

УДК 348

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА С ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ КОМПОНЕНТОМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2019 г.

Т.В. Миролюбова, М.С. Оборин

Миролюбова Татьяна Васильевна, д.э.н., проф.; заведующий кафедрой мировой и региональной экономики, экономической теории Пермского государственного национального исследовательского университета; председатель комитета по промышленности, экономической политике и налогам Законодательного Собрания Пермского края
mirolubov@list.ru

Оборин Матвей Сергеевич, д.э.н.; профессор кафедры экономического анализа и статистики Пермского института Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова; профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории Пермского государственного национального исследовательского университета; профессор кафедры менеджмента Пермского государственного аграрно-технологического университета им. ак. Д.Н. Прянишникова; профессор кафедры управления и технологий в туризме и сервисе Сочинского государственного университета
recreachin@rambler.ru

*Статья поступила в редакцию 28.01.2019**Статья принята к публикации 15.02.2019*

В сложившихся социально-экономических условиях осуществляется поиск эффективных форм пространственной организации экономики. Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует о положительном эффекте кластерного подхода в различных видах деятельности. Туристические кластеры обеспечивают рост взаимосвязанных секторов экономики, влияя на рост занятости и доходов населения, обеспечивая приток платежеспособного спроса. С точки зрения устранения сезонности в развитии туризма представляется целесообразным создание туристических кластеров с лечебно-оздоровительным компонентом. Компании, входящие в туристический кластер с лечебно-оздоровительным компонентом, действуют в рамках единой цепочки создания стоимости, при этом конечной целью всех туристских услуг является «впечатление». В связи с этим актуализируются исследования, связанные с моделированием эффекта, оказываемого на экономику региона в результате функционирования туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом. Основным признаком функционирования туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом – это наличие на его территории специфических рекреационных ресурсов в качестве конкурентных преимуществ. Корреляционно-регрессионный анализ позволяет установить, что развитие туристического кластера региона в наибольшей степени определяется такими факторами, как «количество турфирм, действующих в регионе» и «протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием». Немаловажным является фактор «количество специализированных средств размещения (дома и базы отдыха, пансионаты, санаторно-курортные организации и т.д.)». Именно эти факторы оказывают наибольшее влияние на развитие региональной экономики с позиций вклада туризма.

Ключевые слова: региональная экономика, туристический кластер, конкурентные преимущества, санаторно-курортный комплекс, лечебно-оздоровительные услуги, сетевой подход.

Введение

В современном мире все более утверждается кластерный подход к пространственной организации экономики. При этом региональные кластеры отмечаются во всех секторах экономики – и в первичном, и во вторичном, и в третичном. В развитых странах третичный сектор экономики – сфера услуг – является в настоящее время преобладающим, причем в этом секторе одним из лидирующих сегментов выступает туризм. Исходя из этого, особую актуальность приобретает исследование формирования туристических класте-

ров в российских регионах. Вместе с тем в научной литературе преимущественно встречается упоминание промышленных кластеров, в то время как кластеры сферы услуг, и в частности туристические кластеры, изучены недостаточно.

Понятие кластера рассматривалось такими отечественными и зарубежными учеными, как М. Портер, К. Кетелс, О. Солвел, Г. Линдквист, Е. Бергман, Е. Фезер, Г.И. Грекова, О.А. Фихтнер, В.Я. Захаров, Л.С. Марков, В.П. Третьяк, Т.В. Цихан и др. [1–8].

В туристско-рекреационной сфере кластерный подход впервые применили зарубежные

ученые, его эволюция связана с реализацией прикладных задач обеспечения конкурентоспособности и снижения издержек, что не противоречит другим областям экономической деятельности: 1) услуги на базе развитой инфраструктуры и сотрудничества [9]; 2) группа туристских аттракций на ограниченной географической территории, взаимодействующая на основе высокоразвитой инфраструктуры, управления, конкурентных преимуществ [10]; 3) группа компаний и институтов, выпускающих туристский продукт на основе стратегических отношений, обеспечивающих конкурентные преимущества услуг [7].

Таким образом, зарубежные и отечественные ученые подчеркивали необходимость кластерного подхода к развитию туризма в регионе. В случае наличия в регионе лечебных природных ресурсов туристический кластер будет включать в себя лечебно-оздоровительный компонент.

Можно сделать вывод, что лечебно-оздоровительный компонент туристического кластера – это система коммерческих и некоммерческих экономических агентов, сосредоточенных на территории, обладающей курортно-рекреационным потенциалом, образованная с целью формирования большего ассортимента услуг, повышения их качества, уменьшения затрат и получения большей выгоды [11; 12].

