

УДК 339.9 УДК 342

**Егорова Наталья Николаевна**

*к. э. н., доцент,*

*Кузбасский государственный  
технический университет имени Т.Ф. Горбачева,*

[egorovann@list.ru](mailto:egorovann@list.ru)

*(г. Кемерово, Российская Федерация)*

**Гулиев Новруз Амирханович**

*д.п.н. профессор*

*Зав. каф. гостиничного и ресторанного бизнеса  
Азербайджанский государственный университет  
туризма и менеджмента*

*г. Баку*

*Азербайджанская Республика*

[guliev56@mail.ru](mailto:guliev56@mail.ru)

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ И КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В РЕГИОНЕ.**

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы применения маркетингового и кластерного подходов в организации и развития внутреннего туристического рынка в Кемеровской области. Обозначены объекты туристического кластера, ряд мер, направленных на формирование конкурентоспособного туристического кластера в Кемеровской области.

**Ключевые слова.** Внутренний туризм, маркетинговый подход, кластерный подход, туристический кластер.

Сегодняшнее социально-экономическое положение экономики России и ее регионов находится в состоянии турбулентности, которое вызвано воздействием проведения в адрес РФ «санкционной» политики международного уровня.

При этом важно подчеркнуть, что отрицательные тенденции отмечаются сегодня в различных отраслях экономики, в том числе и туристической.

В связи с этим особенно остро встает вопрос использования научных методов, методик в развитии туристической отрасли, и прежде всего на региональном уровне.

Обозначенная проблематика уже исследуется в современной научной литературе в трудах разных авторов [2-7], однако по-прежнему остаются слабоизученными вопросы организации и развития внутреннего туристического рынка на региональном уровне, которые следует не просто детализировать, но и

подвергнуть специфическому рассмотрению с применением маркетингового и кластерного подходов.

На наш взгляд использование выше обозначенных подходов позволит сконцентрировать усилия вокруг туристической отрасли во всей ее многоаспектности, будет способствовать организации процесса усиления конкурентоспособности на рынке внутреннего туризма, что приведет к усилению социально-экономических позиций регионов РФ

Предлагаемый И.В. Скопиной маркетинговый подход для развития внутреннего туррынка [9], позволит регионам определить свою квалификационную группу, с помощью которой можно будет обозначить пути дальнейшего развития регионального туристического рынка. Так, опираясь на данный подход, Кемеровскую область в целом, исходя из ее социально-экономического развития, можно отнести к классификационной группе «Быстрое улучшение позиции».

Однако при этом на рынке туристских услуг России Кемеровская область занимает слабые позиции по посещаемости, по наличию и предоставлению качественных сервисных услуг на внутреннем туристическом рынке.

По-прежнему, рынок внутреннего туризма наиболее перспективен в таких городах как Москва, Санкт-Петербург, а также в районах Краснодарского и Ставропольского края. Необходимо отметить, что республика Крым занимает сегодня уже ведущее место среди других регионов России, и соперничает уже на рынке международного туризма.

Кроме того, объем туристских услуг, предоставляемых в Кемеровской области, занимает крайне незначительный удельный вес в объеме ее валового регионального продукта, имея при этом тенденцию к ухудшению состояния показателей на внутреннем рынке за последние годы.

Таким образом, считаем, что использование кластерного подхода для улучшения организации и дальнейшего развития туристического рынка в Кемеровской области является основополагающим.

В рамках такого подхода, предлагаемая А.И. Зыряновым и С.Э. Мышлявцевой организация туристического маршрута по всей исследуемой территории на наш взгляд, позволит учесть особенности внутреннего туризма региона [1].

Объединение объектов и субъектов кластера при реализации туристического маршрута, соответственно увеличит туристский поток, усиливая конкурентоспособность взаимодействующих элементов системы. Благодаря организованному туристскому потоку формируется туристический кластер. Преобладающим элементом в кластере должен стать одновременно и объект туристской инфраструктуры, и объект туристского интереса, например горнолыжный комплекс или целый рекреационный район, в зависимости от маршрута. [7]

Основополагающим на наш взгляд в формировании такого кластера должна стать организация туристских маршрутов, исходя из имеющихся туристических ресурсов Кемеровской области, мониторинга потоков туристов исходя из классификации видов туризма по целям.

