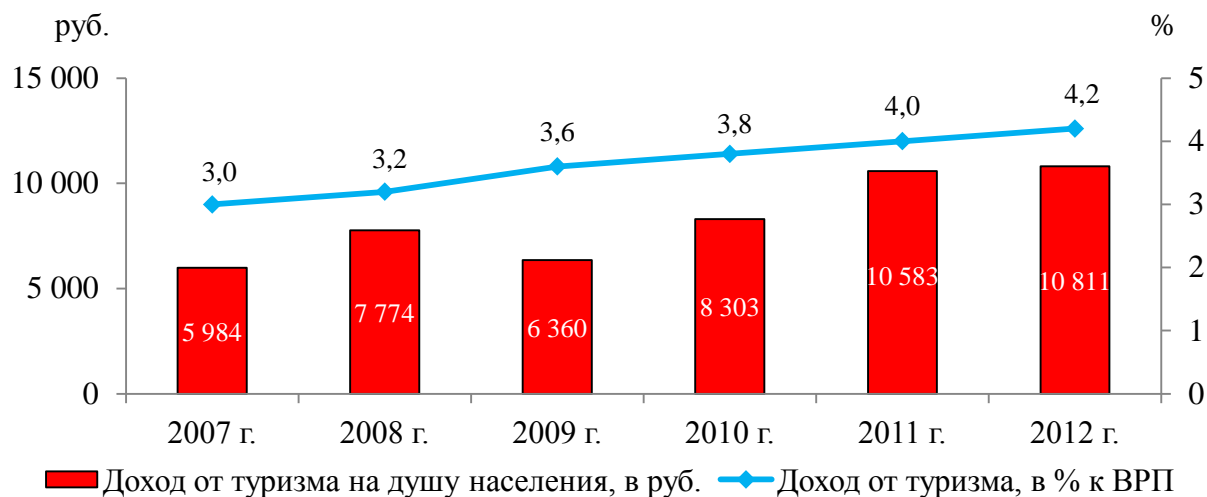


Рисунок 4 – Совокупный доход от туризма в Вологодской области в 2007 – 2012 гг. Рассчитано на основе источников: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts.

В-пятых, *повышение инвестиционной привлекательности туризма*. В настоящее время положительной динамикой характеризуется и инвестиционная привлекательность туризма в Вологодской области. Объем

инвестиций в инфраструктуру туризма в 2012 году достиг докризисного уровня и составил 760 млн. рублей. Кроме того, наблюдается устойчивая тенденция к росту частных инвестиций в данную сферу. Так, в течение 2007 – 2012 гг. объем привлеченных внебюджетных инвестиционных ресурсов увеличился почти в 2 раза. Однако сокращаются бюджетные вливания в данную сферу региональной экономики: с 2009 года их объем сократился в десятки раз (рис. 5).

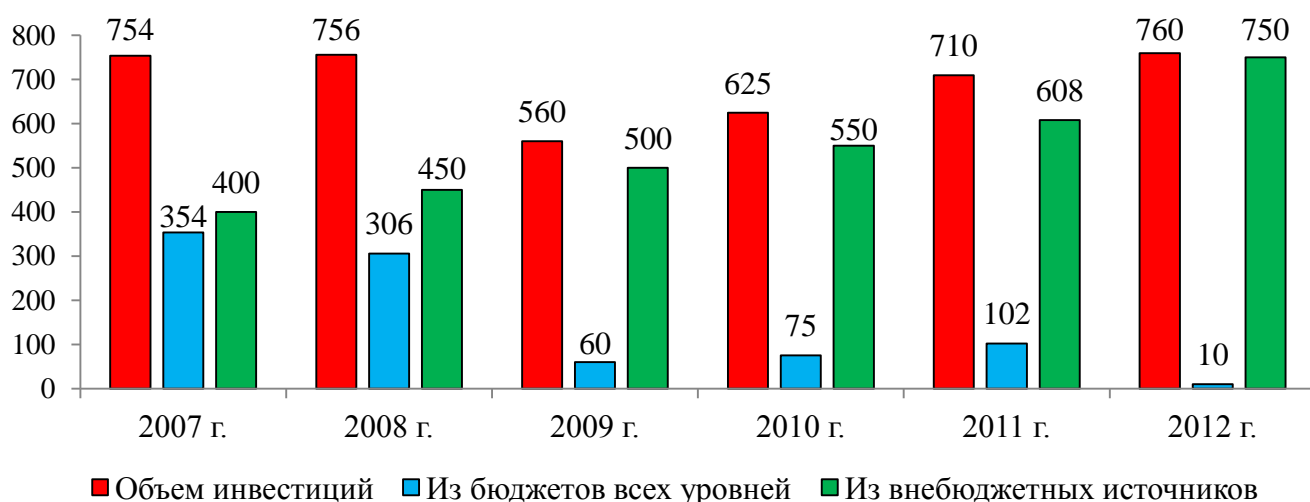


Рисунок 5 – Объем инвестиций в сферу туризма в Вологодской области, млн. руб.

Источник: Публичный доклад о результатах деятельности Департамента международных, межрегиональных связей и туризма области за 2012 г. / [Электронный ресурс]: Официальный портал Вологодской области – Режим доступа: vologda-oblast.ru/ru/government/executive_power/index.php?id_16=101.

В-шестых, *существенен вклад туризма в решение проблем занятости, создание новых рабочих мест.* Поскольку большинство организаций данной сферы являются небольшими (относительно промышленных предприятий), а их стартовые издержки достаточно низки, то и создание рабочих мест обходится дешевле. Причем участие туризма в решении проблемы обеспечения занятости является важным не только в количественном, но и структурном отношении, так как предусматривает охват территорий, испытывающих проблемы с вовлечением населения в традиционную хозяйственную деятельность¹.

¹ Стратегия развития туризма в Вологодской области [Текст] / В.А. Ильин, Ю.Н. Плеханов, Т.В. Ускова, С.А. Селякова, Л.В. Дубиничева, К.В. Марков, Е.Н. Богачева. - Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2009. - 187 с.

В Вологодской области зарегистрировано 147 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туристскую деятельность. Средняя численность работников, занятых в сфере туризма и сопутствующих отраслях, в 2012 г. составила 18 тыс. человек. Кроме того, в этом же году было создано 268 новых рабочих мест². Вместе с тем в течение последних лет численность работников имела тенденцию к снижению. Так, если в 2007 году она составляла 4562 человек, то в 2012 году их количество сократилось почти на 8% (4225 чел., *рис. 6*).



Рисунок 6 – Среднесписочная численность работников предприятий, участвующих в обслуживании туристов, чел.

Источники: Туризм в Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2012 г. – С. 78-83. Публичный доклад о результатах деятельности Департамента международных, межрегиональных связей и туризма области за 2012 г. / [Электронный ресурс]: Официальный портал Вологодской области – Режим доступа: vologda-oblast.ru/ru/government/executive_power/index.php?id_16=101.

Такое снижение связано преимущественно с уменьшением численности работников коллективных средств размещения (КСР) при довольно стабильном количестве персонала туристических фирм и предприятий народно-хозяйственного промысла (*табл. 2*).

² Проект постановления Правительства области «Об утверждении государственной программы «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 – 2018 годы», опубликован 24.05.2013 г. [Электронный ресурс]: Официальный портал Правительства Вологодской области. Режим доступа: http://vologda-oblast.ru/ru/documents/database/?id_15=15456.

Одной из особенностей функционирования коллективных средств размещения является сезонность. Для работы в весенне-летний период дополнительно привлекается 400 – 600 чел.

Таблица 2 – Численность работников в организациях КСР, чел.

Виды коллективных средств размещения	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. к 2007 г., %
Гостиницы и аналогичные средства размещения	1066	1722	1079	908	764	848	79,55
Специализированные средства размещения, в том числе:	2181	2240	2095	1993	1933	1788	81,98
санаторно-курортные	1790	1653	1736	1677	1601	1460	81,56
туристские базы	25	20	28	16	69	55	в 2,2 раза

В-седьмых, динамичное увеличение туристического потока в регион положительно сказывается на развитии гостиничного сектора. В 2007 – 2012 гг. в Вологодской области наблюдается тенденция к росту числа коллективных средств размещения (рост на 9%), гостиниц – почти на 27%. Как следствие, произошел рост в 1,7 раза мест в гостиницах.

На начало 2012 года в области насчитывалось 112 коллективных средства размещения с общим фондом в 4585 номеров. Гостиничный комплекс представлен 84 гостиницами с номерным фондом 2119 номеров. Структура коллективных средств размещения представлена на рисунке 7.



Рисунок 7 – Структура коллективных средств размещения Вологодской области в 2012 г. Источник: Туризм в Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2012 г. – С. 17-21.

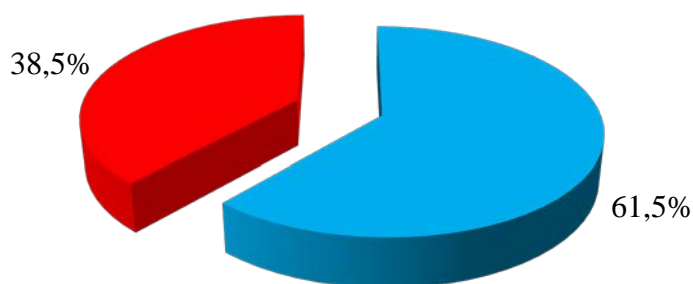
При этом в течение 2007 – 2012 гг. число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения увеличилось на 16%, в то время как во всех видах специализированных средств размещения сокращалось (табл. 3)

Таблица 3 – Показатели состояния коллективных средств размещения Вологодской области в 2007 – 2012 гг.

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 к 2007, %
Число коллективных средств размещения (КСР), ед.	103	116	107	129	123	112	108,7
Число мест в специализированных средствах размещения, ед., в том числе:	6363	5299	4993	4882	5079	4585	72,1
- санаторно-курортные	4214	3579	3832	3433	3467	3390	80,45
- организации отдыха	1792	1463	837	1257	1355	1130	63,06
- туристские базы	357	257	324	192	257	65	18,21
Число гостиниц, ед.	66	86	76	101	92	84	127,3
Число номеров гостиниц, ед.	1830	2523	2060	2718	2174	2119	115,7
Число мест в гостиницах, ед.	3141	4546	5924	6466	7329	5447	в 1,7 раза

Источник: Туризм в Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2013 г.

Анализ целей посещения туристами Вологодской области показывает, что в 2012 году 178 тыс. человек (61,5% от их общего числа) прибыли в регион в личных целях (отпуск, досуг, образование и профессиональная подготовка и т. п.), а 111 тыс. человек (38,5%) осуществляли деловые и профессиональные визиты (рис. 8).



- личный цели (отпуск, досуг, образование и профессиональная подготовка и т.п.)
- деловые и профессиональные визиты

Рисунок 8 – Структура турпотока, размещенного в коллективных средствах размещения по цели поездки, в % от общего числа проживающих

Однако, несмотря на ряд положительных тенденций, развитие сферы туризма сдерживается нерешенностью следующих вопросов.

1. Недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры. В первую очередь, это несоответствие мировым стандартам коллективных средств размещения и недостаток мест в них. В ряде районов области (Сямженский и Междуреченский) средства размещения отсутствуют. Это, безусловно, ограничивает возможности по привлечению туристов и развитию туристской отрасли.

Большинство коллективных средств размещения не имеют категории и «звездности» (в настоящее время работают две 3-звездочные гостиницы и одна 4-звездочная), не все объекты размещения сертифицированы. Многие из них нуждаются в модернизации.

Относительно невысокая доля номеров повышенной комфортности свидетельствует о том, что местные коллективные средства размещения пока не отвечают мировым стандартам обслуживания туристов.

А при проведении в Вологде и Череповце таких масштабных мероприятий событийного туризма (напр., выставки «Российский лес», «Русский лен», «Ворота Севера», фестиваль «Голоса истории», спортивные мероприятия, и т.п.) ощущается проблема дефицита номерного фонда.

Несмотря на некоторое обновление энергетической инфраструктуры и инфраструктуры гостиничного и ресторанного сектора, уровень износа по-прежнему остается довольно высоким (в 2012 году – 41,8% и 40,3%, соответственно). Отмечается нарастание изношенности транспортной и коммуникационной инфраструктуры в регионе (за период 2007 – 2012 гг. уровень износа транспортной инфраструктуры увеличился на 5,7 п. п., а коммуникационной на 4,6 п. п.) (*табл. 4*).

Вместе с тем текущего объема инвестиций недостаточно для развития и модернизации туристской инфраструктуры, так как это низкодоходная, капиталоемкая сфера, особо чувствительная к рискам. Существует острая необходимость привлечения инвестиций на развитие региональной

инфраструктуры туризма. Для этого необходим многоуровневый, системный подход к решению этой задачи, который можно реализовать только при активном взаимодействии всех уровней государственной власти РФ и частного бизнеса.

Таблица 4 – Степень износа основных фондов (на конец года), %

Отрасли	2007 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. к 2007 г., п.п.
Гостиницы и рестораны	45,1	41,6	43,6	40,7	40,3	- 4,8
Транспорт и связь	48,2	47,6	49,3	48,2	53,9	5,7
Оптовая и розничная торговля	26,5	30,6	33,6	27,9	31,1	4,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	45,6	38,7	40,0	41,0	41,8	-3,8
Источник: Основные фонды организаций Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2013 г.						

2. *Не отвечает современным мировым стандартам обслуживания туристов и система общественного питания.* Только в Вологде и Череповце имеются рестораны и другие пункты питания, близкие к современным стандартам туристского обслуживания. Лишь относительно небольшое количество предприятий данной сферы могут принимать группы туристов, обеспечивая при этом и соответствующее качество предоставляемых услуг, и приемлемую цену.

3. *Недостаточный уровень развития инфраструктуры придорожного сервиса* – отсутствие комплексных мест отдыха (в т. ч. точки питания), стоянок для автомобилей и автобусов, игровых площадок для детей, небольших магазинов сувенирной продукции, надлежащего обслуживания, несоблюдение санитарно-гигиенических требований и многое другое.

4. *Недостаточный уровень развития индустрии развлечений.* Наибольшее число зрелищно-развлекательных объектов сосредоточено в Вологде и Череповце. В регионе проходит достаточно много различных мероприятий в области спорта и отдыха. Но большинство из них не представляют интереса для туристов из-за низкой культуры организации. Имеет место высокий уровень морального и физического износа сооружений (в т. ч. спортивных).

Желание туриста посетить объекты туризма даже в самых отдаленных уголках области зависит от того, насколько приятной и комфортабельной окажется поездка до места назначения. Однако *неразвитая транспортная инфраструктура и ограниченная транспортная доступность* затрудняют реализацию турпродуктов в отдаленных туристских объектах (например, в Великом Устюге, Белозерске и др).

5. *Несоответствие уровня подготовки и профессионализма кадров, обслуживающих туристов, современным требованиям.* Туристская отрасль характеризуется значительным количеством предпринимательских структур с небольшой численностью работников (5 – 8). Такие предприятия не стремятся тратить средства на подготовку специалистов. А недостаток практических и теоретических знаний, низкий уровень подготовленности кадров, задействованных в сфере туризма, негативно отражаются на туристском потоке.

6. *Отсутствие связи между туристскими дестинациями,* и как следствие, невозможность формирования комбинированных турпакетов, рассчитанных на длительный отдых. Из-за больших расстояний туристы просто физически не в состоянии посетить несколько мест. Это свидетельствует о необходимости формировать единый региональный туристский кластер, который позволит устанавливать сотрудничество между районами области и создавать комбинированные туры.

7. *Низкое качество и однообразие турпродукта.* Большинство турфирм предлагают однотипные туры, различающиеся только объектами показа. Довольно трудно найти занятия для всей семьи или альтернативные возможности досуга в случае изменения погодных условий и других обстоятельств.

8. *Отсутствие четкого позиционирования туробъектов области.* И как следствие, недостаток информации для потенциальных туристов об уникальности туробъектов, о благоприятной экологической обстановке, о возможностях отдыха в регионе и т. п.

В связи с увеличением значения туризма в российской экономике возрастает необходимость научного осмысления и обоснования процессов, происходящих в туристской сфере. Все острее встает вопрос о *создании четкой системы подготовки туристских кадров международного уровня, системы непрерывного профессионального туристского образования.*

Кроме того, на территории области доминируют точечные турпродукты, что ограничивает реализацию туристского потенциала многих муниципалитетов. Одной из главных причин пространственных диспропорций в развитии региональной туристско-рекреационной системы, включающей природные, культурно-инфраструктурные и туристские комплексы, является тот факт, что территория области характеризуется дифференциацией по степени обеспеченности ресурсами, определяющими осуществление тех или иных видов деятельности.

Как свидетельствует опыт зарубежных стран и передовых российских регионов, решить имеющиеся проблемы, обеспечить устойчивое развитие туризма и увеличение его вклада в региональную экономику возможно путем создания туристского кластера. Туристский кластер – совокупность размещенных предприятий и организаций туристского сектора (участников кластера), которая характеризуется наличием объединяющей участников кластера экономическими интересами в одном или нескольких ключевых видах экономической деятельности; механизма координации деятельности и кооперации участников кластера; синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации.

Формирование туристского кластера Вологодской области позволит снизить степень влияния территориальных диспропорций и будет способствовать еще более динамичному развитию индустрии туризма.

2.2. Предпосылки формирования туристского кластера Вологодской области

Анализ туристской отрасли Вологодской области на предмет создания кластера позволяет заключить, что в регионе сложились определенные предпосылки, которые делают необходимым его формирование.

1. Развитая нормативно-правовая база.

На федеральном уровне в целях развития туризма распоряжением Правительства РФ от 27.12.2012 г. № 2567-р утверждена государственная программа РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы. В качестве инструмента ее реализации также принята федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011 – 2018 годы)».

Развитие сферы туризма является одним из приоритетных направлений Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 г.³

В целях рационального использования потенциала города Вологды, как туристского центра, для обеспечения конкурентоспособности разработана и утверждена «Стратегия развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» на период до 2020 года «Вологда – культурная столица Русского Севера».

Создание привлекательного туристского имиджа г. Череповца является одной из задач, поставленных в Стратегии развития города до 2022 года «Череповец – город возможностей».

Кроме того, подписано соглашение между Федеральным агентством по туризму и Правительством области о реализации мероприятий целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» с началом реализации в 2013 – 2014 годах. Из средств федерального бюджета запланировано выделить 170 млн. руб.

³ Стратегия социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 года, одобренная Постановлением Правительства области от 28 июня 2010 г. № 739.

(в 2013 г. – 100 млн. руб., в 2014 г. – 70 млн. руб.) на создание комплекса обеспечивающей инфраструктуры туристских кластеров в Вологодской области, в том числе: системы электроснабжения, связи, теплоснабжения, газоснабжения, водоснабжения, водоотведения, транспортной инфраструктуры.

Для реализации кластерного подхода в сфере туризма разработана государственная программа «Развитие туристского кластера Вологодской области» на 2014 - 2018 годы с общим объемом финансирования за счет средств областного бюджета – 345 млн. рублей.

2. Наличие потенциала для развития туризма:

а) выгодные природно-географические условия.

Вологодский край географически широко (протяженность с севера на юг – 385 км, с запада на восток – 650 км) и экономически выгодно расположен на севере Европейской части России, между 58° и 62° северной широты, на путях из Москвы в Архангельск и из Санкт-Петербурга на Урал и в Сибирь. Богатства Вологодской области, с ее уникальным северным ландшафтом, лесами, озерами и реками имеют огромное значение для лечебно-оздоровительного, приключенческого и спортивного туризма. Климатические условия региона позволяют в зимнее время заниматься лыжным спортом. Леса, занимающие около 2/3 общей площади области, богаты промысловыми видами животных.

Речная сеть области насчитывает около 20 тыс. рек и ручьев. Наиболее крупные реки области – Сухона, Юг, Молога, Кубена. В области насчитывается 5,3 тыс. озер. Наиболее крупные из них: Онежское, Белое, Кубенское, Воже. Кроме того, на территории региона расположены Рыбинское и Шекснинское водохранилища. В общей сложности поверхностными водными объектами занято 6603 кв. км или 4,6% территории области. Крупные озера и реки, водохранилища используются для судоходства, рыболовства, для снабжения водой предприятий и

населения. Область также богата пресными подземными водами, основная часть которых сосредоточена в западных районах.

Наиболее благоприятные условия в области для организации любительского лова рыбы сложились в Вытегорском, Белозерском, Череповецком, Вашкинском, Вологодском, Вожегодском, Кирилловском районах. Весь промысловый запас рыб в водоемах оценивается в 3,3 – 3,7 тыс. т, в то время как фактический вылов составляет 1,7 – 1,8 тыс. т (48% возможного).

б) культурно-исторические предпосылки.

Вологодская область насчитывает огромное количество памятников русской истории и культуры (777 единиц, в том числе 218 – федерального значения). Это уникальные архитектурные комплексы – монастыри, объекты культового и гражданского зодчества, градостроительного и инженерного искусства. Это и древние волоковые пути, исторические села, мемориальные знаки, места, связанные с жизнью и деятельностью людей, оставивших памятный след в отечественной истории и культуре. К основным зонам и центрам размещения историко-культурных памятников Вологодской области можно отнести г. Вологду, Кирилло-Белозерскую зону, Великоустюгскую и Тотемско-Верховажскую зоны, зоны городов Устюжны и Вытегры.

Вологодская область обладает высокой долей культурно-познавательного туризма. Связано это, прежде всего, с наличием на территории региона большого числа объектов историко-культурного наследия. Доля культурно-познавательного туризма в 2010 году составила 63%, при этом в сравнении с 2007 годом доля данного вида туризма уменьшилась на 11 п. п. На втором и третьем местах – деловой и лечебно-оздоровительный виды туризма (19 и 13% соответственно). Таким образом, в регионе отмечается тенденция снижения посещений с культурно-познавательными целями и увеличение посещений со служебными целями и с целью отдыха в сельской местности (*рис. 9*).

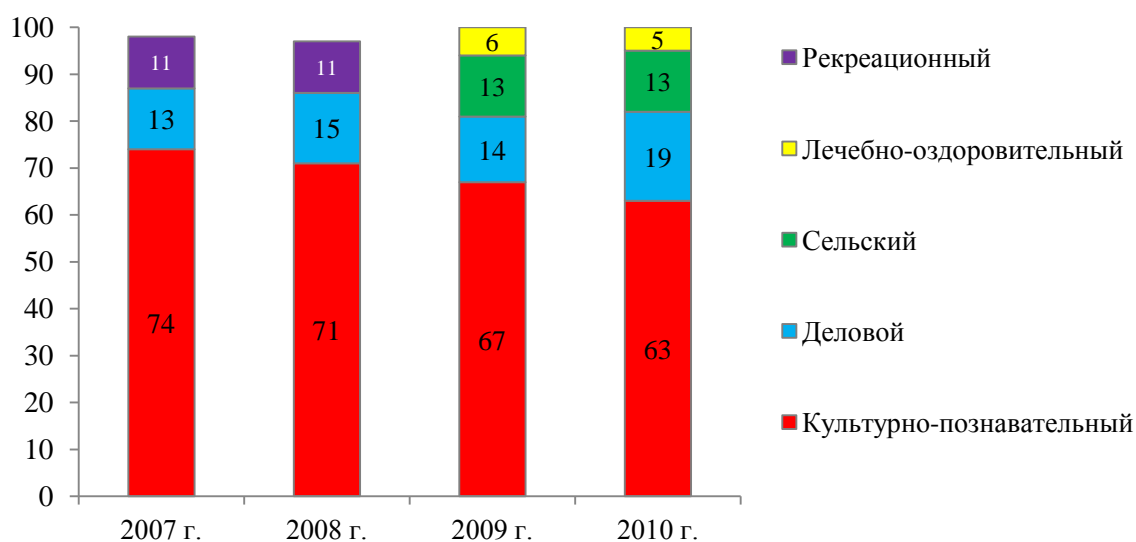


Рисунок 9 – Доли отдельных видов туризма в общем туристском потоке Вологодской области в период с 2007 – 2010 гг.

Источник: Турбарометр Северо-Запада. Факты и тенденции развития туристического рынка на Северо-Западе России в 2009-2010 гг. – Санкт-Петербург, апрель 2010.

При этом резервы дальнейшего увеличения туристического потока в регион весьма существенны. По предварительной оценке научно-проектного института пространственного планирования «ЭНКО» (г. Санкт-Петербург), потенциальная туристская емкость территории Вологодской области составляет более 3,5 млн. посетителей. Таким образом, в настоящее время имеющийся потенциал используется только на 55%⁴.

в) наличие народно-художественных промыслов (НХП).

В Вологодской области в настоящее время функционируют 10 промышленных предприятий, производящих изделия НХП, в том числе 7 организаций, имеющих статус предприятия народных художественных промыслов. Наибольшей известностью пользуются вологодское кружево (ЗАО «Вологодская кружевная фирма «Снежинка») и великоустюгская чернь по серебру (ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь»). Также на территории региона развивается узорное ткачество и вязание, художественная обработка и резьба по дереву, перегородчатые и усольские эмали, шемогодская резьба по бересте, просечное железо, «домшинская береста» (Шекснинский район) и др. Объем продукции, производимой

⁴ Сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>.

предприятиями народных художественных промыслов, в 2012 г. составил 366 млн. руб. (рис. 10).

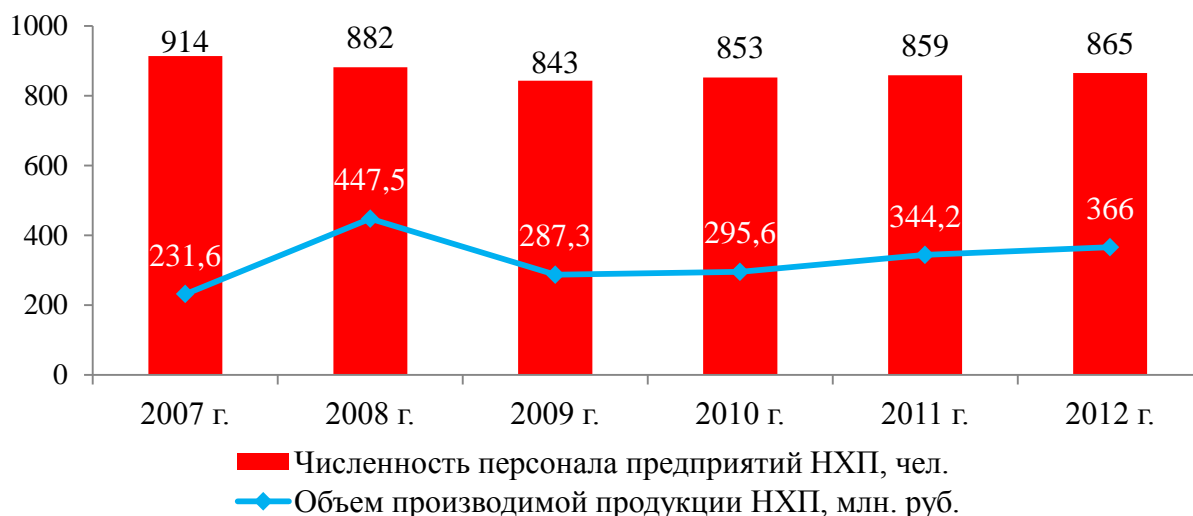


Рисунок 10 – Ключевые показатели деятельности предприятий народно-художественного промысла

Источник: Публичный доклад о результатах деятельности Департамента международных, межрегиональных связей и туризма области за 2012 г. / [Электронный ресурс]: Официальный портал Вологодской области – Режим доступа: vologda-oblast.ru/ru/government/executive_power/index.php?id_16=101.

Развитие регионального туристического бренда тесно взаимосвязано с сохранением и развитием предприятий народных художественных промыслов.

В 2 городах и 22 районах области развиваются туристские бренды. Самые востребованные у туристов, это: Великий Устюг – родина Деда Мороза, Кириллов – святая земля Руси, Липин Бор – царство Золотой рыбки, Сизьма – самобытный уголок Вологодчины, Медовая Тарнога. Один из самых успешных и «молодых» российских региональных брендов – «Великий Устюг – родина Деда Мороза». Проект признан победителем конкурса лучших туристских брендов России «Gold Brand» в номинации Gold Land (Золотая территория) на 12-ой Московской международной ярмарке путешествий «Отдых из первых рук» (г. Москва).

г) наличие на территории региона экологически чистых природных зон.

В пределах Вологодской области находятся два памятника природы, носящие статус государственных. Это часть Дарвинского государственного

заповедника в Череповецком районе (площадь в пределах Вологодской области – 45,1 тыс. га) и национальный парк «Русский Север» в Кирилловском районе (площадью 166,4 млн. га). Кроме того, организовано 77 государственных природных заказников. Под охрану взяты и интересные объекты природы, которые представляют научно-исследовательскую, эстетическую и культурную ценность (старинные парки, рощи и боры, фонтанирующие источники и т.д.).

д. Реализация в регионе крупных проектов, таких как «Великий Устюг – родина Деда Мороза», а также наличие брендов, известных на международном уровне («Вологодское масло», «Вологодское кружево», «Вологодский лен», «Настоящий Вологодский продукт», и др.).

3. Высокий научно-образовательный потенциал.

В Вологодской области подготовку специалистов по направлениям «Туризм» и «Гостиничный сервис», главным образом, осуществляют 5 высших учебных заведений (ФГБОУ ВПО «ВоГУ», ФГБОУ ВПО «ЧГУ», филиал ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» в г. Вологде, НОУ ВПО Вологодский институт бизнеса, филиал Международной академии бизнеса и новых технологий в г. Вологде).

Кроме того, в регионе 8 учебных заведений среднего специального образования готовят профессиональные кадры для работы в сфере туризма (филиал Петровского колледжа в г. Вологде, Великоустюгский педагогический колледж, Вологодское областное училище культуры, и др.).

В 5 высших учебных заведениях области по направлениям сферы туризма обучаются более 700 студентов, в 8 учебных заведениях среднего звена (по специальности «Туризм» и «Гостиничный сервис» – более 150 студентов. Ежегодный выпуск составляет около 100 выпускников, но не все они находят работу по специальности.

4. Наличие инфраструктуры.

Инфраструктура туризма Вологодской области представлена объектами транспортной, информационно-коммуникационной, коммунальной инфраструктур, а также объектами экологической очистки, компаниями туроператорами и турагентами, средствами коллективного размещения, инфраструктурой отдыха и развлечений, предприятиями общественного питания, торговли и обеспечения безопасности. В то же время имеющаяся инфраструктура характеризуется наличием ряда проблем (см. п. 5).

5. *Растущий интерес к российским регионам как со стороны иностранных туристов, так и россиян.*

В регионах СЗФО, обладающих уникальным сочетанием благоприятных природно-климатических условий и крупнейших объектов культурного наследия, туризм получил особое развитие. Рынок туристской индустрии округа является вторым по доле прибытий иностранных туристов из стран вне СНГ, уступая лишь Центральному региону (включая Москву).

Общие объемы въездного туристского потока в СЗФО в 2011 г. оценивались более чем в 11,5 млн. человек (табл. 5). Около 80% всего въездного потока в СЗФО пришлось на долю Санкт-Петербурга, Ленинградской и Вологодской областей.

Таблица 5 – Объем въездных туристских потоков в СЗФО по регионам, тыс. чел.

Регионы СЗФО	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2011 г.	2011 к 2006 г., в %
Санкт-Петербург	4485,0	4600,0	4800,0	5500,0	122,6
Ленинградская область	1600,0	1700,0	1785,0	1875,0	117,2
Вологодская область	1100,0	1164,0	1332,0	1800,0	163,6
Калининградская область	356,0	430,0	516,0	500,0	140,4
Республика Карелия	405,1	450,6	500,0	490,0	121,0
Псковская область	234,4	273,8	276,0	376,0	160,4
Архангельская область	230,0	245,0	250,0	325,0	141,3
Мурманская область	26,7	33,5	42,0	312,0	1168,5
Новгородская область	238,4	254,8	266,4	308,0	129,2
Республика Коми	20,0	26,6	33,0	36,0*	180,0
Всего	8710,6	9193,3	9738,4	11522	132,3

Источники: данные Российского союза туристической индустрии. – Режим доступа: www.nwrussia.ru;
ТурэкспертСервис Северо-запад. – Режим доступа: www.rata.spb.ru
*по Республике Коми представлены данные за 2009 г.

Вологодская область по этому показателю занимала в 2011 г. третье место среди регионов Северо-Западного федерального округа. Благоприятная экологическая обстановка, провинциальная атмосфера делают регион привлекательным с точки зрения отдыха для жителей мегаполисов, и в первую очередь, Москвы и Санкт-Петербурга.

Вологодская область стала весьма заметна и на туристской карте России. По данным рейтингового агентства «Эксперт-РА», в 2013 г. по туристскому потенциалу регион занимает 24 место в России (табл. 6), по посещаемости музеев – 2-е место.

Туризм вносит весомый вклад в экономику области. В структуре валового регионального продукта его доля составляет более 3%.

Таблица 6 – Рейтинг субъектов РФ по туристскому потенциалу*

Субъекты РФ	Место
Краснодарский край	1
Санкт-Петербург	2
Москва	3
Московская область	4
Свердловская область	5
Республика Татарстан	6
Ставропольский край	7
Республика Башкортостан	8
Красноярский край	9
Республика Карелия	10
Вологодская область	24
Источник: данные рейтингового агентства «Эксперт-РА».	
*Первые 10 субъектов рейтинга и положение Вологодской области	

Обобщенные результаты оценки сферы туризма Вологодской области, а также предпосылок формирования туристского кластера представлены в виде матрицы SWOT – анализа (табл.7).

Таблица 7 – SWOT-анализ формирования туристского кластера Вологодской области

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – наличие уникальных памятников истории и культуры (ряд городов являются музеями под открытым небом (Белозерск, Устюжна, Великий Устюг)); – выгодное экономико-географическое положение (территориальная близость к Москве и Санкт-Петербургу); – высокая транспортная доступность; – наличие культурно-исторического наследия (разнообразие народной культуры, фольклорно-исторических традиций); – наличие исконно вологодских народных промыслов (вологодское кружево, северная чернь, шемогодская резьба по бересте т. д.); – наличие качественной продовольственной продукции (молоко и молочные продукты, масло, мясо), в т. ч. брендовой (вологодское масло); – развитая нормативно-правовая база; – полный спектр предлагаемых туристских продуктов, возможных на территории региона; – наличие на территории региона экологически чистых природным зон; – наличие желания и возможностей у бизнеса заниматься различными видами деятельности, связанными с туризмом; – опыт проведения в регионе ярмарок, выставок, фестивалей; – наличие на территории области известного на международном уровне бренда (Дед Мороз); – высокий научно-образовательный потенциал. 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточный уровень квалификации кадров в сфере туризма; – нехватка гостиничных номеров при проведении массовых мероприятий, выставок т. п.; – недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры для привлечения иностранных туристов; – недостаточное развитие объектов индустрии развлечений; – недостаточный уровень развития инфраструктуры придорожного сервиса; – неудовлетворительное состояние дорожной сети (недостаток дорог с твердым покрытием); – отсутствие четкого позиционирования туробъектов области, недостаточное рекламно-информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках; – низкий уровень благоустройства исторического ядра области и мест отдыха.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – повышение производительности входящих в кластер фирм и отраслей; – увеличение инновационного потенциала, создание новых инновационных бизнес-проектов; – включение туристских объектов Вологодской области в каталоги туристических агентств других регионов; – получение федеральной поддержки на реализацию инвестиционных проектов в рамках туристского кластера; – увеличение объемов продаж брендовой и сувенирной продукции регион; – разработка новых туристских маршрутов и 	<ul style="list-style-type: none"> – потеря туристического рынка из-за низкого уровня туристского сервиса; – конкуренция со стороны других туристических центров России, а также ближнего и дальнего зарубежья; – разрушение памятников истории и культуры вследствие недостаточности мер по их сохранению; – отставание в подготовке управленческих, научных кадров и менеджеров к работе в новых экономических условиях; – потеря туристского рынка из-за низкого уровня туристского сервиса;

Возможности	Угрозы
туристских проектов, в том числе всесезонных; – расширение спектра предлагаемых услуг, улучшение качества обслуживания и безопасности туристов.	– недостаток собственных финансовых средств и инвестиционных ресурсов; – низкое качество и однообразие турпродукта.

Результаты SWOT – анализа являются основой для определения стратегических направлений развития туристского кластера Вологодской области.

Кроме того, проведенный опрос муниципалитетов подтверждает целесообразность формирования на территории Вологодской области туристского кластера. Так на вопрос «Входит ли туризм в перечень приоритетных направлений развития вашего муниципалитета» 75% респондентов ответили утвердительно и 21% планируют включить в перечень приоритетных проектов развитие сферы туризма в ближайшей перспективе (рис. 11). Вместе с тем, 86% опрошенных утвердительно ответили на вопрос «Считаете ли вы необходимым формирование в регионе туристского кластера» (рис. 12).