Качественным этапом развития туристических кластеров с лечебно-оздоровительным компонентом является внедрение элементов сетевого взаимодействия. Важной задачей является управление и координация участников сети: развитие межфирменных взаимоотношений как особая организационная способность; компетенции экономических агентов и вопросы организации совместной деятельности.

Методология

Наше исследование имеет следующие цели:

- выявить специфику туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом;
- установить его конкурентные преимущества;
- сформировать процесс достижения комплекса преимуществ субъектами туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом;
- провести корреляционно-регрессионный анализ и установить факторы, влияющие на эффективность туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом в региональной экономике.

Представляется, что специфика туристического кластера во многом связана со специфи-

кой предоставляемых услуг, являющихся неосознаваемыми и невидимыми благами. Компании, входящие в туристический кластер с лечебно-оздоровительным компонентом, действуют в рамках единой цепочки создания стоимости, при этом конечной целью всех туристских услуг является «впечатление».

Кроме того, важнейшим специфическим свойством туристического кластера является его маршрутная территориальная организация¹. Туристический маршрут и соответствующий ему туристский поток связывают туристические объекты региона, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы туристического кластера. Благодаря туристскому потоку, движущемуся по элементам цепочки создания стоимости, формируется туристический кластер. В туристической сфере, как ни в какой иной, значительную роль играет то, насколько грамотно организована цепочка создания стоимости. Поэтому именно кластерная организация является единственно возможным и самым эффективным способом генерации прибыли в индустрии туризма.

Условием развития туризма в регионе является наличие объектов (аттракторов), притягивающих туристов в регион. Это могут быть как природные объекты различных видов (море, реки, горы, лечебно-оздоровительные ресурсы), так и исторические, развлекательные, познавательные и др. объекты. Использование кластерного подхода в туристской сфере наиболее оптимально обеспечивает развитие туризма, поскольку вместо конкуренции между различными видами туризма появляется взаимодействие и взаимодополнение: турист, приехавший в регион с лечебно-оздоровительной целью, покупает и туры по историческим или природным объектам.

Результаты и обсуждение

Туристические услуги как продукт характеризуются сезонностью, и если регион развивает, например, только событийный (фестивали, спортивные мероприятия и проч.), активный (горные лыжи, сплавы по рекам и проч.) или пляжный туризм, то в этом случае появляется период времени, в который нет притока туристов. Если же в регионе, помимо названных видов, развивается лечебно-оздоровительный туризм, то компонент сезонности исключается, поскольку появляется возможность предоставления туристических услуг в течение всего года.

