

**S.V. Valeeva**

## **CLUSTER AND TECHNOLOGY PLATFORM IN INNOVATIVE TOURISM DEVELOPMENT MANAGEMENT**

**Sabira Valeeva** – a Legal Counselor, Federal State Budgetary Research Institution "Institute of Experimental Medicine", Saint-Petersburg; **e-mail: vsabira@mail.ru.**

*The article deals with innovation policy instruments such as clusters and technology platforms with special attention being given to the importance of introducing technologies into tourism sector as well as to the linkage between cluster approach and innovative modernization. Technology platforms are considered to be a communication tool which contributes to addressing challenges of weak links in the innovation system and coordination of emerging innovation system. The author has concluded that there is a strong need for increasing responsiveness of the state in the area of tourism, unifying the efforts of state authorities, educational bodies, scientific entities and tourism enterprises aimed at successful implementation of the national Russian potential in the field of domestic and inbound tourism.*

**Keywords:** tourist cluster; cluster approach; tourism; technology platform; innovative tourism development; inter-cluster relationships.

**С.В. Валеева**

## **КЛАСТЕР И ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА**

**Сабира Валиулловна Валеева** – юристконсульт Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Институт экспериментальной медицины», г. Санкт-Петербург; **e-mail: vsabira@mail.ru.**

*В статье рассматриваются инструменты инновационной политики – кластеры и технологические платформы, уделено внимание важности внедрения инноваций в туризме, а также взаимосвязи кластерного подхода и инновационного обновления. Технологические платформы рассматриваются в качестве коммуникационного инструмента, содействующего преодолению проблемы слабых связей в инновационной системе, координации формирующейся инновационной системы. Автором сделан вывод о необходимости активизации государства в развитии туристской сферы, объединения усилий власти, образования, науки и туристских организаций для успешной реализации потенциала России в области развития внутреннего и въездного туризма.*

**Ключевые слова:** туристский кластер; кластерный подход; туризм; технологическая платформа; инновационное развитие туризма; межкластерное взаимодействие.

По данным Ростуризма, рост спроса на внутренний туризм пока опережает развитие конкурентоспособного турпродукта и инфраструктуры приема.

Российская Федерация активно продвигает национальный туристский продукт на перспективных растущих рынках: по итогам 2017 года количество туристов из Китая, посетивших Российскую Феде-

рацию, по сравнению с тем же периодом 2016 года выросло на 32%, из Южной Кореи – на 28%, из Вьетнама – на 21%, из Таиланда – более чем в 2 раза, из Ирана – на 9%.

Для реализации стратегии продвижения туристского потенциала России необходим туристский бренд, который будет размещаться на рекламной и сувенирной

продукции. С 1 июня 2017 г. на Петербургском международном форуме стартовало всенародное голосование, которое проходит на странице туристского портала Russia.Travel. По результатам голосования будут выбраны 3 финалиста, а победитель будет объявлен 27 сентября текущего года во Всемирный день туризма.

В настоящее время ведется разработка и продвижение межрегиональных маршрутов «Золотое кольцо России», «Русская усадьба», «Великая Волга», «Серебряное ожерелье России», «Великий чайный путь», «Великий шелковый путь», «Самоцветное кольцо Урала».

Таким образом, актуальными становятся вопросы разработки инновационных подходов в продвижении туристических услуг. Ряд авторов исследует пути инновационного обновления в сфере туризма в нашей стране [3; 5; 6], в том числе кластерный подход и применение механизма технологической платформы [1; 2; 7].

Международный опыт реализации туркластеров показывает, что в рамках их реализации открываются новые возможности для местных предпринимателей и населения определенного региона, улучшается кадровая инфраструктура, развивается инфраструктура для исследований и разработок, снижаются издержки, появляются возможности для более продуктивного входа на международные рынки.

Данные о существующих моделях кластеров в ряде стран мира, которые различаются по уровню государственного участия, формам и схемам взаимодействия бизнеса, представлены в нижеследующей таблице.

Специфика туристских кластеров Ев-

ропейского союза исходит от особенностей кластеризации экономики в определенном государстве. Туристские кластеры создаются из предприятий разного размера в различных комбинациях.