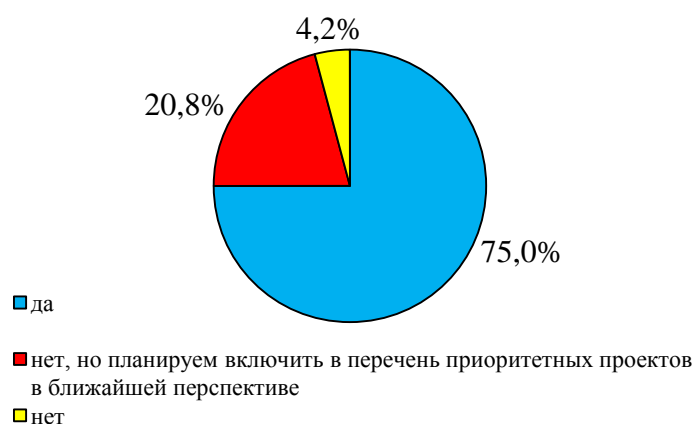


Рисунок 11 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Входит ли туризм в перечень приоритетных направлений развития вашего муниципалитета»

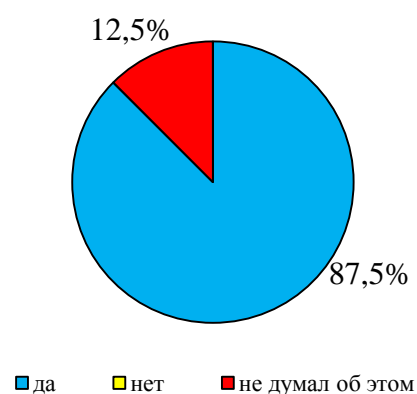


Рисунок 12 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли вы необходимым формирование в регионе туристского кластера»

Перечисленные предпосылки образования туристского кластера на территории Вологодской области указывают на целесообразность и необходимость организации его деятельности. Формирование туристского

кластера повлечет за собой создание современного конкурентоспособного туристского рынка на территории региона. В конечном счете это позволит улучшить экономическую ситуацию в регионе, повысить уровень жизни населения, что положительно скажется на социально-экономическом развитии области.

3. Цели и задачи туристского кластера

Важнейшим условием формирования современного высокоэффективного туристского комплекса и повышения вклада туризма в экономику региона является реализация пространственного аспекта инвестиционной политики в сфере туризма, позволяющего полноценно использовать туристско-рекреационный потенциал территорий.

Территориальный туристический кластер – это совокупность территориально локализованных туристических ресурсов, а также организаций различного профиля, взаимодействующих, конкурирующих и взаимодополняющих друг друга в сфере создания и реализации туристского продукта в определенных географических границах и использующих принципы частно-государственного партнёрства.

Миссия кластера – создание образа региона как центра туризма Северо-Западного федерального округа, формирование точки роста экономики региона.

Цель создания туристского кластера – формирование комплексного туристического продукта международного уровня и предоставления потребителям услуг внутреннего и въездного туризма и отдыха на основе организации территориально локализованных взаимосвязанных организаций и учреждений бизнеса, органов власти, науки, образования.

Задачи:

1. Формирование современного конкурентоспособного туристского рынка.
2. Модернизация и развитие туристской инфраструктуры.
3. Привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов.
4. Интеграция территории в систему российского и мирового туристского рынка и развитие международного сотрудничества в этой области.

5. Создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма.

6. Улучшение инвестиционного и предпринимательского климата в регионе.

7. Расширение налогооблагаемой базы бюджетов различных уровней.

8. Рост благосостояния населения.

Основными *критериями выделения и факторами развития* кластера являются:

1. Концентрация участников на ограниченной территории.

2. Конкуренция в ядре и периферии кластера, которая усиливается географической близостью и активизирует развитие его участников.

3. Комплексность – наличие на данной территории предприятий различного профиля деятельности (конкурирующих и взаимодействующих между собой).

4. Кооперация на горизонтальных уровнях и по вертикали цепочки создания стоимости. Объединение усилий в одних плоскостях позволяет успешно конкурировать в других. Наличие ГЧП.

5. Креативность – есть компании лидеры и отдельные личности, обеспечивающие генерацию идей и их воплощение.

6. Координация деятельности участников как на основе самоорганизации, так и при содействии управляющей компании или якорного предприятия кластера.

7. Количество (критическая масса) предприятий кластера, обеспечивающих развитие и эффект масштаба.

8. Конкурентоспособность – внутренняя и внешняя, определяемая комплексом ресурсных факторов (природных, культурных, исторических, событийных, транспортных) и концентрацией туристских компаний.

4. Организационное обеспечение туристского кластера

4.1. Схема туристского кластера

Туристский кластер Вологодской области представляет собой сосредоточение и взаимодействие предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и реализацией туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. Структура туристского кластера Вологодской области представлена на *рисунке 13*.

Центр кластерной структуры – *туристские объекты* (ядро). Именно им принадлежит решающая роль в развитии туризма, так как они в большей степени являются главным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках.

Сущность туристских объектов заключается в том, что они выступают основой для формирования туристского продукта, и, соответственно, планирования и развития туризма. Определение видов, специфики объектов определяет спрос на туристские продукты и опосредованно – на формирование и поддержание всей туристской инфраструктуры. Идентификация туристских объектов дает возможность для определения необходимых элементов кластера. При этом уникальность туристских объектов, местные традиции и культура отдыха оказывают влияние на выбор специфики туристского кластера, на процесс его формирования и определения основных туристских продуктов.

Основу для развития туризма в Вологодской области составляют объекты историко-культурного и природного наследия: на территории региона на сегодняшний день насчитывается 777 памятников истории и культуры, из них 218 объектов федерального значения. В регионе функционируют музеи, театры, картинные галереи. Ежегодно проходят событийные мероприятия межрегионального и международного масштаба, которые являются площадкой деятельности туристских организаций.

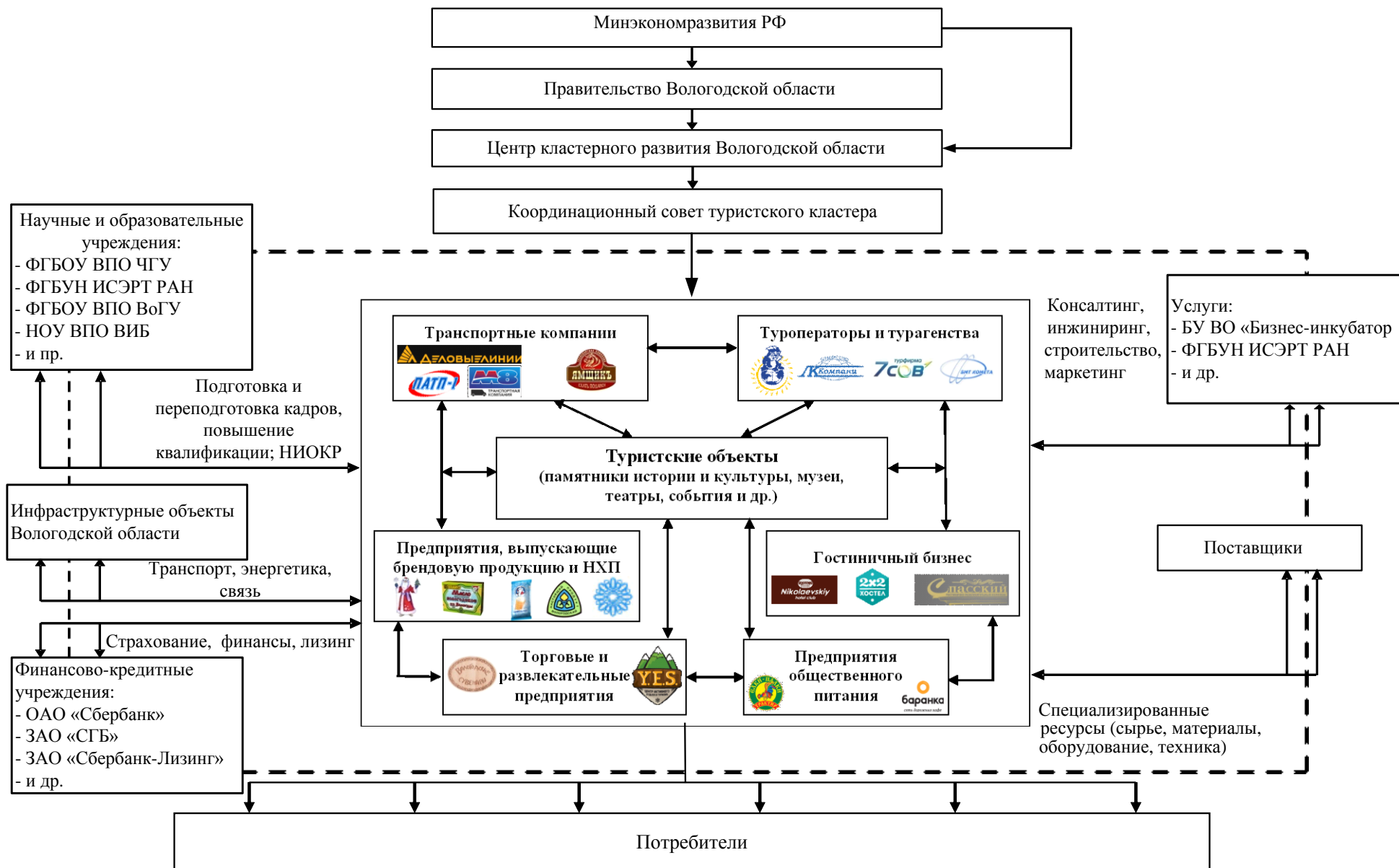


Рисунок 13 – Структура туристского кластера Вологодской области

Главным звеном, входящим в состав кластера и продвигающим туристские объекты на внутреннем и внешнем рынках, являются *туроператоры и турагенства*, к основным задачам которых относятся: создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, поддержание стандарта обслуживания. Концентрация усилий на создании многообразных туристских продуктов способна заинтересовать требовательного туриста (внутреннего или иностранного).

Во время путешествия турист потребляет разные услуги – общие, специфические туристские и сопутствующие. Поэтому важнейшее место в кластере занимают предприятия (бизнес), *предоставляющие специализированные туристские услуги* – размещение туристов (гостиничный бизнес), организация питания (предприятия общественного питания), досуг (торгово-развлекательные предприятия), торговля брендовой продукцией и товарами народных художественных промыслов (предприятия, выпускающие брендовую продукцию и НХП), транспорт (транспортные компании). Составляющие данного элемента отражают особенность туристского потребления и при этом вызывают производный мультипликативный эффект: необходимость для туриста в местах потребления туристского продукта наличия транспортных услуг, жилья, питания, системы гостеприимства в целом, создания необходимых условий для лечения, развлечений, образования, удовлетворения потребности в новых впечатлениях.

По согласованию в состав туристского кластера Вологодского области могут войти:

1. Туристические компании: ООО «Туристическое бюро «Сильвер», ООО «Александрия Тур», ООО «Палитра-тур», ОАО «Дед Мороз», ООО «ТурКлуб Пилигрим», ООО «Белка-тур», ООО «Акварели-Вологда», ООО «Мир путешествий», ООО «Мега-тур» и др.

2. Организации гостиничного бизнеса: отель «Николаевский», гостиница «Спасская», гостиница «Спутник», «2x2 Хостел», мини-отель «История», гостиница «Северные зори», отель «Ампаро», хостел «Graffiti» и др.

3. Предприятия, выпускающие брендовую продукцию: ФГУП «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА имени Н.В. Верещагина», ПК «Вологодский молочный комбинат», ЗАО «Вологодская кружевная фирма «Снежинка», ОАО «Вологодский текстиль», ЗАО «Северная чернь» и др.

4. Транспортные компании: МУ ПАТП №1, ООО «Кучер», ООО «Транспортная компания «М8», ООО «Ямщикъ» и др.

5. Предприятия общественного питания: народный ресторан «Огород», трактир «Елки-палки», сеть городских кафе «Авеню», «Бульвар», «Квартал», сеть придорожных кафе «Баранка», и др.

6. Торговые и развлекательные предприятия: магазин «Вологодские сувениры», база отдыха «Y.E.S. STRINEVO», база отдыха «Фристайл», ООО «Русские традиции» и др.

Среди предприятий – туроператоров, турагентств и организаций, предоставляющих специализированные услуги, выделяются *якорные компании*. Это ключевые предприятия туристского кластера, реализующие наибольшую долю туристских услуг. Якорными компаниями туристского кластера Вологодской области являются следующие организации (табл. 8).

Таблица 8 – Потенциальные якорные компании туристского кластера Вологодской области

№ п/п	Тип предприятия	Наименование
1.	Туроператоры и турагентства	ОАО «Дед Мороз», г. Великий Устюг
2.	Туроператоры и турагентства	Туристическая компания «Акварели-Вологда»
3.	Торговые и развлекательные предприятия	Магазин «Вологодские сувениры»
4.	Предприятия общественного питания	Сеть дорожных кафе «Баранка»

Суть деятельности *поддерживающих (обслуживающих) туризм отраслей* заключается в оказании предприятиям в сфере туризма и непосредственно туристам сопутствующих услуг. К ним относятся финансовые и медицинские услуги, инженерная (бытовая) инфраструктура,

обеспечение безопасности и т. д. Особо выделяются услуги по подготовке и переподготовке кадров индустрии туризма, повышению квалификации основного персонала, НИОКР. Данные предприятия и организации функционируют на рынке товаров и услуг вне зависимости от туризма, но их вовлечение в состав кластера создаст более привлекательные условия для развития и увеличения объемов оборота туристов.

Устойчивое развитие обслуживающих отраслей и их активное взаимодействие с участниками кластера – это залог успешного функционирования всего кластера.

Для обеспечения эффективного функционирования кластеров на территории региона создан *Центр кластерного развития Вологодской области* (ЦКР), который содействует принятию решений и координации проектов, обеспечивающих развитие кластеров, в том числе инновационных, и кооперационное взаимодействие участников кластеров между собой.

В рамках своей деятельности ЦКР организует:

- проведение мониторинга состояния инновационного, научного и производственного потенциала туристского кластера;
- проведение информационных кампаний в средствах массовой информации по освещению деятельности кластеров и перспектив их развития, продвижению брендов кластеров;
- проведение исследований конъюнктуры туристского рынка;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, организация конференций, семинаров в сфере интересов участников кластеров;
- содействие выводу на рынок новых турпродуктов участников кластеров;
- содействие в развитии кооперации в рамках кластера;

– организация оказания маркетинговых и рекламных услуг участникам кластеров;

– привлечение консультантов и отраслевых экспертов для внедрения лучшего мирового опыта в реализации проектов в сфере туризма.

Основной задачей ЦКР является координация проектов, обеспечивающих развитие кластера, а также выстраивание взаимодействия между его основными участниками. Взаимодействие всех участников представлено на *рисунке 14*. Здесь ЦКР выступает в качестве связующего звена и организует взаимодействие первого круга участников: туристских объектов, туроператоров и турагентств, а также организаций туристской инфраструктуры.

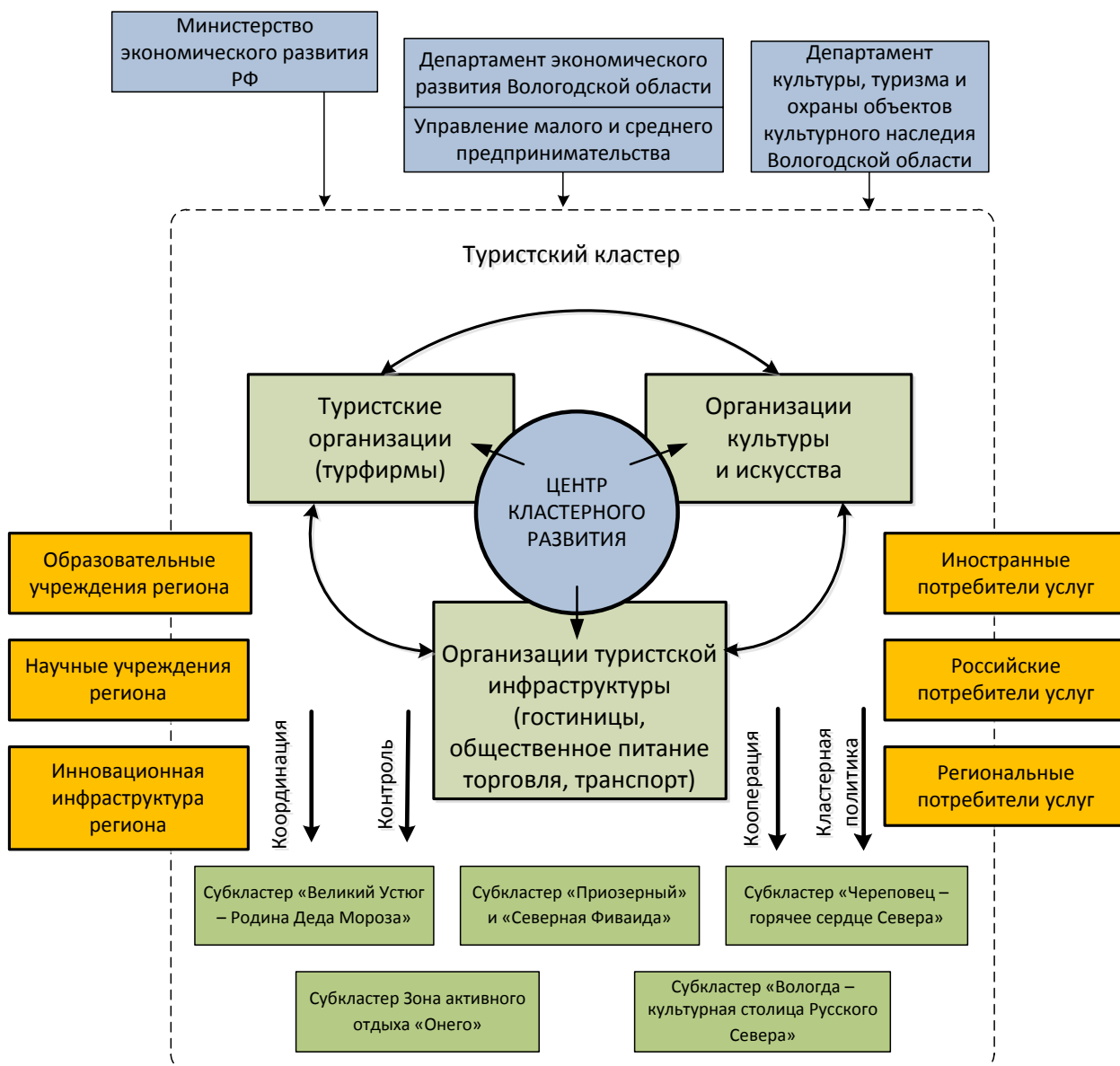


Рисунок 14 – Схема взаимодействия участников кластера

С целью создания условий для успешной реализации Стратегии развития туркластера формируется *Координационный совет* из лиц, заинтересованных в развитии туристической индустрии региона и функционирует в виде некоммерческого партнерства. В его состав входят представители Правительства региона, якорных компаний, относящихся к инфраструктуре туризма и сопутствующей инфраструктуре. Целью Координационного совета является создание условий для успешной реализации Стратегии развития туркластера. В рамках Совета решаются вопросы формирования условий для продвижения турпродукта региона, выхода на новые ниши рынка, налаживания долговременных связей с наиболее перспективными партнерами, максимизация прибыли, получение дополнительной маркетинговой информации, стимулирование наиболее перспективных направлений бизнеса.

4.2. Участники кластера и взаимосвязи между ними

Отношения внутри кластера строятся и развиваются на основе взаимовыгодного партнерства. Функционирование субъектов туристической отрасли в рамках кластера позволяет ускорять обмен информацией, что положительно сказывается на процессах прогнозирования социально-экономического развития региона. В процессе развития кластера экономические ресурсы начинают «притекать» к нему из изолированных отраслей, которые не всегда могут использовать их столь же продуктивно. Совместные проекты фирм, входящих в кластер, объединяют усилия бывших конкурентов и делают более вероятным появление новых подходов к повышению конкурентоспособности турпродукта и экономики. Внутри туристического кластера выстраиваются цепочки, взаимосвязи и каналы обмена информацией.

Участники туристического кластера функционируют на основе следующих принципов:

– территориальная концентрация;

- кооперация членов кластера на основе участия в цепочках создания добавленной стоимости;
- сочетание кооперации и конкуренции;
- инновационность;
- государственно-частное партнерство.

Географическая близость хозяйствующих единиц туристского кластера Вологодской области обеспечивает снижение транспортных и коммуникационных издержек, имеется возможность экономить на быстром экономическом взаимодействии, процессах обучения.

Туристский кластер имеет сложную структуру, он включает основные компании, производящие и реализующие турпродукты, вспомогательные (сопутствующие) производства, а также образовательные учреждения, научно-исследовательские организации. Члены кластера вступают в кооперацию между собой на основе участия в цепочках создания добавленной стоимости и системах накопления стоимости. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки создания добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку создания добавленной стоимости, так и внешние цепочки. Задача состоит в формировании полных цепочек создания добавленной стоимости за счет резидентных структур кластера и предотвращении утечки создаваемой добавленной стоимости из региона.

В туристском кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветанию региона. Все субъекты, входящие в кластер, преследуют определенные интересы (*табл. 9*).

Таблица 9 – Система интересов участников кластера

Участник туристского кластера	Интерес участника
Органы власти и управления региона	<ul style="list-style-type: none"> - рост налоговых поступлений в бюджетную систему (рост числа налогоплательщиков и налогооблагаемой базы); - появление новых форм взаимодействия с бизнесом на основе принципов государственно-частного партнерства; - появление реальных условий для диверсификации экономического роста в регионе; - социально-политическая значимость: туристский кластер как форма социальных обязательств перед населением; - способность реально эффективно управлять социально-экономическими процессами в туристской сфере региона;
Предпринимательский сектор	<ul style="list-style-type: none"> - появление новых хозяйствующих субъектов предпринимательского сектора; - рост конкурентных сил и деловой активности предпринимательского сектора;
«Третий» сектор	Рост удовлетворенного спроса потребностей социального маркетинга в туристской сфере региона
Сектор домохозяйств	Рост удовлетворенного спроса на туристские услуги населения в регионе и за его пределами
Все участники туристского кластера	Обеспечение синергетического эффекта, эффекта масштаба, стимулирование инноваций, инвестиций, роста социально-экономической эффективности турбизнеса, развития внешнеэкономической деятельности субъектов турбизнеса

Конкурентное соседство компаний, производящих одинаковые или сходные продукты, является движущей силой постоянных обновлений, направленных на рост производительности всех факторов производства и обеспечивает быстрое распространение новшеств.

Государство играет важную роль в процессе формирования туристского кластера и его развитии, особенно на начальном этапе, но делает это в тесном стратегическом альянсе с туристским бизнесом.

Принципы организации туристского кластера во многом способствуют его эффективной деятельности и развитию. Каждый субъект туристского кластера участвует в цепочке формирования качественного турпродукта.

Министерство экономического развития определяет основы кластерной политики РФ, реализация которой осуществляется Правительством Вологодской области. Центр кластерного развития контролирует и

координирует развитие туристского кластера, осуществляет взаимодействие с участниками кластера через Координационный совет.

Формирование турпродукта происходит на предприятиях непосредственно туристской сферы. В создании туров также принимают участие и предприятия, относящиеся к категории туристской инфраструктуры и сопутствующей инфраструктуры. Благодаря кооперации в рамках кластера предприятия получают определенный турпродукт, реализация которого приносит доход сразу нескольким предприятиям.

Участвовать в формировании туров может и Координационный совет. Эта организация помимо определения направлений развития туристского кластера, механизмов привлечения инвестиционных ресурсов, также принимает участие в формировании туров, маршрутов и продвижении турпродукта на рынки.

Наличие туристского объекта способствует формированию туристского маршрута, в обслуживании которого участвуют турагентства, транспортные компании, предприятия гостиничного бизнеса и общественного питания. Предприятия, выпускающие брендовую продукцию и народные художественные промыслы, реализуют свою продукцию туристам через торговые организации в местах прохождения турмаршрута. Развлекательные предприятия могут находиться рядом с туристскими объектами, либо становиться ими. Все организации взаимосвязаны и заинтересованы во взаимовыгодном сотрудничестве и реализации совместных проектов.

Предприятия отраслей, поддерживающих туризм, предоставляют весь спектр услуг, совокупность которых позволяет туристским организациям производить качественный турпродукт.

5. Производственная Стратегия развития кластера

5.1. Приоритетные инвестиционные проекты (субкластеры)

Осуществление концепции кластерной организации туризма должно происходить посредством формирования единой системы туристских дестинаций Вологодской области и связанных с ними полноценных туристских маршрутов, ориентированных на разные категории туристов, обеспечивающих полный комплекс услуг для туристов. При этом под туристской дестинацией понимается территория, на которой развитие туристской инфраструктуры является приоритетным по отношению к другим отраслям деятельности. На данной территории сосредоточены объекты показа, привлекающие туристов, и другие объекты и услуги. Это комплекс достопримечательностей, расположенный в отрыве от необходимой инфраструктуры. В туристской дестинации формируется определенный туристский продукт, т. е. туристское предложение, включающее такие элементы как: осмотр достопримечательностей, посещение музеев, театров, фестивалей, отдых (активный и просто прогулки), посещение сувенирных магазинов, художественных салонов и галерей, а также питание, размещение, транспорт, услуги гида и т. д. Прогрессивным является создание туристских продуктов, рассчитанных на различные сегменты рынка и, следовательно, туристские дестинации тоже должны носить тематический характер. Тип и функциональные особенности дестинации зависят, в первую очередь, от туристского потенциала – историко-культурного или природного.

С развитием сферы туризма в Вологодской области в регионе формируются основные точки роста – субкластеры. В настоящее время на территории базирования кластера можно выделить следующие субкластеры (рис. 15):

- г. Великий Устюг (проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза»);
- «Приозерный» (г. Белозерск) и «Северная Фиваида» (Кириловский район);

- «Вологда – культурная столица Русского Севера» (проект «Насон – город»);
- «Череповец – горячее сердце Севера»;
- зона активного туризма «Онега».



Рисунок 15 – Локализация субкластеров, входящих в туристский кластер

Развитие данных туристско-рекреационных зон будет способствовать эффективному развитию туристского кластера Вологодской области. Реализация такого подхода позволит аккумулировать необходимые ресурсы в границах дестинаций, а также сократить расходы на создание туристской инфраструктуры.

1. Субкластер «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

Полноценная туристская зона формировалась начиная с 1998 г. и включает исторический город Великий Устюг и его ближайшие окрестности. Проект является одним из крупнейших по созданию на территории Вологодской области известного на международном уровне бренда.

Туристский проект разрабатывался для круглогодичного использования, в этом его основное преимущество перед сезонностью использования туристско-рекреационной инфраструктуры в других районах Вологодской области и на Северо-Западе России в целом.

Основные объекты, привлекательные для посещения и имеющие устойчивый спрос в туристской зоне, следующие.

Вотчина Деда Мороза – отдельная композиционная группа туристских объектов, выполненная в едином архитектурном стиле, предназначенная для комплексного обслуживания туристов в ходе реализации туристского проекта Великий Устюг – «Родина Деда Мороза». Располагается вне основной застройки города на берегу Сухоны в сосновом бору.

На территории исторического города Великий Устюг располагаются многочисленные памятники архитектуры и их ансамбли – Соборное Дворище, церковь Вознесения на торгу, Михайло-Архангельский монастырь, дом Шилова и др.

Вне основной застройки Великого Устюга располагаются ансамбли – Дымковская слобода и Троице-Гледенский монастырь.

Кроме того, отдельно стоит выделить богатейшие традиции декоративно-прикладных народных промыслов и ремесел, распространенные в городе – чернение по серебру, финифть, резьба по бересте, чеканка и шитье, льноткачество.

Привлекательность туристской зоны дополняется высоким ландшафтно-рекреационным потенциалом окрестностей города, богатством и первозданностью природной среды Великоустюгского района, наличием обширных открытых водных пространств и бальнеологических ресурсов – минеральных вод (на территории района располагается санаторий «Бобровниково»).

На территории Великоустюгского района также располагаются такие природные достопримечательности как геологическое обнажение Опоки, фонтанирующий источник у д. Братское, пороги на р. Сухоне. Из рукотворных памятников – остатки полуразрушенного гидротехнического сооружения – плотины на Сухоне (1947 г.)

За годы реализации проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» существенное развитие получила туристская инфраструктура (табл. 10).

Таблица 10 – Туристская инфраструктура субкластера «Великий Устюг – родина Деда Мороза» в 2012 г.

Показатель	Великоустюгский район
1. Число турфирм, ед.	11
2. Число КСР, ед.	15
в том числе	
– гостиниц, ед.	13
Ежемесячное максимальное развертывание мест/коек в КСР	3142
3. Количество объектов общественного питания, ед.	40
в том числе	
– общедоступные столовые, закусочные, ед.	9
– рестораны, кафе, бары, ед.	31
4. Число мест объектов общественного питания	2466
Источник: по данным Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области	

Турпродукт проекта «Великий Устюг – родина деда Мороза» включает предоставление следующих услуг: посещение вотчины Деда Мороза, включая «Тропу сказок» и дом Деда Мороза; посещение городской резиденции Деда Мороза и почты Деда Мороза; обзорную или тематическую экскурсию по городу; посещение выставки «Новогодняя игрушка»; посещение музея и церкви города; мастер-классы, игровые танцевальные и развлекательные программы, производственные экскурсии: «Красавинский льнокомбинат», «Великоустюгские узоры».

Перспективные направления развития туристской зоны – событийный, экологический, детский, культурно-познавательный и этнографический виды туризма.

В настоящее время объем инвестиционных предложений по проекту «Великий Устюг – родина деда Мороза» составляет более 3,3 млрд. рублей. Это объекты гостиничного бизнеса (гостиницы, кемпинги, санаторий, всероссийский центр «Планета детства») и объекты индустрии развлечений (конный клуб, яхт-клуб, аквапарк, SPA-центр и др.).

Окупаемость данных проектов составляет 3-4 года и позволит создать более 500 новых рабочих мест и увеличить туристский поток до 400 тыс. человек в год.

Перспективными инвестиционными проектами для реализации на территории субкластера являются:

- «Дворец Деда Мороза» (в стадии строительства), сметная стоимость строительства – 187,9 млн. рублей;
- Ледовый дворец «В гостях у сказки», сметная стоимость – 932 млн. рублей;
- Олимпийская деревня Деда Мороза.

Во **второй очереди реализации** находится паломнический проект «Путями Прокопия Праведного». Необходимо провести комплекс мероприятий по разработке и продвижению на мировой туристский рынок данного турпродукта. Объем финансирования для рекламного обеспечения проекта – 300 тыс. рублей.

2. Субкластер «Приозерный» и «Северная Фиваида».

Административно данная территория относится к Белозерскому, Кирилловскому, Вашкинскому району. Местность характеризуется схожей экономикой, инфраструктурой, совокупностью компактно расположенных культурных и природных объектов. Развитию туризма в дестинации способствует ее выгодно географическое положение, расстояние до Санкт-Петербурга и Москвы составляет около 700 км. Туристская дестинация выгодно располагается на круизном туристском маршруте по Волго-Балтийскому водному пути, популярном среди граждан России, сопредельных государств и туристов из дальнего зарубежья.

Города Кириллов и Белозерск являются основными туристскими центрами не только в формируемой дестинации, но и в масштабе региона (*табл. 11*). У каждого муниципалитета существуют разработанные туристские бренды и экскурсионные программы.

Таблица 11 – Туристский потенциал дестинации

Муниципалитеты	Основные достопримечательности и объекты показа
Кирилловский	Ансамбль Кирилло-Белозерского монастыря, Ферапонтов монастырь, Горицкий девичий Воскресенский монастырь, Нило-Сорская пустынь, гора Маура, национальный парк «Русский Север».
Белозерский	Городище Старый Белозерский городок, Белозерский вал, Мариинская водная система (XIX в.). Памятники природы Дмитворово озеро и Васькин Бор.
Вашкинский	Комплексы церквей (в с. Ухтома, церковь Успения, церковь Воздвижения, церковь Александра Невского). Археологические памятники: стоянка Слободка каргопольской культуры, стоянка Водоба, городище Княжья могила.

Исходя из природных условий и культурно-исторических особенностей территории в субкластере развиваются следующие виды туризма: культурно-познавательный, экологический, деревенский, паломнический, событийный, горнолыжный.

На территории субкластера осуществляется реализация следующих инвестиционных проектов (*активные проекты*):

- спортивно-туристический комплекс на Никольском озере (Кирилловский район);
- историко-этнографический комплекс «Древнерусское поселение Сугорье» д. Кузино Кирилловского района;
- туристский кластер «Приозерный» (г. Белозерск);
- реконструкция здания бывшего подворья Кирилло-Новоезерского монастыря;
- концепция развития территории Белозерского Кремля;
- строительство гостевого дома в с. Липин Бор;
- строительство объектов придорожного сервиса;
- строительство туристской базы д. Марково.

Инфраструктурная обеспеченность туристской дестинации «Приозерный» и «Северная Фиваида» представлена в таблице.

Таблица 12 – Туристская инфраструктура субкластера «Приозерный» и «Северная Фиваида» в 2012 г.

Показатель	Вашкинский	Белозерский	Кирилловский	Туристская дестинация «Белоозеро»
1. Число турфирм, ед.	1	1	4	6
2. Число КСР, ед.	4	1	4	9
в том числе – гостиниц, ед.	3	1	4	8
Ежемесячное максимальное развертывание мест/коек в КСР	37	32	193	262
3. Количество объектов общественного питания, ед.	4	8	9	21
в том числе – общедоступные столовые, закусочные, ед.	3	2	1	6
– рестораны, кафе, бары, ед.	1	6	8	15
4. Число мест объектов общественного питания	100	558	560	1218

Вместе с тем дальнейшее развитие субкластера требует строительства следующих инфраструктурных объектов в туристско-рекреационной зоне «Приозерный» и «Северная Фиваида» на основе частных инвестиций. Так **перспективными проектами** для субкластера являются:

- причал для приема круизных судов и историко-культурного комплекса «Княжий двор» в г. Белозерске;
- туристический комплекс, имитирующий русскую деревню в с. Горницы;
- туристский комплекс «Мыс Городецкий» в г. Кириллове;
- горнолыжный комплекс на горе Цыпина в Кирилловском районе;
- туристский комплекс семейного отдыха в с. Липин Бор.

На территории субкластера планируется реализация следующих **проектов второй очереди**:

- строительство гостиницы в с. Липин Бор;
- строительство туристской базы д. Муньга.

2. Субкластер «Вологда – культурная столица Русского Севера».

Город Вологда является крупным культурным центром Северо-Запада России. Город занимает особое место по количеству памятников деревянного зодчества среди исторических русских городов. В городе присутствует 193 памятника архитектуры, среди которых «Софийский собор» со смотровой площадкой на колокольне и фресками, «Вологодский кремль» (Архиерейский двор), Областная картинная галерея с выставочным залом в бывшем Воскресенском соборе и музеем Шаламова, силуэт и панорама застройки вдоль реки Вологды, архитектурные ансамбли площади Революции и каменного моста, и многие другие достопримечательности этого города. В Вологде расположен Спасо-Прилуцкий монастырь, являющийся комплексом памятников архитектуры XVI-XVIII веков. В монастыре покоятся мощи святого Дмитрия Прилуцкого – его основателя.

Основные достопримечательности и объекты показа: центр г. Вологды, музеи, театры, архитектура, паломнические места, чудодейственные источники, дворянские усадьбы, архитектурно-этнографический музей Вологодской области – Семеново, Горнолыжный комплекс «Фристайл», Центр активного отдыха и туризма «Y.E.S. STRINEVO», предместья Вологды, в том числе и Грязовецкий район (Усадьба Брянчаниновых).

В городе активно развивается событийный и деловой туризм – проводятся общероссийские и международные мероприятия: Всероссийский театральный фестиваль «Голоса истории», Международный фестиваль льна, Международная выставка – ярмарка «Российский лес», Международный фестиваль кружева «VITA LACE», молодежный кинофестиваль «Voices», Ежегодный открытый международный фестиваль мультимедийного творчества «Мультиматограф», ежегодная «Вологодская ярмарка», Международный экономический форум «Вологда Upgrade» и многие другие межрегиональные и международные выставки и форумы.

Основные бренды: кружево, настоящий вологодский продукт, лен, масло, резной палисад, деревянный дом.

Инфраструктура туризма города Вологды и Вологодского района представлена в таблице.

Таблица 13 – Туристская инфраструктура субкластера формируемого на территории города Вологды и Вологодского района в 2012 г.

Показатель	г. Вологда	Вологодский район
1. Число турфирм, ед.	79	2
2. Число КСР, ед.	16	2
в том числе – гостиниц, ед.	10	1
Ежемесячное максимальное развертывание мест/коек в КСР	533	1316
3. Количество объектов общественного питания, ед.	298	17
в том числе		
– общедоступные столовые, закусочные, ед.	79	12
– рестораны, кафе, бары, ед.	219	5
4. Число мест объектов общественного питания	14241	598

Среди *активных инвестиционных проектов*, реализуемых на территории субкластера следует отметить:

- центр активного отдыха и туризма «Y.E.S. STRINEVO»;
- проект «Насон-город»;
- стартап-проект «ЯсенПуть»;
- проект «Карта гостя».