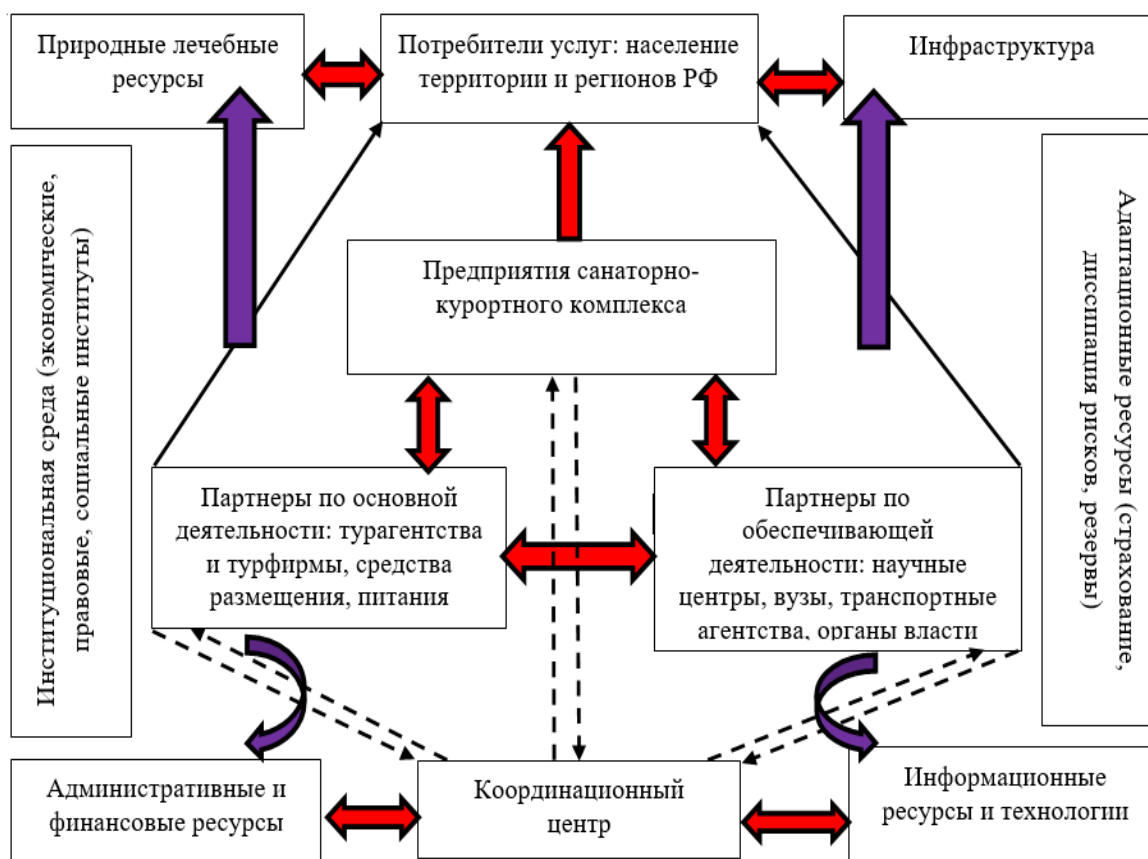


Рис. 1. Структура туристического кластера региона с лечебно-оздоровительным компонентом (составлено авторами по [13–15])

В силу указанных обстоятельств наиболее целесообразным представляется формирование в регионе туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом.

Цепочка создания стоимости в туристическом кластере с лечебно-оздоровительным компонентом состоит из таких элементов:

- планирование поездки;
- транспортные услуги;
- лечение и оздоровление;
- проживание;
- питание;
- туристские мероприятия.

При этом целью туристических услуг, оказываемых на всех этапах цепочки создания стоимости, является «впечатление» – неосознанное понятие. На впечатление об отдыхе влияет каждая составляющая цепочки создания стоимости туристического кластера. Следовательно, внутри туристического кластера особенно важным является взаимодействие всех без исключения провайдеров услуг. При этом спецификой кластера является сам характер услуги, как неосознанного и невидимого блага.

Исходя из представленных выше рассуждений, дадим понятие туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом.

Под туристическим кластером с лечебно-оздоровительным компонентом понимается группа географически локализованных взаимосвязанных компаний – поставщиков специализированных туристических услуг, включая лечебно-оздоровительные, инфраструктуры, образовательных центров, органов государственной власти и других организаций, взаимодополняющих друг друга и ориентированных на удовлетворение общественных потребностей в туризме и рекреации.

Структура туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом представлена на рис. 1.

В предложенной нами структуре туристического кластера региона с лечебно-оздоровительным компонентом в ядро кластера включаются предприятия санаторно-курортного комплекса и партнеры по основной деятельности – турагентства и турфирмы, коллективные средства размещения. Во второй ярус кластера – компании из связанных видов деятельности –

Таблица 1

Основные экономические показатели лечебно-оздоровительных услуг в России*

Показатель	2005	2010	2015	2017
Объем платных услуг населению, млн руб.	36082	60460	110513	120009
Доля лечебно-оздоровительных услуг, %	1.6	1.2	1.4	1.4
Индексы физического объема платных услуг в области здравоохранения и отдыха	105.6	94.3	107.4	97.9
Стоимость 1 дня пребывания в санатории, руб.	822.07	1561.61	2521.46	2689.09

*Составлено по данным [16].

входят предприятия общественного питания, транспорт, развлекательные организации и проч. К третьему ярусу кластера относятся компании из обслуживающих видов деятельности – научные и образовательные организации, финансово-кредитные организации и проч.

Поскольку производство услуги одновременно означает ее потребление, то не может быть услуги, являющейся частью другой услуги (как промежуточная и конечная продукция), услуга всегда только целая, самостоятельная. Эта особенность услуг определяет специфику цепочки создания стоимости в туристическом кластере – каждое звено этой цепочки является отдельной услугой, но может дополняться другой услугой, в результате чего потребитель получает не одну услугу, а целый спектр услуг в одной сфере – туризм и рекреация.

В настоящее время многие регионы страны обладают необходимыми природно-климатическими и природными лечебными ресурсами для развития курортной медицины, поэтому лечебно-оздоровительные услуги пользуются устойчивым спросом (табл. 1).