Эффективная политика государственной и региональной власти формирует благоприятные условия для притока инвестиций в туризм, что способствует увеличению денежных потоков, росту занятости населения, интенсификации инновационного развития [9; 10; 11].

Одним из инструментов формирования региональных приоритетов инновационного развития туристской сферы и объединения усилий региона, науки, бизнеса, гражданского общества по реализации этих приоритетов могут стать **технологические платформы** – коммуникационный инструмент для активизации усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов (услуг), привлечения дополнительных ресурсов на проведение исследований и разработок при участии всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствования нормативно-правовой базы в области инновационного развития [8].

Технологические платформы пришли к России из Европы, в которой и появилась первая из них более десяти лет назад. В ее рамках проводили исследования в области авиации, с ней связаны практически все значимые успехи ЕС в авиастроении за последние годы.

В 2011–2014 гг. было создано 35 российских технологических платформ с участием широкого круга заинтересованных сторон (ведущих научных и образователь-

**Роль государства и бизнеса в развитии туристского кластера**

Страна	Роль государства в кластере	Роль крупного бизнеса	Роль малого бизнеса
Великобритания	Информационная	Решающая	Второстепенная
Италия	Антимонопольная	Второстепенная	Главная
Соединенные Штаты Америки	Инвестиционная и образовательная	Важная	В зависимости от государственной поддержки
Япония	Коммерческая	Решающая	Отсутствует
Украина	Инвестиционная	Важная	В зависимости от государственной поддержки

ных организаций, крупных и средних производственных предприятий, субъектов малого предпринимательства, общественных объединений).

Реализация технологических платформ в туризме позволит усилить влияние бизнес-структур на выявление и реализацию важнейших направлений деятельности, выявить новые научно-технические возможности модернизации существующих направлений туристской деятельности и формировать новые направления, расширить научно-производственную кооперацию, повысить научно-технический потенциал сферы туризма для реализации сложных инновационных проектов.

В состав участников платформы необходимо включить предпринимательские структуры, учреждения науки и образования, финансово-кредитные организации, общественные организации, органы государственной власти.

Для обеспечения устойчивости функционирования платформы необходимо привлечение ресурсов из различных источников финансирования. В том числе прямое государственное субсидирование и поддержка технологических платформ за счет их деятельности в программах компаний с государственным участием. Чем больше программа исследований технологической платформы будет соответствовать реальной программе развития, тем больше шансов зарабатывать деньги, не рассчитывая на прямые инвестиции.

Технологические платформы могут способствовать развитию сетевых взаимодействий внутри кластера. Также технологические платформы могут стать инструментом межкластерного взаимодействия, межрегионального взаимодействия поскольку они не привязаны к конкретной территории и могут разрабатывать направления развития, важные для разных территорий.

### ЛИТЕРАТУРА

1. *Александрова А.Ю.* Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2007. № 5. С. 45.

2. *Бунаков О.А.* Кластерный подход к позиционированию в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 4. URL: <http://www.uecs.ru/marketing/item> (дата обращения: 16.07.2017).

3. *Карпова Г.А., Валеева Е.О.* Развитие туризма как конкурентное преимущество территории (на примере субъектов СЗФО) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 1(91). С. 44–51.

4. *Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М.: Юнити-Дана, 2012. 1071 с.

5. *Кузнецов О.А., Пироженко Н.Т.* Логистика: логистическое управление в туризме. М.: Креативная экономика, 2013. 252 с.

6. *Матюхина Ю.А.* Индустрия туризма. М.: ФЛИНТА, 2013. 310 с.

7. *Мельников И.Г.* Технологическая платформа как стратегическая основа модернизации российского топливно-энергетического комплекса // Нефтяное хозяйство. 2010. № 9.

8. Формирование инновационной системы АПК: организационно-экономические аспекты: науч. изд. М.: ФГБНУ «Росинформарпотех», 2013. 216 с.

9. *Andreson T., Sorvik J., Hansson E.W.* The Clusters Policies Whitebook, IKED. 2004. URL: <http://www.competitiveness.org/article/241/1> (дата обращения: 15.07.2017).

10. *Porter M.E.* On Competition. Boston: Harvard Business School, 1998.

11. *Rosenfeld S.A.* Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development // European Planning Studies. 1997. № 5. P. 9.