Описание инвестиционного проекта. «Насон-город».

Цель проекта – объединить достопримечательности и памятники каменного и деревянного зодчества, расположенные вдоль реки Вологды, филиалы Вологодского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, выставку деревянного малоэтажного домостроения «Вологодская слобода», парк Мира в удобную сеть туристических маршрутов и место отдыха для вологжан и гостей города.

Стоимость всего проекта – около 20 млрд. рублей.

Описание инвестиционного проекта. Центр активного отдыха и туризма «Y.E.S. STRIZNEVO».

Комплекс включает: 22 горнолыжные трассы, 3 канатные дороги (подъемники длиной до 450 м); второй по величине в России веревочный

парк - «Лабиринт приключений»; трасса для «ватрушек» - 360 м.; прокат оборудования (снегоходы, горные и беговые лыжи, сноуборды, сноускуты, сигвеи, велосипеды, зорб и т.п.); Сноу-парк и пневмоподушка; спортивно-стрелковый клуб; ресторан; загородный отель «Y.E.S.»; зоны отдыха для детей и родителей – беседки, специально оборудованные места для пикников, барбекю.

Описание инвестиционного проекта. «ЯсенПуть» – онлайн сервис для планирования путешествий с удобной навигацией⁵. Этот сервис предоставляет полную информацию для туриста еще до начала путешествия, предлагая ему выбор мест для посещения и формируя оптимальный маршрут на карте. Разработано приложение для мобильных устройств «ЯсенПуть» с использованием геолокации. Данный проект требует дальнейшего развития, в частности, обновления информации, расширения базы туристских объектов и др.

Описание инвестиционного проекта. «Карта гостя» – это электронный городской билет, с помощью которого турист может познакомиться со всем лучшим, что могут предложить территории Вологодской области. Турист может воспользоваться бесплатными или льготными предложениями, безлимитно пользоваться городским транспортом, тем самым сделать свое пребывание в регионе наиболее комфортным. Этот проект реализован на примере г. Вологды Центром туристической информации города Вологды «Резной палисад» и успешно работает. Поэтому целесообразно разработать «Карту гостя» г. Череповца и других территорий области.

Перспективные виды туризма для развития в субкластере – культурно-познавательный, деловой, активный, лечебно-оздоровительный туризм.

Перспективным проектом для субкластера является восстановление усадьбы Спасское-Куркино. На территории усадьбы предполагается благоустроить парк, восстановить каскадные пруды, создать музейный комплекс (музей дворянского рода Андреевых – Резановых, музей

⁵ Официальный сайт «ЯсенПуть» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://yassenput.ru>.

«Вологодского валенка», музей дворовой прислуги). Стоимость реализации проекта – около 47 млн. рублей.

4. Субкластер «Череповец – горячее сердце Севера».

Это одна из основных сложившихся зон рекреации, используется, главным образом, населением индустриального центра г. Череповца, располагается в непосредственной близости к городу. Зона отдыха протянулась вдоль р. Шексна (Рыбинское вдхр.) от острова Ваганиха на западе до ст. Шеломово на востоке, вдоль р. Суда от п. Андогский на западе до устья реки, включает крупный участок леса зеленой зоны города и территории вдоль дороги на Рыбинск, прилегающей к Рыбинскому водохранилищу.

Через город проходит трасса Волго-Балтийского водного пути, включающего в себя тысячи километров судоходных рек и озер, которые являются основными точками приема большинства потоков транзитных зарубежных и многих отечественных туристов. Ежегодно через акваторию Череповца проходит более 900 пассажирских судов, а швартуются лишь 3 – 5%.

Преимущественными видами отдыха являются – санаторно-профилактическое лечение, кратковременный летний отдых, круизный туризм, активные виды отдыха на воде, промышленный туризм.

Основные достопримечательности и объекты показа Череповецкого туристско-рекреационного района: старинное русское село Сизьма, «порт пяти морей – Череповец», родина художника В.В. Верещагина, музей-усадьба поэта И. Северянина, спортивно-оздоровительный комплекс «Ирма», большие возможности в части развития экологического туризма имеет Дарвинский биосферный заповедник.

Инфраструктурная обеспеченность субкластера представлена в *таблице 14.*

Таблица 14 – Туристская инфраструктура субкластера в 2012 г.

Показатель	г. Череповец	Череповецкий район	Шекснинский район
1. Число турфирм, ед.	41	-	1
2. Число КСР, ед.	13	7	6
в том числе – гостиниц, ед.	7	2	6
Ежемесячное максимальное развешивание мест/коек в КСР	1216	1949	1165
3. Количество объектов общественного питания, ед.	298	15	22
в том числе – общедоступные столовые, закусочные, ед.	79	4	8
– рестораны, кафе, бары, ед.	219	11	14
4. Число мест объектов общественного питания	16230	1966	1020

Активными инвестиционным проектом реализуемым на территории субкластера проект развития береговой зоны центрального района г. Череповца.

Суть проекта – комплексное развитие береговой зоны центрального района города через формирование объектов общественной и коммерческой инфраструктуры, рекреационных зон и ярких архитектурных акцентов.

Стоимость проекта: 600 млн. руб.

В целях дальнейшего развития сферы туризма в городе Череповце предлагаются к реализации следующие *перспективные проекты* с использованием механизмов государственно-частного партнерства:

- рекреационно-туристический комплекс «Усадьба Гальских» г. Череповец;
- туристско-рекреационная территория «Дом на Мологе»
- многофункциональный автомотодром;
- туристско-рекреационный центр «Мяксинский»;
- строительство стоянки на 25 судов;
- строительство многофункционального физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном;
- строительство пассажирского причала для круизных теплоходов;

- создание многофункционального рекреационно-развлекательного комплекса для горожан и гостей города;
- строительство некапитального спортивно-развлекательного комплекса на территории пляжа;
- строительство гостиничного комплекса международного уровня сертификации с комплексным развитием территории и созданием коммерческой инфраструктуры;
- яхт-клуб (д. Кочино, Шекснинский район).

Описание проекта. «Рекреационно-туристический комплекс «Усадьба Гальских».

Миссия проекта – сохранение историко-культурного наследия Вологодского края, а также создание культурно-досугового комплекса на берегу реки Шексны.

В рамках проекта предполагается последовательное освоение территории:

Первая зона – восстановление барского дома и хозяйственных построек («Барский дом» усадьбы потомственных череповецких дворян Гальских – шедевр русского деревянного зодчества, уникальный памятник федерального значения). В 2009 году первая зона введена в эксплуатацию, работает музей, проводятся фестивали и праздники.

Вторая зона – развитие «Территории ремесел» профиль - историко-этнографический с элементами интерактивного участия посетителей.

Третья зона – развитие «Досугово-развлекательного комплекса» профиль – зона отдыха, спорта, развлечений, сервиса.

Основные показатели проекта:

Стоимость: 2315,0 млн. рублей

Срок реализации – 2015 год

Окупаемость: 4-5 лет

Создание 1740 новых рабочих мест

Увеличение турпотока до 300 тыс.чел. в год

Описание проекта. Туристско-рекреационная территория «Дом на Мологе».

Целью проекта является формирование туристско-рекреационного кластера на территории Николо-Раменского сельского поселения Череповецкого района.

На данной территории предполагается создать учреждения детского отдыха и оздоровления, предприятий экологического туризма, интерактивного музейно-развлекательного комплекса, реализовать девелоперский проект «Дом на Мологе», а также обеспечить проект сопутствующей инфраструктурой. Объем инвестиций – 1,3 млрд. рублей.

Описание проекта. Многофункциональный автомотодром.

Проект предполагает создание в Череповецком районе автодрома для проведения чемпионата мира по авто-мото-гонкам, а так же других соревнований в данных видах спорта. Объем финансирования 1200 млн. рублей, из них средств инвестора – 950 млн. рублей.

Описание проекта. Туристско-рекреационный центр «Мяксинский».

Проект предполагает создание единой туристической зоны вокруг Рыбинского водохранилища, разработку турмаршрутов, развитие водных видов туризма и спорта. В рамках проекта запланировано строительство новых объектов рекреации (гостиницы, кемпинга, конноспортивной базы, этнографического поселения, горнолыжной базы, яхт-клуба, центра виндсерфинга).

Еще одним **инвестиционным проектом**, реализуемым в Череповецкой туристско-рекреационной зоне, является строительство и ввод в эксплуатацию **яхт-клуба рядом с деревней Кочино Шекснинского района Вологодской области**. Срок реализации проекта 2014 – 2015 гг., объем инвестиций – 40 млн. руб.

К *проектам второй очереди* реализации на территории субкластера относятся:

— создание музея промышленности;

- организация туристско-информационного центра;
- создание туристского информационного сайта города Череповца.

Минимально необходимый объем финансирования проектов – 40 млн. рублей.

5. Зона активного туризма «Онего».

Центром субкластера «Зона активного туризма «Онего» является Вытегорский район, расположенный на северо-западе Вологодской области и граничит с Архангельской, Ленинградской областями и Республикой Карелия. Расстояние от Вытегры до областного центра 360 км.

Транспортная инфраструктура района представлена автомобильным и водным транспортом. Район находится на перекрестке автомобильных транспортных коридоров Москва – Мурманск и Архангельск – Санкт-Петербург. По территории района проходит Волго-Балтийский водный путь, связывающий в единую систему воды Балтийского, Белого, Каспийского, Азовского и Черного морей.

На территории Вытегорского района расположены 18 особо охраняемых природных территорий, из них 8 государственных природных заказников, 8 памятников природы, 2 генетических лесных резервата. До настоящего времени в большей части района сохранились нетронутые промышленной цивилизацией уголки природы, богатые живописными пейзажами, экологически чистыми водоемами, нетронутыми лесами, ценными породами зверей, ягодами и грибами. Немаловажным фактором, повышающим туристскую привлекательность района, является благоприятная экологическая обстановка в силу отсутствия в районе и сопредельных ему территориях загрязняющих окружающую среду производств.

В рамках зоны активного туризма «Онего» и нового туристского проекта «Вытегория – обитель батюшки Онего» реализуются экскурсионные программы по патриотическому воспитанию на базе музея «Подводная лодка – «Б-440» и маршруты с активными способами передвижения и специальные рыболовные туры.

Основные достопримечательности зоны активного туризма «Онего»: музейный комплекс «Морская слава», Онежское озеро, Шлюз Мариинской системы, Деревянная часовня Св. Исаакия Долматского, Музей природы и истории края, Музей Николая Клюева, Андома-гора – геологический памятник природы; Девятинский перекоп – геологический памятник природы, участок Мариинского канала; долина реки Тагажма и водопад Падун; Атлека – место схождения трех водных систем – Атлантического, Северного Ледовитого океанов и Каспийского моря; исчезающая река Ужла; карстовые озера Шимозерья; Шатровая церковь Илии Пророка в д. Самоино.

Несмотря на то, что в абсолютных цифрах приема организованных туристов зона активного туризма «Онего» пока не может соперничать с главными областными лидерами по этому показателю – Великим Устюгом и Кирилловским районом, в последние годы отмечается стремительный прогресс развития туризма. На это повлияло принятая на местном уровне концепция развития туризма и развитие туристкой инфраструктуры (табл. 15)⁶.

Таблица 15 – Инфраструктура зоны активного туризма «Онего» в 2012 г.

Показатель	Вытегорский район
1. Число турфирм, ед.	1
2. Число КСР, ед.	3
в том числе	
– гостиниц, ед.	2
Ежемесячное максимальное развертывание мест/коек в КСР	189
3. Количество объектов общественного питания, ед	13
в том числе	
– общедоступные столовые, закусочные, ед.	3
– рестораны, кафе, бары, ед.	10
4. Число мест объектов общественного питания	474

Развитию туризма на вытегорской земле способствовало и открытие на территории района учебно-спасательного центра МЧС «Вытегра». На его базе проводятся регулярные обучающие семинары для представителей других регионов страны, развивается деловой туризм.

⁶ Программа «Развитие туризма в Вологодском муниципальном районе на 2011 – 2013 годы». Утв. Постановление Администрации Вологодского муниципального района от 28 сентября 2010 г. № 1995.

Перспективным проектом для реализации на территории субкластера: являются создание молодежного центр водного туризма (Вытегорский район, оз. Тудозеро). В рамках проекта предполагается строительство причала для яхт, а также гостиничного комплекса.

Перспективы развития субкластера видятся в повышении эффективности использования туристского потенциала зоны активного туризма «Онего».

Во **второй очереди реализации** находится проект музеефикации шлюза №1 Мариинской водной системы с объемом финансирования 16 млн. рублей.

5.2. Инфраструктурное обеспечение кластера

Необходимым условием освоения рекреационных ресурсов и развития туристского кластера является наличие современной туристкой инфраструктуры. Её особенность в том, что она обслуживает туристов и местное население, поэтому её развитие способствует туристскому освоению территории, улучшает условия жизни жителей данного района. К тому же туристская инфраструктура создаёт большое количество рабочих мест.

Вологодская область отнесена к регионам с уровнем развития туристской инфраструктуры ниже среднего (*рис. 16*)⁷.

⁷ Комплексное развитие и совершенствование туристской инфраструктуры региона [Текст]: отчет о НИР / исполн. А.С. Барабанов, А.В. Величина. – Вологда, 2013. – 142 с.



Рисунок 16 – Распределение регионов СЗФО по уровню развития туристской инфраструктуры в 2011 г.

Это обусловлено, недостаточным развитием следующих элементов туристской инфраструктуры: предприятий общественного питания и торговли, гостиничного хозяйства, транспорта и коммунального хозяйства, – что подтверждает проведенный опрос муниципалитетов. На вопрос «Что, на ваш взгляд, необходимо предпринять, чтобы увеличить туристический поток в муниципалитет» 70,8% респондентов ответили, что необходимо развивать инфраструктуру туробъектов, 58,3% – улучшать качество сервиса, 45,8% – создавать дополнительные туристические объекты и т. д. (рис. 17).



Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Что, на ваш взгляд, необходимо предпринять, чтобы увеличить туристический поток в муниципалитет?»

Таким образом, инфраструктурные проблемы становятся основной причиной снижения конкурентных преимуществ Вологодской области на рынке туристических услуг.

Инфраструктура туризма включает в себя совокупность предприятий, создающих условия для удовлетворения потребностей туризма (производственная инфраструктура) и предприятий, непосредственно удовлетворяющих различные потребности туристов (инфраструктура сферы услуг) (рис. 18).



Рисунок 18 – Элементы инфраструктуры туристического кластера Вологодской области

1. Транспортная инфраструктура.

Транспортная инфраструктура туризма – это комплекс, охватывающий транспортные средства, транспортные объекты, транспортные и туристские компании, транспортные пути и маршруты, объекты сервиса и туризма в системе транспортного обслуживания, средства информации и связи, трудовые ресурсы, используемые для организации туризма. Развитие транспортной инфраструктуры создает условия для свободного движения туристских потоков, обеспечивает доступность туристских ресурсов, является неотъемлемой составляющей туристического продукта.

На территории базирования кластера наблюдается несоответствие темпов развития автомобильных дорог тенденциям устойчивой автомобилизации, о чем свидетельствуют данные о вводе автомобильных дорог с твердым покрытием (рис. 19).



Рисунок 19 – Динамика развития дорожного хозяйства и обеспеченности населения собственными легковыми автомобилями Вологодской области

Для транспортной инфраструктуры характерна тенденция старения основных фондов и их неэффективного использования. Иллюстрацией этих проблем в Вологодской области могут служить данные о степени износа основных фондов (отрасль транспорт и связь) – на конец 2012 г. составила 53,9% (2009 г. – 47,6%; 2010 г. – 49,3%, 2011 г. – 48,2%). Обновление основных фондов различных видов транспорта происходит в недостаточном объеме и сниженными для нормальной работы всей системы темпами:

коэффициент обновления в 2012 г. составил 27,6% (2009 г. – 9,6%; 2010 г. – 5,6%, 2011 – 15,3%). Таким образом, имеет место вывод о том, что большинство объектов транспортной инфраструктуры туризма устарели и эксплуатируются с превышением нормативного срока использования.

Весомым фактором сдерживания развития туристской транспортной инфраструктуры выступает дефицит придорожной инфраструктуры. В области данный сектор недостаточно развит, а ниша придорожного сектора в регионе имеет большой потенциал для развития. Так, в течение последних лет отмечается сокращение количества пунктов питания, общественных туалетов, станций техобслуживания (рис. 20). С точки зрения развития туризма, существует острая необходимость в местах, обеспечивающих отдых водителей и пассажиров (питание, ночлег и кратковременный отдых в пути), кемпингах для автомобилистов и др.



Рисунок 20 – Количество объектов придорожного сервиса на автодорогах федерального значения, проходящих через Вологодскую область, ед.

Как и для большинства регионов России, так и для Вологодской области, актуальна проблема недостаточного технологического уровня развития транспортных систем. Именно в транспортной инфраструктуре наиболее существенно отставание в применении современных транспортных технологий, а также в информатизации транспорта⁸.

⁸ Транспортная стратегия Российской Федерации. [Электронный ресурс]: официальный сайт Министерства транспорта РФ. – Режим доступа: http://www.mintrans.ru:8080/prensa/TransStrat_Gossovet_Rab_Groop_6.htm.

Низкий уровень развития речного транспорта, оказывает негативное влияние на сферу туризма в регионе. Возрождение речного транспорта позволит сформировать отрасль круизного туризма. Необходимо также развивать транспортную авиацию. Это повысит уровень транспортной доступности региона (особенно это актуально для г. Великого-Устюга, г. Вологды, г. Вытегры).

По-прежнему актуальными проблемами транспортной инфраструктуры являются: качество предоставляемых транспортных услуг не соответствует потребностям туристов, несоответствие сети автомобильных дорог потребностям движения как по пропускной способности, так и по техническому состоянию; высокие тарифы транспортных предприятий; недостаток высококвалифицированных специалистов во всех отраслях транспортной системы; неудовлетворительное состояние автовокзалов и железнодорожных вокзалов и др.

Направления развития транспортной инфраструктуры туризма:

1. Развитие транспортной сети и средств, регулирующих движение на основных туристских маршрутах (повышение качества дорожного покрытия, обеспечение дорог дорожными знаками, пунктами службы безопасности движения, наличие необходимых светофоров, дорожных развязок, переходов и т. д.).

2. Развитие придорожного сервиса. Состояние придорожного сервиса в Вологодской области в настоящее время неопределенное, т. е. нельзя сказать, что отрасль совершенно не развивается, но на уровне ее развития остается практически неохваченной инфраструктура быта человека в пути (дороге), в большинстве случаев не представлены бытовые услуги, услуги связи, медицинские пункты, пункты предоставления отдыха и удовлетворения санитарно-гигиенических потребностей. Анализ существующего положения выявил спонтанность его развития, обусловленную недооценкой его влияния на состояние транспортной инфраструктуры туризма и в целом всей туристской отрасли.

Для развития в регионе придорожного сервиса необходимо:

- строительство придорожных мотелей, предприятий общественного питания, санитарно-гигиенических комнат;
- обустройство кемпингов, площадок для палаток в местах развития экологического туризма;
- создание бесплатных автостоянок вдоль дорог;
- информационное обеспечение на основных туристских маршрутах (указатели, дорожные знаки и т. д.);
- улучшение качества предоставляемых услуг;
- размещение объектов придорожного сервиса равномерно вдоль всей автодороги и др.

3. Развитие отдельных видов транспорта: гражданской авиации, водного транспорта и т. д. На базе ОАО «Корпорация развития Вологодской области» был создан Центр развития легкомоторной малой авиации в Вологодской области, который осуществляет поддержку частной легкомоторной авиации в вопросах организации туристских авиаперевозок, а также получения разрешений на передвижение в воздушном пространстве страны. Кроме того, проводится обсуждение проекта организации аэроэкскурсий над Вологдой и другими населенными пунктами региона. Для повышения потока иностранных туристов в регион необходимо развивать авиационное сообщение между большими городами.

В направлении развития водного транспорта на территории Вологодской области разработан проект «Прием теплоходов в Череповце. Организация закольцовки», который позволит увеличить туристские потоки в Череповец, Вологду, а в перспективе в Белозерск, Шексну, Сизьму.

4. Совершенствование управления транспортной инфраструктурой и дорожным движением путем:

- рационализации транспортных потоков;
- оптимизации маршрутов общественного транспорта;
- использования клиентоориентированного подхода;

- организации дополнительных парковок и стоянок;
- использования автоматизированных систем управления (мониторинг, видеонаблюдение, автоматические системы контроля, электронные платежи).

2. Информационно-коммуникационная инфраструктура.

Информационно-коммуникационная инфраструктура охватывает совокупность компьютерной техники, информационных систем, линий связи, сетей и каналов передачи данных на конкретной территории, используемых для организации туризма.

Развитие массовых коммуникаций и информационно-коммуникационных технологий имеет решающее значение для эффективной туристской деятельности. Большую роль играют современные электронные средства информации: создание информационных туристических порталов в сети Интернет; информационных туристских центров и терминалов на основных туристических маршрутах и т. д.

В настоящее время в области наблюдается дефицит качественной туристской информации, что отрицательно сказывается на удовлетворении растущего спроса, препятствует формированию конкуренции, негативно влияет на качество туристских услуг. Однако следует отметить и положительные тенденции. Преимуществом Вологодской области является наличие интернет-портала «Туризм Вологодской области»⁹, после доработки и рестайлинга весной 2013 г. он стал отвечать современным требованиям, а его информационная наполненность существенно возросла.

Вместе с тем, среди проблем можно выделить следующие:

1) отсталость технического и технологического оборудования и отсутствие в необходимом количестве современных телекоммуникационных технологий и средств информатизации;

2) недостаточное инвестирование в отрасль, что препятствует развитию информационно-коммуникационной инфраструктуры;

⁹ Интернет-портала «Туризм Вологодской области» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vologdatourinfo.ru>.

3) отсутствие системы популяризации использования информационных технологий среди предприятий туристической индустрии, что вызывает недостаточное информационное сопровождение туристской деятельности;

4) отсутствие интернет сайтов у большинства субъектов туристской деятельности;

5) недостаточное количество информационных туристских центров;

6) нераспространенность интернет бронирования и резервирования туристских услуг, интернет-магазинов;

7) недостаточное использование интерактивных технологий (виртуальных туров на интернет порталах, карт, информационных стендов);

8) отсутствие единой PR-стратегии продвижения туристского продукта Вологодской области;

9) нераспространенность геоинформационных технологий в туризме региона;

10) отсутствие информационных указателей (в том числе и на иностранных языках) и т. д.

Для устранения выделенных информационных проблем, сдерживающих развитие сферы туризма на территории Вологодской области, определены следующие направления развития информационно-коммуникационной инфраструктуры.

В настоящее время турист знакомится с основными достопримечательностями области преимущественно с помощью материалов сети Интернет. Информационное обеспечение гостиниц, культурных объектов, заведений общественного питания, торговых объектов представлено очень слабо. Таким образом, создание соответствующей инфраструктуры в сфере информационного обеспечения туристов является достаточно актуальным.

Развитие информационного обеспечения туристов и населения должно сопровождаться:

– развитием туристской навигации, путем установки стилизованных

указателей к туристским объектам, схем расположения исторических памятников, музеев и экспозиций, в том числе на английском языке. Размещением информационных туристических светодиодных табло, указывающих дорогу к основным достопримечательностям, в том числе на английском языке;

- создание интерактивной карты Вологодской области;
- созданием Wi-Fi зон свободного доступа в сеть Интернет;
- установкой указателей к магазинам сувенирной продукции и местам расположения предприятий общественного питания;

- созданием информационных стендов и стоек с бесплатными брошюрами об основных достопримечательностях, сувенирах и брендах региона в магазинах, гостиницах, предприятиях общественного питания и местах массового посещения туристов;

- созданием туристических информационных центров или установкой и организацией работы информационных терминалов на основных туристских маршрутах, вблизи объектов показа, железнодорожных вокзалах, аэропортах, крупных торговых центрах (в них должны быть представлены рекламно-информационные материалы (каталоги, карты, путеводители), где посетители смогут получить актуальную информацию, консультации, а также приобрести краеведческую литературу, изделия народных художественных промыслов и сувениры);

- установку QR кодов на достопримечательностях, объектах транспортной инфраструктуры, магазинах и местах общественного питания для обеспечения туристов своевременной, обновляемой информацией об объектах.

Немаловажным для развития инфраструктуры туризма является использование современных информационных технологий непосредственно в сфере услуг. К ним относятся системы он-лайн бронирования туристских продуктов, внедрение информационных технологий и современных технических средств в работу предприятий туротрасли.

Для увеличения потока туристов немаловажную роль сыграет разработка системы бронирования и резервирования туристских услуг на уровне всего регионального туристско-рекреационного комплекса в целом. Такие системы позволяют получать полный спектр туристских услуг, планировать поездки «из дома»: бронировать места в гостиницах, арендовать транспортные средства, заказывать авиабилеты, получать свежую информацию об условиях, ценах, скидках за минимальное время.

3. Коммунальная инфраструктура.

Эффективное функционирование коммунальной инфраструктуры обеспечивает туристов необходимыми для жизнедеятельности и быта ресурсами (электроэнергией, теплом, водой, водоотводом), создает условия комфортного жизненного пространства. Коммунальная инфраструктура характеризуется наличием водопровода, канализации, центрального отопления, горячего водоснабжения, газоснабжения, качеством предоставляемых коммунальных услуг.

Жилищно-коммунальное хозяйство обеспечивает функционирование инженерной инфраструктуры объектов индустрии туризма различного назначения путем предоставления широкого спектра жилищно-коммунальных услуг.

В настоящее время эксплуатация систем коммунальной инфраструктуры Вологодской области характеризуется высокой вероятностью возникновения ситуаций, которые могут привести к нарушению функционирования систем жизнеобеспечения населения, значительным количеством случаев предоставления коммунальных услуг ненадлежащего качества, неэффективным использованием топливных и энергетических ресурсов, загрязнением окружающей среды.

Основными причинами возникновения этих проблем является высокий уровень износа систем коммунальной инфраструктуры и их технологическая отсталость. По состоянию на 2011 г. в области износ котельных составляет 60,1%, тепловых сетей – 62,1%, сетей водопровода – 54,2%, сетей

канализации – 61,4%, очистных сооружений водопровода – 40,8%, очистных сооружений канализации – 53,1%. Средний износ систем теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения составляет 55%.

Износ и технологическая отсталость объектов коммунальной инфраструктуры связаны с незначительным вводом новых мощностей в отраслях инженерной инфраструктуры (рис. 21), низкими темпами обновления основных фондов коммунальной инфраструктуры.

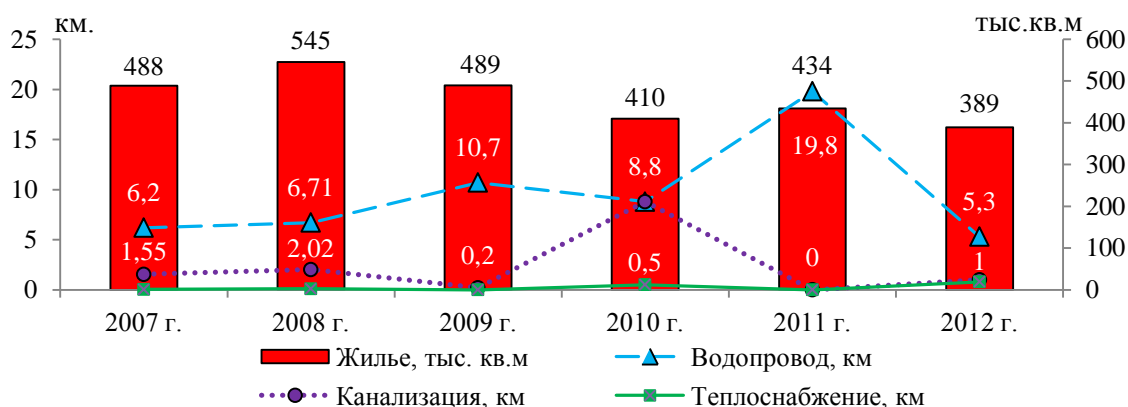


Рисунок 21 – Ввод в действие объектов жилья и коммунального хозяйства в Вологодской области

Для повышения качества и надежности предоставления коммунальных услуг, эффективности использования топливных и энергетических ресурсов, снижения воздействия систем коммунальной инфраструктуры на экологическую обстановку на территории области необходимо обеспечить масштабную реализацию проектов модернизации систем коммунальной инфраструктуры.

4. Объекты экологической очистки.

Снижение рисков пагубного воздействия на здоровье людей и окружающую среду – основная задача функционирования систем экологической очистки. Они включают в себя деятельность и состояние предприятий экологической очистки, их технологическую, аппаратную и методическую оснащенность по современным стандартам.

Состояние объектов экологической очистки тесно взаимосвязано с экологической емкостью территории. Ведь именно от нее зависит

возможность принятия максимального количества туристов без нарушения экологического равновесия в окружающей природной среде.

Вологодская область – один из наиболее благополучных в экологическом отношении регионов России, а состояние окружающей среды оценивается как удовлетворительное и стабильное.

В тоже время в регионе существуют следующие проблемы в сфере экологической очистки:

1) большинство мест отдыха туристов (в особенности это касается природных зон) не оборудованы надлежащей инфраструктурой, при которой максимально удовлетворялись бы рекреационные потребности людей не в ущерб природным комплексам;

2) большое количество несанкционированных объектов размещения твёрдых бытовых отходов на территории области;

3) отсутствие инфраструктуры, используемой в сфере обращения с отходами (мусоросортировочных комплексов и заводов по переработке мусора);

4) значительное количество загрязнённых стоков влияет на качество воды, поскольку более 90% потребляемой воды забирается из поверхностных источников;

5) высокий износ и технологическая отсталость объектов экологической очистки.

5. Туроператоры и турагенты.

Формальным определением туроперейтинга является его определение как вида туристского предпринимательства по комплектации туров из услуг, предлагаемых партнерскими организациями поставщиками услуг (транспортными компаниями, гостиничными предприятиями, экскурсионными, развлекательными предприятиями и т. д.)¹⁰.

На туристском рынке Вологодской области функционируют 52

¹⁰ Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. [Текст] : учебник / Е.Н. Ильина. – М. Финансы и статистика, 2008. – 480 с.

туроператора и 106 турагентств¹¹. Среди туроператоров лишь двое работают в сфере международного въездного туризма и один в сфере международного выездного, услуги внутреннего туризма предоставляют 47 из них. Что же касается турагентств, то большая часть из них расположена в г. Вологде и г. Череповце – 95 (90% от общего числа).

Основными проблемами развития туроперейтинга, влияющими на продвижение туристского продукта Вологодской области, являются:

- 1) преобладание инициативного туроперейтинга над рецептивным, не способствующего продвижению туристского продукта Вологодской области;
 - 2) туристский продукт Вологодской области узко представлен на российском и международном туристском рынке;
 - 3) неразнообразное предложение услуг (слабо развитый программный туроперейтинг);
 - 4) недостаточность профессионализма и квалифицированных знаний у работников сферы туризма;
 - 5) туроператоры практически не занимаются разработкой новых маршрутов;
- б) проблемы сезонности в туризме.

б. Средства размещения.

Гостиничное обслуживание – это совокупность всех средств размещения, расположенных на территории, различного уровня, обеспечивающая различный уровень сервиса и качество услуг (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, частные квартиры и дома, туристические базы, дома отдыха и другие средства размещения). Туристические потоки напрямую зависят от уровня их развития и качества предоставляемых услуг.

Гостиничный комплекс Вологодской области представлен 92 гостиницами общим номерным фондом 2174 номеров. Число коллективных

¹¹ По данным на 01.06.2013 г: 1. Единого федерального реестра туроператоров. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ. – Режим доступа: <http://reestr.russiatourism.ru>. 2. Общероссийского генерального реестра туристических агентств. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reestr-ta.ru>.

средства размещения в период с 2012 по 2007 гг. увеличилось всего на 8,7%. В 2012 году показатель обеспеченности местами в гостиницах на 1000 жителей в Вологодской области составил 6,1. Коэффициент использования наличных мест равен 0,18, что свидетельствует о низкой наполняемости отелей (табл. 16).

Таблица 16 – Динамика гостиничной базы в Вологодской области с 2007 по 2012 гг.

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. к 2007 г. в %
Число КСР, ед.	103	116	107	129	123	112	108,7
Число гостиниц, ед.	66	86	76	101	92	84	127,3
Число номеров гостиниц, ед.	1830	2523	2060	2718	2174	2119	115,7
Число мест в гостиницах, ед.	3141	4546	5924	6466	7329	5447	в 1,7 раза
Коэффициент использования наличных мест в гостиницах	0,36	0,35	0,17	0,16	0,14	0,18	50

Источник: Туризм в Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2012 г. – С. 17-21.

Следует отметить, что по данным статистики ВТО на 1000 человек населения в США приходится 40 гостиничных мест, в Швейцарии – 30, при этом среднегодовой коэффициент загрузки гостиничных мест в странах Европы и Америки составляет 70% и более¹².

Подтверждением уровня качества гостиничных услуг, показателем класса и уровня сервиса гостиницы является присвоенная категория. В настоящее время отсутствует механизм обязательной классификации гостиниц, который необходимо ввести. В этой связи, в Вологодской области по категориям гостиницы распределены следующим образом: отсутствуют 5 и 4 звездочные, 3 звездочных – 4 единицы или 4,8%, 2 и 1 звездочных – 24 единицы или 28,6%, без категорий – 56 единиц или 66,6%. При этом в структуре номерного гостиничного фонда номера высшей категории составляют всего 9,5% (206 номеров). Таким образом, для гостиничного

¹² Исмаев, Д.К. Организация въездного туризма в РФ [Текст] : учеб. пособие / Д.К. Исмаев. – 2-е изд., испр. и допол. – М.: Издательство Книгодел, 2009. – 152 с.

комплекса Вологодской области характерна проблема невысокого качества предоставляемых гостиничных услуг.

Информационное сопровождение и применение современных технологий в гостиничном секторе региона недостаточно развиты. Так например, on-line бронирование доступно лишь для 19 гостиниц Вологодской области (20% от общего числа): г. Череповец – 11, г. Вологда – 6, г. Великий-Устюг – 2¹³. Следует отметить положительную тенденцию: после рестайлинга в начале 2013 года информационно-презентационного сайта Вологодской области была обновлена информация о средствах размещения – на данный момент на нем представлены 96 средств размещения (76% от общего числа)¹⁴.

Актуальными проблемами гостиничного хозяйства области остаются нехватка квалифицированных кадров, высокие цены на предоставляемые услуги при низком качестве обслуживания, уровень комфорта и услуг не всегда удовлетворяет потребности посетителей. Гостиницы, находящиеся в государственной собственности, в большинстве своем характеризуются низким ассигнованием.

Основной целью **развития гостиничной инфраструктуры** выступает обеспечение туристов и российских граждан услугами проживания, повышение требований к комфортности пребывания в туристских центрах, создание условий для развития делового туризма.

В первую очередь, требует решения проблема несоответствия качества предоставления гостиничных услуг мировым стандартом сервиса, низкий уровень комфорта и несоответствие услуг потребностям посетителей.

Решение данных проблем видится в развитии гостиничных цепей, а также повышении требований к оценке качества обслуживания (путем сертификации и присвоения категорий).

Говоря об основных направлениях развития гостиничного сектора, следует отметить, что мировой опыт свидетельствует об эффективности

¹³ По материалам сайта booking.com на 20.06.2013 г.

¹⁴ Информационно-презентационный центр Вологодской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vologdatourinfo.ru>.

инвестиций в гостиничные цепи, а не в отдельные гостиничные хозяйства. В мировой практике существуют два основных вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели¹⁵.

Привлечение на региональный рынок интегрированных и франчайзинговых гостиничных цепей позволит повысить уровень развития гостиничного сектора. Причем, на наш взгляд, целесообразно развивать одно-, двух-, и трехзвездочные гостиничные цепи – тем более что такой опыт достаточно распространен и эффективен в мировой практике (например, во Франции система франчайзинга развивается в одно- и двухзвездном гостиничном секторе. Благодаря этой системе двухзвездные гостиничные цепи («Аркад», «Ибис») и однозвездные цепи («Балладан», «Формула 1») построили сотни гостиниц за последнее десятилетие).

Однако привлечение интегрированных и франчайзинговых цепей на внутренний рынок, ставит под удар развитие гостиничного бизнеса в регионе. Решение данной проблемы, а также повышение конкурентоспособности региональных средств размещения.

Проблема категоризации средств размещения является одной из важнейших с точки зрения управления качеством. «Звезды» средств размещения – важный источник информации для потребителя. Когда гостиница классифицирована и имеет официально присвоенные «звезды», то и уровень сервиса в ней соответствующий. Такая оценка гостиничных комплексов, безусловно, является объективной.

Вместе с тем, позиционировать уровень средств размещения, не прошедших классификацию практически не представляется возможным. Собственники и туристы часто дают разную оценку одному и тому же комплексу.

Система классификации гостиниц и иных средств размещения

¹⁵ Скопина, И.В. Повышение конкурентоспособности гостиничного бизнеса в рыночных условиях журнал «Управление экономическими системами» // И.В.Скопина, А.Ф.Рогачев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/marketing/item/31-2011-03-19-07-31-01>.