Согласно данным Росстата, в России по состоянию на конец 2017 года функционировало 1749 санаторно-курортных организаций. Лидирующее место по количеству санаторно-курортных организаций занимают Приволжский, Центральный и Южный федеральные округа: 23%, 19% и 15%, что по количеству субъектов бизнеса составляет соответственно 399, 331 и 255 предприятий. По численности размещенных с большим перевесом лидирует Южный федеральный округ – 33.39% (2233 тыс. человек), ближайшим является Приволжский федеральный округ – 16.82% (1125 тыс. человек).

По количеству санаторно-курортных организаций в 2017 году ПФО занимает третье место (399 ед.), доля от общего количества СКО составляет 21.25%, а доля размещенных в них человек – 18.43% [12; 15].

Деятельность санаторно-курортной отрасли Пермского края может способствовать развитию лечебно-оздоровительного туризма, улучшать качество здоровья населения, формировать здоровый образ жизни, увеличить заня-

тость населения, создавать новые рабочие места, способствовать росту доходов регионального бюджета и т.д. Санаторно-курортный комплекс Пермского края имеет все возможности для стабильного роста и дальнейшего развития, что может позволить обеспечить лечебно-оздоровительному туризму лидирующие позиции среди других видов туризма в Пермском крае.

На территории Пермского края расположены разнообразные природные лечебные ресурсы, их можно подразделить на следующие группы: бальнеологические ресурсы (минеральные воды и лечебные грязи), климатические ресурсы и ландшафтные условия местности. В настоящее время на территории Пермского края обнаружено 31 месторождение минеральных вод различного минерального состава, разной кислотности и соответственно применения, кроме того, эксплуатируется Суксунское месторождение лечебных грязей. Кроме минеральных природно-лечебных ресурсов, территория края богата ландшафтно-климатическими районами, благоприятными для организации различных видов лечебного и рекреационного туризма.

Эффекты от развития лечебно-оздоровительного туризма в Пермском крае обусловлены, с одной стороны, наличием уникальных природных лечебных ресурсов, а с другой – длительностью пребывания туристов, так как во многих случаях санаторно-курортная путевка рассчитана на срок 21 день, поэтому все расходы отдыхающих в этот период осуществляются на территории региона и идут на оплату товаров и услуг в регионе, что способствует росту региональной экономики.

Основной признак функционирования туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом – это наличие на его территории специфических рекреационных ресурсов в качестве конкурентных преимуществ. Эти ресурсы основываются на уникальности бальнеологических, климатических ресурсов или ландшафтных условий территории. Конкурентные преимущества по своей природе являются концентрированным проявлением превосходства над территорией конкурентов в экономической, организационной, технической, экологической и

