УДК 338.48
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10503

ИБРАГИМОВ Эрнест Энверович
Крымский университет культуры, искусств и туризма (Симферополь, Респ. Крым, РФ)
доктор экономических наук, доцент; e-mail: Joos@bk.ru

ПРОХОРОВА Ольга Викторовна
Университет экономики и управления (Симферополь, Респ. Крым, РФ)
кандидат экономических наук; ovprokhorova@mail.ru

СЕМЕНОВА Людмила Валерьевна
Балтийский федеральный университет им. И. Канта (Калининград, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; lsemenova@mail.ru

ЧУРИЛИНА Ирина Николаевна
Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (С.-Петербург, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; ichurilina@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ НА ОСНОВЕ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Статья поднимает важнейшую тему в свете развития внутреннего туризма – механизмы успешности функционирования туристских кластеров, среди которых важное место занимают событийные ресурсы. В статье подтверждается значение кластерного подхода в организации туристской деятельности, ведь в кластерах формируются глубокие производственные связи и кооперация в пределах одной территории, кластерная модель позволяет улучшать качество оказываемых туристических и сопутствующих услуг, формировать общий положительный имидж дестинации. При этом реализация кластерных проектов в туризме в России получила неоднозначное развитие. Авторы выдвигают гипотезу о том, что комплексное использование событийных ресурсов в формировании и функционировании туристских кластеров позволяет углублять тематизацию туристского пространства и усиливать производственные связи, а также благоприятно сказывается на имидже территории. Авторами проанализированы 72 кластерных проекта для изучения места событийных ресурсов в них и России и выявления проблем их использования, проведена комплексная классификация событийных туристских ресурсов и описаны механизмы эффективного использования событийных ресурсов в туристском кластере.

Ключевые слова: *туристский кластер, событийные ресурсы, событийные мероприятия, внутренний туризм.*

Для цитирования: Ибрагимов Э.Э., Прохорова О.В., Семенова Л.В., Чурилина И.Н. Формирование туристских кластеров на основе событийных мероприятий // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №5. С. 38-50. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10503.

Дата поступления в редакцию: 19 ноября 2020 г.
Дата утверждения в печать: 21 декабря 2020 г.

СЕТЕВОЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

UDC 338.48
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10503

Ernest E. IBRAGIMOV

Crimean University of Cultural, Art and Tourism (Simferopol, Rep. of Crimea)
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Associate Professor; e-mail: Joos@bk.ru

Olga V. PROCHOROVA

University of Economics and Management (Simferopol, Rep. of Crimea)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ovprokhorova@mail.ru

Lyudmila V. SEMENOVA

Immanuel Kant Baltic Federal University (Kaliningrad, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: lsemenova@mail.ru

Irina N. CHURILINA

Herzen University (St. Petersburg, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ichurilina@herzen.spb.ru
ORCID iD: 0000-0002-4187-7939

EVENT ACTIVITIES AS A BASE FOR TOURIST CLUSTERS FUNCTIONING

Abstract. *The development of domestic tourism makes the issues of mechanisms for tourist clusters successful functioning important. Among them event resources occupy an important place. The article confirms the importance of the cluster approach in the tourist activities organization. Cluster promotes the deep industrial ties and cooperation within the same territory, makes it possible to improve the quality of the provided tourist and related services, and form a general positive image of the destination. At the same time, the implementation of cluster projects in tourism in Russia has received mixed development. The authors put forward a hypothesis that the integrated use of event resources in the formation and functioning of tourist clusters makes it possible to deepen the tourist space theming, strengthen industrial ties, and improve the territory image. The authors analyzed 72 cluster projects to study the place of event resources in them and identify problems of their use, carried out a comprehensive classification of event tourism resources and described mechanisms for the effective use of event resources in a tourist cluster.*

Keywords: *tourist cluster, event resources, event activities, domestic tourism.*

Citation: Ibragimov, E. E., Prochorova, O. V., Semenova, L. V., & Churilina, I. N. (2020). Event activities as a base for tourist clusters functioning. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, *14*(5), 38-50. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10503.

Article History
Received 19 November 2020
Accepted 21 December 2020

Disclosure statement
No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)
This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

Кластерный подход в организации туристической деятельности уже успел успешно себя зарекомендовать, ведь его принципы позволяют углублять производственные связи и кооперацию в пределах одной территории, улучшать качество оказываемых туристических и сопутствующих услуг, формировать общий положительный имидж дестинации. Мировая практика свидетельствует о высокой результативность хозяйственной деятельности значительного количества различных кластеров, подтверждая их конкурентные преимущества по сравнению с традиционными формами организации бизнеса. Именно кластерный подход может объединять разнородные, конкурирующие между собой, развивающиеся структуры в одну общую концепцию, и таким образом существенно улучшать качество туристской территории.