способствует:

- соблюдению современных стандартов обслуживания и повышению качества услуг, предоставляемых в гостиницах и иных средствах размещения;
- согласование требований российской и зарубежной практик гостиничного бизнеса;
- дифференциация гостиниц и отелей позволяет определиться туристу с ассортиментом и качеством предоставляемых услуг.

Таким образом, введение обязательной системы классификации средств размещения станет важным шагом на пути улучшения качества обслуживания гостиничного сервиса.

7. Инфраструктура отдыха и развлечений.

Важное место в предоставлении туристских услуг занимают предприятия отдыха и развлечений. К основным таким учреждениям относятся предприятия, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях: музеи, цирки, зоопарки, игротеки, аттракционы, парки культуры и отдыха, театры, кинотеатры, концертные организации и т. д.

Инфраструктура отдыха, развлечений и культуры в области охватывает разветвленную сеть предприятий и учреждений. Историко-культурные ресурсы представлены 777 единицами недвижимых памятников истории и культуры: из них 218 имеют статус федерального значения, один включен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО (Ансамбль Ферапонтова монастыря). Видовое разнообразие наследия области включает в себя памятники археологии, монастырские и церковные комплексы, деревянную архитектуру, старинные усадьбы, объекты исторического промышленного наследия. Кроме того, разнообразие историко-культурных ресурсов представлено 42 музеями, 507 церквями, 44 усадьбами, 319 учреждениями культурно-досугового типа, 5 театрами, 69 кинотеатрами, 1 зоопарком. Значительными объектами лечебно-оздоровительного туризма Вологодской области являются санатории: «Новый

источник», «Каменная гора», «Леденгск», «Бодрость-плюс», «Бобровниково», «Адонис».

На территории Вологодской области насчитывается более 15 детских лагерей, наиболее востребованные из них: «Единство», «Изумруд», «Лесная сказка», «Новый Источник», «Янтарь Плюс».

Активно развивается в регионе сельский туризм. Данное направление в последние годы становится все более популярным у туристов. В Вологодской области создан архитектурно-этнографический музей «Семенково», где можно прикоснуться к традициям жизни предков, к истокам культуры и менталитета русского народа.

В области насчитывается 1904 спортивных сооружения общей вместимостью 52287 мест. В основном спортивные сооружения области представляют интерес с точки зрения развития зимних видов спорта и отдыха. В последние годы, начал развиваться горнолыжный туризм – в области функционируют три горнолыжных базы: «Цыпина гора» (Кирилловский район), «У.Е.С. STRINEVO» (Вологодский район), «Горнолыжный комплекс «Фристайл» (Вологодский район). В регионе насчитывается более 70 охотничьих и рыболовных баз. Таким образом, инфраструктура отдыха, развлечений и культуры представлена множеством предприятий и учреждений и продолжает развиваться¹⁶.

Вместе с тем в развитии данной сферы можно выделить следующие проблемы:

1) для большинства предприятий остается проблема несоответствия предоставляемых услуг современным международным стандартам обслуживания;

2) минимальное количество объектов круглогодичного использования в регионе, что порождает проблему сезонности;

3) на сегодняшний день большая часть предприятий имеет большой

¹⁶ Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.

моральный и физический износ коммуникаций, имущественного комплекса;

4) некоторые объекты культурного наследия и территории усадебных комплексов в области характеризуются аварийным состоянием;

5) отсутствие необходимой инфраструктуры для обеспечения рекреационного отдыха (дорожки для прогулок, трассы для велосипедов, роликовых коньков, конных прогулок, обустройство пляжей), спортивного отдыха (футбольные, волейбольные, баскетбольные площадки, теннисные корты, спортивно-физкультурные площадки и т. д.);

б) недостаточная информационная оснащенность территорий (отсутствие на территории музеев громкоговорящей связи, информационных стендов и указателей, в том числе и на иностранных языках).

8. Предприятия общественного питания.

Гастрономические услуги туристам предоставляются предприятиями общественного питания. Система общественного питания образуется за счет ресторанов, кафе, столовых, баров, пунктов быстрого питания и самообслуживания и т. д.

Предприятия общественного питания входят в число основных составляющих инфраструктуры туризма. В 2012 г. в Вологодской области их зарегистрировано 552 организации. Число объектов общественного питания составляет 913 единиц: из них 66% – рестораны, кафе и бары, 34% – столовые, закусочные. Обеспеченность предприятиями общественно питания в регионе ниже норматива – 34 места на 1 тыс. чел. вместо 40 положенных¹⁷.

В 2011 г. оборот общественного питания в Вологодской области сократился по сравнению с 2006 г. на 7% и составил 4,19 млрд. руб., в расчете на душу населения сократился на 5% – 3,49 тыс. руб./чел. (рис. 22). Иными словами, оборот общественного питания и в целом, и на душу населения значительно не изменился.

¹⁷ Строительные нормы и правила СНиП 2.07.01-89* «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» (утв. постановлением Госстроя СССР от 16 мая 1989 г. № 78).

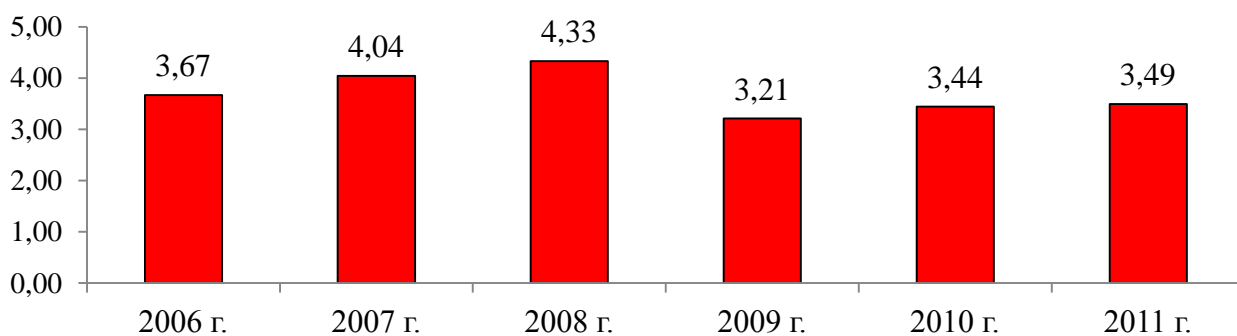


Рисунок 22 – Оборот общественного питания в Вологодской области на душу населения в ценах 2011 года, тыс. руб./ чел.

Источник: Торговля и общественное питание по Вологодской области: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2012 г. – С. 70.

В крупных городах региона (г. Вологда, г. Череповец) уровень развития предприятий общественного питания достаточно высокий: индустрия питания характеризуется разветвленной сетью предприятий, специализирующихся на различных видах кухни; неуклонно растет число новых предприятий, происходят качественные изменения и внедряются новые технологии производства и сервиса. Иначе обстоит дело в районах области: уровень развития индустрии питания в большинстве случаев не соответствует современным стандартам, предприятия не отличаются разнообразием и не способны удовлетворить спрос туристов на данный вид услуг. При этом одни из самых востребованных туристических направлений расположены именно в районах Вологодской области – Кирилловском, Великоустюгском, Вытегорском.

Вместе с тем сложившаяся сеть организаций, а также направления развития системы питания Вологодской области неполностью отвечают всё более возрастающим потребностям населения и туристов в быстром и качественном питании по доступным ценам. При этом сохраняется дефицит предприятий питания, ориентированных на средние и малообеспеченные слои населения.

В развитии сферы общественного питания в Вологодской области также отмечаются следующие проблемы:

1) отсутствие общей концепции совершенствования и развития системы общественного питания;

- 2) низкий уровень качества предоставляемых услуг;
- 3) низкий уровень квалификации профессиональных кадров;
- 4) недостаточное развитие сети предприятий, доступных среднему классу, малообеспеченным слоям населения;
- 5) неравномерность распределения предприятий общественного питания по районам области.

Таким образом, сфера общественного питания региона нуждается в развитии, привлечении новых инвестиций, создании разнопрофильных предприятий различного класса, повышении культуры и качества обслуживания, а также создании реестра предприятий общественного питания.

Развитие инфраструктуры общественного питания с целью формирования комфортных условий проживания жителей региона и его гостей – одно из важных направлений развития туристской инфраструктуры Вологодской области. Разнообразие форм предприятий общественного питания должно удовлетворять потребности самых широких слоев населения и может быть обеспечено лишь в условиях функционирования как крупных, так и средних и малых предприятий, а также индивидуальных предпринимателей.

Результаты исследования выявили, что в крупных городах региона (г. Вологда, г. Череповец) уровень развития предприятий общественного питания достаточно высокий. Однако в разрезе районов Вологодской области наблюдается недостаточная обеспеченность предприятиями общественного питания, при этом предприятия не отличаются разнообразием и не способны удовлетворить спрос туристов на данный вид услуг. Недостаточная развитость инфраструктуры общественного питания в основных туристских дестинациях приводит к весьма существенному снижению качества обслуживания, комфортности пребывания туристов в регионе.

Для развития инфраструктуры предприятий общественного питания следует:

– максимально использовать возможности по сохранению действующих предприятий на прежних площадях, а также предоставлению нежилых помещений из муниципальных и областных источников;

– в целях рационального и социально обоснованного размещения предприятий общественного питания на территории области, учета интересов населения и туристов, обеспечения территориальной доступности предприятий целесообразно разработать отраслевую схему размещения объектов общественного питания на основных туристских маршрутах области;

– предусматривать размещение предприятий общественного питания на площадях торговых объектов, гостиниц, предприятиях отдыха и развлечений при осуществлении их строительства или реконструкции;

– содействовать размещению предприятий общественного питания в шаговой (пешеходной) доступности на основных туристских маршрутах;

– при проведении паспортизации объектов нежилого фонда выявлять объекты недвижимости, которые могут быть предназначены для размещения предприятий общественного питания, для последующей передачи по результатам специализированных торгов;

– снижать правовые, организационные, административные, экономические, экологические и прочие барьеры для входа на рынок услуг предприятий общественного питания новых хозяйствующих субъектов;

– проводить мониторинг результатов работы организаций общественного питания по объемам услуг, уровню цен на основные виды услуг, оценке удовлетворенности спроса населения и туристов на основные виды услуг предприятий общественного питания;

– создавать предприятия традиционной русской кухни с предложением в меню вологодской пищевой продукции как уникального товара. На основных туристских маршрутах необходимо создавать заведения общественного питания с традиционной русской кухней и в традиционном русском стиле: от интерьера до одежды персонала;

– развивать современные форматы обслуживания, включающие развитие высокотехнологичных услуг, оказание которых подразумевает наличие современного оборудования и высококвалифицированного персонала.

Одним из важных направлений развития инфраструктуры общественного питания является увеличение спектра качественных услуг, обеспечение их доступности для всех категорий граждан. В связи с отменой обязательной сертификации услуг особое значение на сегодняшний день приобретает развитие в области системы добровольной сертификации.

Кроме того, для повышения уровня обслуживания и качества предоставляемых услуг общественного питания решающее значение имеет работа по совершенствованию деятельности, связанной с подготовкой квалифицированных кадров и формированием качественно новой системы управления персоналом предприятий и организаций отрасли.

9. Торговля.

Сфера торговли может включать в себя весь спектр предприятий торговли, оказывающих услуги туристам. При этом в наиболее привлекательный диапазон товаров входят торговля сувенирной продукцией, товарами местных производителей, беспошлинная торговля и ведущие мировые бренды.

Одним из показателей, характеризующим развитие торговли, является оборот розничной торговли, однако по этому показателю Вологодская область существенно отстает от других регионов СЗФО. Оборот розничной торговли по Вологодской области в 2011 г. составил 34 млрд. руб., что на 20% выше, чем в 2010 г., в 2011 г. в области функционировало 2668 предприятий розничной торговли (на 1% меньше, чем в 2010 г.).

Особым сегментом розничной торговли, с точки зрения развития туризма, является торговля продуктами, произведенными в Вологодской области, в том числе продукцией предприятий народно-художественных промыслов.

Проблемы развития предприятий торговли в Вологодской области:

1) отсутствие в большинстве районов области магазинов розничной торговли, объединяющих местных производителей, в том числе предприятий народно-художественного промысла;

2) уровень обеспеченности организациями торговли в области очень неоднороден;

3) недостаточное развитие сети торговых предприятий, соответствующих современным требованиям дизайна, технологического оснащения и применяющих прогрессивные методы обслуживания (в том числе в регионе практически отсутствуют предприятия торговли, ориентированные на иностранных туристов);

4) имеют место факты теневого оборота, проблемой является несанкционированная торговля (в неустановленных для продажи местах);

5) наращивание числа предприятий не обеспечивает повышение уровня и качества торговых услуг;

б) ограниченный ассортимент сувенирной продукции.

Для развития торговых предприятий следует:

– располагать объекты торгового обслуживания территориально близко к центрам притяжения туристов и друг к другу. Туристы готовы тратить деньги на развлечения, удовольствия. Поэтому наряду с обязательными видами услуг важно предоставление разнообразных дополнительных услуг – приобретение сувениров, произведений искусства, изделий народных мастеров, посещение мест развлечений и проведения досуга;

– содействовать развитию объектов торговли сувенирами на основных туристских маршрутах. Во время туристских поездок приобретаются сувениры, вещи и товары (путеводители, туристские карты, предметы бытового назначения). Часто покупки совершаются ради удовольствия. Наибольшей популярностью у туристов пользуются магазины сувениров, художественной продукции, антиквариата, букинистические, мастерские народных ремесел, в которых можно приобрести изготовленные тут же

изделия. На основных туристских маршрутах также можно создавать специальные магазинчики в национальном стиле, где местные мастера изготавливают изделия непосредственно в присутствии покупателей;

– содействовать в организации торговли продукцией местных производителей, путем размещения на туристских маршрутах продуктовых магазинов, специализирующихся на продукции районов области.

Ведущую роль в привлечении покупателей и клиентов в сфере торговли и услуг имеет качество обслуживания. Комфортные условия, доброжелательный и компетентный персонал станут залогом повышения привлекательности туристских дестинаций для туристов и местных жителей, что, в свою очередь, положительно отразится на конкурентоспособности региона на рынке туристских услуг.

Обслуживающий персонал также оказывает влияние на формирование имиджа области, создавая атмосферу региона и собирательный образ вологжан. Кроме того, работники торговли зачастую являются консультантами туристов по вопросам размещения культурных объектов, расположения различных служб и т. д., поэтому они должны быть достаточно осведомлены о расположении основных туристских объектов и достопримечательностей.

10. Безопасность.

Под безопасностью организации туристской деятельности понимается совокупность общих условий с отсутствием риска для здоровья туристов (экскурсантов) на маршрутах и в местах посещения, обеспечение сохранности их имущества и др. Этот элемент характеризуют показатели уровня преступности, состояния экологии, обеспечения безопасности на дорогах и др.

Под безопасностью в сфере туризма понимается обеспечение безопасности и защиты – как самих туристов, так и работников туристских предприятий и всего местного населения (определение Всемирной туристской организации). В России до сих пор не создана целостная система обеспечения безопасности туристов, статистики несчастных случаев в туризме и их

анализа, защиты личности и собственности в сфере туристской деятельности, в том числе – за счет современных страховых механизмов¹⁸.

Так и в Вологодской области не разработана единая система обеспечения безопасности в туризме. В данной сфере можно выделить следующие проблемы:

1) высокий уровень преступности в регионе (2 место среди регионов СЗФО по числу преступлений в расчете на 10 000 чел. населения);

2) проблемы обеспечения безопасности дорожного движения;

3) проблемы обеспечения экологической безопасности региона;

4) отсутствует система информационного обеспечения безопасности в туризме (например, отсутствие информационных разделов «Безопасность в туризме» на туристском портале, в буклетах, информационных брошюрах и т. д.);

5) низкий уровень обеспечения безопасности на объектах туристской индустрии, включая пожарную безопасность, санитарные требования, предотвращение хищений и т. д.;

6) отсутствие системы стандартных знаков, графических символов и обозначений туристских районов и объектов для обеспечения безопасной среды;

7) отсутствие системы лицензирования мест проживания туристов, мест общественного питания, услуг такси и туристских гидов и т. д.

Можно также отметить проблемы туристской инфраструктуры, оказывающие негативное воздействие на развитие всех инфраструктурных элементов:

– недостаточная проработанность нормативно-правовой базы, регулирующей развитие туристской инфраструктуры;

– низкая инвестиционная активность в индустрии, в том числе, из-за отсутствия доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов

¹⁸ Проблемы законодательного обеспечения безопасности туристов в Российской Федерации / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ, 2013. – № 2 (486) – 76 с.

(например, проектное финансирование) с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки, и отсутствие эффективных механизмов государственного стимулирования инвестиций в ее развитие;

– недостаток высококвалифицированных профессиональных кадров.

Таким образом, системное развитие инфраструктуры туризма позволит значительно усилить конкурентные преимущества туристского кластера Вологодской области и, как следствие, увеличить туристский поток и обеспечить рост поступлений в бюджет.

5.3. Основные направления развития придорожного сервиса

Придорожный сервис – это система, состоящая из различных взаимосвязанных элементов, позволяющих наиболее эффективно осуществлять деятельность по удовлетворению различных потребностей человека и обслуживанию транспортного средства в пути (дороге).

Цель придорожного сервиса состоит в эффективном обслуживании самих транспортных средств и в удовлетворении потребностей лиц, пользующихся ими. Большое значение имеет именно вторая часть поставленной цели, она дает тот социальный эффект, который можно получить, создав систему придорожного сервиса.

Комплексный подход к формированию системы придорожного сервиса позволяет создать интегрированную сеть в сфере обслуживания человека в пути, включающую в себя несколько основных рыночных сегментов, обеспечивающих удовлетворение потребностей человека, связанных с личными нуждами или с обслуживанием транспортных средств. Кроме того, использование данного подхода при формировании системы придорожного сервиса позволяет разработать наиболее оптимальный набор управленческого инструментария, наладить взаимосвязь систем управления предприятиями придорожного сервиса различных направлений деятельности.

Опрос муниципалитетов позволил выявить, что на территории региона имеются в достаточном количестве следующие виды сервиса: автозаправочные станции (54,2% опрошенных), станции технического обслуживания автотранспорта (45,8%), придорожные кафе и придорожная торговля сувенирами и предметами первой необходимости (8,3%) (рис. 23). В Вологодской области необходимо развивать: придорожные кафе (70,8% руководителей муниципалитетов), дополнительное обеспечение дорожной информацией (50%), сеть бесплатных точек Wi-fi доступа (45,8%), и др. По мнению муниципалитетов, для развития туристской сферы в регионе необходимо создавать: специально оборудованные остановки для отдыха и работы, а также кемпинги (58,3% руководителей муниципалитетов) и др.



Рисунок 23 – Распределение ответов руководителей муниципалитетов на вопрос: «Какие виды сервиса для отдыха на территории муниципалитета имеются, а какие необходимо организовывать дополнительно?»

Отправной точкой в создании эффективной системы придорожного сервиса является выделение основных функционально-планировочных коридоров. С учетом развивающихся в регионе экономических отраслей и

связей с соседними субъектами, в рамках «Схемы территориального планирования» выделено четыре таких коридора (рис. 24). Они вытянуты вдоль основных транспортных магистралей и планировочно связывают центральное агломерационное ядро области с зонами экономического развития соседних регионов.



Рисунок 24 – Функционально-планировочные коридоры Вологодской области

1. Западный (Вологда – Череповец – Чагода) с выходом в Ленинградскую область и на Санкт-Петербург.

2. Северо-Западный (Вологда – Белозерск – Вытегра) с выходом в Республику Карелию и к портам Северного морского пути по системе Волго-Балтийского и Беломоро-Балтийского каналов.

3. Центральный (Грязовец – Вологда – Вожега) с одной стороны с выходом в Архангельскую область (перспективный железнодорожный узел Коноша) и к порту Архангельск, а с другой – выход в центральные регионы страны, в т. ч. в Московский регион.

4. Восточный (Вологда – Тотма – Великий Устюг) с выходом в г. Котлас (Архангельская область) и далее в Республику Коми.

Вдоль «коридоров развития» формируются многофункциональные территориально-планировочные зоны (зоны экономической активности), в которых размещаются основные объекты придорожной сферы.

Услуги придорожного сервиса сопровождают и/или предваряют процесс перемещения и перевозки человека. Следовательно, структура услуг в системе придорожного сервиса будет определяться структурой самого придорожного сервиса и возникающими потребностями человека по обслуживанию транспортных средств и удовлетворению собственных нужд и потребностей в пути (дороге).

В рамках развития придорожного сервиса целесообразно решить следующие задачи:

- сформировать условия для развития высококачественного дорожного сервиса на автомобильных дорогах общего пользования федерального значения различных категорий;

- создать правовую базу, способствующую привлечению в развитие дорожного сервиса малого и среднего предпринимательства, а также повышению заинтересованности местных и региональных властей в создании дополнительных стимулов для развития малого предпринимательства в области дорожного сервиса на местах и повышению социальной привлекательности региона (территории);

- провести стандартизацию требований к объектам дорожного сервиса в целях обеспечения пожарной, санитарной, транспортной безопасности объектов и пользователей дорог;

- создать комфортные условия для участников дорожного движения на автомобильных дорогах в части пользования услугами объектов дорожного сервиса;

- содействовать переходу стихийно созданных объектов дорожного сервиса в правовое поле;

- создать условия для строительства современных объектов дорожного сервиса, а также многофункциональных придорожных комплексов высокого

уровня обслуживания с организацией подъездных путей и подведением необходимых коммуникаций к таким объектам и комплексам;

– обеспечить условия для расширения спектра предоставляемых услуг на существующих объектах дорожного сервиса;

– создать систему информирования участников дорожного движения об объектах дорожного сервиса, предоставляемых ими услугах и их качестве.

Развитие системы придорожного сервиса в рамках деятельности туристского кластера целесообразно осуществлять в рамках следующих этапов.

1. Анализ текущего состояния развития объектов придорожного сервиса, а также действующих нормативных правовых актов и нормативных технических документов в целях подготовки предложений по внесению в них соответствующих изменений, в том числе, в части конкретизированных требований для определения возможности присоединения объектов дорожного сервиса к автомобильным дорогам общего пользования федерального значения.

2. Определение дислокации размещения объектов придорожного сервиса в целях проведения реконструкции дорог с их расширением в указанных местах, а также изъятия земельных участков для их размещения в границах полос отвода автомобильных дорог общего пользования федерального значения.

3. Проработка совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти вопроса обеспечения объектов придорожного сервиса подключением к инженерным коммуникациям.

4. Организация присоединения к автомобильным дорогам общего пользования федерального значения существующих объектов придорожного сервиса, размещенных в границах придорожных полос автомобильных дорог общего пользования федерального значения, на конкурсной основе.

5. Организация проектирования и строительства объектов придорожного сервиса в границах автомобильных дорог за счет частных

инвестиций или с последующей передачей на конкурсной основе представителям бизнеса в целях развития сети объектов, в том числе в зонах, наименее привлекательных для представителей бизнеса.

Основными направлениями развития придорожного сервиса на территории базирования кластера являются следующие.

1. Поддержание работоспособности и восстановление транспортных средств.

Услуги, направленные на техническое обслуживание и ремонт транспортного средства, поддержание его работоспособности и восстановление, являются важнейшей составляющей придорожного сервиса.

При рассмотрении данного направления особое внимание следует уделить потребностям, возникающим у автовладельцев во время эксплуатации транспорта, а именно:

- приобретение оборудования, приборов, приспособлений, инструмента;
- приобретение топлива, запасных частей, комплектующих и материалов;
- автомойка и химическая чистка транспортного средства;
- техническая консультация.

Целесообразно развивать перечисленные выше виды услуг, выполняемые объектами придорожного сервиса, специализирующимися на обслуживании транспортных средств.

2. Развитие и поддержание инфраструктуры быта человека в пути.

Особое внимание следует уделить потребностям, возникающим в пути по основным маршрутам следования туристских групп. В связи с этим следует развивать такие виды услуг как:

- услуги общественного питания;
- гостиничные услуги (химчистка, прачечная);
- торговля (продовольственная и промышленная группа товаров);
- медицинские услуги;
- информационные услуги (СМИ, телевидение, радио, системы навигации);

- услуги связи (телефон, почта, интернет);
- санитарно-гигиенические услуги.

Представленные направления достаточно полно отражают спектр услуг придорожного сервиса. Однако, стоит отметить, что в Вологодской области ряд услуг предоставляются не всеми объектами придорожного сервиса, либо вообще не находят должного развития, в частности, гостиничные услуги, услуги общественного питания, бытовые услуги (санитарно-гигиенические). В большинстве случаев они сосредоточены вокруг крупных городов и населенных пунктов, где спрос на них значительно выше.

Реализация основных направлений создания эффективной системы придорожного сервиса на территории базирования кластера будут способствовать следующие инвестиционные предложения (проекты).

1. Развитие придорожного сервиса сельского поселения Воробьёвское Сокольского муниципального района (прил. 10).

Для перспективного строительства объектов придорожного сервиса и реализации проекта предлагается земельный участок площадью 5 га, который находится в государственной собственности и расположен на территории Воробьевского поселения, севернее д. Воробьёво, с левой стороны автодороги Чекшино – Тотьма (за охранной зоной автомагистрали – 30 м от оси дороги).

Предполагаемые объекты придорожного сервиса:

- стоянка для автотранспорта (грузового и легкового);
- станция технического обслуживания автомобилей (шиномонтаж, мелкий ремонт) с автомойкой;
- гостиница на 24 места;
- кафе, магазин сопутствующих товаров.

Строительство объектов придорожного сервиса может быть реализовано очередями, с привлечением инвесторов по объектам.

2. Придорожный сервис ООО «Михайловское подворье» на территории сельского поселения «Чуровское» Шекснинского района (прил. 11).

Для строительства объектов придорожного сервиса выделен земельный участок в районе деревни Михайловское, площадью 43400 кв. м.

Проект придорожного сервиса на территории сельского поселения Чуровское включает создание следующих объектов:

- стоянка для автотранспорта (10 грузовых и 20 легковых автомашин);
- кафе, ресторан, развлекательный центр (одноэтажное здание на 20 посадочных мест);
- гостиница (двухэтажное здание на 30 гостевых номеров);
- гостиничные домики (будут устанавливаться при необходимости);
- станция технического обслуживания автомобилей (шиномонтаж, мелкий ремонт без покраски) с автомойкой для легковых автомобилей на 2 поста;
- комплексное озеленение и освещение территории;
- организацию проездов и площадок временной парковки автомашин;
- контейнерную площадку;
- устройство зон отдыха и пешеходных дорожек.

3. Обустройство базы отдыха «Никоново» Грязовецкого района (прил. 12).

Земельный участок расположен в 6 км от г. Грязовца. Автодорога Москва-Архангельск находится на расстоянии 100 м. Форма собственности земель – муниципальная. Имеется возможность расширения территории.

Площадка расположена на слиянии рек Ивняшка и Синичка, русло расширено посредством строительства плотины до 2,61 га. Работы по расширению русла и углублению водоема выполнены.

Для обустройства базы отдыха предлагается несколько проектов гостиниц, которые могут быть как самостоятельным объектом, так и частью гостиничного комплекса.

Проект F-1148-0 – небольшая семейная гостиница-мотель. Такая гостиница может использоваться как мотель для отдыха на оживленной

трассе, а может быть частью гостиничного комплекса или базы отдыха в живописном районе.

Проект J-0651-0 – оздоровительный центр или небольшая семейная гостиница.

Проект С-0869-1 – бревенчатый дом, который может стать удачным решением вопроса сезонного отдыха для небольшой семьи или успешно использоваться в качестве гостевого дома большой усадьбы.

Проект 1208-0 – коттедж без внутренних несущих стен, который предоставляет заказчикам возможность адаптировать дом под себя.

4. Сервисный комплекс п. Хохлово Кадуйского района (прил. 13).

Предварительно выделено два земельных участка под строительство объектов придорожного сервиса. Первый участок расположен в 340 м к автоподъезду к поселку Кадуй на северо-запад от автодороги Вологда – Новая Ладога с подъездной автодорогой в Кадуйском районе Вологодской области и предназначен для строительства автогазозаправочной станции.

Второй участок расположен с правой стороны от автодороги Вологда – Новая Ладога и отворотки на п. Хохлово, и предназначен для строительства автозаправочной станции с кемпингом, мойкой и станцией технического обслуживания и ремонта автомобилей – «Сервисный комплекс».

Проект «Сервисный комплекс» включает создание следующих объектов:

- мотель на 30 мест (возможно размещение в отеле кафе);
- автомобильная стоянка – на 50 автомашин, в том числе и 4 большегрузных;
- автозаправочная станция на 4-6 колонок, с возможностью обслуживания большегрузных автомобилей;
- современная станция технического обслуживания, включающая шиномонтаж, автомойку, пост технического обслуживания автомобилей.

Для строительства гостиницы предлагается готовый проект – небольшой мансардный дом без подвала и гаража, круглогодичного действия.

5 Комплекс придорожного сервиса в с. Новленское Вологодского района (прил. 14).

Площадка для строительства объектов придорожного сервиса находится на 61-ом км автодороги Вологда – Кириллов, в 50 м от автомобильной трассы, на берегу реки Б. Ельма, в черте с. Новленское и д. Коробово.

В качестве объекта придорожного комплекса предлагается построить гостиницу по проекту X-1271-0. Представленный вариант проекта рассчитан на 18 номеров – 16 однокомнатных и 2 двухкомнатных для семейного проживания.

Функционально здание разделено на две части: административную и жилую. Жилая часть имеет два уровня: парковка и жилые номера. В административной части здания на первом этаже располагаются магазин, склад, автономная котельная, на втором – зона администратора и персонала. В подвальной части – прачечная, склад белья, уборочного инвентаря.

6. Развитие кластера в части научно-технологической и образовательной деятельности

6.1. Приоритетные направления и мероприятия по развитию научной и инновационной инфраструктуры

Научная и инновационная инфраструктура выполняет важную функцию: ее элементы являются, по сути, каналами, по которым государственная поддержка в основных своих формах доводится до ее получателей – субъектов предпринимательства. Одновременно по этим же каналам осуществляется обратная связь, позволяющая в максимальной степени ориентировать всю систему на реальные потребности и действительные интересы предприятий туристской отрасли.

Инфраструктура поддержки предприятий туристской сферы, расположенных на территории базирования кластера, представлена широким кругом организаций, в рамках деятельности которых, оказывается помощь предприятиям туристской отрасли в части предоставления маркетинговых, юридических услуг, поиска и привлечения инвестиций под конкретный проект и др.

Основные организации научной и инновационной инфраструктуры, расположенные на территории базирования кластера, предоставляют следующие виды услуг:

— финансовая и имущественная поддержка (БУ ВО «Бизнес-инкубатор», АНО «Центр кластерного развития Вологодской области», ОАО «Корпорация развития Вологодской области», «Фонд ресурсной поддержки малого и среднего предпринимательства», Некоммерческое партнерство «Агентство городского развития» в городе Череповце);

— услуги в части трансфера и коммерциализации технологий (Центр трансфера технологий ИСЭРТ РАН);

— оформление прав на интеллектуальную собственность (Вологодская торгово-промышленная палата, Центр трансфера технологий ИСЭРТ РАН,

Инновационно-технологический центр ФГБОУ ВПО «Вологодский государственный университет»);

— проведение обучающих семинаров и тренингов (БУ ВО «Бизнес-инкубатор», АНО «Центр кластерного развития Вологодской области», Центр трансфера технологий ИСЭРТ РАН, Некоммерческое партнерство «Агентство городского развития» в городе Череповце, Инновационно-технологический центр ФГБОУ ВПО «Вологодский государственный университет», Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России»);

— регистрация товарных знаков (Вологодская торгово-промышленная палата, Центр трансфера технологий ИСЭРТ РАН);

— юридическое сопровождение договоров (АНО «Центр кластерного развития Вологодской области», ОАО «Корпорация развития Вологодской области», Центр трансфера технологий ИСЭРТ РАН);

— подготовка инновационных менеджеров (ИСЭРТ РАН, ФГБОУ ВПО «Вологодский государственный университет»).

В рамках каждого субкластера планируется создание собственного бренда. В этой связи, деятельность организаций инновационной инфраструктуры, предоставляющих услуги трансфера и коммерциализации технологий, будет направлена на защиту планируемых к созданию брендов, а также на обеспечение правовой охраны уже созданных брендов Вологодской области.

Поддержку предприятий непосредственно туристской сферы на территории Вологодской области осуществляют следующие организации.

1. БУ ВО «Областной центр маркетинга и продвижения туристских программ Вологодской области», который осуществляет рекламную и маркетинговую деятельность, оказывает информационно-справочные, туристские и деловые услуги приезжающим туристам. Создан и успешно функционирует интернет-портал «Туризм Вологодской области»

(www.vologdatourinfo.ru), консолидирующий всю информацию об участниках туристского рынка Вологодской области.

2. Муниципальное бюджетное учреждение «Центр содействия развитию предпринимательства и туризма» в городе Вологде, который осуществляет обучение и консультирование предпринимателей-получателей государственной и муниципальной поддержки (в т. ч. юридические консультации).

Таким образом, организации научной и инновационной инфраструктуры поддержки предприятий малого и среднего бизнеса Вологодской области оказывают широкий спектр услуг (*табл. 17*). Однако на территории базирования кластера отсутствуют учебные центры и центры сертификации квалификаций, деятельность которых направлена на обучение и переподготовку кадров для туристской сферы, а также обеспечение необходимого соответствия полученных выпускниками образовательных учреждений компетенций с требованиями бизнеса. В регионе также отсутствуют организации, занимающиеся проведением маркетинговых исследований спроса и предложения на туристских рынках в области, России и за рубежом. Кроме того, наблюдается недостаточная эффективность работы организаций, обеспечивающих взаимодействие туристских компаний с образовательными учреждениями и полное отсутствие организаций инфраструктуры, обеспечивающих взаимодействие туристских компаний с предприятиями культуры и искусства.

Таблица 17 – Услуги организаций научной и инновационной инфраструктуры, расположенной на территории базирования туристского кластера

Услуги	Организация инфраструктуры										
	БУ ВО «БИ»*	Вологодский ЦНТИ*	ИТЦ ВоГУ*	СЗВИ*	ЦСРПТ*	НП АГР*	ЦТТ ИСЭРТ РАН*	Вологодское бюро ИС*	АНО «ЦКР»*	НО «Фонд ресурсной поддержки МСП»	Корпорация ВО развития ВО
1. Предоставление офисных или лабораторных площадей в аренду	+	-	+	-	+	+	-	-	-	-	-
2. Проведении маркетинговых исследований спроса и предложения на туристских рынках в области, России и за рубежом	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Юридические услуги	+	+	+	-	+	+	-	-	-	-	+
4. Маркетинговые услуги	-	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+
5. Проведение обучающих семинаров и тренингов	+	+	+	-	-	+	+	-	+	-	-
6. Оформление прав на интеллектуальную собственность	+	-	+	-	-	+	+	+	-	-	-
7. Услуги по переводу	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
8. Тренинги и семинары	+	-	+	+	-	-	-	-	+	-	-
9. Поиск и привлечение инвестиций под конкретный проект	-	-	+	+	-	+	+	-	+	+	+
10. Исследование эффективности затрат	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* БУ ВО «БИ» – Бюджетное учреждение Вологодской области в сфере поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства «Бизнес-инкубатор»; ИТЦ ВоГУ – Инновационно-технологический центр ФГБОУ ВПО «Вологодский государственный университет»; ВТПП – Вологодская торгово-промышленная палата; Вологодский ЦНТИ – Государственное научное учреждение «Вологодский Центр научно-технической информации» (отделение «Росинформресурс») Министерства науки и технологии РФ; СЗВИ – Северо-западный Центр венчурных инвестиций; ЦСРПТ – Муниципальное бюджетное учреждение «Центр содействия развитию предпринимательства и туризма»; НП АГР – Некоммерческое партнерство «Агентство городского развития»; ЦТТ ИСЭРТ РАН – Центр трансфера технологий на базе ИСЭРТ РАН; Вологодское бюро ИС – Вологодское бюро интеллектуальной собственности, АНО «ЦКР» – АНО «Центр кластерного развития Вологодской области».

В качестве приоритетных направлений развития научной и инновационной инфраструктуры определены следующие:

1. Повышение инновационности сферы туризма:
 - развитие новых видов туризма и экскурсий;
 - совершенствование форм проведения экскурсий.
2. Повышение инновационности сферы услуг:
 - обеспечение бесплатного доступа к сети интернет;
 - обеспечение возможности заказа через интернет экскурсий, билетов на поезда и самолеты;
 - повышение комфортности номерного фонда;
 - обеспечение заказа меню в ресторанах через Интернет.
3. Расширение тематики научно-исследовательских работ.
4. Расширение спектра предоставляемых услуг.
5. Повышение эффективности взаимодействия туристских компаний с образовательными учреждениями.
6. Укрепление связей туристских компаний с предприятиями культуры и искусства.
7. Упрощение системы получения разрешений, патентов для предприятий, входящих в кластер.
8. Повышение кадрового потенциала.