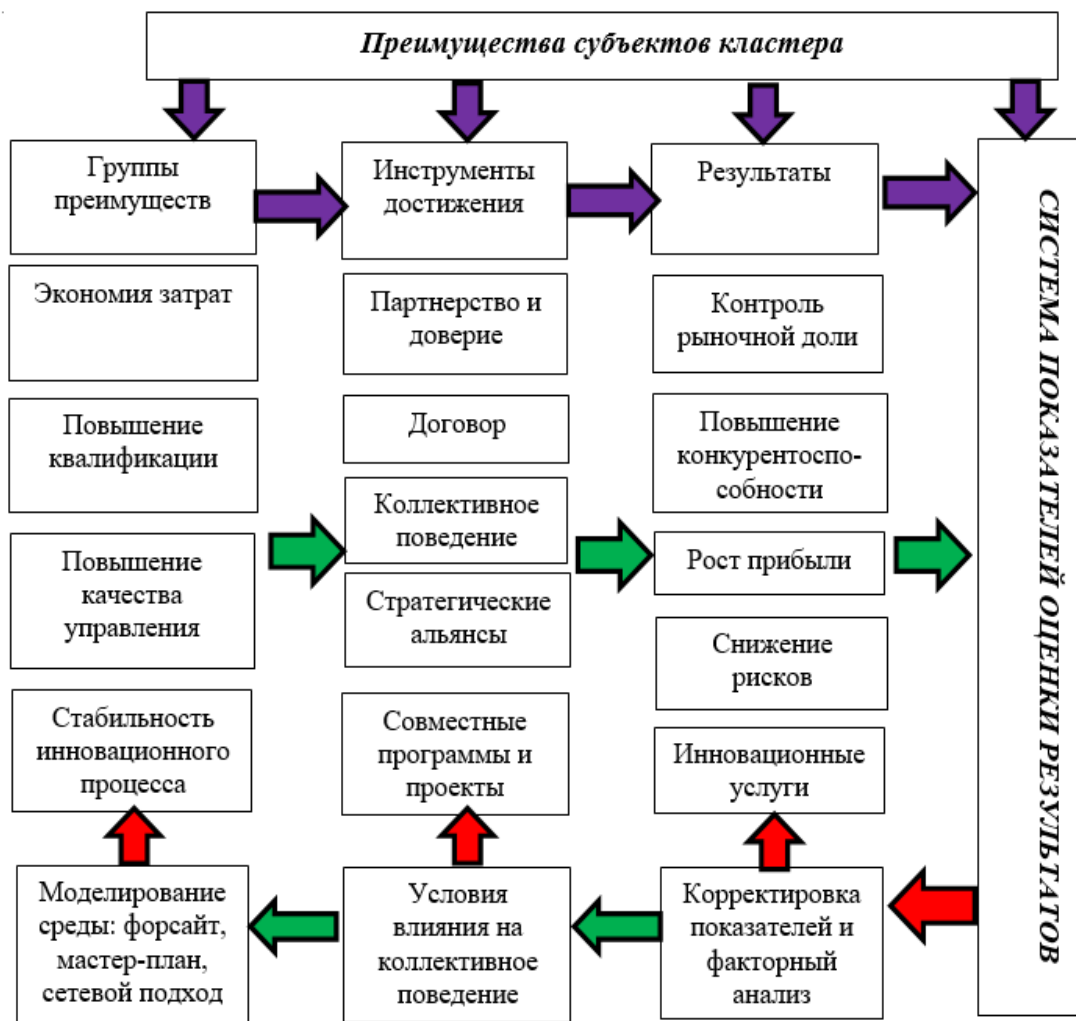


Рис. 2. Процесс достижения комплекса преимуществ субъектами туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом (составлено авторами по [13–15])

других отраслях функционирования кластера. В то же время конкурентные преимущества не равны потенциальным возможностям. Их главное отличие от возможностей – это фиксируемые очевидные и реальные предпочтения потребителей [17–20].

Природа конкурентных преимуществ определяется сопоставительным (относительным), но не абсолютным характером вследствие того, что она может быть проанализирована только через сравнение определенных показателей и свойств, которые оказывают влияние на эффективность результата деятельности туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом. Достижение комплекса преимуществ возможно при соблюдении нескольких базовых факторов: наличие заинтересованности участников в осуществлении совместных действий; распределение специализации; координация коллективного поведения, имеющего влияние на общие результаты; моделирование

организационно-экономических условий для реализации совместных действий. Чем выше уровень использования таких конкурентных преимуществ, тем более эффективным является качество территориального менеджмента в системе совокупности субъектов [21].

Поведение субъектов туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом основывается на конкурентных отношениях между определенными территориями. Управление предприятиями рекреационной направленности, которые входят в состав туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом, требует рассматривать компании с точки зрения совокупности элементов, взаимосвязанных между собой. Это подразумевает определение комплекса преимуществ, которые достигаются общими действиями и координацией поведения, влияющего на совместные результаты (рис. 2).

Основными характеристиками конкурентных преимуществ туристического кластера с

лечебно-оздоровительным компонентом являются следующие:

1) относительность – невозможность обладать универсальными свойствами для каждой территории. Продукт (услуга), который привязан к конкретным условиям и причинам, обеспечивающим ему преимущество на одном географическом рынке, не сможет обладать этим преимуществом на другом, и наоборот;

2) подверженность неоднозначному влиянию некоторых разнородных факторов – конкурентное преимущество возникает вследствие комплексных усилий всех субъектов кластера, которые подвергаются влиянию неконтролируемых внешних факторов. Некоторые факторы могут как увеличивать, так и уменьшать степень важности конкурентного преимущества [1].

Рассмотрим факторы, влияющие на эффективность туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом Пермского края. Выдвинем следующую гипотезу: туристский поток в регион зависит от следующих факторов: 1) количество турфирм, действующих в регионе (X1); 2) протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием (X2); 3) число турпакетов, реализованных населению (X3); 4) количество специализированных средств размещения (дома и базы отдыха, пансионаты, санаторно-курортные организации и т.д.) (X4); 5) количество гостиниц и аналогичных средств размещения (X5). Проведем корреляционно-регрессионный анализ на основе исходных данных (табл. 2).