Кемеровская область обладает значительным природно-рекреационным, историческим потенциалом, благодаря которому становится возможным использование кластерного подхода в организации внутреннего туристического рынка. Считаем, что в первую очередь для формирования туристского кластера на территории области должны быть использованы следующие объекты туризма:

- 1.Таштагольский и Междуреченские районы.
2. «Шорский национальный парк.
- 3.. Музей - заповедник «Трехречье».
4. Историко-архитектурный музей «Кузнецкая крепость».
- 5.Туристический г/л комплекс «Танай».
- 6.Историко-культурный и примечательный музей-заповедник. «Томская писаница».
7. Музей-заповедник «Красная Горка».
8. Тисульский и Мариинский районы.

Однако, авторы считают что для создания туристских кластеров в Кемеровской области необходимо проведение ряда действий, которые позволят сконцентрировать внутренний туристический продукт области и направить его на развитие внутреннего туризма.

Среди такого рода действий, на наш взгляд особенно важными и первостепенными должны стать:

- ✓ Новое строительство и расширение туристической инфраструктуры в туристских кластерах.
- ✓ Организация системы изучения внутреннего туристского рынка на региональном уровне.
- ✓ Проведение сегментирования рынка туризма в Кемеровской области.
- ✓ Проведение ребрендинга регионального туристского продукта Кемеровской области.
- ✓ Создание экспертами сформированной группы туров по региону с учетом его специфики и особенностей рекреационных ресурсов.
- ✓ Формирование системы продвижения туров по Кузбассу во всей РФ.
- ✓ Усиление подготовки кадров для туристской отрасли.

Создание конкурентоспособных туристских кластеров, действующих в региональной туристско-рекреационной системе, отличающихся собственными индивидуальными видами туризма, рекреационными особенностями, обновлённым региональным туристическим продуктом позволит усилить конкурентоспособность Кемеровской области на внутреннем национальном туристском рынке и использовать туристский потенциал в полном объеме.

Исключительные конкурентные преимущества Кемеровской области будут способствовать увеличению посещаемости всех объектов кластера и росту количества туристов не только жителей Кемеровской области, но и резидентов из других регионов РФ, а также иностранных туристов.

Специфика и возможности Кемеровской области позволяет нам сделать вывод о том, что создав конкурентоспособный туристский кластер в Кузбассе,

откроются новые перспективы для внутреннего регионального турпродукта, и всего рынка внутреннего туризма в области.

Таким образом, туристический кластер функционально сможет осуществлять решение обозначенных выше задач в региональной туристско-рекреационной системе, и способствовать перспективному конкурентоспособному развитию рынка туризма Кемеровской области.

#### **Список использованных источников:**

1. Зырянов А.И., Мышлянцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края. // Вестник Пермского Государственного Университета. – 2010. - № 1. 10 с.

2. Егорова Н.Н. Проблемы и перспективы диверсификационного управления регионом в условиях инновационного развития экономики//В сборнике: Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор: Горохов А.А.. 2014. С. 158-162.

3. Егорова Н.Н. Управление инновационной моделью региональной конкурентоспособности//В сборнике: УЧИМ УПРАВЛЯТЬ И УЧИМСЯ УПРАВЛЯТЬ третий сборник научных статей по материалам научно-практической конференции школьников, студентов и преподавателей с международным участием. 2016. С. 33-38.

4. Егорова Н.Н., Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е., Таскаев Е.Н. Организационные и социально-экономические аспекты функционирования туристской отрасли. Кемерово, 2009.

5. Колодий Н.А., Егорова Н.Н., Зеленин А.А., Юматов К.В. Ресурсные центры индустрии туризма: концептуальные модели и реальность//Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 3-1 (55). С. 42-46.

6. Нюренбергер Л.Б., Егорова Н.Н. Стратегические аспекты трансформации имиджа промышленного региона// Современные исследования социальных проблем. 2014. № 4.1 (20). С. 352-364.

7. Нюрнбергер Л.Б., Егорова Н.Н., Карицкая И.М. Рекреалогия и рекреационные системы// учебное пособие. Изд-во: Кузбасский гос. технический ун-т. Кемерово, 2010.

8. Скопина И.В. Инструментальное обеспечение управления развитием региональных потребительских рынков / И.В. Скопина, Ю.О. Бакланова, А.О. Скопин. — Н. Новгород, 2005.