В рамках этих направлений планируется реализация следующих мероприятий:

1. Создание эффективной системы подготовки и переподготовки кадров по специальности «Гиды, экскурсоводы».
2. Создание системы подготовки и переподготовки специалистов по маркетингу, рекламе и продвижению брендов Вологодской области на целевых рынках.
3. Обеспечение государственной поддержки и разработка программы повышения квалификации преподавательского состава для учебных заведений, занимающихся подготовкой специалистов для туристской

индустрии Вологодской области. Поддержка разработки программ обучения и подготовки кадров для туризма и сопутствующих отраслей.

4. Проведение периодических исследований и анализа потребностей областной туристской индустрии в квалифицированных кадрах и размещение государственного заказа по приоритетным направлениям развития туристской индустрии Вологодской области. Проведение открытого конкурса на размещение областного заказа по повышению квалификации государственных и муниципальных служащих Вологодской области в сфере туризма.

5. Создание учебного центра, осуществляющего деятельность в следующих направлениях:

- организация прохождения производственной практики;
- предпроизводственная подготовка кадров;
- предаттестационная подготовка персонала;
- обучение с привлечением сотрудников образовательных учреждений;
- обучение с привлечением инженерно-технологического персонала предприятий;
- обучение с привлечением экспертов в приоритетных направлениях развития туристского кластера.

Согласно мнению экспертов, необходимость создания Учебного центра в рамках формирования туристского кластера обусловлена кадровыми и инфраструктурными проблемами.

6. Создание центра сертификации для обеспечения необходимого соответствия полученных выпускниками образовательных учреждений компетенций с требованиями бизнеса. Для реализации данного мероприятия требуется разработка профессиональных стандартов по ключевым должностям и профессиям туристской индустрии.

7. Организация образовательных и научно-популярных событийных мероприятий на базе молодежных туристских центров.

8. Освоение позитивного опыта подготовки кадров для туризма в других регионах РФ и мира.

6.2. Определение и обоснование приоритетных видов туризма

Перспективные направления туризма для территории базирования кластера находятся в прямой зависимости от специфики туристского потенциала региона, диктующего выбор из широкого спектра видов туризма, существующих в мировой практике и характерных именно для области, с учетом их творческого развития, дополнения местными особенностями.

В настоящее время наибольшее развитие в Вологодской области приобрели:

— историко-культурный туризм, основанный на экскурсионном интересе к памятникам истории и культуры на территории области как со стороны внутрорегиональных потребителей (в основном в форматах образовательного туризма, поездок выходного дня и т. д.), так и со стороны гостей области (в формате осмотра достопримечательностей).

— деловой туризм, связанный с функционированием на территории области центров государственного и бизнес-управления, предприятий промышленного комплекса и т. д., включающий собственно деловую (организация командировок, встреч, переговоров, рабочих визитов, конференций и др.), познавательную (знакомство с достопримечательностями, культурная программа), рекреационную (отдых и развлечения), составляющие, которые должны быть отнесены к туристской деятельности;

— рекреационный отдых в санаториях и на базах отдыха, в подавляющей степени людей, проживающих на территории Вологодской области, в небольшой степени – отдыхающих из других регионов;

— медицинский туризм – специальные медицинские и оздоровительные услуги в учреждениях области;

— охотничье-рыболовный туризм, как организованный и лицензированный (небольшая доля), так и неорганизованный (большинство), связанный с использованием природных ресурсов, в основном ориентированный на внутрорегиональный спрос;

— шопинг, досуг и развлечения, в первую очередь, для жителей сельских территорий, на которых нет крупных центров развлечений и торговли потребительскими товарами, как в г. Вологде и г. Череповце.;

— передвижения, связанные с отдыхом на природе, в большинстве своем ориентированные на отдых у воды и т. д., имеющие массовый характер, но не управляемые со стороны государства и бизнеса;

— паломнические поездки в религиозные центры Вологодской области, из которых основным центром является г. Кириллов.

Все перечисленные виды туризма являются типичными для всех регионов, обладающих сходным набором базовых (культурных, природных и т. д.) ресурсов.

В соответствии с проведенным анализом и спецификой туристского потенциала Вологодской области можно выделить следующие приоритетные виды туризма.

1. Культурный туризм.

В настоящее время на территории области находятся многочисленные памятники истории и культуры, функционируют государственные и муниципальные учреждения культуры: театры, филармония, музеи, кинотеатры, библиотеки, культурно-досуговые учреждения, выставочные залы и т. д. Основным центром культурного туризма на территории базирования кластера выступает город Вологда. Наиболее привлекательные объекты туристских маршрутов в городе Вологде – Ансамбль Вологодского кремля, Ансамбль Спасо-Прилуцкого монастыря XVI-XVII вв., Архитектурно-этнографический музей Семеново, Домик Петра I. Вологда входит в число 116 российских городов, обладающих особо ценным

историческим наследием¹⁹. На территории города находится 224 памятника архитектуры, истории и культуры; 217 из них взяты под охрану государства.

Этнографическое наследие определяется сохраненными до настоящего времени традиционными народными ремеслами: плетение на коклюшках (кружева), вологодская вышивка, берестоплетение, роспись по дереву, гончарное искусство.

В Вологде расположен 1 монастырь и 22 сохранившиеся церкви. Наиболее посещаемые церкви располагаются в центральной части города.

Потенциал Вологодской области позволяет развивать следующие виды культурного туризма:

– познавательный экскурсионный туризм (продолжительность менее 1 дня), традиционно развивающийся в области, дающий представление о его историко-культурных ценностях;

– событийный туризм, разновидностями которого являются:

фестивальный (проведение музыкальных, театральных, танцевальных, фольклорных фестивалей и пр.);

ярмарочный (имеющий регулярность 2 – 3 раза в год обладает притягательной силой для туристов; это прекрасный повод для широкомасштабного сбыта изделий народных промыслов, сельскохозяйственной продукции, а также для налаживания деловых контактов с представителями различных регионов);

праздничный и карнавальный туризм. Этот вид туризма значительно удлиняет туристский сезон, (событийный туризм может существовать в любое время года) и имеет ярко выраженную востребованность на туристском рынке Вологодской области.

Событийный туризм предусматривает собой путешествия, приуроченные к проведению народных праздников, дней города, фестивалей, конкурсов, выставок, ярмарок. Такие мероприятия отмечены значительной

¹⁹ Официальный сайт Администрации города Вологды [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vologda-portal.ru>.

массовостью, что позволяет активизировать продажу изделий традиционных ремесел и сувениров, организовать дополнительные культурные программы.

Вологда является местом проведения фестиваля профессиональных театров «Голоса истории». Концепция фестиваля, который в 2003 году получил статус международного, – театр и история, развитие театра в историко-архитектурной среде.

Фестиваль «Голоса истории» нашел продолжение в межфестивальном театральном-концертном проекте «Лето в Кремле», который проводится на территории Вологодского кремля с 2002 года.

На базе Вологодской областной государственной филармонии имени В.А. Гаврилина ежегодно проводится Международный музыкальный Гаврилинский фестиваль.

Значимыми являются мероприятия, проводимые на территории города и посвященные творчеству К. Батюшкова, Н. Рубцова, В. Шаламова и др.

В области проходят многочисленные конкурсы и фестивали, организованные силами предпринимателей региона, такие как Всероссийский конкурс фортепьянных дуэтов «За роялем вдвоем» им. А.Г. Бахчиева, «Блюз на веранде», а также иные фестивали и конкурсы: конкурс «Лучший инвестиционный и интеграционный проект имени Христофора Леденцова», Всероссийский фестиваль самодеятельных и любительских хоровых коллективов «Молодая классика».

— художественный туризм рассчитан на посетителей специализированных музеев, художественных галерей и аукционов, коллекционеров, приобретающих произведения живописи, графики и прикладного искусства. В последние годы наметилась устойчивая тенденция к его развитию;

— специализированный туризм, представляющий собой быстро увеличивающийся сегмент туристского рынка, основанный на разнообразных определенных увлечениях. Он может иметь очень широкое развитие в регионе. Специализированные туры могут быть любительскими и

профессиональными. В туристском бизнесе Вологодской области наблюдается процесс специализации фирм на определенных типах интересов или группах смежных интересов клиентуры. Туры по специальным программам могут составить 20-25% всех туристских поездок по Вологодской области.

Сейчас на туристском рынке сложилась тенденция, когда даже всемирно известные исторические и художественные памятники с традиционными экскурсионными программами энтузиазма у туристов не вызывают; во всяком случае у платежеспособной части взрослого населения. Поэтому целесообразно развивать культурный туризм как комплекс мероприятий событийного, музейного и этнографического характера.

Мировая туристская практика показывает, что масштабные культурные акции, зрелищные представления, ярмарки, фестивали, художественные аукционы и вернисажи привлекают людей не менее чем исторические и природные памятники.

Осуществление разнообразных культурных программ, которые станут мотивацией туристских посещений исторических мест Вологодской области, способно привести к значительному улучшению инфраструктуры городов и сел, повышению уровня жизни жителей. Это подтверждается опытом многочисленных маленьких европейских городов. Своеобразная «культурная индустрия» не опирается на дорогостоящие проекты, связанные с капитальным строительством; для нее характерно развивать города, привлекая внимание к особенностям их культуры через фестивали, праздники, ярмарки изделий народных промыслов.

Главными объектами культурного направления туризма выступят:

- жемчужина «Северной Фиваиды» – усадьба Брянчаниновых;
- старинное русское село Сизьма, усадьба Гальских, родина художника В.В. Верещагина, музей-усадьба поэта И. Северянина;

– Кирилло-Белозерский, Ферапонтов с всемирно известными фресками Дионисия и Горицкий монастыри, интерактивный музей «Княжеская гридница», развивающийся туристский проект «Царство Золотой Рыбки».

– музей церковной старины, комплекс Спасо-Суморина монастыря;

– архитектурные памятники Устюжны, литературные места, связанные с К.Н. Батюшковым, А.И. Куприным;

– усадьба и парк дворян Межаковых, Спасо-Каменный монастырь;

– проект «Великий Устюг – Родина Деда Мороза»;

– кольцо земляных валов, каменный мост, церкви г. Белозерска.

2. Деловой туризм.

Развитию делового туризма в области способствует открытие новых выставочных площадей, строительство современных и комфортабельных гостиничных комплексов, улучшение качества дорог, транспортных средств. Центры развития делового туризма: Вологда, Череповец, Великий Устюг.

Данный вид туризма представляет собой поездки, совершаемые из профессионального и коммерческого интереса (участие в конференциях, различных мероприятиях, политических событиях), а также туризм, ориентированный на проведение и обслуживание конгрессов, симпозиумов, съездов, конференций, собраний. Привлекательность данного вида туризма заключается в получении высокой прибыли и быстрой отдаче от посетителей. Особенно привлекательны в этом отношении зарубежные туристы, т. к. деловое сотрудничество может быть сопряжено с посещением историко-культурных объектов области.

В областной столице проводится множество крупных выставок («Русский лес», «Ворота Севера», «Русский лен» и др.), различные конференции, симпозиумы, семинары, которые собирают не только отечественных, но и зарубежных специалистов.

Основным объектом делового туризма в области является ГУП «Вологодский деловой и культурный центр «Русский дом». На территории города расположены конференц-залы гостиниц «Спасская», «Николаевский

клуб», «Атриум» и ряда других, специализированные на проведение различных мероприятий (конференций, семинаров и т. д.).

Положительные тенденции развития делового туризма в регионе подтверждаются строительством бизнес центров.

Одним из направлений в этом сегменте является инсентив-туризм (поощрительное путешествие за счёт фирмы, часто совмещённое с деловой целью). Преимущественные сегменты рынка: сотрудники отечественных и иностранных компаний и фирм, частные предприниматели (включая страны СНГ). Продолжительность пребывания – 3-7 дней.

3. Экологический туризм.

Общеизвестно, что в программе туристского развития экологическая составляющая должна быть подкреплена экономической. В охранных природных зонах должна осуществляться стратегия «защита через использование». При таком подходе эти зоны эксплуатируются методами, сочетающими охрану природы и получение экономической выгоды.

В рамках туристского кластера на территории Вологодской области к экологическому туризму относятся следующие виды, обусловленные спецификой рельефа и ландшафтов региона, а также режимом ограничения нагрузок на территорию:

— отдых в природной среде – традиционный для Вологодской области, культивируется в течение многих десятилетий;

— оздоровительный, связанный с использованием лечебно-профилактической санаторно-курортной базы, а также созданием специализированных центров.

В областном центре расположено достаточно большое количество медицинских учреждений, в том числе и санаторного типа, лечение в которых проходит эффективно благодаря современному медицинскому оборудованию, широкому спектру медицинских услуг и высокой квалификации врачей.

В регионе имеется один детский санаторий (число мест – 50 человек), два санатория-профилактория с общим числом мест 156 человек, бальнеологическая лечебница. Основной упор в этих учреждениях сделан на лечение заболеваний нервной системы, опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, органов пищеварения. Кроме того, в области существуют учреждения и организации, оказывающие дополнительные медицинские и косметологические услуги («Центр лазерной коррекции зрения», SPA-салоны).

Спортивные виды туризма для зимнего и летнего сезонов, способные привлечь широкий круг клиентов, испытывающие потребность в хорошо организованных комплексах для активного отдыха:

- конный спорт очень популярен и имеет потенциал развития;
- велоспорт;
- горнолыжный спорт, сноубординг.

Значительная доля активного туризма связана с водными путешествиями:

- лицензионное рыболовство (летнее и зимнее), охота;
- приключенческий туризм (экстремальный) все более популярный на российском рынке, но требующий очень серьезной организации с полным обеспечением безопасности туров: любительский пилотаж, полеты на воздушных шарах, прыжки с парашютом, ралли на джипах по бездорожью и др.

Главными объектами развития активного туризма выступают:

- Дарвинский биосферный заповедник в Череповецком туристско-рекреационном районе;
- центр активного отдыха и туризма «Y.E.S. STRIZNEVO»;
- спортивно-оздоровительный комплекс «Ирма»;
- гостинично-туристический комплекс «Парус», г. Шексна;
- историко-культурное наследие 17-19 вв., туристский проект «Родина Деда Мороза»;

- уникальная природа НП «Русский Север»;
- Нюксенский туристско-рекреационный район;
- Кирилловский туристско-рекреационный район;
- Устье-Кубенский туристско-рекреационный район и др.

4. Водный туризм.

Высокий потенциал роста имеет водный (речной) туризм, так как тенденция его развития характеризуется устойчивым ростом спроса на теплоходные маршруты. Анализ водного туризма свидетельствует о необходимости развития туристской инфраструктуры: реконструкция и строительство современных причалов, обустройство зеленых стоянок.

Главными объектами в этом направлении туризма выступают:

- музейный комплекс «Морская слава Вологодчины», Онежское озеро, водораздел трех речных систем, история Волго-Балта, места рыбной ловли и охоты;

- оз. Тудозеро, Вытегорский район;

- центр солеварения, бальнеотерапевтический курорт «Тотьма»;

- обширные охотничьи угодья и многочисленные места рыбной ловли

Устюженского туристско-рекреационного района;

- Рыбинское водохранилище;

- оз. Кубенское;

- оз. Белое и др.

6.3. Направления и мероприятия по развитию международной научно–технической кооперации

В рамках развития международной научно-технической кооперации, в т. ч. в части трансфера технологий, необходима плотная коммуникация с ведущими иностранными научными центрами в области туризма. Это позволит получить доступ к иностранным партнерам, с которыми возможна реализация совместных научных программ, обмен студентами и организация стажировок.

Взаимодействие региональных университетов и предприятий-участников туристского кластера с ведущими мировыми научными центрами позволит воспользоваться стандартными формами трансфера технологий (Российская Сеть Трансфера Технологий – RTTN).

- информационный обмен в персональных контактах на семинарах, симпозиумах, выставках и т. п.;

- инжиниринг;

- научные исследования и разработки при обмене учёными и экспертами.

Работа с организациями, являющимися сертифицированными членами Российской сети трансфера технологий, Британо-Российской инновационной сети, Франко-Российской технологической сети и др., позволит предприятиям:

- повысить конкурентоспособность бизнеса, используя новые технологии (поможет найти технологии, необходимые для развития или расширения бизнеса);

- найти партнеров для совместной реализации инновационных проектов как в России, так и за рубежом;

- поместить технологическое предложение или запрос в сети RTTN (с ним смогут познакомиться специалисты инновационных центров, офисов по коммерциализации технологий, а также их клиенты – организации малого и среднего бизнеса).

В качестве приоритетных направлений развития международной научно-технической кооперации предприятий-участников туристского кластера Вологодской области определены следующие:

- участие в совместных международных научно-образовательных программах;

- проведение совместно с отраслевыми научно-исследовательскими институтами и органами региональной власти исследований и мониторингов,

в части состояния природных (по методикам ОВОС, ПДИ и т. д.) и культурных объектов (историко-культурная экспертиза и мониторинг);

- совместные действия по защите правообладания результатов интеллектуальной деятельности;

- участие в крупных международных научных мероприятиях (выставках, конференциях, конгрессах и других мероприятиях) в России и за рубежом.

В качестве основных мероприятий, направленных на развитие международной научно-технической кооперации, определены следующие:

- внедрение инноваций в сфере управления транспортной инфраструктурой путем: использования интеллектуальных транспортных систем и освоения навигационно-информационных средств обслуживания;

- проведение совместных и скоординированных конкурсов в рамках международного многостороннего и двустороннего сотрудничества;

- расширение общего научно-технологического пространства, благодаря проведению совместных исследований в рамках научно-исследовательских и инновационных программ Евросоюза;

- проведение научно-практических конференций по развитию общего рынка туризма в Вологодской области;

- организация семинаров по маркетингу, рекламе и продвижению брендов входящих в кластер;

- организация зарубежных стажировок специалистов в сфере туризма;

- организация проведения ежегодного опроса предприятий научной и инновационной инфраструктуры с целью выявления их готовности к участию в формировании рынка внутрирегиональных туристских услуг на территории базирования кластера.

Представленные мероприятия направлены на эффективное взаимовыгодное использование международного научно-исследовательского потенциала для реализации приоритетов развития туристского кластера, расширение географии международного научно-технического

сотрудничества и содействие формированию устойчивых кооперационных связей предприятий-участников кластера и иностранных научно-исследовательских организаций, развитие новых перспективных направлений исследований и прикладных разработок за счет привлечения к совместным работам ведущих международных специалистов.

6.4. Концепция и направления развития Учебного центра кластера

Необходимость создания Учебного центра в рамках формирования туристского кластера обусловлена кадровыми и инфраструктурными проблемами.

Главная цель деятельности Учебного центра – проведение подготовки и переподготовки кадров, а также повышение взаимодействия предприятий сферы туризма с образовательными учреждениями.

Учебный центр осуществляет обучение кадров по следующим направлениям (*рис. 25*):

- производственная практика;
- предпроизводственная подготовка кадров;
- предаттестационная подготовка персонала;
- обучение с привлечением сотрудников образовательных учреждений;
- обучение с привлечением экспертов в приоритетных направлениях развития туристского кластера.

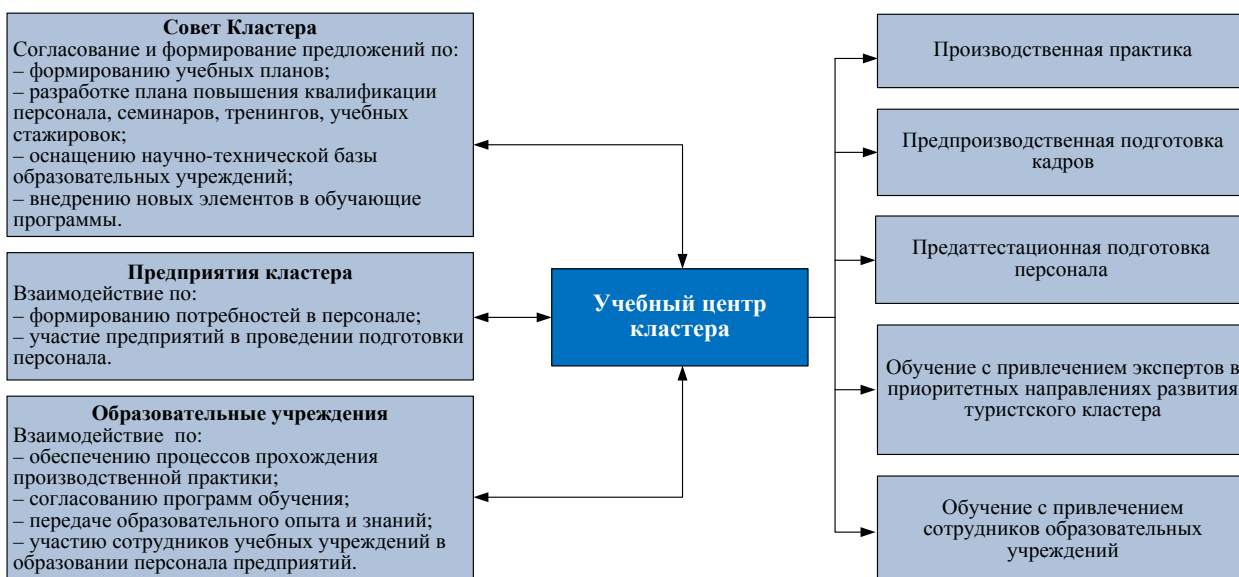


Рисунок 25 – Концепция и направления развития Учебного центра кластера

Для создания Учебного центра необходимо следующее:

1. Разработка концепции Учебного центра.
2. Разработка подробного бизнес-плана создания и обеспечения деятельности Учебного центра, включающего в себя:

- резюме проекта;
- описание проекта;
- организационный план;
- производственный план;
- маркетинговый план;
- анализ проектных рисков;
- план финансирования Учебного центра.

В рамках согласования концепции и направлений развития Учебного центра туристского кластера необходимо:

1. Согласование и формирование предложений участниками Совета кластера по:
 - формированию учебных планов;
 - разработки плана повышения квалификации персонала, семинаров, тренингов, учебных стажировок;
 - оснащению научно-технической базы образовательных учреждений;

– внедрению новых элементов в обучающие программы.

2. Взаимодействие предприятий-участников кластера:

– по формированию потребностей в персонале;

– участие предприятий в проведении подготовки персонала.

3. Взаимодействие образовательных учреждений по:

– обеспечению процессов прохождения производственной практики;

– согласованию программ обучения;

– передаче образовательного опыта и знаний;

– участию сотрудников учебных учреждений в образовании персонала

предприятий.

Основными результатами деятельности Учебного центра должно стать:

– повышение квалификации персонала туристской сферы;

– обеспечение эффективного взаимодействия образовательных учреждений с ведущими предприятиями туристской отрасли.

7. Стратегия финансирования развития кластера

7.1. Принципы привлечения финансирования на развитие кластера

Реализация Стратегии базируется на необходимости совершенствования механизмов финансового обеспечения процесса развития кластера; расширения программно-целевой деятельности в рамках осуществляемого перехода к бюджетированию, ориентированному на результат, усиления роли стратегического планирования.

Формирование туристского кластера в регионе позволит дополнительно привлекать государственные и частные инвестиции в сферу туризма. Одним из основных методов выстраивания стратегии финансирования развития кластера является проектный подход. Использование данного подхода позволит определять размер и источники финансирования для каждого инвестиционного проекта. Осуществление контроля над реализацией проекта, в том числе над целевым расходованием финансовых средств, при таком подходе происходит через систему показателей эффективности туристских проектов.

Интеграция усилий власти, бизнеса и институтов (научных, образовательных, общественных организаций) также сможет положительно влиять на успешное привлечение инвестиций в развитие туристского кластера Вологодской области. Поэтому главный принцип финансового обеспечения Стратегии – государственно-частное партнерство. Оно представляет собой институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом в целях реализации общественно значимых проектов и программ. Развитие форм государственно-частного партнерства в сфере туристской деятельности предполагает выстраивание системы госгарантий, льготного кредитования, прямой финансовой поддержки наиболее значимых для региона проектов.

Направлениями финансирования туристского кластера являются:

– организационные затраты на создание кластера;

- затраты на развитие инфраструктуры и ее поддержание;
- затраты на проекты в области создания туристских объектов в рамках кластера.

Организационные затраты на создание туристского кластера оплачиваются из собственных средств участников кластера и включают в себя затраты на регистрацию Некоммерческого партнерства, затраты на разработку и продвижение бренда туристского кластера Вологодской области. Финансирование создания инфраструктуры и реализации отдельных проектов в кластере осуществляется на основе смешанного финансирования.

Источниками финансирования реализации Стратегии развития туристского кластера Вологодской области являются:

1. Бюджетные средства.
 - 1.1. Прямое финансирование (средства консолидированного бюджета).
 - 1.2. Косвенное финансирование (налоговые льготы, снижение арендных платежей за использование госимущества).
2. Частные внутренние источники.
 - 2.1. Собственные средства.
 - 2.2. Кредиты и займы.
 - 2.3. Прочие.
3. Иностраннные источники.

На *рисунке 26* представлена схема привлечения средств для финансирования инвестиционных проектов по основным источникам. Подавляющее большинство реализуемых и планируемых к реализации проектов финансируется на основе государственно-частного партнерства. Частные инвестиции подразделяются на три основных блока: собственные средства компаний-участников кластера, средства инвесторов, а также заемный капитал. Каждый из блоков подразумевает наличие специфики, которую необходимо учитывать при формировании инвестиционных потоков.

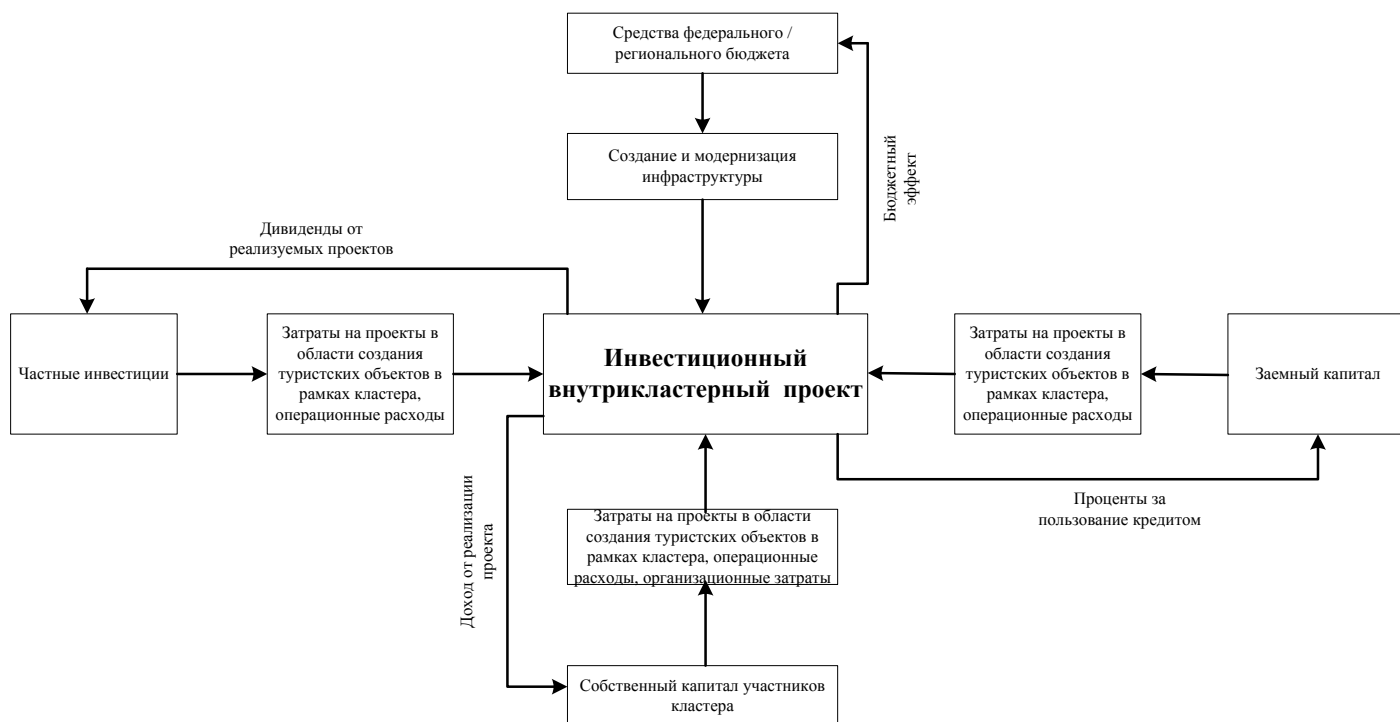


Рисунок 26 – Схема привлечения средств для финансирования инвестиционных проектов

Согласно перечню инвестиционных проектов, принятых к реализации, предполагается привлечение финансирования из федерального, регионального и местных бюджетов и внебюджетных источников (табл. 18).

Для реализации проектов туристского кластера Вологодской области требуется более 33 млрд. рублей, в том числе за счет средств федерального, регионального и местных бюджетов и частных инвестиций.

Таблица 18 – Перечень инвестиционных проектов туристского кластера

Наименование проекта	Сроки реализации	Объем финансирования, млн. руб.	Источники, в том числе:		
			Федеральный бюджет	Областной/местный бюджеты	Внебюджетные
Активные инвестиционные проекты					
Спортивно-туристический комплекс на Никольском озере «Лайтури» (Кирилловский район)	2012-2017 годы	360,0	12,5	2,5	345,0
Историко-этнографический комплекс «Древнерусское поселение Сугорье» д. Кузино Кирилловского района	2009-2015 годы	100,0	31,85	3,15	65,0
Туристский кластер «Приозерный» г. Белозерск	2011-2019 годы	2094,82*	Требуется уточнения	Требуется уточнения	Требуется уточнения

Наименование проекта	Сроки реализации	Объем финансирования, млн. руб.	Источники, в том числе:		
			Федеральный бюджет	Областной/местный бюджеты	Внебюджетные
Интерактивный музейно-экскурсионный проект «Зал социалистического быта: Коммунальная квартира»	2012-требуется уточнения	0,5	Требуется уточнения	Требуется уточнения	Требуется уточнения
Центр технических видов спорта «Адреналин»	2011-2017 годы	170	Требуется уточнения	Требуется уточнения	Требуется уточнения
Реконструкция здания бывшего подворья Кирилло-Новоезерского монастыря	2014-2018 годы	668,2	416,8	134,7	115,9
Туристский комплекс семейного отдыха в с. Липин Бор	2013-2015 годы	н/д	н/д	н/д	н/д
Строительство объектов придорожного сервиса	с 2013 года	н/д	н/д	н/д	н/д
Строительство туристской базы д. Марково	с 2013 года	н/д	н/д	н/д	н/д
«Насон-город» г. Вологда	2011-2020 годы	18600	Требуется уточнения	Требуется уточнения	Требуется уточнения
Туристско-рекреационная территория «Здравница Севера»	2013-2018 годы	1400	Требуется уточнения	Требуется уточнения	Требуется уточнения
Центральная городская набережная г. Череповца	2013-2018 годы	600	136	34	430
Перспективные инвестиционные проекты					
Проект «Дворец Деда Мороза»	2016-2017 годы	187,9	–	–	–
Проект «Спортивно-развлекательный комплекс «Ледовый дворец Деда Мороза»	2014-2016 годы	932,1	–	–	–
Причал для приема круизных судов и историко-культурного комплекса «Княжий двор» в г. Белозерске	2014-2016 годы	894,1	200,7	325,5	309
Туристический комплекс, имитирующий русскую деревню в с. Горницы	–	н/д	н/д	н/д	н/д

Наименование проекта	Сроки реализации	Объем финансирования, млн. руб.	Источники, в том числе:		
			Федеральный бюджет	Областной/местный бюджеты	Внебюджетные
Туристский комплекс «Мыс Городецкий» в г. Кириллове	–	н/д	н/д	н/д	н/д
Горнолыжный комплекс на г. Цыпино в Кирилловском районе	–	н/д	н/д	н/д	н/д
Туристский комплекс семейного отдыха в с. Липин Бор	–	н/д	н/д	н/д	н/д
Восстановление усадьбы Спасское-Куркино	2014-2015 годы	47	–	–	–
Рекреационно-туристический комплекс «Усадьба Гальских» г. Череповец	2014-2016 годы	Всего: 2315; I этап: 225,0	I этап: 60,0	I этап: 5,0	I этап: 160,0
Туристско-рекреационная территория «Дом на Мологе»	–	1300	100		1200
Многофункциональный автомотодром	–	1200	186	64	950
Туристско-рекреационный центр «Мяксинский»	–	н/д	н/д	н/д	н/д
Строительство стоянки на 25 судов	–	1000	–	–	–
Строительство многофункционального физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном	2014-2016 годы	150	–	–	–
Строительство пассажирского причала для круизных теплоходов	2014-2015 годы	30	–	–	–
Создание многофункционального рекреационно-развлекательного комплекса для горожан и гостей города	2014-2016 годы	50	–	–	–
Строительство некапитального спортивно-развлекательного комплекса на территории пляжа	2014-2016 годы	20	–	–	–

Наименование проекта	Сроки реализации	Объем финансирования, млн. руб.	Источники, в том числе:		
			Федеральный бюджет	Областной/местный бюджеты	Внебюджетные
Строительство гостиничного комплекса международного уровня сертификации с комплексным развитием территории и созданием коммерческой инфраструктуры	2014-2016 годы	300	–	–	–
Яхт-клуб (д. Кочино, Шекснинский район)	2014-2015 годы	40	–	–	–
Развитие туристского проекта «Вытегория – обитель батюшки Онего»	2014-2016 годы	300	–	–	–
Развитие музея «Подводная лодка – «Б-440»	2014-2016 годы	20	–	–	–
Молодежный центр водного туризма Вытегорский район, оз. Тудозеро	2015-2016 годы	1000,0	260,0	90,0	650,0
Итого		33829,62	–	–	–

*Стоимость работ будет уточнена после разработки проектно-сметной документации

Для использования имеющихся возможностей в Вологодской области, необходимо обеспечить поддержку наиболее приоритетных направлений развития туристского кластера (табл. 19).

Таблица 19 – Поддержка направлений развития туристского кластера Вологодской области

Направление поддержки	Мероприятия	Источники финансирования
Развитие туристских объектов	Поддержка охраны памятников природы, культуры и истории	ФЦП «Культура России (2012 – 2018 годы)»; ГП «Сохранение и развитие культурного потенциала Вологодской области»; Фонды культурного наследия; Инвестиционный фонд РФ.
Развитие инфраструктуры	Поддержка развития межрайонных инфраструктурных схем (транспорта, связи, коммуникаций и т.д.)	ФЦП «Развитие транспортной системы России (2010 - 2020 годы)»; ГП «Развитие транспортной системы»; Инвестиционный фонд РФ.
Развитие предприятий туристского кластера	Стимулирование туристских организаций, наращивающих	ГП «Поддержка и развитие малого и среднего

Направление поддержки	Мероприятия	Источники финансирования
	<p>объемы внутрирегионального туризма</p> <p>Стимулирование развития малого бизнеса для оказания сопутствующих туризму сервисных услуг</p> <p>Стимулирование развития конкурентоспособных местных производителей и поставщиков услуг в сопутствующих туризму отраслях</p>	<p>предпринимательства в Вологодской области на 2013 - 2016 годы»</p>
<p>Подготовка кадров для кластера</p>	<p>Поддержка разработки программного обучения и подготовки кадров для туризма и сопутствующих отраслей</p>	<p>ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»; ГП «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 - 2018 годы».</p>
<p>Формирование и продвижение новых турпродуктов</p>	<p>Поддержка создания новых продуктов туристского кластера в соответствии со спросом широких потребительских групп</p> <p>Стимулирование формирования образа Вологодской области как территории, привлекательной для внутреннего туризма</p> <p>Поддержка продвижения продуктов туристского кластера в масштабе области, страны и за рубежом</p> <p>Размещение государственного заказа на разработку и внедрение приоритетных туристских продуктов, в т. ч. по социальному туризму (путешествиям граждан, которые субсидируются государством), туристских грантов и тендеров и т. п.</p>	<p>ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»; ГП «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 - 2018 годы»; ГП «Сохранение и развитие культурного потенциала Вологодской области».</p> <p>ГП «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 - 2018 годы»; стратегические инвесторы; собственные средства участников кластера.</p> <p>ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»; ГП «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 - 2018 годы».</p> <p>–</p>

Направление поддержки	Мероприятия	Источники финансирования
Создание благоприятных условий для инвесторов туристского кластера	Упрощение процедуры предоставления и оформления земельных участков и резервирование земельных участков в муниципальных образованиях области	–
	Субсидирование процентов по кредитам на строительство и модернизацию объектов туристской инфраструктуры	ГП «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013 - 2016 годы»
	Создание инвестиционных площадок для развития бизнеса в туристском кластере	Средства ЦКР; собственные средства участников кластера

Совместная реализация туристских проектов в форме государственно-частного партнерства будет способствовать достижению целей, поставленных в Стратегии развития туристского кластера.