Построим матрицу парных коэффициентов корреляции (табл. 3).

Как видно из таблицы 3, между факторами Y и X1, X2, X3, X4 существует линейная связь, это означает, что с ростом значений этих факторов туристский поток в Пермский край увеличивается. Исходя из того, что наибольшие значения коэффициентов корреляции получены по X1 и X2, развитие туристического кластера региона в наибольшей степени определяется такими факторами, как «количество турфирм, действующих в регионе» и «протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием». Следовательно, для увеличения туристского потока в Пермском крае необходимо создание условий для увеличения количества действующих в регионе турфирм, а также строительство новых качественных автомобильных дорог с твердым покрытием.

В контексте настоящего исследования нас интересует показатель X4 «количество специализированных средств размещения (дома и базы отдыха, пансионаты, санаторно-курортные организации и т.д.)», поскольку именно он вклю-

чен нами в ядро туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом. Полученный в результате расчетов коэффициент корреляции подтверждает нашу гипотезу о необходимости включения лечебно-оздоровительного компонента в состав туристического кластера – зависимость значимая.

Построим уравнение множественной регрессии в линейном виде:

$$Y = -139397.611 + 74.848X_1 + 10.804X_2 + 1.827X_3 + 384.422X_4 + 1463.359X_5.$$

Опишем экономический смысл полученной модели.

С возрастанием числа туристических фирм в Пермском крае на единицу туристский поток в Пермский край увеличится на 75 человек (при неизменных значениях других факторов).

С увеличением протяженности дорог на 1 тысячу км туристский поток в Пермский край увеличится на 10 человек (при фиксированных значениях всех остальных факторов).

С увеличением числа туристических пакетов, реализованных населению, на единицу, туристский поток в Пермский край увеличится на 1.8 человека (при фиксированных значениях всех остальных факторов).

С увеличением количества специализированных средств размещения на единицу туристский поток в Пермский край увеличится на 384 человека (при фиксированных значениях всех остальных факторов).

С увеличением количества гостиниц и аналогичных средств размещения на единицу туристский поток в Пермский край увеличится на 1463 человека (при фиксированных значениях всех остальных факторов).

Как видно из нашего анализа, проблема неудовлетворительного состояния дорожной сети, обеспечивающей транспортную доступность объектов туристических маршрутов, для туристического кластера Пермского края является одной из значимых. Множество природных, культурных и лечебно-оздоровительных объектов, которые могли бы стать целями туристских поездок, находятся вне досягаемости из-за отсутствия дорожно-транспортных магистралей или их низкого качества.

Следовательно, для полноценного развития туристических кластеров в России требуется, в первую очередь, развитие транспортной инфраструктуры, что приведет к увеличению туристических маршрутов и появлению новых туристских продуктов. Кроме того, важнейшим фактором развития региональных туристических кластеров с лечебно-оздоровительным компонентом является увеличение числа санаторно-курортных организаций.

Таблица 2

**Исходные данные для корреляционно-регрессионного анализа
туристического кластера Пермского края***

Год	Туристский поток, чел., Y	Кол-во турфирм, ед., X1	Протяженность автодорог с твердым покрытием, тыс. км, X2	Число турпакетов, реализованных населению, X3	Количество специализированных средств размещения, X4	Количество гостиниц и аналогичных средств размещения, X5
2001	352759	21	12307	57382	75	141
2002	351509	27	14656	58367	79	146
2003	345954	43	15957	40768	87	142
2004	332124	57	16134	42403	93	137
2005	409568	88	16219	55181	91	164
2006	427220	91	16658	45651	87	165
2007	484682	91	17017	63268	81	187
2008	441059	87	18523	35404	76	173
2009	477496	95	18384	38451	70	213
2010	472187	158	17970	42824	88	231
2011	577104	234	17138	45507	98	271
2012	589265	371	18897.8	48100	116	275
2013	609458	356	19914.4	66121	99	262
2014	549563	332	20550.4	55862	96	269
2015	642159	191	20883.5	48503	129	348
2016	662478	335	21518.5	71956	103	356
2017	652754	369	21720.1	70263	115	362

*<http://www.gks.ru/>

Таблица 3

Матрица парных коэффициентов корреляции

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Y	1	0.718214	0.748592	0.702082	-0.66598	0.232158
X1	0.718214	1	0.93512	0.715291	-0.87125	0.698496
X2	0.748592	0.93512	1	0.818535	-0.83061	0.701231
X3	0.702082	0.715291	0.818535	1	-0.70338	0.215890
X4	-0.66598	-0.87125	-0.83061	-0.70338	1	-0.45502
X5	0.232158	0.698496	0.701231	0.215890	-0.45502	1