В рамках функционирования туристского кластера планируется реализация более чем 70 проектов. Проекты значительно различаются по размерам, а также затрачиваемым ресурсам, поэтому расчет срока окупаемости всего проекта в целом представляется затруднительным. Для каждого из инвестиционных проектов проводится расчет срока окупаемости. В *таблице 20* представлена информация о сроке окупаемости приоритетных инвестиционных проектов.

Таблица 20 – Срок окупаемости приоритетных инвестиционных проектов туристского кластера Вологодской области

№ п/п	Проект	Срок окупаемости проекта, лет
1.	Спортивно-туристический комплекс на Никольском озере (Кирилловский район)	5
2.	Развитие инфраструктуры историко-этнографического комплекса «Древнерусское поселение Сугорье» д. Кузино Кирилловского района	3
3.	Создание туристского кластера «Приозерный», г. Белозерск	8
4.	Реконструкция здания бывшего подворья Кирилло-Новозерского монастыря	12
5.	Великий Устюг – Родина Деда Мороза	14
6.	Реализация проекта «Насон-город» г. Вологда	10
7.	Центр активного отдыха и туризма «Y.E.S. STRIZNEVO»	15
8.	Центральная городская набережная г. Череповца	8

7.2. Привлечение средств федерального, регионального и муниципального бюджетов

Реализация Стратегии предполагает государственную поддержку туристских проектов кластера на региональном и федеральном уровнях.

В рамках деятельности АНО «Центр кластерного развития Вологодской области» в первом квартале 2014 г. запланировано финансирование проведения информационной кампании (до 500 тыс. рублей), оказание маркетинговых и рекламных услуг участникам (до 100 тыс. рублей) туристского кластера.

Для привлечения *бюджетных средств* Координационному совету совместно с участниками туристского кластера целесообразно:

– организовать систему мониторинга федеральных целевых программ, государственных программ, конкурсов профильных органов государственного управления и других государственных источников привлечения финансирования;

– сформировать пул проектов для получения государственной поддержки, включая необходимый объем финансирования;

– подготовить финансово-экономическое обоснование проектов.

На федеральном уровне приняты следующие нормативно-правовые акты, позволяющие получить поддержку предприятиям туристского кластера.

1. *ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»²⁰*. Реализация Программы позволит повысить конкурентоспособность отечественного туристского рынка, создать условия для развития туристской инфраструктуры, привлечь инвестиции в отрасль. Мероприятия Программы направлены также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров.

В данную ФЦП в 2013 году был включен проект туристско-рекреационного субкластера «Насон-город» города Вологды. На реализацию

²⁰Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)", утвержденная Постановлением Правительства РФ от 02 августа 2011 г. № 644.

проекта выделено 100,0 млн. рублей региону из средств федерального бюджета, в 2014 году будет получено 70,0 млн. рублей.

Для реализации других проектов развития туристской и сопутствующей инфраструктуры туристского кластера Вологодской области в рамках государственно-частного партнерства необходимо добиться получения дополнительного финансирования из средств федерального бюджета в рамках реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» через включение проектов в эту программу. Включение в ФЦП будет способствовать решению задач по обеспечению потребности туризма в продуктах и услугах сопутствующих отраслей, обеспечению развития инфраструктуры туризма путем привлечения российских и иностранных инвестиций для реконструкции и нового строительства в рамках формирования туристских субкластеров на территории туристского кластера Вологодской области, что, в свою очередь, будет направлено на достижение предполагаемого указанной ФЦП результата: создание в различных субъектах Российской Федерации сети конкурентоспособных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, которые станут точками развития регионов и межрегиональных связей, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса.

2. ФЦП «Культура России (2012 – 2018 годы)»²¹. Программа предполагает сохранение российской культурной самобытности; создание условий для повышения качества и разнообразия услуг, предоставляемых в сфере культуры и искусства; выявление, охрану и популяризацию культурного наследия народов РФ.

В данную программу уже включен проект строительства Дворца Деда Мороза в вотчине Деда Мороза, г. Великий Устюг. На реализацию проекта в 2016 году будет выделено 84,45 млн. рублей из федерального и 50 млн. рублей из регионального бюджета.

²¹ Федеральная целевая программа «Культура России (2012 – 2018 годы)», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 03 марта 2012 г. № 186.

В рамках реализации этой ФЦП из средств федерального бюджета выделяются также гранты в форме субсидий некоммерческим организациям (за исключением государственных учреждений) для поддержки инновационных проектов в области современного искусства. Получение этого гранта участниками кластера из смежных отраслей позволит создать новый турпродукт.

3. ФЦП «Развитие транспортной системы России (2010 - 2020 годы)»²².

Реализация этой программы направлена на развитие современной и эффективной транспортной инфраструктуры, которая является важным фактором развития туризма в регионе.

В программу финансирования уже включены проекты строительства и реконструкции автомобильной дороги М-8 «Холмогоры» через Вологду, реконструкции автомобильной дороги А-114 «Вологда – Новая Ладога», реконструкции аэропортного комплекса (г. Великий Устюг).

В целях эффективного использования туристского потенциала Вологодской области и увеличения туристских потоков необходима государственная поддержка на федеральном уровне для проведения комплекса работ по развитию транспортной инфраструктуры: автомобильные дороги общего пользования, железнодорожные линии, внутренние водные пути.

Участники туристского кластера Вологодской области могут получить поддержку на региональном уровне. На территории области разработаны следующие программы развития туристской отрасли.

1. *Государственная программа «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 - 2018 годы»*²³ направлена на обеспечение динамичного развития сферы туризма Вологодской области; обеспечение реализации государственной политики по поддержке народных художественных промыслов Вологодской области. Целью подпрограммы

²² Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010 – 2020 годы)», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 5 декабря 2001 г. № 848.

²³ Государственная программа «Развитие туристского кластера Вологодской области на 2014 – 2018 годы», утвержденная Постановлением Правительства Вологодской области от 28 октября 2013 г. № 1099.

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области» является обеспечение устойчивого роста организованного туристского потока в Вологодскую область до 2,8 млн. туристов и экскурсантов к 2018 году. На ее реализацию предполагается выделить из средств областного бюджета 133 млн. рублей. Предоставление субсидий для реализации перспективных проектов в сфере туризма осуществляется в порядке конкурсного отбора.

Объем финансовых средств, выделяемых на подпрограмму «Сохранение и развитие народных художественных промыслов Вологодской области» из средств областного бюджета составляет 17,9 млн. рублей. Предоставление субсидий для реализации муниципальных программ возрождения, сохранения и развития народных художественных промыслов осуществляется в порядке конкурсного отбора.

2. *Государственная программа «Сохранение и развитие культурного потенциала Вологодской области» на 2014 – 2018 годы*²⁴. Подпрограммы «Культурные ценности», «Объекты культурного наследия», «Искусство и образование, поддержка творческих инициатив» предполагают выделение средств из областного бюджета в размере 3,7 млрд. рублей.

3. *Государственная программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013 - 2016 годы»*²⁵. В рамках данной программы предоставляются субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность, в том числе в сфере туризма.

4. *Государственная программа Вологодской области «Развитие транспортной системы»*²⁶ рассчитана на реализацию в 2014-2020 гг. Она направлена на формирование единого транспортного пространства области на базе сбалансированного развития эффективной транспортной инфраструктуры.

²⁴ Государственная программа «Сохранение и развитие культурного потенциала Вологодской области» на 2014 – 2018 годы, утвержденная Постановлением Правительства Вологодской области от 28 октября 2013 г. № 1106.

²⁵ Государственная программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013 – 2016 годы», утвержденная Постановлением Правительства Вологодской области от 3 октября 2012 г. № 1156.

²⁶ Государственная программа Вологодской области «Развитие транспортной системы», утвержденная Постановлением Правительства Вологодской области от 25 октября 2013 г. № 1100.

Развитие транспортного сообщения в регионе будет способствовать увеличению потока туристов.

Участие инвестиционных проектов туристского кластера Вологодской области в соответствующих программах позволит привлечь необходимое для их реализации финансирование из средств федерального и областного бюджетов.

Для привлечения финансирования из государственных программ необходимо:

– инициаторам инвестиционного проекта совместно с Некоммерческим партнерством кластера определить возможность и условия участия в профильных федеральных или региональных программах;

– установить источники собственных средств;

– сформировать соответствующие статьи расходов в региональном бюджете;

– подготовить пакет документов для участия в конкурсе;

– при поддержке проекта в конкурсе, произвести финансирование из собственных источников, поступают средства федерального и регионального бюджетов.

Помимо финансирования из государственных программ, привлечение средств на реализацию проектов туристского кластера возможно через предоставление ассигнований *Инвестиционного фонда РФ*²⁷. Процесс разработки, подачи и сопровождения заявки в Фонд предполагает:

– подбор и конфигурирование проектов, претендующих на получение бюджетных ассигнований, в том числе разработка концепции комплексного инвестиционного проекта (в состав которого входит несколько инвестиционных проектов с разными инвесторами), структурирование проекта;

– определение компонентов проекта и объемов финансирования, включаемых в заявку (в т. ч. определение объектов, финансирование создания

²⁷ Официальный сайт Инвестиционного фонда РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.investinginrussia.ru>.

которых будет производиться из бюджетных средств, анализ возможности и целесообразности использования других механизмов государственной поддержки);

- разработку концепции проекта;
- подготовку бизнес-плана проекта;
- разработку финансовой модели проекта; расчет показателей бюджетной, экономической и финансовой эффективности в соответствии с утвержденной методикой;
- содействие в подготовке пакета дополнительных документов, комплектация заявки в соответствии с требованиями нормативных актов;
- работу с федеральными структурами (предварительное обсуждение/согласование с профильными ведомствами концептуальных и формальных вопросов, подготовка презентационных материалов, рекомендации по организации встреч, участие специалистов компании в общении с представителями ведомств); экспертная поддержка при проведении переговоров по тематике проекта;
- корректировку заявки в соответствии с замечаниями и предложениями федеральных структур (при необходимости).

Возможно привлечение бюджетных средств в качестве поддержки через поручительства государственных гарантийных фондов и предоставление микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства туристского кластера. *Фонд ресурсной поддержки малого и среднего предпринимательства* осуществляет микрокредитование на условиях срочности (до 12 месяцев), возвратности и целевой направленности (уплата страховых взносов), максимальная сумма микрозайма – 35 тыс. рублей, процентная ставка – 0%. Фонд также предоставляет различные займы сроком до 3 лет в размере до 3 000 000 рублей с более низкой процентной ставкой по сравнению с другими финансовыми организациями. Предоставление займа Фондом ресурсной поддержки малого и среднего предпринимательства осуществляется в следующем порядке:

- собеседование заявителя с представителем Фонда;
- подготовка заявителем пакета документов, включающего технико-экономическое обоснование;
- регистрация и экспертиза Фондом документов;
- принятие решения о выдаче займа;
- направление уведомления в адрес заявителя о решении Фонда;
- заключение договора;
- выдача займа.

Гарантийный фонд Вологодской области выступает поручителем для организаций малого и среднего бизнеса, в том числе в сфере туризма, с целью получения ими банковского кредита в случае недостаточности средств залога.

Предоставление поручительства осуществляется в следующем порядке:

- Заемщик обращается в Банк для получения кредита;
- Банк информирует заемщика о возможности предоставления поручительства Фонда;
- Заемщик совместно с Банком готовит пакет документов;
- пакет документов рассматривается комиссией Фонда, решение доводится до Банка и Заемщика;
- заключается трехсторонний договор поручительства между Фондом, Заемщиком и Банком;
- Банк предоставляет заемщику кредит.

Помимо привлечения средств федерального и регионального бюджетов, целесообразно внести изменения в областное законодательство в части системы налогообложения (*табл. 21*).

Льготное налогообложение затрагивает изменения в части платежей, доходы от которых поступают в региональный бюджет. Налог на прибыль снижается до минимально возможного значения 15,5% для организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма, при условии превышения выручки, полученной от приема туристов в Вологодской области, над

остальной выручкой предприятия. Налог на имущество с 2,2% может быть снижен до 0,5% для участников кластера.

Таблица 21 – Налоговые ставки участников туристского кластера Вологодской области

№ п/п	Налоги	Ставки
1.	Страховые взносы В том числе:	30,2%
1.1.	Пенсионный фонд Российской Федерации	22%
1.2.	Фонд социального страхования Российской Федерации	2,9%
1.3.	Федеральный фонд обязательного медицинского страхования	5,1%
2.	Налог на доходы физических лиц	13%
3.	Налог на добавленную стоимость	18%
Льготное налогообложение		
4.	Налог на прибыль организаций	15,5%
5.	Налог на имущество организаций	0,5%

С 2009 г. на территории Вологодской области законодательно закреплено, что для организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туроператорскую деятельность в сфере внутреннего туризма ставка налога по упрощенной системе налогообложения составляет 5%²⁸.

Кроме того, необходимо закрепить на законодательном уровне возможность применения участниками кластера упрощенной процедуры изменения категорий земли и ускорение экспертизы проектной документации.

Муниципалитетами разработаны проекты для создания новых и развития существующих туробъектов. Местные бюджеты готовы принять участие в финансировании инвестиционных проектов по развитию туризма в Вологодской области.

7.3. Привлечение внебюджетных средств

Привлечение капитала на развитие туристской инфраструктуры и реализацию туристских проектов кластера осуществляется также через частные источники. На условиях смешанного финансирования участники кластера используют собственные средства на реализацию проектов. Привлечение

²⁸ Областной закон «О внесении изменений в статью 1 закона области «Об установлении налоговой ставки по налогу, взимаемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения, на 2009 год» N 2044-ОЗ (от 07.07.2009) [Электронный ресурс] : принят Постановлением Законодательного Собрания Вологодской области от 1 июля 2009 г. № 430 // КонсультантПлюс.

заемного капитала осуществляется путем привлечения частных инвестиционных ресурсов.

Для привлечения *внебюджетных средств* Координационному совету совместно с участниками кластера необходимо:

- сформировать базу потенциальных частных инвесторов;
- определить наиболее выгодные для туристского кластера источники заемного капитала;
- сформировать пул проектов для получения внебюджетных средств, определить необходимый объем финансирования;
- подготовить финансово-экономическое обоснование проектов.

Финансирование проектов может осуществляться в следующих формах.

1. *Стратегические инвесторы* – крупные компании туристского кластера могут осуществлять вложения с последующим продолжением участия в бизнесе начинающих компаний, предлагающих реализацию нового продукта.

Схема участия стратегического инвестора представлена на *рисунке 27*.

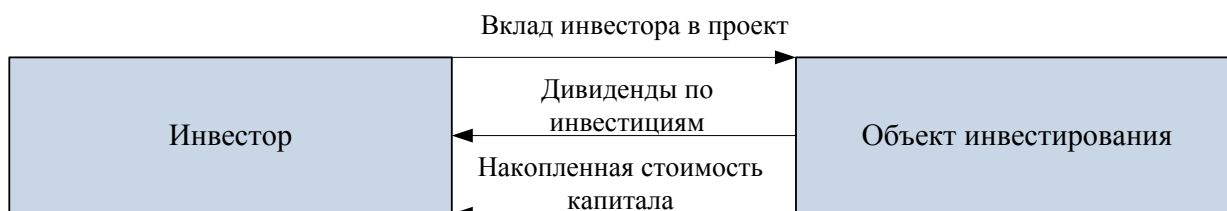


Рисунок 27 – Схема участия стратегического инвестора

Привлечение стратегического инвестора для реализации проекта в рамках туристского кластера осуществляется в следующем порядке:

- определение ожиданий инвесторов и прочих заинтересованных сторон, критериев принятия ими инвестиционных решений; выявление потенциальных инвесторов, создание базы данных инвесторов;
- структурирование проектов в рамках кластера для потенциальных инвесторов, подготовка презентационных материалов;
- проведение консультаций, круглых столов и других мероприятий с представителями потенциальных инвесторов.

2. *Слияние компаний* – объединение компаний в консорциум для реализации совместных туристских проектов.

Претворение в жизнь крупных проектов туристского кластера побуждает к объединению организаций. Совместные усилия участников кластера помогают реализовать самые масштабные проекты.

3. *Акционирование* – создание нового предприятия туристского кластера, предназначенного специально для реализации инвестиционного проекта на условиях долевого участия.

Проект, содержащий план по реализации нового турпродукта, можно осуществить через вновь созданное предприятие, организованное участниками кластера на основе долевого финансирования.

4. *Кредитное инвестирование* – получение кредита коммерческого банка участником кластера. Помимо обычного кредитования юридических лиц, банками предлагаются и другие кредитные продукты.

Банковское проектное финансирование предполагает целевое кредитование заемщика для реализации инвестиционного проекта, при котором источником обслуживания долговых обязательств и обеспечением платежных обязательств являются денежные доходы от функционирования данного проекта, а также активы, относящиеся к этому проекту. Для привлечения этого вида финансирования предприятию-заемщику необходимо подготовить бизнес-план согласно условиям банка-кредитора. Банковский кредит является источником пополнения оборотных и приобретения основных средств.

В рамках предоставления кредитных средств на реализацию проектов в сфере недвижимости банки финансируют объекты туристской инфраструктуры (гостиницы, пансионаты, санатории). В частности, ОАО «Сбербанк» осуществляет финансирование девелоперских проектов сроком до 10 лет.

Отдельные программы кредитования для организаций малого и среднего предпринимательства предоставляют финансовые организации.

У финансовых организаций имеются специальные кредитные программы для предприятий розничной торговли. Так, ОАО «Сбербанк» может

предоставить заемные средства торговым организациям туристского кластера в упрощенном порядке: сокращены сроки рассмотрения заявки, не требуется бизнес-план, объем привлекаемых средств может достигать 60% от выручки за последние четыре квартала²⁹.

Для получения инвестиционного кредита необходимо соблюдение следующих наиболее распространенных условий:

- подготовка для банка-кредитора бизнес-плана инвестиционного проекта, который служит инструментом принятия решений по кредитованию проекта исходя из эффективности проекта и возможности возврата кредита;
- имущественное обеспечение возврата кредита;
- предоставление банку-кредитору исчерпывающей информации, подтверждающей устойчивое финансовое состояние и инвестиционную кредитоспособность заемщика;
- выполнение гарантийных обязательств – ограничений, накладываемых на заемщика кредитором;
- обеспечение контроля кредитора за целевым расходованием средств по кредиту, предназначенного для финансирования конкретного инвестиционного проекта.

5. *Лизинг* помогает решить основную задачу туристского кластера – эксплуатацию основных средств, на приобретение которых он не имеет средств, развивая материальную инфраструктуру кластера. В лизинг может передаваться различное оборудование с высокими темпами морального старения (например, в центрах туризма и отдыха), дорогостоящие машины, автомобили, речные суда, самолёты, вертолёты, вычислительная техника, а также здания, сооружения для деятельности и развития туристского кластера. Так, например, ЗАО «Сбербанк Лизинг» финансирует проекты в реальном секторе экономики для покупки легкового и коммерческого автотранспорта, воздушных судов, речных судов, недвижимости в сфере туризма.

²⁹ Официальный сайт ОАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sberbank.ru>.

Лизинговые операции осуществляются в следующем порядке:

– в целях получения необходимого оборудования лизингополучатель представляет лизинговой компании заявку на аренду;

– после анализа представленных сведений лизинговая компания принимает решение, доводит его до сведения лизингополучателя с приложением общих условий лизингового контракта и одновременно информирует поставщика оборудования о намерении лизинговой компании приобрести оборудование;

– лизингополучатель, ознакомившись с общими условиями лизингового соглашения, высылает лизингодателю письмо с подтверждением-обязательством и подписанным экземпляром общих условий договора;

– лизингодатель и поставщик подписывает договор купли-продажи оборудования;

– поставщик лизингового оборудования отгружает его лизингополучателю в соответствии с условиями договора;

– приемка оборудования возлагается на лизингополучателя;

– при необходимости лизинговая фирма получает кредит у банка;

– после подписания протокола приемки лизингодатель оплачивает стоимость объекта сделки поставщику;

– выплата лизинговых платежей лизингодателю предполагают погашение стоимости взятого в аренду лизингового имущества, оплату процентов, а также некоторые другие расходы;

– в случае привлечения для финансирования лизинговой сделки банковского кредита, его сумма возвращается с уплатой процентов по нему.

Посредством лизинга планируется оснастить необходимыми транспортными средствами и оборудованием следующие проекты:

– строительство гостиницы, кемпингов, санатория, всероссийского центра «Планета детства», а также объектов индустрии развлечений (ипподрум, яхт-клуб, аквапарк, SPA-центр и др.) в рамках субкластера «Великий Устюг – родина Деда Мороза»;

- создание спортивно-туристического комплекса на Никольском озере (Кирилловский район);
- формирование историко-этнографического комплекса «Древнерусское поселение Сугорье» д. Кузино Кирилловского района;
- создание и развитие горнолыжного комплекса на горе Цыпина в Кирилловском районе;
- формирование туристского комплекса семейного отдыха в с. Липин Бор.

6. Финансирование через *Фонды сохранения и развития объектов культурного наследия*, в том числе через благотворительные. Восстанавливаемые объекты культуры способствуют диверсификации турпродукта и повышению туристского потока. Финансирование через эти фонды осуществляется, как правило, в частном порядке, необходимо устанавливать прямые контакты с представителями фонда для определения возможности и условий получения финансирования.

8. Разработка стратегии в области подготовки и развития персонала

8.1. Анализ современного состояния системы подготовки кадров для туристской отрасли региона

Проблема дефицита специалистов туристической отрасли, а также качества их подготовки, отягощенная постоянным оттоком квалифицированного персонала в другие регионы РФ и зарубежные компании, является одной из наиболее серьезных проблем устойчивого и эффективного развития туристского кластера Вологодской области.

Средняя численность работников, занятых в сфере туризма и сопутствующих отраслях, постоянно растет и в 2012 г. составила 18 тыс. человек. В регионе реализуются проекты в сфере туризма, которые предполагают создание новых рабочих мест. Так, в 2012 г. было создано 268 новых рабочих мест.

В связи с этим, особое внимание необходимо обратить на увеличение кадрового потенциала отрасли, а также повышение компетенций специалистов для предприятий туризма.

В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» развитие системы подготовки кадров в сфере туризма является приоритетным в рамках задачи повышения качества туристских услуг.

Одна из ключевых задач, обозначенная в программах и проектах развития сферы туризма в регионе – повышение качества туристских услуг, в том числе создание системы повышения квалификации и переподготовки кадров, занятых в индустрии туризма. Для успешного функционирования и дальнейшего развития сферы туризма необходимы профессиональные кадры разного уровня: от младшего обслуживающего персонала до менеджеров. Подготовка кадров для сферы туризма должна осуществляться синхронно с созданием объектов туристской инфраструктуры.

В России в основном для индустрии туризма готовят кадры с высшим профессиональным образованием по специальности «Социально-культурный

сервис и туризм» – 92,7% вузов; по специальности и направлению «Туризм» – 16,4% и менее всего по специальности «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» – 4,5%³⁰.

Основными непрофильными туристскими специальностями высшего профессионального образования (обучение в рамках специализаций, то есть 10-15% учебного времени) являются «Менеджмент организаций» (6 туристских специализаций), «Экономика и управление на предприятиях» (7 туристских специализаций), «География» (4 туристские специализации)³¹.

Подготовку кадров для индустрии туризма со средним профессиональным образованием осуществляют 236 вузов и их филиалов по следующим основным направлениям: «Туризм» – 61% и «Гостиничный сервис» – 47%³².

В Вологодской области подготовку специалистов по направлениям «Туризм» и «Гостиничный сервис» осуществляют 5 высших учебных заведений:

– Вологодский государственный университет (гуманитарный факультет: социально-культурный сервис и туризм);

– Череповецкий государственный университет (кафедра истории и философии);

– филиал ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» в г. Вологде (специализация «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства»);

– НОУ ВПО Вологодский институт бизнеса (кафедра туризма и гуманитарных наук);

– филиал Международной академии бизнеса и новых технологий в г. Вологде (кафедра гуманитарных дисциплин).

³⁰ По данным Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области.

³¹ Там же.

³² Там же.

Кроме того, подготовку специалистов с квалификацией культуролога осуществляет Вологодский государственный педагогический университет (факультет иностранных языков и культур: отделение Культурологии).

В Вологодской области 8 учебных заведений среднего специального образования готовят профессиональные кадры для работы в сфере туризма, среди них:

– БОУ СПО ВО «Великоустюгский гуманитарно-педагогический колледж (специальность: туризм (организатор туризма));

– ГОУ СПО «Вологодское областное училище культуры» (специальность: туризм).

В настоящее время в 5 высших учебных заведениях области по направлениям сферы туризма обучаются более 700 студентов, в 8 учебных заведениях среднего звена (по специальности «Туризм» и «Гостиничный сервис» – более 150 студентов. Ежегодный выпуск составляет около 100 выпускников, но не все они находят работу по специальности.

Образовательными учреждениями региона осуществляется подготовка кадров по широкому кругу специальностей. По основным направлениям подготовки специалистов в последние годы наблюдается рост объемов выпуска. Причем рост отмечался как среди специалистов с высшим профессиональным образованием, так и обучающихся в государственных и муниципальных средних профессионально-образовательных учреждениях (табл. 22).

Таблица 22 – Объемы выпуска специалистов учебными заведениями Вологодской области в сфере обслуживания, культуры и искусства, а также по гуманитарным наукам, чел.

Направления обучения	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. / 2005 г.
Подготовка специалистов с высшим профессиональным образованием					
Гуманитарные науки	1037	1685	1705	1609	155,2
Культура и искусство	12	10	29	35	291,7
Сфера обслуживания	–	37	21	32	–
Подготовка студентов в государственных и муниципальных средних профессионально-образовательных учреждениях					
Гуманитарные науки	664	623	593	599	90,2
Культура и искусство	714	661	715	738	103,4
Сфера обслуживания	149	212	299	639	428,9
Подготовка квалифицированных рабочих, служащих дневными учреждениями начального профессионального образования					
Сфера обслуживания	141	200	174	129	91,5

Образование на более низших ступенях осуществляется, в основном, в различными туристско-краеведческими объединениями. В последние годы количество детей, посещавших подобные заведения, составляло более 3 тыс. человек (рис. 28).

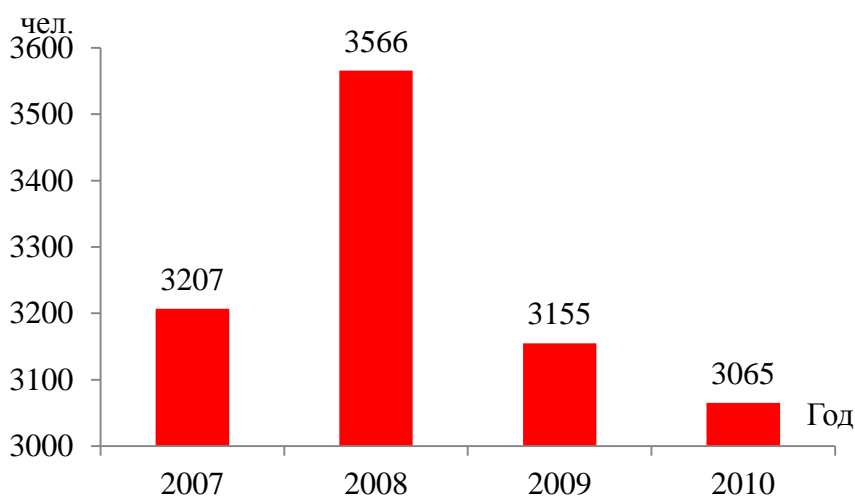


Рисунок 28 – Численность детей, занимавшихся в туристско-краеведческих объединениях учреждений дополнительного образования, чел.

Сложившаяся региональная система образования способна в полном объеме обеспечить потребности кластера в высококвалифицированных специалистах. Однако существует ряд проблем, которые позволяют говорить о том, что система образования работает недостаточно эффективно.

Основной проблемой является чрезмерная академичность профильного высшего образования при явном недостатке практических навыков и знаний, а также нехватка средних специальных учебных заведений, готовящих

работников гостиниц. В целом сектор подготовки кадров не вполне соответствует потребностям туристской индустрии как в количественном, так и в качественном отношении. Существующие учебные программы не отвечают реальным нуждам сферы туризма ввиду их неориентированности на практическую работу. В равной степени это касается учебников и учебных пособий, составляемых преподавателями, не имеющими практического опыта работы в индустрии. При значительной нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии выпускники профильных высших учебных заведений часто остаются невостребованными из-за отсутствия навыков и знаний по конкретным специализациям.

Необходимо отметить малое количество специальных стажировок и программ подготовки (переподготовки), в частности, гидов и экскурсоводов (например, из числа неработающих педагогов).

В целом процесс воспроизводства кадрового потенциала осуществляется на недостаточном уровне и требует мер по стимулированию подготовки кадров, в ориентации на современные технологические требования и запросы рынка.

Существует также необходимость в координации с субъектами туристского бизнеса и организациями культуры по формированию основных требований к проекту размещения государственного заказа на подготовку кадров в области туризма.

Прогнозная численность персонала создаваемых новых рабочих мест на предприятиях сферы туризма в Вологодской области за период 2014-2018 гг. составит не менее 1000 человек – это административно-управляющий персонал, менеджеры, маркетологи, администраторы, а также работники традиционных профессий, узкой специализации, которые составляют до 60% обслуживающего персонала – горничные, повара, официанты, аниматоры, экскурсоводы, гиды-переводчики и другие.

В 2012 году Департаментом международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области на основе данных, представленных

муниципальными образованиями области, Департаментом труда и занятости населения области, осуществлен прогнозный расчет численности персонала, требуемого для обеспечения деятельности организаций индустрии гостеприимства региона (табл. 23).

Таблица 23 – Прогнозный расчет численности персонала туристской сферы.

Наименование профессии	Потребность в специалистах туристской индустрии в районах и МО, чел.				Количество выпускников, чел.				Избыток (+), дефицит (-) специалистов, чел.			
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Повар, повар-кондитер	149	152	132	114	432	374	386	275	+283	+222	+254	+161
Официант, бармен	159	174	165	115	48	27	0	50	-111	-147	-165	-65
Менеджер	16	14	11	13	17	11	29	56	+1	-3	+18	+43
Администратор гостиницы	18	12	17	14	18	12	20	30	0	0	+3	+16

Представленные данные свидетельствуют, что наблюдается разрыв между спросом и предложением профессиональных кадров в сфере туризма и сопутствующих отраслях. Существует значительный дефицит специалистов по таким профессиям, как официант и бармен (потребность в них обеспечена на 30%) и избыток в сфере общественного питания (предложение в 3 раза превышает спрос).

В настоящее время в сфере внутреннего и въездного туризма в Вологодской области существует потребность в квалифицированных специалистах с определенным уровнем компетенций (табл. 24).

Таблица 24 – Потребность в специалистах и рабочих кадрах в сфере внутреннего и въездного туризма в период туристского сезона

Специальность (профессия)	Квалификационные требования
Инструктор - проводник	Специализация на пеших, водных, автобусных маршрутах. Хорошая физическая подготовка. Умение оказать первую медицинскую помощь. Коммуникативные и психологические навыки. Владение краеведческой информацией. Владение иностранными языками в минимальном объеме.
Гид – переводчик	Высокий уровень владения иностранным языком (английский, немецкий, французский языки). Владение краеведческой информацией
Экскурсовод	Коммуникативные и психологические навыки. Подготовка по краеведческой тематике, знание городских, загородных экскурсий, владение иностранными языками
Администратор гостиничных комплексов	Знание иностранных языков, образование по специальности или специальное профессиональное образование. Доброжелательность
Администраторы ресторанов, баров, кафе	Образование по специальности или специальная профессиональная подготовка, владение иностранными языками в минимальном объеме
Горничные	Специальная подготовка
Официант	Специальная подготовка, владение иностранными языками в минимальном объеме
Повар	Профессиональное образование или специальная профессиональная подготовка
Бармен	Профессиональное образование или специальная профессиональная подготовка, владение иностранными языками в минимальном объеме

Приведенные данные о потребности компаний туристского кластера в кадрах позволяют спланировать учебный план подготовки учебными заведениями соответствующих специалистов.

В целях координации взаимодействия между органами исполнительной государственной власти области, органами местного самоуправления муниципальных образований области, организациями и учебными заведениями среднего профессионального образования и высшего профессионального образования, осуществляющих подготовку специалистов в сфере туризма, создана Комиссия по вопросам развития перспективных инвестиционных проектов в сфере туризма на территории Вологодской области.

В состав Комиссии вошли сотрудники:

- Департамента культуры, туризма и охраны объектов культурного наследия Вологодской области;
- ОАО «Корпорация развития Вологодской области»;
- Вологодского областного отделения «Русское географическое общество»;
- Вологодского регионального отделения Общероссийской общественной организации «РОССОЮЗСПАС»;
- представители Вологодского государственного университета, Вологодского государственного педагогического университета, филиала Санкт-Петербургского государственного экономического университета в г. Вологде, Вологодского института бизнеса, Вологодского педагогического колледжа, Вологодского кооперативного колледжа.

Деятельность Комиссии осуществляется по двум направлениям:

1. Подготовка предложений по перспективным инвестиционным проектам в сфере туризма и передача их студентам учебных заведений города Вологды для проработки в дипломных проектах, курсовых и научно-исследовательских работах.

2. Исследование и обобщение проблем развития перспективных инвестиционных проектов в сфере туризма, подготовка предложений по их решению.

Департаментом культуры, туризма и охраны объектов культурного наследия Вологодской области подготовлен план обучения специалистов сферы туризма и народных художественных промыслов региона на 2013-2014 годы. Мероприятия проходят на условиях софинансирования из средств бюджета и внебюджетных источников. Периодически в области проводятся семинары в сфере туризма.

8.2. Основные направления подготовки и развития персонала для предприятий кластера

Решение задачи создания в регионе туристского кластера выдвигает на первый план вопросы качества кадров и наличия у них требуемых профессиональных компетенций.

Достижение данной цели возможно только с использованием системного подхода к процессу образования. Поэтому крайне важной является реализация мероприятий, направленных на становление специалиста на каждом этапе его обучения от системы среднего общего образования до послевузовского.

1. В качестве приоритетных направлений подготовки и развития персонала в сфере туризма выступают: повышение кадрового потенциала в школах региона, учащихся профильных образовательных учреждений региона и студентов высших учебных заведений.

В рамках повышения кадрового потенциала в школах региона целесообразно организовать следующее:

– проведение тематических семинаров, секций со школьниками, учителями и родителями (проведение специалистами туристской отрасли тематических занятий позволит внести в образовательный процесс практический аспект, поможет сформировать у школьников представление об основных достопримечательностях и брендах Вологодской области);

– проведение интернет-конференций с участием представителей ведущих предприятий туристской отрасли, консультаций специалистов по вопросам профессионального самоопределения (подобные интернет-конференции могут стать важным инструментом профессионального самоопределения выпускников школ. Кроме того, они являются своеобразной рекламой предприятий, что позволит не только рассказать о своей деятельности, но и найти потенциальные кадры, которые в будущем могут стать специалистами этих компаний);

– проведение тематических лагерных смен для школьников региона и

экскурсий на предприятия, реализующие продукцию с брендом Вологодской области (это позволит школьникам более подробно познакомиться с достопримечательностями региона и основными продуктами с брендом Вологодской области).

В рамках повышения кадрового потенциала среди учащихся профильных образовательных учреждений области целесообразно:

– организовать сотрудничество образовательных учреждений с предприятиями туристской отрасли (это позволит учитывать практический аспект образовательного процесса, а также привлекать к процессу обучения специалистов, которые могут помочь приобрести обучающемуся новые умения и навыки);

– подготовить предложения для профильных образовательных учреждений области о необходимых объемах подготовки специалистов (это позволит скорректировать количество выпускаемых специалистов и оптимизировать количество выпускников необходимых профессий);

– организовать взаимодействие учреждений профобразования, предприятий и организаций по занятости обучающихся в течение учебного года на системной основе, а также проведение предприятиями туристского кластера стажировок, преддипломных практик среди обучающихся по специальности (созданные рабочие места помогут обучающимся в период обучения получать дополнительно практические навыки, опыт, зарабатывать и входить в коллектив, что, безусловно, положительно скажется на их дальнейшей профессиональной деятельности).

В рамках повышения качества подготовки кадров студентов высших учебных заведений целесообразно:

– разработать совместно с ведущими компаниями кластера и вузами совместные образовательные проекты в соответствии с приоритетами развития туристского кластера;

– установить между вузами и предприятиями туристского кластера долгосрочные договорные отношения с целью использования их продуктов в

учебном процессе и создания на территории вузов соответствующих центров компетенций;

– организовать проведение участниками кластера (предприятиями, вузами и др.) «Ярмарок вакансий», различных конкурсов и программ для отбора и поощрения наиболее успешных студентов;

– компаниям, входящим в туристский кластер, подготовить предложения вузам, расположенным на территории Вологодской области, о необходимых объемах подготовки специалистов;

– обеспечить государственную поддержку и разработку программы переподготовки преподавательского состава для учебных заведений, занимающихся подготовкой специалистов для туристской индустрии Вологодской области. Поддержка разработки программного обучения и подготовки кадров для туризма и сопутствующих отраслей.