Эффективными методами планирования кластерной организации территорий с туристско-рекреационной специализацией являются мастер-план и контурное пакетирование. Мастер-план представляет собой системный процесс стратегического планирования развития территории с туристско-рекреационной спецификой, который организуется органами власти при активном использовании ресурсов ключевых групп: субъектов кластера, населения. Главные характеристики, которыми обладает стандартный стратегический мастер-план, это определение целей и задач по долгосрочным (бо-

лее 15 лет) направлениям; формирование базы ценностей и принципов, которые устанавливаются путем анализа социально-экономических, научно-технологических и других факторов, способствующих выявлению рисков и перспектив развития; мониторинг экономической, политической, социальной и других сфер деятельности туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом; формирование механизмов и методов реализации планов, оценки и анализа текущих результатов.

Мастер-план как один из элементов управления коллективным поведением субъектов ту-

ристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом является координационным инструментом коммуникационной политики на рынке услуг, которая основывается на факторах управления на базе конкурентных преимуществ.

Внутренняя и внешняя коммуникационная политика является элементом обратной связи между экономическими агентами и потребителями, органами власти. Можно определить ее как систему взаимосвязанных и взаимодействующих каналов связи, которые способствуют формированию программ по подбору и обучению персонала рекреационной отрасли, общему образованию организационной культуры, а также мотивации и контролю по работе с текущими и потенциальными потребителями и между бизнес-партнерами на всех коммуникационных уровнях. Система коммуникационной политики представлена совокупностью организационных структур, которые инициируют и осуществляют продвижение туристических продуктов и услуг, включая лечебно-оздоровительные, развитие инновационных технологий в сфере обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей, рекламу туристических продуктов и услуг, включая лечебно-оздоровительные, проведение имиджевой политики и создание каналов связи с общественностью.

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что исходным условием успешного формирования и развития туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом является ориентация на потребителя этих услуг – туриста. При этом следует сегментировать потребителей в зависимости от видов туризма. Так, у лечебно-оздоровительного туризма одни потребители, у активного туризма (сплавы и проч.) – другие. В то же время можно отметить, что в некоторых видах туризма потребители общие, что создает возможность создания комплексного туристического продукта. Так, лечебно-оздоровительный туризм может дополняться познавательным и событийным видами туризма. В туристической сфере значительную роль играет то, насколько грамотно организована цепочка создания стоимости. Именно кластерный подход к развитию туризма в регионе позволяет перейти от функционирования обособленных друг от друга

предприятий и организаций, имеющих отношение к туризму, к формированию их связанной совокупности на основе единой цепочки создания стоимости, конечной целью которой выступает «впечатление». Формирование туристического кластера с лечебно-оздоровительным компонентом сглаживает сезонность в развитии туризма и способствует повышению устойчивости региональной экономики.

Примечание

1. Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края. Пермь, 2010.

Список литературы

1. Грядов С.И., Ковалева И.В. Агропромышленный кластер: проблемы и перспективы развития // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2009. № 2. С. 59, 67.
2. Захаров В.Я. Промышленные кластеры и экономический рост // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 12. С. 19–20.
3. Марков Л.С. Управление эффективностью функционирования региональных высокотехнологичных кластеров // Регион: экономика и социология. 2007. № 2. С. 85–94.
4. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. 608 с.
5. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» (с изменениями на 7 февраля 2018 года) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902295121>
6. Яковлева-Чернышова А.Ю. Особенности кластерного взаимодействия в санаторно-курортной сфере // Управление и экономика в XXI веке. 2014. № 5. С. 98–107.
7. Solvel O., Lindqvist G., Ketels Ch. The Cluster Initiatives Greenbook. 2006.
8. Bergman E., Feser E. Industrial and Regional Cluster: Concepts and Comparative Applications. Virginia: WVU Regional Research Institute, 1999.
9. Rodrigues A.B. Turismo rural: praticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto, 2003.
10. Monfort M., V. M. Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola Doctoral Dissertation, Universidad de València, Espanha, 2000.
11. Оборин М.С. Природно-ресурсный потенциал региона как основа развития лечебно-оздоровительного туризма // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2018. Т. 4 (14). Вып. 1. С. 17–30.
12. Оборин М.С., Клейман А.А. Сравнительный анализ и перспективы развития и совершенствования санаторно-курортного комплекса в регионах России на основе кластерного подхода // Вестник Национальной академии туризма. 2018. № 1 (45). С. 19–24.