2. Проведение активной PR-кампании в образовательных учреждениях области, в том числе с использованием всех каналов СМИ, выставок, акций и пр. с привлечением представителей предприятий туристской отрасли. Необходимо активизировать работу по повышению известности и престижности туристской отрасли среди выпускников всех учебных заведений. Этому будет способствовать:

1. Разработка макета брошюры о туристском кластере, в которой будет размещена информация об организациях туристского кластера с краткой информацией о каждой компании, наличии вакансий и условиях труда. Памятка вручается на факультативных занятиях и массовых мероприятиях.

2. Размещение информации о туристском кластере в учебных заведениях области. На информационных стендах, сайтах учебных заведений начального, среднего и высшего профессионального образования необходимо размещать информацию о компаниях туристского кластера, их деятельности и вакансиях.

3. Развитие планово-прогнозной оценки профессионально-

квалификационной структуры рабочей силы для индустрии туризма.

Реализация этого направления будет способствовать организация регулярного мониторинга потребностей учреждений гостиничного, туристского и сопутствующего бизнеса в специалистах различного профиля, с учетом имеющихся и запланированных проектов и программ. Это обеспечит баланс между потребностями рынка труда и возможностями образовательных учреждений в сфере туризма.

4. Формирование объемов приема по профессиональному образованию на федеральном уровне, формирование регионального заказа на подготовку специалистов для сферы туризма.

В последние годы формирование государственного задания вузам на контрольные цифры приема осуществляется по отдельным направлениям подготовки с учетом предложений регионов. Эти предложения формирует региональный орган управления образованием с учетом прогноза кадровой потребности региона и возможностей образовательных учреждений, опираясь на целевые установки экономического развития региона. С 2014 года необходимо включиться в эту работу на прогнозной стадии с целью разработки регионального заказа на специалистов по направлениям подготовки «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис» и других уровней бакалавриата и магистратуры.

В рамках данного направления необходима *подготовка ежегодного сообщения о современном состоянии, перспективах и приоритетах развития кадровых ресурсов в сфере туризма* для образовательных учреждений и широкой общественности.

Целесообразно также на регулярной основе ежегодно *разработка предложений по повышению практической направленности туристского образования*, в т. ч. путем разработки системы стимулов по привлечению работодателей к процессу подготовки специалистов.

Международное взаимодействие компаний кластера. Необходима разработка предложений по обмену международным опытом в сфере

туристского образования и повышения студенческой мобильности.

Реализация данных мероприятий на системной основе будет способствовать повышению кадрового потенциала, что позволит обеспечить предприятия кластера высококвалифицированными специалистами.

8.3. Разработка системы повышения квалификации и переподготовки кадров компаний, входящих в туристский кластер

Рост туристского потока, развитие традиционных и внедрение новых туристских продуктов создает потребность в дополнительных трудовых ресурсах соответствующего профиля и компетенции. Для обеспечения требуемого качества трудовых ресурсов и соответствующего уровня обслуживания необходимо создание правовых и методических условий осуществления сертификации профессиональной квалификации специалистов в области туризма.

Для реализации поставленной задачи постоянного повышения эффективности и результативности профессиональной деятельности персонала, роста кадрового потенциала предприятий туристского кластера предлагается создать центры оценки и сертификации квалификации персонала в индустрии туризма Вологодской области. Создание таких центров позволит обеспечить вовлечение работодателей в процесс подготовки специалистов для индустрии туристов, поддержать требуемый квалификационный уровень персонала через оценку соответствия компетенций персонала требованиям профессиональных стандартов.

Кроме того, необходимо повысить эффективность координации и взаимодействия между участниками образовательного процесса: общего и среднего профессионального образования, высшего образования и профильных научных институтов, научной и образовательной сферы с туристским бизнесом с целью обеспечения качественной подготовки различных категорий персонала, в т. ч. для органов управления туризмом. Такое взаимодействие должно основываться в рамках Центра сертификации

квалификаций, который представляет собой объединение усилий бизнеса, науки и власти в обеспечении необходимого соответствия полученных выпускниками образовательных учреждений компетенций с требованиями бизнеса. Для реализации данного механизма требуется разработка профессиональных стандартов по ключевым должностям и профессиям туристской индустрии.

Основные направления переподготовки кадров для отрасли туризма следует осуществлять в зависимости от категории персонала (*табл. 25*):

- административно-управленческий персонал;
- туристский менеджмент;
- обслуживающий персонал.

Таблица 25 – Формы переподготовки персонала

Форма переподготовки	Административно-управленческий персонал	Туристский менеджмент	Обслуживающий персонал
Высшее образование	Программы необходимы для повышения профессионального уровня специалистов, желающих повысить свой профессиональный уровень	Для данной категории – не обязательно	Для данной категории – не применимо
Корпоративное обучение	Эффективный инструмент повышения профессионализма и мотивации сотрудников в отдельно взятой компании. В случае со студентами и выпускниками – способ подбора и подготовки молодых специалистов для начала работы в компании сразу же после окончания вуза	Способ подбора и подготовки молодых специалистов для начала работы в компании сразу же после окончания вуза. Обучение на базовых предприятиях кластера, по программам, отличным от вузовских	Для данной категории - не применимо
Стажировки	Обязательное условие получения практических знаний о будущей специальности. Должны быть как российскими, так и иностранными и проводится в	Стажировки в ведущих компаниях РФ и зарубежья в	Стажировки на других компаниях туристской сферы, в течение обучения, на постоянной

Форма переподготовки	Административно-управленческий персонал	Туристский менеджмент	Обслуживающий персонал
	университетах, научных центрах, ведущих туристических компаниях		основе
Тренинги	Как альтернатива стажировкам	Для данной категории - не обязательно	Как альтернатива стажировкам
Участие в профессиональных сообществах	Вступление и участие в сообществах (как реальное так и виртуальное), для возможности получения актуальной информации об отрасли и потенциальных работодателях	Вступление и участие в сообществах (как реальное так и виртуальное), для возможности получения актуальной информации об отрасли и потенциальных работодателях	Работу со студентами должны осуществлять региональные объединения в сфере туризма для формирования понимания традиций отрасли и корпоративной культуры
Конференции, форумы	Обязательное условие для получения актуальной информации об отрасли и новых трендах	Обязательное условие для получения актуальной информации об отрасли и новых трендах	Посещение тематических выставок для получения информации о современных технологиях в туризме

Муниципалитетами были предложены тематики курсов подготовки специалистов, которые представлены в таблице 26.

Таблица 26 –Предложения респондентов по тематике курсов подготовки специалистов

Наименование муниципалитета	Предложения
Бабаевский район	Взаимодействие с региональными туроператорами, продвижение турпродукта.
Белозерский район	Курсы для специалистов ресторанного и гостиничного бизнеса, курсы подготовки туристических гидов (в том числе со знанием иностранного языка) и аниматоров.
Великоустюгский район	В сфере гостиничных услуг, обучение официантов, поваров, гидов, режиссёров, организаторов досуга, курсы актёрского мастерства, по it-технологиям, краткосрочные курсы по защите грантов, по инвестиционной политике.
Верховажский район	Экскурсоведение, юридические и правовые вопросы.
Вожегодский район	«Развитие сферы туризма на территории района»; «Способы продвижения туристского продукта».

Наименование муниципалитета	Предложения
Вологодский район	Разработка туристического бренда, новых туристических маршрутов.
Вытегорский район	Курсы экскурсоводов.
г. Вологда	Законодательство, маркетинговая деятельность, работа с инвесторами, проведение событийных мероприятий.
г. Череповец	Маркетинг в сфере туризма, формирование и продвижение турпродукта; правовые аспекты туристской деятельности; изучение компьютерных программ в сфере туризма.
Никольский район	Деятельность турфирмы.
Нюксенский район	Организация и ведение туристической деятельности в современных условиях, межрегиональные семинары по обмену опытом в сфере туризма.
Сокольский район	Создание и продвижение туристического продукта. Разработка и реализация инвестиционных проектов.
Усть-Кубинский район	Краткосрочные недорогостоящие курсы (обучающие семинары) по проектной деятельности, по подготовке экскурсоводов, по вопросам нормативно-правовой базы приема гостей в сельских гостевых домах.
Устюженский район	По продвижению турпродукта.
Чагодощенский район	Продвижение туристских продуктов; менеджмент и маркетинг в сфере туризма.
Шекснинский район	Курсы экскурсоводов, курсы по вопросам безопасности туризма.

В рамках переподготовки персонала целесообразно проводить тренинги и семинары по следующим темам.

1. Механизм кооперационного взаимодействия участников туристского кластера Вологодской области.
2. Межрегиональные связи туристского кластера Вологодской области.
3. Взаимодействие участников туристского кластера и органов власти.
4. Специфика маркетинговых коммуникаций туристского кластера.
5. Эффективные PR-инструменты туристской отрасли. PR как управление информационными потоками о деятельности туристского кластера.
6. Обязательные рекламные материалы для предприятий туристского кластера: каталоги, буклеты, лифтеры, открытки, имиджевые издания.

9. Стратегия кластера в части маркетинга и сбыта

9.1. Маркетинговая политика продвижения основных туруслуг

На рынке предложения туристского кластера в каждый данный момент времени складывается совокупность экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации турпродукта. Стимулировать развитие или сдерживать рынок продукции туристского кластера могут следующие конъюнктурообразующие факторы (рис. 29).

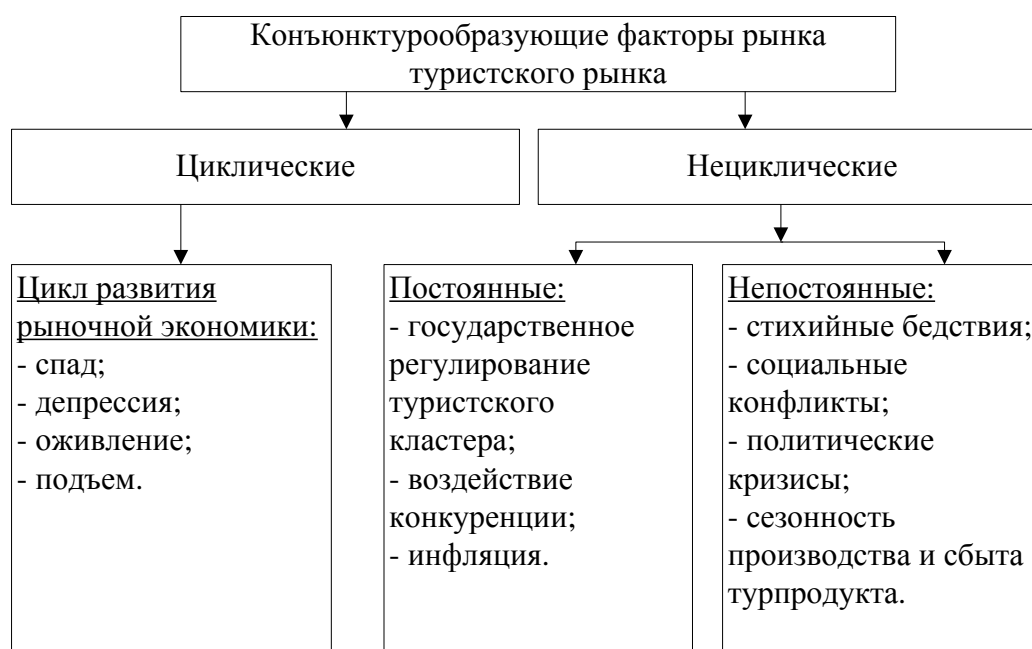


Рисунок 29 – Конъюнктурообразующие факторы рынка туристского рынка

Развитие туристского рынка в ближайшие годы будут определять следующие тенденции:

- переход от массового туризма к индивидуальному;
- снижение количества посредников;
- рост спроса на модульные туристические продукты;
- рост импульсивного туризма;
- увеличение свободного времени (для досуга);
- развитие виртуального туризма.

На рисунках 30 и 31 представлены ключевые технологии и новые форматы, изменяющие процессы в туристской отрасли.



Рисунок 30 – Ключевые технологии, изменяющие процессы в отрасли

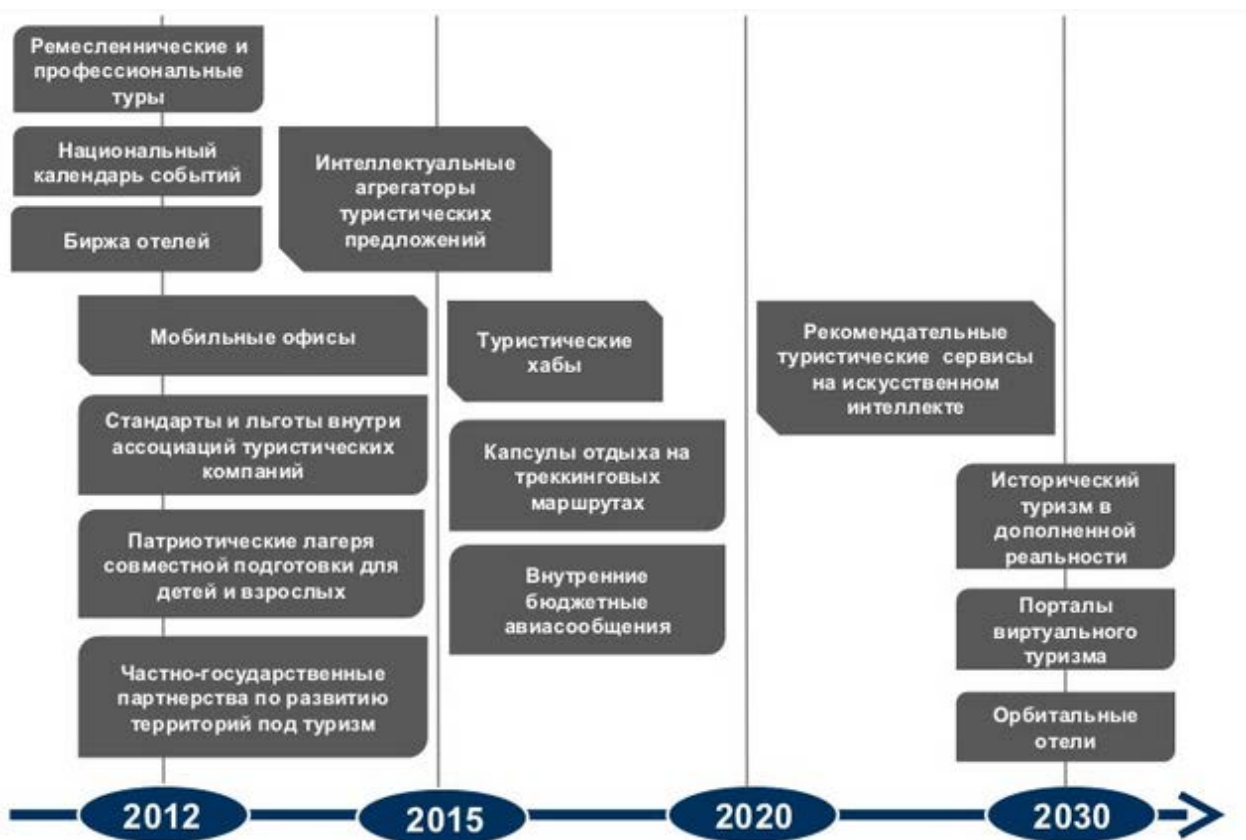


Рисунок 31 – Новые форматы, изменяющие процессы в отрасли

В целом, можно прогнозировать представленные на рисунке 32 изменения в сфере внутреннего туризма.



Рисунок 32 – Ключевые изменения в сфере внутреннего туризма

Политику продвижения туруслуг следует проводить в зависимости от привлекательности для потенциальных инвесторов и потребителей этих услуг (туристов). Позиционирование различных туристических продуктов, проведенное с использованием матрицы BCG (рост рынка – доля рынка), позволяет определить направления реализации дифференцированных стратегий маркетинга для различных туристических продуктов (табл. 27). В таблице отражены приоритетные виды туризма для их развития в пределах различных туристских центров кластера и конкретные типы стратегий, а также их детализация и направления реализации.

Представленный маркетинговый анализ позволяет определить инвестиционные приоритеты в сфере туризма для органов государственной и муниципальной власти, а также сконцентрировать усилия на конкурентных преимуществах отдельных видов туризма и турпродуктов, что особенно

актуально в условиях ограниченных средств на реализацию туристской политики.

Наиболее привлекательными для Вологодской области являются виды туризма, относящиеся к группам «звезды» и «дойные коровы». Именно для этих групп прежде всего необходимо развивать существующую туристскую инфраструктуру. Для группы видов туризма, относящихся к категории «трудные дети» необходимо создавать целостные инфраструктурные комплексы, и их развитие требует существенных инвестиций в развитие материально-технической базы и маркетинг.

Таблица 27 – Направления реализации дифференцированных стратегий маркетинга для различных туристических продуктов

Группа	Вид туризма	Стратегия	Направления реализации стратегии
«Трудные дети» (низкая доля рынка, высокие темпы роста рынка)	Рыболовный и охотничий туризм; активный туризм; деловой туризм; промышленный туризм; сельский туризм	Стратегия развития продукта и роста рынка	<ul style="list-style-type: none"> – разработка и продвижение туров, ориентированных на разные потребительские группы; – развитие ассоциаций сельских усадеб и создание инфраструктуры информационной поддержки сельского туризма; – реализация туров через внешние корпоративные и маркетинговые сети; – расширение дополнительных бизнес-услуг, предоставляемых при гостиницах; – развитие инфраструктуры обслуживания конференций, семинаров, переговоров
«Звезды» (высокая доля рынка, высокие темпы роста рынка)	Культурно-познавательный туризм; детский туризм; экологический туризм; автомобильный туризм	Стратегия сохранения лидерства	<ul style="list-style-type: none"> – повышение известности и брендинг; – развитие сети объектов придорожной инфраструктуры и информационное (навигационное) обеспечение на дорогах
		Стратегия дифференциации	<ul style="list-style-type: none"> – расширение ассортимента природных туров для разных групп потребителей и разных сезонов; – использование дифференцированной ценовой политики; – совмещение культурно-познавательного туризма и туризма на объект с посещением событий; – предоставление дополнительных услуг за ту же цену при продаже туров
«Дойные коровы» (высокая доля рынка, низкие темпы роста рынка)	Религиозный туризм; событийный туризм; лечебно-оздоровительный туризм	Стратегия оптимизации издержек	<ul style="list-style-type: none"> – маркетинговое стимулирование наиболее популярных туров и маршрутов; – повышение известности событий (праздников, концертов, фестивалей, ярмарок) и создание дополняющих (сопутствующих) продуктов; – снижение издержек за счет оптимизации туристской логистики на наиболее популярных направлениях; – объединение малоходовных туров и создание комплексных продуктов
		Стратегия дифференциации	<ul style="list-style-type: none"> – повышение качества и расширение ассортимента санаторно-курортных услуг; – развитие системы дополнительных услуг и сопутствующих продуктов при реализации существующих туров; – введение дифференцированной и гибкой ценовой политики

Группа	Вид туризма	Стратегия	Направления реализации стратегии
«Собаки» (снижение доли рынка, низкие темпы роста рынка)	Ностальгический туризм; этнический туризм; археологический туризм	Стратегия ухода с рынка	<ul style="list-style-type: none"> – повышение привлекательности турпродуктов с целью продажи прав на их использование; – создание новых турпродуктов на базе существующих за счет дополнительных инвестиционных вложений и ребрендинга
		Стратегия дифференциации	<ul style="list-style-type: none"> – расширение ассортимента предоставляемых услуг и продуктов в рамках существующего тура; – расширение тура с включением в его состав новых объектов (за ту же цену); – объединение и совмещение двух и нескольких существующих туров с приданием им нового смысла; – организация и проведение регулярных привлекательных событий (мероприятий) в рамках предлагаемого тура

Кроме того, к перспективным видам туризма в настоящее время можно отнести все туры, связанные с активными видами отдыха: экстремальные, спортивные и велосипедные туры и т.д. Данные виды туризма не требуют развитой инфраструктуры и серьезных капитальных вложений, но при этом остаются достаточно рентабельными и пользуются повышенным спросом среди туристов.

Стратегия маркетинга требует выделения целевых рынков, характеризующихся специфическими параметрами спроса, интересов, платежеспособности и культуры туристов, в зависимости от групп туристов: международные туристы; туристы из стран СНГ; российские туристы; вологодские туристы.

1. Иностранные туристы.

Потенциальный размер рынка оценивается более чем в 15 млн. человек.

В последние годы наблюдается некоторое снижение потока иностранных туристов в Вологодскую область. По данным Вологдастата, за период с 2005 по 2012 г. число иностранных граждан-экскурсантов, обслуженных туристскими фирмами, уменьшилось на 13,5% (с 90 до 78 тыс. человек), число иностранных лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, – на 3,7% (с 2,7 до 2,6 тыс. человек).

Численность потока иностранных туристов оценивается примерно в 100 тыс. человек, что составляет около 5% общего турпотока области. Наиболее привлекательными для посещения районами в настоящее время являются территории субкластеров «Приозерный» и «Северная Фиваида», г. Вологды, г. Великий Устюг. Вологодскую область отличает уникальная природная среда, наличие исключительных достопримечательностей, сохранение русских традиций. Регион находится на севере Европейской части материка, в небольшой удаленности от крупных столичных городов Москвы (450 км) и Санкт-Петербурга (650 км), что обуславливает его доступность, прежде всего, для европейских туристов. Кроме действующих аэропортов внутреннего сообщения, в области находится и успешно развивается

международный аэропорт в городе Череповце, что способствует привлечению зарубежных потребителей туруслуг. Для иностранных туристов будут приоритетны такие виды туризма как культурно-познавательный, экологический, событийный, охотничий и рыболовный.

Привлекательной для зарубежных гостей спецификой туристского кластера Вологодской области, отличающей его от конкурентных регионов, является сочетание возможностей для различных видов туризма:

- культурно-познавательного (777 памятников русской истории и культуры);
- спортивного (созданные и развивающиеся базы спортивного отдыха);
- религиозного (храмы и монастыри);
- экологического (благоприятная окружающая среда);
- автомобильного и автобусного (15,5 тыс. км автомобильных дорог);
- речного и озерного (густая речная сеть, около 4 тысяч озер);
- событийного (ежегодное проведение в регионе фестивалей, выставок международного уровня);
- делового (на территории области находятся предприятия международного значения);
- охотничьего и рыболовного (наличие охотничье-промысловых ресурсов).

Ориентация на данный сегмент потребителей предъявляет достаточно высокие требования к качеству предоставляемых услуг, что в свою очередь требует развития туристской инфраструктуры и подготовки высококвалифицированных туристских кадров. Кроме того, развитие международного туризма требует активного продвижения как в целом бренда кластера, так и отдельных турпродуктов за рубежом.

Создание образа и развитие проектов туристского кластера Вологодской области, повышение привлекательности его субкластеров позволит увеличить поток международных туристов в регион. Рост данного сегмента

также возможен за счет развития событийного туризма в связи с увеличением количества проводимых в регионе мероприятий международного масштаба.

2. Туристы из стран СНГ.

Размер рынка (суммарная численность населения стран-членов СНГ) составляет 135,9 млн. человек. Из них наиболее привлекательная часть, активно участвующая в выездном туризме, составляет около 20 млн. человек.

Географическая близость стран СНГ к Вологодской области, по сравнению с остальными государствами, позволяет рассматривать этот сегмент в качестве потенциального к увеличению. Данные туристы характеризуются меньшей требовательностью, нежели представители предыдущего сегмента.

Положительными факторами увеличения туристских потоков из стран-членов СНГ являются отсутствие языковых барьеров, развитые экономические, научные и культурные связи, отсутствие визового режима и гибкий режим регистрации в России. Ограничивающим фактором является низкая платежеспособность туристов (преимущественно туристы низкой ценовой категории). Туристы из стран СНГ в настоящее время занимают незначительную долю в общем туристском потоке.

В 2012 г. гостиничными предприятиями Вологодской области было размещено 2,5 тыс. граждан государств – участников СНГ, что на 21,7% меньше чем в 2005 г. (3,2 тыс. человек).

Добиться создания благоприятного образа туристского кластера Вологодской области для жителей стран СНГ необходимо посредством информационной поддержки в СМИ, участия в международных выставках, обеспечения доступной организации поездок и туристских программ (с оптимальными временными и финансовыми затратами, без языковых, культурных и этнических трудностей).

Данный сегмент потребителей можно рассматривать в качестве перспективного с учетом роста деловых связей, проведения активной

маркетинговой политики и обеспечения большей информационной доступности вологодских турпродуктов.

3. Российские туристы.

Потенциальный объем рынка российских туристов составляет более 20 млн. человек (прежде всего за счет жителей Санкт-Петербурга, Москвы и центральных регионов). Численность размещенных гостиничными предприятиями области граждан России в 2012 г. составила 284 тыс. человек (в 2005 г. – 310 тыс. человек).

Географическое расположение региона в Европейской части России, в непосредственном соседстве с плотно заселенными регионами, развитые транспортные сети (автомобильные дороги, протяженностью 15,5 тыс. км; внутренние водные судоходные пути, протяженностью 2,1 тыс. км, железнодорожные пути, протяженностью 1,9 тыс. км) позволяют принять в области российских туристов. Наличие в регионе водных туристических маршрутов с высоким потенциалом развития, экологичность окружающей среды, большое количество православных храмов определяет специфику продуктов туристского кластера, предлагаемых жителям России.

Для потребителей данного сегмента будут предложены кластерные продукты таких видов туризма как автомобильный, экологический, рыболовный и охотничий, сельский, религиозный, культурно-познавательный, речные и озерные круизы.

Одним из главных факторов формирования спроса является цена туров. Кроме того, сокращается их продолжительность, что обуславливает перспективность непродолжительных туров и туров выходного дня. В связи с этим можно прогнозировать дальнейший рост спроса на местные турпродукты.

В то же время для вологодских туроператоров существует возможность выхода на рынок с турпродуктами, ориентированными на индивидуальный и элитный туризм.

В настоящее время наиболее динамично развивается зимний выездной туризм, темпами, почти в полтора раза опережающими расширение российского рынка путешествий в целом. В этих условиях перспективным направлением является разработка туристских продуктов, связанных с зимними видами отдыха и снижение за счет этого сезонной неравномерности спроса. Основными конкурентами на рынке выступают Финляндия и Эстония. Однако присоединение данных государств к Евросоюзу привело к подорожанию туров, поэтому эффективная ценовая политика наряду с повышением качества предоставляемых услуг могут стать основой для расширения доли рынка вологодских туроператорами и привлечения дополнительных потоков из Москвы и Санкт-Петербурга в зимнее время.

4. Туристы из Вологодской области.

Вологодская область обладает значительным потенциалом для развития туризма, ориентированного на местных жителей. Прежде всего этот потенциал выражается в реализации туров выходного дня, краеведческих туров, развития активных видов отдыха на природе, организации экологического туризма, выездов в лес.

В последнее время отмечается увеличение мощности выездного туристского потока. Так, например, если в 2005 г. количество туристов, отправленных турфирмами на отдых за пределы области, составило 35 тыс. человек, то в 2012 г. этот показатель был в 2,7 раз больше – 95 тыс. человек. Данный факт объясняется ростом реальных доходов населения области, изменением структуры потребительского спроса, увеличением потребности в отдыхе и повышением мобильности населения.

Данное обстоятельство позволяет говорить о потенциальной возможности обслуживания не только туристов, приезжающих из-за пределов области, но и расширения ассортимента туров выходного дня, ориентированных на местных жителей. Развитие таких туров не требует развитой туристской инфраструктуры и предоставления высококачественных услуг, а потому не является инвестиционно-емким. При этом данные туры

могут быть организованы поблизости от городских населенных пунктов. В связи с этим одним из направлений маркетинговой политики является разработка туров, связанных с непродолжительным отдыхом (семейный отдых, познавательные, экстремальные туры, рафтинг, велосипедные прогулки). Кроме того, доля городского населения области превышает 71%, что делает актуальным развитие сельского туризма. Общий размер данной сегменты рынка оценивается в 300 тыс. туристов в год.

В целом, для каждого сегмента туристского рынка с учетом специфики целевых групп туристов, а также с учетом приоритетности рыночных сегментов для области разработан комплекс мероприятий маркетинговой политики, основные направления которой представлены в *таблице 28*.

Таблица 28 – Сегменты туристского рынка и направления маркетинга для предприятий-участников туристского кластера

Параметры сегмента рынка		Международные туристы	Туристы из стран СНГ	Российские туристы	Вологодские туристы
Целевая группа туристов (сегмент рынка)	Потенциальный объем рынка	Более 15 млн. чел.	Более 20 млн. человек (наиболее мобильная часть жителей молодого и среднего возраста и этнические русские)	Более 20 млн. чел. (прежде всего за счет жителей Санкт-Петербурга, Москвы и центральных регионов)	Более 300 тыс. чел.
	Уровень его использования	Организованные туристы – 100 тыс. чел., самодельные – около 500 тыс. чел.	Около 50 тыс. чел. (организованные, самодельные и транзитные туристы)	Организованные туристы – 300 тыс. чел.; самодельные – более 1 млн. чел.	Не более 100 тыс. человек
Описание целевой группы туристов		Высокие доходы и повышенные требования к качеству услуг. Состав: туристы среднего и пожилого возраста, семьи, специалисты, едущие с профессиональными целями	Туристы со средним доходами не высокими требованиями к качеству услуг. Состав: туристы среднего и молодого возраста, командированные	Туристы с доходом средним и выше среднего, разнообразные интересы. Состав: молодежь и средний возраст, семьи, командированные, группы студентов	Туристы и экскурсанты со средним доходом, низкие требования к качеству услуг. Состав: в основном семьи, группы школьников и студентов
Приоритетные турпродукты		Культурно-познавательный; экологический, охотничий и рыболовный туризм; деловой туризм; автомобильный и автобусный	Культурно-познавательный; экологический, охотничий и рыболовный туризм; деловой туризм	Речные и озерные круизы; автомобильный туризм; экологический, рыболовный и охотничий туризм; сельский туризм; религиозный; культурно-познавательный	Экологический туризм; однодневные экскурсии культурно-познавательной направленности; сельский туризм

Параметры сегмента рынка	Международные туристы	Туристы из стран СНГ	Российские туристы	Вологодские туристы
Направления маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> – Активный брендинг и продвижение турпродуктов с использованием международной дистрибуции; – фирменный стиль; – эффективная и гибкая ценовая политика; – обеспечение информационной доступности туров, объектов показа, разнообразия информации; – развитие интернет-маркетинга в части продвижения и продажи туров, систем бронирования 	<ul style="list-style-type: none"> – Развитие каналов дистрибуции туров в странах СНГ (на основе франчайзинга); – брендинг вологодских турпродуктов; – использование дифференцированной продуктовой и ассортиментной политики; – эффективная и гибкая ценовая политика; – интернет-маркетинг и реклама, системы on-line услуг 	<ul style="list-style-type: none"> – Брендинг и информационно-рекламное обеспечение туров; – дифференцированная продуктовая и ассортиментная политика; – обеспечение информационной доступности объектов и навигационной информации; – дифференцированная и гибкая ценовая политика; – фирменный стиль и улучшение сервисной политики; – интернет-маркетинг и системы on-line услуг 	<ul style="list-style-type: none"> – Дифференцированная продуктовая и ассортиментная политика (разработка туров, ориентированных на разные группы потребителей); – разработка индивидуальных туров; – дифференцированная и гибкая ценовая политика; – улучшение сервисной политики и качества услуг; – рекламно-информационное обеспечение туров; – центры розничных продаж

В целом для развития внутреннего и въездного туризма на территории базирования кластера необходима реализация следующих мероприятий:

1. Продвижение образа Вологодской области как благоприятного места для туризма.

В целях продвижения туристского продукта предприятий-участников туристского кластера необходимо разработать направления имиджевых стратегий (рис. 33).

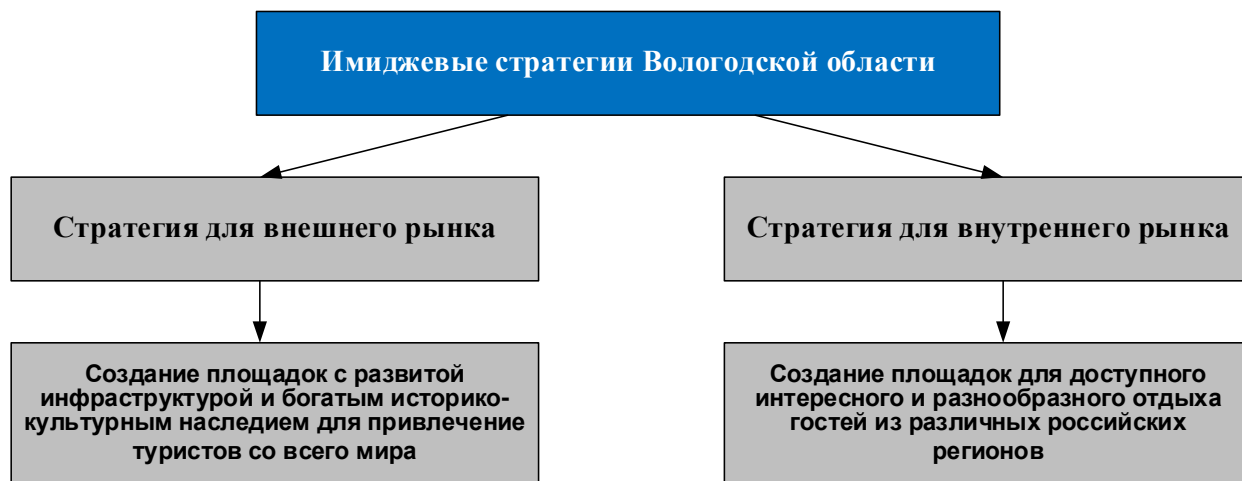


Рисунок 33 – Имиджевые стратегии продвижения образа Вологодской области

2. Рекламно-информационная деятельность. Создание комфортной информационной среды для туристов.

В рамках данного мероприятия необходима консолидация рекламно-информационной работы различных участников туррынка в руках независимой от влияния отдельных компаний структуре – например, туристском информационном центре (ТИЦ) – в целях оказания информационно-справочных, туристских и деловых услуг приезжающим туристам, а также ведения рекламной и маркетинговой деятельности.

Информационно-справочная деятельность сводится к созданию и регулярному обновлению информационных баз для туристов, которые будут предоставлять обзорную информацию по Вологодской области (история городов Вологодской области, статистика, достопримечательности, культурная программа, развлечения, праздники, события, специальные мероприятия, карта Вологодской области и т. д.).

Вместе с этими мероприятиями необходимо проводить *активную маркетинговую деятельность*:

- создание и распространение рекламных и пропагандистских материалов о туристском комплексе области, о планируемых в городах и районах области событиях;
- продвижение новых туристских ресурсов. Организация презентаций новых турпродуктов с приглашением их владельцев, инвесторов, а также туроператоров и турагентов;
- работа на международных выставках и ярмарках, сопровождаемая рекламными и промоушн-кампаниями;
- разработка и выпуск рекламно-информационной продукции;
- ежегодное издание сводного календаря туристских событий;
- участие в реализации проектов, имеющих большой общественный резонанс, для создания бесплатной рекламы Вологодской области.

Другим эффективным элементом маркетингового продвижения туристических продуктов кластера является развитие процессов самоорганизации элементов кластера. Для увеличения продаж местных товаров и услуг, а также повышения их качества следует поощрять развитие местных инициатив, в т. ч.:

- проведение тематических праздников этно-культурной и проч. тематики;
- развитие сельских музеев и музейных комплексов;
- возрождение традиционных деревень и образа жизни (например, реализация проектов «этнографической деревни»).

Производство сувенирной продукции, товаров с местной культурной спецификой может развиваться в этнокультурных центрах при местных домах культуры, библиотечно-досуговых центрах и т.п. муниципальных учреждениях.

Музеи области и существующие фольклорные коллективы, работающие с вологодской тематикой, могут оказывать методическую и консультационную помощь деятельности указанных центров, например:

- проводить мастер-классы по обучению традиционным ремеслам;
- оформлять и передавать в этно-культурные центры временные выставки различной тематики, передавать информацию об исторических деревнях;
- проводить обучающие семинары по ознакомлению с местными песенными и фольклорными традициями и проч.

Усилению традиционного колорита может способствовать организация и (или) поддержка деятельности фольклорных ансамблей в крупных населенных пунктах. Данные ансамбли могут оказывать туристам услуги (выступление фольклорного ансамбля с интерактивным показом обрядов и традиций), а также способствовать возрождению культурных традиций с целью совершенствования на этой основе практики обслуживания туристов в гостевых домах.

Участники таких ансамблей, местные мастера должны вовлекаться в разработку сувенирной продукции (в т. ч. с логотипом кластера, территории), фирменного стиля кластера в целом, а также отдельных его деревень, объектов обслуживания туристов и т. п.

В последние годы в России и за рубежом отмечается тенденция к снижению числа групповых туров с одновременным увеличением числа индивидуальных туристов, которые самостоятельно занимаются планированием и организацией деловых и туристических поездок.

Кроме того, однозначно отмечается усиление роли интернет (в т. ч. отзывов на туристических форумах, в социальных сетях) на процесс принятия решения о поездке и организации путешествия.