13. Лавренко А.С. Кластеризация в задачах ассортиментного планирования в торговых сетях // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 8. С. 115–123.
14. Миролубова Т.В. Исследование региональных кластеров: вопросы методологии и практики // Экономическое возрождение России. 2013. № 2 (36). С. 129–142.
15. Оборин М.С., Шерешева М.Ю. Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере // Управленец. 2017. № 4(68). С. 24–31.
16. Здравоохранение в России. 2017: Стат. сб. М.: Росстат, 2017. 170 с.
17. Пустохина И.В. Проектирование логистических кластеров в рамках глобальных логистических цепей поставок // Вестник Университета (ГУУ). 2015. № 4. С. 123–129.
18. Реутова Ю.Н. Теоретические аспекты оценки рекреационного и инвестиционного потенциалов санаторно-курортного комплекса // Terra Economicus. 2011. Т. 9. № 1. С. 105–112.
19. Реутова Ю.Н. Формирование стратегии развития региональных туристско-рекреационных комплексов с использованием кластерного подхода // Terra Economicus. 2010. Т. 8. № 4. Ч. 3. С. 114–123.
20. Третьяк В.П. Кластеры предприятий: пути создания и эффективность функционирования. М.: Август Борг, 2006. 132 с.
21. Грекова Г.И., Фихтнер О.А. Кластер как форма сетевого взаимодействия предпринимательских структур и инструмент управления региональным развитием // Вестник Новгородского государственного университета. 2013. № 74. Т. 1. С. 63–74.
22. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51–61.
23. Василенко В.А., Василенко А.В. Особенности формирования и развития курортных кластеров дестинаций в Крыму // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. № 1. Т. 10. С. 26–32.
24. Кузнецов С.В. Механизмы координации при сетевом и межсетевом взаимодействии // Вестник Московского университета МВД России. 2014. № 7. С. 35–38.
25. Левченко Т.П. и др. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций // Вестник СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С. 67–72.
26. Миролубова Т.В., Ворончихина Е.Н. Определение ключевых направлений региональной экономической политики на основе эконометрического моделирования и прогнозирования регионального экономического роста // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2015. № 4(27). С. 80–91.
27. Остапенко Е.А. Использование кластерного анализа для сегментации конкурентной среды санаторно-курортных организаций рекреационного региона // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 7. С. 59–67.
28. Тишина В.Н. Особенности сетевых взаимодействий экономических субъектов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2011. № 11. С. 95–102.
29. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5. С. 74–81.
30. Beni M. Globalização do Turismo: Megatendências do Sector e a Realidade Brasileira, Editora Aleph, São Paulo. 2003.

FORMATION OF THE REGIONAL TOURIST CLUSTER WITH A HEALTH AND FITNESS COMPONENT AS A FACTOR OF THE REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT

T.V. Mirolyubova,¹ M.S. Oborin²

¹Perm State National Research University

²Perm Institute (branch) of the Plekhanov Russian University of Economics

Perm State National Research University

Pryanishnikov Perm State Agro-Technological University

Sochi State University

In the current socio-economic conditions, the search for effective forms of spatial organization of the economy acquires great importance. Domestic and foreign experience shows the positive effect of the cluster approach in various areas. Tourism clusters provide growth in interrelated sectors of the economy by contributing to the growth of the population's employment and income, and by ensuring the effective demand. From the point of view of eliminating seasonal factors in the development of tourism, it would seem appropriate to create tourist clusters with a health and fitness component. Companies that are part of the tourism cluster with a health and fitness component operate within a single value chain, where the ultimate goal of all tourist services is «impression». In this regard, studies related to the modeling of the effect on the region's economy produced by the functioning tourism cluster with the health and fitness component become particularly relevant. The main prerequisite for the functioning of the tourism cluster with a health and fitness component is the availability of specific recreational resources as a competitive advantage of this cluster's territory. By using correlation and regression analysis, we have established that the development of a tourist cluster in the region is mostly determined by such factors as «the number of travel agencies operating in the region» and «the length of paved roads». Another important factor

is «the number of specialized accommodation facilities (recreation centers, retreat centers, health resorts, etc.)». These factors have the greatest impact on the regional economy in terms of the contribution of tourism to its development.

Keywords: regional economy, tourist cluster, competitive advantages, resort complex, health and fitness services, network approach.