В таких условиях важнейшим инструментом коммуникации с туристами и продажи туристических услуг становится интернет в целом и популярные интернет-сервисы (facebook.com, vk.com, twitter.com и др.).

Для гостиниц, туристических баз и др. средств размещения жизненно важным становится использование собственных сайтов с системой он-лайн бронирования, а также регистрация в глобальных и региональных системах онлайн бронирования.

Важным элементом представления и продвижения в интернет и социальных сетях становится создание специализированных сайтов стран, регионов и т.п., занимающихся созданием «информационного поля» и продвижением туристических продуктов (например, <http://visitnorway.com>, <http://saaristo.org> и др.). В Вологодской области уже функционируют сайты <http://vologdatourinfo.ru> и <http://visitvologda.ru>. Стоит уделять внимание своевременному обновлению информации на данных сайтах, совершенствованию возможностей, направленных на реализацию различных турпродуктов кластера.

Не менее существенным элементом маркетинга является организация различных фестивальных мероприятий, которые позволяют привлечь внимание СМИ, что в свою очередь может привлечь дополнительных туристов на территорию.

С учетом вышеизложенного, для маркетингового продвижения кластера как целого и его основных туристических продуктов необходимо:

- организация целевых информационно-рекламных кампаний, направленных на продвижение Вологодской области на территории России и за рубежом;

- организация и проведение презентаций туристских возможностей Вологодской области в регионах России и за рубежом, в том числе на международных и межрегиональных туристских выставках;

- формирование экспозиции Вологодской области на выставках, изготовление и модернизация передвижных рекламных блоков и стендов о туристском кластере Вологодской области;

– издание на русском и иностранных языках туристско-информационных материалов, в том числе путеводителей, буклетов, карт, цифровых материалов, видеороликов;

– создание высококачественного рекламного ролика и размещение его на популярных телеканалах России и мира;

– ежегодное издание сводного календаря туристских событий;

– поддержка и продвижение специального интернет-сайта <http://vologdatourinfo.ru>, с информацией об области, кластере, его основных маршрутах, местах коллективного размещения и т.п., разработка интерактивных туров с размещением их на сайте; размещение сводного календаря туристских событий;

– создание и продвижение страниц и групп в социальных сетях, посвященных туризму по Вологодской области (facebook.com, vk.com, twitter.com, instagram.com и др.);

– разработка и продвижение специальной программы-путеводителя по кластеру для смартфонов;

– стимулирование гостиничного сектора к участию в программах сертификации и стандартизации гостиничных услуг (присвоение «звездности» гостиницам);

– включение вологодских средств размещения в мировые и российские системы онлайн бронирования (например, <http://booking.com>);

– привлечение на рынок гостиничных услуг бюджетных гостиничных сетей мирового уровня (2 – 3 звезд);

– разработка и изготовление сувенирной продукции с символикой Вологодской области;

– поддержка местных фестивалей, проводимых в Вологодской области;

– регулярный сбор и анализ информации о туристическом рынке.

9.2. Сбытовая политика по основным продуктам

Осуществление и координирование сбытовой деятельности – одна из главнейших задач туристского кластера. Требования маркетинга не ограничиваются лишь формированием высококачественного турпродукта и точным определением цены на него. Необходимо также надлежащим образом предоставить этот продукт конечному потребителю – туристу, организовать возможность его приобретения на целевом рынке. Для организации успешного сбыта продукта, нужно провести комплекс мер по реализации сбытовой политики.

Организация сбыта обусловлена следующими причинами:

- 1) в сфере сбыта окончательно формируется результат всех маркетинговых усилий участников кластера;
- 2) ориентируя сбытовую сеть на требования покупателей, организовывая им наивысший комфорт до, во время и после покупки, участники кластера имеют существенно больше возможностей для победы в конкурентной борьбе;
- 3) собственно во время сбыта наиболее эффективно происходит раскрытие вкусов и предпочтений покупателей.

То обстоятельство, что прибыль, в конечном результате, получается в сфере сбыта, объясняет особое внимание, которое уделяется каждым участником кластера выполнению и улучшению своих сбытовых операций.

Выработка и осуществление сбытовой политики по основным продуктам, производимым предприятиями кластера, подразумевает решение определенных вопросов:

- 1) избрание каналов сбыта;
- 2) избрание посредников и установление оптимальной формы работы с ними.

Имеется два способа сбыта – прямой, это налаживание прямых связей между продавцом и покупателем, и косвенный – это работа через торгово-посредническое звено.

Прямые каналы сбыта обеспечивают непосредственную связь туристских организаций (турфирмы, гостиницы, транспортные компании, предприятия питания и т. д.) с потребителем. С этой целью туристские организации открывают собственные торговые точки, организуют сбыт по каталогам, телефону, сети Интернет.

Прямыми каналами сбыта продукции туристского кластера являются:

1. Прямая продажа турпродукта участниками кластера, которые непосредственно производят продукцию.
2. Продажа продукции и услуг непосредственно конечным потребителям через Интернет.

Производители туруслуг не ограничиваются только прямыми каналами сбыта, так как создание и функционирование собственной сбытовой сети требует больших финансовых вложений. Другим каналом сбыта туруслуг является косвенный, т. е. через посредника. Роль посредника между организациями-производителями туруслуг и потребителем осуществляет туроператор, в функции которого входит закупка в больших объемах туруслуг у производителей, формирование на их основе турпродуктов и их реализация либо самостоятельно, либо через посредников.

Косвенные каналы сбыта продукции туристского кластера следующие.

1. Прямая продажа турпродукта участниками кластера, которые не производят продукцию.
2. Формирование общего номерного фонда коллективных средств размещения на странице туристского портала с возможностью бронирования.
3. Туристский портал, на котором представлены туры, разработанные участниками кластера.
4. Презентации турпродуктов туристского кластера Вологодской области на выставках и других событийных мероприятиях.
5. Распространение каталогов туристской продукции кластера среди потенциальных партнеров.

Существуют внешние и внутренние каналы сбыта турпродукта. Внешние каналы сбыта – это заграничные турфирмы-посредники, взявшие на себя по договору обязательства реализовывать в своей стране турпродукт или услуги предприятия, посредником которого они являются. Турпредприятия и организации используют эту посредническую схему, так как организация филиалов за рубежом влечет за собой большие валютные затраты, при этом и государственная политика каждой страны специфична. Намного удобнее работать с зарубежными организациями, имеющими хорошие позиции на местном рынке. Внутренние каналы сбыта – это система филиалов, отделений, представительств и посреднических организаций в своей стране.

С целью сбыта и продвижения продукции туристского кластера Вологодской области за рубежом, необходимо осуществлять взаимодействие с иностранными турфирмами. Целесообразно формировать сбытовую стратегию турпродукта через связи с городами-побратимами городов Вологодской области. Как правило, между ними уже налажены контакты, в том числе в сфере туризма.

Организация каналов реализации туристского продукта является не только основной необходимостью в силу специфики этой сферы, но и залогом успешной работы всех участников кластера, роста реализации и прибыли за счет большого охвата существующих и возможных рынков сбыта. С одной стороны, большое число посредников усложняет механизм туррынка, но с другой, само посредничество помогает нормальной работе туррынка и делает более легким планирование и реализацию поездки для туриста.

Одним из факторов успешной деятельности туристского кластера является способность участников кооперироваться в единой цепочке создания стоимости турпродукта, вырабатывать и применять единую стратегию ценообразования, совместно регулировать уровень цен.

Определение ценовой стратегии деятельности туристского кластера зависит от сочетания и взаимодействия многих факторов, важнейшими из которых являются:

- степень новизны предлагаемых турпродуктов;
- характеристики турпродуктов, относительная их исключительность по сравнению с другими турпродуктами;
- издержки и ожидаемая прибыль;
- условия конкуренции;
- особенности рынка сбыта;
- имидж туристского кластера и его участников.

При формировании цен на туристские продукты кластера будут использованы следующие стратегии: цены сегмента рынка и преимущественной цены.

Стратегия цены сегмента рынка предполагает учет определенных различий в спросе. Каждое решение по формированию цены на туристский продукт должно учитывать реальные ожидания и запросы потребителей, а также их желание и возможность уплатить определенную сумму за туристские услуги. Так, выделенные целевые группы сбыта отличаются друг от друга собственными доходами: международные туристы готовы заплатить больше при сохранении высоких требований к качеству услуг; туристы из стран СНГ, России и области характеризуются средним уровнем доходов. Ввиду этого, ценовая политика туристских продуктов кластера будет дифференцирована относительно сегментов рынка.

В соответствии с имеющимися конкурентами на рынке необходимо применение стратегии преимущественной цены, которая является продолжением стратегии цен проникновения на рынок (низкий уровень продажных цен на первоначальном этапе с целью завоевания рынка сбыта, затем их последующее увеличение). Стратегия преимущественной цены ориентирована на достижение преимущества перед конкурентами по затратам (цена устанавливается ниже цен конкурентов), либо по качеству

турпродукта (цена устанавливается выше цен конкурентов и продукт оценивается как уникальный и престижный).

В рамках единой стратегии ценообразования будет выработана политика предоставления скидок:

- участникам туристского кластера на услуги коллег;
- организованным зарубежным туристам и туристам из других регионов России, неоднократно въезжающим в Вологодскую область для отдыха и туризма;
- организованным зарубежным туристам и туристам из других регионов России, приобретающим тур по Вологодской области продолжительностью более 7 дней;
- группам туристов от 30 человек;
- туристам, покупающим тур по предварительной оплате (за 2 месяца до потребления туристского продукта);
- детям до 7 лет и взрослым людям от 55 лет.

Непосредственно сбыт конкретного продукта в рамках каждого инвестиционного проекта определяется индивидуально. Формирование сбытовой политики представляет определенную последовательность действий. Алгоритм представлен на *рисунке 34*.



Рисунок 34 – Алгоритм сбыта продукции участников туристского кластера

Для продвижения продукции предприятий-участников кластера будет осуществляться:

- подготовка и распространение рекламных буклетов об основных брендах туристского кластера Вологодской области;
- проведение маркетинговых исследований (анализ рынка гостиничных и туристских услуг, придорожного сервиса, продвижения услуг);
- организация проведения ежегодного мониторинга рынка туруслуг;

Планируются также мероприятия по проведению презентационной деятельности на международных, российских, областных туристских и специализированных выставках, а именно:

- участие в межрегиональной выставке туристского сервиса и технологий гостеприимства «Ворота Севера», г. Вологда;
- участие в международной туристской выставке «Интурмаркет» (ITM), г. Москва;

- участие в московской международной ярмарке путешествий (MITF), г. Москва;
- участие в международной туристской выставке «Отдых – Leisure», г. Москва;
- участие в международной туристской выставке «Inwetex», г. Санкт-Петербург;
- участие в выставке «Kazan International Exhibition of Tourism & Sport – 2015», г. Казань;
- участие в конкурсе «Лидеры туристической индустрии Вологодской области».
- подготовка пресс-релизов для размещения на интернет сайтах (официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации (www.russiatourism.ru), сайт торгово-промышленной палаты Вологодской области (www.vologdatpp.ru), сайт Российский туризм (www.russiantourism.ru), сайт Турпром (www.tourprom.ru), сайт профессиональный туристический портал (www.tourdom.ru), туристский портал Вологодской области (www.vologdatourinfo.ru);
- участие в конкурсе видеороликов на тему «Россия – территория туризма» (организатор конкурса Федеральное агентство по туризму);
- проведение информационных кампаний для участников кластера в средствах массовой информации;
- создание молодежного интерактивного он-лайн проекта «Народный туризм»;
- выявление потребностей и содержания запроса на туристические услуги (внутренний туризм) резидентов – жителей Вологодчины. Может рассматриваться как первый этап масштабного исследования, направленного на структурирование потенциального спроса и сегментирование турпродукта;
- исследование медиаобразов вологодских турпродуктов в пространстве региональных и федеральных СМИ;

- создание и продвижение зонтичного бренда туристского кластера Вологодской области;
- проведение мониторинга качества услуг, предоставляемых предприятиями туристической индустрии;
- разработка и изготовление туристской карты кластера;
- организация рекламно-информационных туров для журналистов блогеров по субкластерам Вологодской области;
- проведение презентаций инвестиционных проектов туристского кластера;
- создание передвижной рекламно-выставочной композиции.

Для продвижения продукции предприятий-участников кластера на зарубежные рынки планируется:

- создание англоязычного интернет-сайта, содержащего информацию об основных брендах и достопримечательностях Вологодской области;
- создание интернет-портала, на котором физические и юридические лица, находясь за рубежом, смогут заказать тур в Вологодскую область, купить железнодорожные и авиабилеты, забронировать гостиницу, выбрать экскурсии;
- заключение договоров с ведущими туроператорами (Coral Travel, Gold Travel, Tez Tours, Pegas Touristik, Mouzenidis Travel и др.) о продаже туров на территорию Вологодской области в зарубежных странах;
- разработка брошюр и каталогов турпродуктов и туруслуг, которые могут предложить предприятия-участники кластера и их распространение за рубежом;
- размещение рекламы достопримечательностей и брендов Вологодской области в зарубежных печатных изданиях, интернет-сайтах и других СМИ.

Особое значение для продвижения национального туристского продукта на внешнем туристском рынке имеют международные выставочно-ярмарочные мероприятия. Они предоставляют огромные возможности

одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной, технической и коммерческой информации при относительно доступной ее стоимости. Международные выставочные мероприятия отражают развитие туризма, несут биржевую информацию и являются средством прогнозирования конъюнктурных изменений.

Международные межрегиональные туристские выставки предполагают наиболее полный количественный и качественный состав участников, так же как и максимально разнообразную палитру туристского предложения. Для подобных мероприятий характерно соотношение национальных и международных участников как 1:3, что позволяет избежать монополии того или иного направления и расширить ассортимент туристских продуктов. Кроме того, во время работы подобных выставок организуется проведение ряда параллельных мероприятий: конференций по проблемам развития туризма, семинаров, круглых столов, презентаций и т. п. Это дает участникам дополнительные возможности для изучения передового опыта и новейших технологий туристской индустрии.

Планируется, что предприятия-участники кластера примут участие в следующих ведущих мировых конференциях, семинарах и выставках, проводимых за рубежом:

- ✓ – 22-я международная выставка-ярмарка туризма «Balttour 2015» (Латвия);
- ✓ – международная туристская биржа в Берлине (Германия);
- ✓ – международная туристская выставка-биржа FITUR в Мадриде (Испания);
- ✓ – всемирная туристская выставка в Лондоне (World Travel Market, WTM, Великобритания);
- ✓ – международная туристская биржа в Милане (Италия).

Участие предприятий-участников кластера в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях позволит:

- продемонстрировать потенциальным клиентам за рубежом возможности путешествий по территории Вологодской области, привлечь их внимание к основным брендам и предлагаемым туристским продуктам;
- расширить представление иностранных туристов о стране в целом и о Вологодской области, в частности, информировать их о туристской политике и мерах, направленных на обеспечение устойчивого развития туризма в стране и области;
- установить контакты с представителями зарубежных туристских администраций и предприятий, заключать договоры о сотрудничестве и продажах;
- установить контакты с представителями средств массовой информации, расширить с их помощью представления иностранных туристов о туристском потенциале Вологодской области;
- изучить передовой опыт организации туризма и его рекламы;
- проанализировать предложения конкурирующих туристских направлений, предлагающих туристские продукты с аналогичными характеристиками, что и в Вологодской области;
- определить существующий спрос на предлагаемые поездки по данному направлению, делать прогноз развития спроса; получать информацию о состоянии конъюнктуры рынка туризма.

10. Анализ проектных рисков

Развитие и функционирование туристского кластера на территории Вологодской области сопряжено с определенными рисками (табл. 29).

Таблица 29 – Риски создания и развития туристского кластера

№ п/п	Наименование риска	Расшифровка риска / уровень риска
1. Технологические риски		
1.1.	Риски несоответствия основных фондов потребностям туристского кластера	Риск того, что основные фонды участников кластера не соответствуют запросам потребителей Данный фактор риска оценивается как умеренный
1.2.	Риски несоответствия персонала применяемым технологиям	Несоответствие уровня квалификации рабочих, других категорий работников применяемой технологии производства продукции, низкая технологическая дисциплина, слабый контроль за качеством изготовления продукции, могут привести к низкому качеству продукции, падению спроса на нее, что приведет к снижению цены продукции, уменьшению выручки и прибыли, а также к падению репутации и, снижению конкурентоспособности. Влияние данного фактора риска оценивается как низкое
1.3.	Безопасность на объектах туризма	Вероятность причинения вреда объектам личной безопасности туриста в результате недостатков оказываемых туристу услуг. Данный фактор риска оценивается как умеренный
2. Организационные и управленческие риски		
2.1.	Риск управленческих решений участников кластера	Вероятность невыполнения плана-графика выполнения работ в результате принятия ошибочных управленческих решений. Влияние данного фактора риска оценивается как низкое
2.2.	Риски несовершенства используемых технологий в управлении кластером и его элементов	Вероятность того, что в процессе управления участники проекта не придут к единому мнению по ряду принципиальных моментов, и выбранные якорные компании будут вести неэффективное управление работой кластера. Влияние данного риска низкое
2.3.	Риски, связанные с низким качеством взаимодействия государства — бизнеса — общества в формировании и развитии кластера	Вероятность принятия несогласованных решений в области работы кластера. Влияние данного риска низкое
3. Риски материально-технического обеспечения		
3.1.	Риск, связанный с низким	Снижение качества предоставляемого

№ п/п	Наименование риска	Расшифровка риска / уровень риска
	качеством используемых ресурсов	туристического продукта в результате использования некачественных ресурсов. Как следствие ухудшение репутации предприятий кластера, сокращение спроса на продукцию, выручки и недополучение прибыли. Влияние данного риска минимально
3.2.	Риск затягивания поставок участникам проекта ресурсов, оборудования, материалов	Невыполнение обязательств по поставкам может привести к нарушению производственных процессов и, как следствие, недополучению прибыли предприятиями. Значение данного фактора риска незначительно
4. Финансовые риски		
4.1.	Риск того, что предусмотренные проекты не будут реализованы	Неудовлетворительное финансовое состояние предприятий-участников на момент начала реализации проекта. Вероятность данного фактора риска незначительно
4.2.	Сокращение или свертывание государственного финансирования	Вероятность снижения объемов или полное прекращение государственного финансирования проекта. Данный фактор риска оценивается как умеренный
4.3	Ненадежность участников проекта	Вероятность неплатежей со стороны участников проекта. Влияние данного риска низкое
4.4.	Кредитный риск	Вероятность непогашения кредита и неуплаты процентов по нему участниками кластера. Данный риск оценивается как низкий
4.5.	Процентный риск	Вероятность возникновения финансовых потерь (убытков) из-за неблагоприятных изменений процентных ставок. Данный риск оценивается как низкий
5. Экономические риски		
5.1.	Неустойчивое экономическое положение участников кластера к изменениям макроэкономического положения в стране / регионе	Вероятность возникновения финансово-экономических кризисов или негативных процессов в экономике страны / региона. Данный фактор риска оценивается как умеренный
5.2.	Ухудшение налогового климата	Вероятность изменения налоговой политики (появления новых налогов, ликвидации или сокращения налоговых льгот и т.п.), а также изменения величины налоговых ставок. Значение данного фактора риска низкое
5.3.	Инфляционные риски	Вероятность незапланированного роста уровня инфляции. Влияние данного риска низкое
5.4.	Изменение конъюнктуры рынка	Изменение экономической ситуации на

№ п/п	Наименование риска	Расшифровка риска / уровень риска
		рынке (уровня спроса и предложения, рыночной активности, цен, объемов продаж, движения процентных ставок, валютного курса, заработной платы). Значение данного фактора риска незначительно
6. Коммерческие риски		
6.1.	Вероятность снижения спроса на продукцию участников проекта	Появление на рынке новой продукции, качественно лучшей выпускаемой участниками кластера, или предлагаемой по более низким ценам. Влияние данного риска низкое
6.2.	Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами	Повышение издержек обращения в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных пошлин и отчислений, что приводит к снижению прибыли предпринимательской фирмы. Значение данного фактора риска минимально
7. Экологические риски		
7.1.	Риски, вызванные техногенными катастрофами, авариями, деятельностью хозяйствующих субъектов на территории кластера	Вероятность аварий и катастроф на территории деятельности кластера, которые повлияют на экологическую ситуацию в регионе и, как следствие, объем туристического потока. Вероятность данного фактора риска незначительна
7.2.	Риски, вызванные хозяйственной деятельностью	Вероятность появления каких-либо изменений или возникновения сложностей в деятельности участников кластера. Влияние данного риска умеренное

Оценка вероятности наступления рисков проводилась специалистами Института социально-экономического развития территорий РАН (табл.30)³³.

³³ Экспертами выставлялись ранги для каждого фактора риска. На основе полученных данных были рассчитаны их средние значения. Далее, по каждой группе факторов было получено взвешенное значение показателя риска. Общий объем риска по всем факторам рассчитывался как простая сумма показателей каждой группы факторов.

Таблица 30 – Оценка вероятности наступления рисков

№ п/п	Риск	Ранг*									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Технологические риски											
1.1.	Риски несоответствия основных фондов потребностям туристского кластера				+						
1.2.	Риски несоответствия персонала применяемым технологиям			+							
1.3.	Безопасность на объектах туризма			+							
Количество наблюдений		0	0	2	1	0	0	0	0	0	0
Количество наблюдений X ранг фактора		0	0	6	4	0	0	0	0	0	0
Сумма произведений		10									
Количество факторов		3									
Взвешенное значение размера риска, %		3,33									
2. Организационные и управленческие риски											
2.1.	Риск управленческих решений участников кластера		+								
2.2.	Риски несовершенства используемых технологий в управлении кластером и его элементов			+							
2.3.	Риски, связанные с низким качеством взаимодействия государства — бизнеса — общества в формировании и развитии кластера		+								
Количество наблюдений		0	2	1	0	0	0	0	0	0	0
Количество наблюдений X ранг фактора		0	4	3	0	0	0	0	0	0	0
Сумма произведений		7									
Количество факторов		3									
Взвешенное значение размера риска, %		2,33									
3. Риски материально-технического обеспечения											
3.1.	Риск, связанный с низким качеством используемых ресурсов		+								
3.2.	Риск затягивания поставок участникам проекта ресурсов, оборудования, материалов	+									
Количество наблюдений		1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Количество наблюдений X ранг фактора		1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Сумма произведений		3									
Количество факторов		2									
Взвешенное значение размера риска, %		1,50									
4. Финансовые риски											
4.1.	Риск того, что предусмотренные проекты не будут реализованы		+								
4.2.	Сокращение или свертывание государственного финансирования			+							
4.3.	Ненадежность участников проекта	+									
4.4.	Кредитный риск		+								
4.5.	Процентный риск	+									
Количество наблюдений		2	2	1	0	0	0	0	0	0	0

№ п/п	Риск	Ранг*									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Количество наблюдений X ранг фактора	2	4	3	0	0	0	0	0	0	0
	Сумма произведений	9									
	Количество факторов	5									
	Взвешенное значение размера риска, %	1,80									
5. Экономические риски											
5.1.	Неустойчивое экономическое положение участников кластера к изменениям макроэкономического положения в стране / регионе		+								
5.2.	Ухудшение налогового климата			+							
5.3.	Инфляционные риски		+								
5.4.	Изменение конъюнктуры рынка	+									
	Количество наблюдений	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0
	Количество наблюдений X ранг фактора	1	4	3	0	0	0	0	0	0	0
	Сумма произведений	8									
	Количество факторов	4									
	Взвешенное значение размера риска, %	2,00									
6. Коммерческие риски											
6.1.	Вероятность снижения спроса на продукцию участников проекта	+									
6.2.	Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами		+								
	Количество наблюдений	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Количество наблюдений X ранг фактора	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	Сумма произведений	3									
	Количество факторов	2									
	Взвешенное значение размера риска, %	1,50									
7. Экологические риски											
7.1.	Риски, вызванные техногенными катастрофами, авариями, деятельностью хозяйствующих субъектов на территории кластера	+									
7.2.	Риски, вызванные хозяйственной деятельностью		+								
	Количество наблюдений	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Количество наблюдений X ранг фактора	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	Сумма произведений	3									
	Количество факторов	2									
	Взвешенное значение размера риска, %	1,50									
Суммарный уровень риска, %		13,96									

* Ранг выставился от 1 до 10:1 – риск незначителен, 10 – риск критичен для проекта

Общий процент риска реализации проекта составляет 13,96%. Уровень рискованности проекта оценивается как низкий (табл. 31). Наибольшую

степень влияния на проект могут оказать группы технологических (3,33%³⁴) и экономических рисков (2%).

Таблица 31 – Значение степени риска

№ п/п	Размер риска	Степень риска
1.	1 – 9 %	Незначительный
2.	10 – 19%	Низкий
3.	20 – 29%	Умеренный
4.	30 – 39%	Высокий
5.	40 – 50%	Критический для проекта

В целях предотвращения влияния рисков на реализацию проекта разработаны следующие направления их минимизации (табл. 32).

Таблица 32 – Направления минимизации рисков создания и развития туристского кластера на территории Вологодской области

№ п/п	Наименование риска	Направления их минимизации
1. Технологические риски		
1.1.	Риски несоответствия основных фондов потребностям туристского кластера	1. Обновление основных фондов предприятий туристского кластера. 2. Контроль состояния и качества основных фондов организаций.
1.2.	Риски несоответствия персонала применяемым технологиям	1. Сертификация персонала.
1.3.	Безопасность на объектах туризма	1. Контроль качества и безопасности туристических услуг.
2. Организационные и управленческие риски		
2.1.	Риск управленческих решений участников кластера	1. Четкое регламентирование деятельности всех участников кластера. 2. Формирование четкой системы принятия решений о деятельности кластера.
2.2.	Риски несовершенства используемых технологий в управлении кластером и его элементов	1. Привлечение к процессу управления высококвалифицированных специалистов. 2. Изучение опыта управления «успешными» туристскими кластерами в России и за рубежом. 3. Применение современных методов управления.
2.3.	Риски, связанные с низким качеством взаимодействия государства — бизнеса — общества в формировании и развитии кластера	1. Заключение соглашения о долгосрочном сотрудничестве. 2. Лоббирование интересов кластера в органах власти и управления. 3. Работа с общественными организациями.
3.1.	Риск, связанный с низким качеством используемых ресурсов	1. Организация системы входного контроля качества ресурсов. 2. Поиск альтернативных источников ресурсов.

³⁴ В скобках представлена значение размера риска.

№ п/п	Наименование риска	Направления их минимизации
3.2.	Риск затягивания поставок участникам проекта ресурсов, оборудования, материалов	1. Заключение долгосрочных договоров на поставку.
4. Финансовые риски		
4.1.	Риск того, что предусмотренные проекты не будут реализованы	1. Постоянный мониторинг развития туристского кластера. 2. Корректировка показателей деятельности кластера.
4.2.	Сокращение или свертывание государственного финансирования	1. Поиск альтернативных источников финансирования.
4.3	Ненадежность участников проекта	1. Мониторинг финансово-хозяйственной деятельности организаций – участников кластера. 2. Поддержка участников кластера, оказание информационно-консультационных услуг. 3. Оптимизация производственных затрат.
4.4.	Кредитный риск	1. Страхование. 2. Введение механизма поручительства.
4.5.	Процентный риск	1. Страхование. 2. Введение механизма поручительства.
5. Экономические риски		
5.1.	Неустойчивое экономическое положение участников кластера к изменениям макроэкономического положения в стране / регионе	1. Мониторинг финансово-экономических процессов в регионе, стране и мире. 2. Хеджирование. 3. Страхование рисков.
5.2.	Ухудшение налогового климата	1. Проведение процедур внутреннего контроля, которые обеспечат своевременное выполнение требований действующего законодательства.
5.3.	Инфляционные риски	1. Мониторинг финансово-экономических процессов в регионе, стране и мире. 2. Страхование рисков.
5.4.	Изменение конъюнктуры рынка	1. Изучение рынков сбыта продукции. 2. Хеджирование. 3. Страхование рисков.
6. Коммерческие риски		
6.1.	Вероятность снижения спроса на продукцию участников проекта	1. Активная маркетинговая кампания. 2. Регулярный анализ потребностей потенциальных клиентов. 3. Гибкая ценовая политика.
6.2.	Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами	1. Заключение долгосрочных соглашений о деятельности участников кластера 2. Принятие нормативных документов, регламентирующих правила ведения деятельности кластера. 3. Строгое соблюдение календарного плана работ. 4. Ведение внутренней отчетности и контроля за исполнением работ.

№ п/п	Наименование риска	Направления их минимизации
7. Экологические риски		
7.1.	Риски, вызванные техногенными катастрофами, авариями, деятельностью хозяйствующих субъектов на территории кластера	1. Мониторинг объектов техносферы, основанный на определении их технического состояния средствами и методами технической диагностики, а также определение их стойкости к воздействию негативных (поражающих) факторов опасных природных, техногенных и социальных явлений.
7.2.	Риски, вызванные хозяйственной деятельностью	1. Создание объектов экологической очистки. 2. Внедрение системы штрафных санкций для организаций за нарушение условий экологической безопасности

11. Целевые показатели развития кластера

Целевыми ориентирами развития кластера на перспективу до 2020 г. являются:

- увеличение туристского потока до 3,0 млн. чел.;
- увеличение суммы налоговых поступлений, зачисляемых в консолидированный бюджет области, от организаций сферы туризма и сопутствующих отраслей до 600 млн. руб.;
- объема инвестиций, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма до 920 млн. руб.;
- увеличение объема реализации продукции организаций народных художественных промыслов до 600 млн. руб.

Кроме того, существует перечень утвержденных Министерством экономического развития РФ показателей, на которые целесообразно ориентироваться при реализации данного проекта (табл. 33).

Таблица 33 – Основные показатели развития КРІ кластера

Наименование показателей	План							2018 г.	2020 г.
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	к 2014 г., %	
Рост количества малых и средних предприятий, включенных в цепочки добавленной стоимости кластера*, ед.	13	17	20	27	33	39	45	253,8	346,1
Рост объемов оказания услуг участников туристского кластера, млн. руб.	109,8	131,9	174,8	229,5	288,1	363,8	434,6	262,4	395,8
Рост количества высокопроизводительных рабочих мест, чел.	169	203	237	311	382	459	527	226,0	311,8
Рост российских прямых частных инвестиций, млн. руб.	796,2	1194,4	1990,6	2521,4	3118,6	3715,8	4313	391,7	541,7
*расчет произведен на основе информации о планируемых объемах оказания услуг, представленной потенциальными участниками кластера ООО «НОРДСИТИ», ТК «Акварели», Бюро путешествий «Александрия», ООО «Вологдатурист», ООО «Вологодские сувениры», ОАО «Дед Мороз», ООО «БАРАНКА»).									

На основе анкетного опроса руководителей предприятий, нами было установлено, что на момент создания кластера в него готовы войти 13 организаций. Количество малых и средних предприятий, включенных в

цепочки добавленной стоимости кластера в 2018 году увеличится в 2,5 раза, а за весь период ожидается 3,4 раза.

В 2018 году относительно 2014 года рост объемов оказания услуг участников туристического кластера составит 262,4%. Вместе с тем, с учетом включения в кластер новых участников общий рост объемов за весь период увеличится почти в 4 раза.

Вместе с тем, при реализации данных проектов в 2014 году будет создано 169 высокопроизводительных рабочих мест. На основе критерия высокопроизводительного рабочего места по производительности ожидаемое увеличение количества высокопроизводительных рабочих мест к 2018 году в 2,2 раза, к 2020 в 3,1 раза.

На основе анализа проектов представленных участниками кластера можно заключить, что вложения российских и иностранных прямых частных инвестиций в 2014 году должны составить порядка 796,2 млн. рублей. Рост российских прямых частных инвестиций в 2018 году относительно 2014 года составит 391,7%. В итоге общий рост объемов за весь период составит 541,7%. Это связано, прежде всего, с постепенной реализацией проектов 2014 года и появлением новых проектов при включении предприятий в кластер.

Социально-экономический эффект на уровне региона оценивается доходами бюджета от налога на доходы физических лиц (*табл. 34*).

Исходя из данных по средней заработной плате одного высокопроизводительного рабочего места³⁵ и общего количества высокопроизводительных рабочих мест была найдена валовая заработная плата всех высокопроизводительных рабочих мест за 2014 год.

Исходя из полученной валовой заработной платы, были найдены отчисления на заработную плату (30,4%) и НДФЛ (13%) в 2014 году (произведение валовой заработной платы на 0,304 и 0,13 соответственно).

³⁵ Значение критерия высокопроизводительного рабочего места по заработной плате устанавливалось на основе определения среднего класса, данного специалистами Минэкономразвития РФ по регионам – 52 тыс. руб. С учетом специфики районов Вологодской области в 2014 году был взят уровень 20 тыс. руб., с поступательным ростом до уровня в 37 тыс. руб. в 2020 году.

Таблица 34 – Социально-экономический эффект на уровне региона, млн. рублей

Наименование показателя	План							2016 г.	2018 г.	2020 г.
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	к 2014 г., %		
Доходы бюджета (НДФЛ)	5,3	6,9	9,2	13,5	18,5	24,3	30,4	175,3	350,4	576,9

Таким образом, социально-экономический эффект от деятельности туристского кластера на уровне региона составит к 2020 г. 30,4 млн. рублей, что выше показателя 2014 г. более чем в 5 раз. Следовательно, не только вырастут экономические результаты деятельности предприятий туристского кластера Вологодской области, но и улучшатся условия жизни сотрудников предприятий кластера, повысится их благосостояние.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Основные определения и термины

Бизнес-кооперация – это форма взаимного оказания услуг предприятиями при решении проблем, возникающих в процессе коммерческой деятельности.

Внутренний туризм – перемещение туристов внутри одного региона.

Въездной туризм – путешествия в пределах региона лиц, не проживающих постоянно на его территории.

Деловой туризм – вид туризма, совершаемый представителями организаций с деловыми (коммерческими) целями, либо связанный с организацией корпоративных мероприятий.

Кластер – это сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, финансовых организаций, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций.

Координационный совет – это орган, создающий условия для продвижения турпродукта региона, получения последующих заказов, налаживания долговременных связей с наиболее перспективными партнерами, максимизация прибыли, получение дополнительной маркетинговой информации, создание условий для выхода на новые ниши рынка, стимулирование наиболее перспективных направлений бизнеса. В его состав входят представители администрации региона и туристических организаций, относящихся к инфраструктуре туризма и сопутствующей инфраструктуре.

Культурно-познавательный туризм – вид туризма, при котором гости осуществляют туристские посещения памятников истории и культуры, туристских территорий и объектов культурного наследия.

Лечебно-оздоровительный туризм – вид туризма, который включает две компоненты – лечение и оздоровление, и подразделяется на медицинский, санаторно-курортный и оздоровительный туризм.

Придорожный сервис – это система, состоящая из различных взаимосвязанных элементов, позволяющих наиболее эффективно осуществлять деятельность по удовлетворению различных потребностей человека, транспортного средства в пути.

Региональная инфраструктура туризма – совокупность материальных объектов, являющихся носителями различных материальных и нематериальных свойств, которые обеспечивают максимально возможную количественную и качественную реализацию целей туристов при определенных пространственно-временных параметрах (в конкретном месте и в конкретное время).

Событийный туризм – вид туризма, поездки при котором предполагают участие в событиях и праздниках, организуемых на определенной территории.

Стратегия – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.

Субкластер – это кластер в кластере, который в процессе частичного отделения создает новый продукт.

Туризм – временные выезды людей (путешествия) в другой регион, отличный от места постоянного жительства на срок от 24 часов до шести месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Туристический поток – это постоянное прибытие туристов в регион (въездной туристический поток) или выезд туристов за его границу (выездной туристический поток) на определенный период времени.

Туристская индустрия (индустрия туризма) – межотраслевой комплекс учреждений, предприятий и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение,

обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов, и создание материально-технической базы туризма.

Туристская инфраструктура – комплекс действующих сооружений и сетей производственного, социального и рекреационного назначения, предназначенный для функционирования туристской отрасли, обеспечивающий нормальный доступ туристов к ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма.

Туристские объекты – туристический ресурс, на который направлен познавательный интерес посетителя, и знакомство с которым составляет одну из целей приобретения туристического продукта.

Туристский кластер – это совокупность территориально локализованных туристических ресурсов, а также организаций различного профиля, взаимодействующих, конкурирующих и взаимодополняющих друг друга в сфере создания и реализации туристского продукта в определенных географических границах и использующих принципы частного-государственного партнёрства.

Туристский продукт – комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия. Включает тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Туристско-рекреационный кластер – сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта («ядро» кластера), а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами («инфраструктура кластера» и сфера образования).

Центр кластерного развития – это организация, создаваемая региональными органами исполнительной власти с целью содействия

принятию решений и координации проектов, обеспечивающих развитие кластеров и кооперационное взаимодействие их участников между собой.

Якорные компании – крупная компания в сфере туризма, находящаяся на территории региона, способствующая сохранению экономической стабильности, обеспечению занятости, доступ к новым технологиям, культуре производства, инвестициям.