В России кластерный подход в туризме был внедрен благодаря реализации Федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации (2011– 2018 годы)»[1], когда были обоснованы основные принципы отбора приоритетных территорий для создания туристско-рекреационных кластеров, механизмов их финансирования и реализации. Именно кластеры – туристско-рекреационные и автотуристские – обозначены как «структурообразующие функциональные элементы Программы» [2]. В состав мероприятий, реализуемых в рамках I этапа Программы, вошли 23 кластерных объекта из 17 регионов России, а для реализации в рамках II этапа Координационным советом было включено2 уже 72 проекта туристских кластеров, охватывающих 40 регионов страны, в 2016 году в программе было уже 95 объектов кластерного типа, расположенных на территориях 51 субъекта Российской Федерации.

Однако на сегодняшний день из запланированных проектов кластеров полностью реализована только часть, большинство проектов на стадии проектирования и строительства, по многим проектам нарушены сроки сдачи объектов, что в целом не позволяет говорить о достижении целей, поставленных ФЦП. Но при этом же, реализованные проекты показывают успешность функционирования кластерной модели организации туризма[2].

На наш взгляд, увеличить туристский поток, улучшить качество туристской территории, создать платформу для кооперации субъектов и концентрации производственных сил позволит учет событийных ресурсов в проектировании кластеров. Поэтому целью данной статьи выступает изучение возможностей использования событийных ресурсов в формировании туристских кластеров в РФ. Для достижения этой цели поставлены следующие задания:

- изучение места событийных ресурсов в современных туристских кластерах России и выявления проблем их использования;
- комплексная классификация событийных туристских ресурсов;
- описание механизмов эффективного использования событийных ресурсов в туристском кластере.

Анализ литературы. Основоположниками теории кластеризации были А. Маршал и Б.С. Ястремский, которые впервые применили кластерный подход к промышленному производству [17]. Альфред Маршалл описал английские кластерные образования и показал, как экономический успех зависит от развития локальных сосредоточений специализированных производств, которые сформировались благодаря наличию ресурсов или близости рынке или в результате воздействия исторических факторов [17].

На современном этапе развития научной мысли проблемы функционирования и развития туристско-рекреационных кластеров получили прикладное развитие в работах многих

[1] О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)" (с изм. и доп.). URL: http://docs.cntd.ru/document/902295121

[2] Краткие отчеты о реализации ФЦП (данные 2020 г. по сост. на 1.07.2020). URL: https://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFinDoc?fcp=361&fin=92&year=2018

отечественных и зарубежных ученых, в частности, А.Ю. Александровой [1], О.Е. Афанасьева [2], Е.Г. Кропиновой и А.В. Митрофановой [10], В.И. Кружалина [8], Т.Ю. Ковалевой [9], Л.С. Морозовой [12], Ю.Ю. Морозовой [13], Н.А. Ларионовой [11] и многих других. Среди работ, посвященных проблематике классификации туристских кластеров, следует отметить публикации О.А. Бакуменко [4], В.Н. Рудченко [15], А.И. Большакова [5], Г.К. Галиуллиной с соавт. [6], С.Ю. Гришина [7], Л.А. Ульянченко с соавт. [17] и др.

В научной литературе также широко освещаются и вопросы, связанные с событийными ресурсами в туризме [14, 16, 18, 19]. Однако большинство из них посвящено общим методологическим проблемам определения и классификации событийного туризма и его ресурсов, или наоборот – описанию событийных ресурсов в региональном разрезе. При этом, как в работах, посвященных анализу кластерного подхода в туризме, так в работах, связанных с событийными ресурсами, практически не освещается роль событийного компонента в функционировании туристских кластеров.

Поэтому данная статья направлена на заполнение этого пробела: на понимание места событийных ресурсов в успешном функционировании туристского кластера.

Для этого рассмотрим понимание туристско-рекреационного кластера и его ключевые особенности.

Изложение основного материала. Согласно ФЦП, кластерный подход предполагает сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. Туристско-рекреационные кластеры представляют собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности - коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой. Функционирование туристско-рекреаци-онных кластеров опирается на механизмы государственно-частного партнерства для скорейшего развития туристской инфраструктуры, а также сферы сопутствующих услуг.

Целью создания туристического кластера является повышение конкурентоспособности территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в том числе: повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер, стимулирование инновации, стимулирование развитие новых направлений. Туристический кластер рассматривают как систему интенсивного производственно-технологического и информационного взаимодействия туристических предприятий, поставщиков базовых и дополнительных услуг для создания «основного продукта» кластера – туристического продукта. К туристическим кластерам относятся группы предприятий, сконцентрированных географически в пределах региона, которые совместно применяют специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда и другие функциональные структуры хозяйства. Субъекты кластера объединяются общим бизнес-климатом, в рамках которого формируются необходимые для функционирования туристического кластера трудовые ресурсы, технологии, а также действуют различные стимулы, в том числе налоговая система, административное регулирование и барьеры.

В процессе формирования туристических кластеров похожие и взаимосвязанные предприятия и организации взаимодополняют и кооперируются для отношений взаимного доверия, взаимообмена идеями и информацией, совместной координации действий. Именно высокая степень доверия позволяет снизить стоимость операций, осуществляемых между партнерами. Стоит отметить, что членство в туристическом кластере является важным средством усиления прежде всего собственной конкурентоспособности каждого из предприятий. Поэтому туристические кластеры являются добровольными объединениями

туристических и родственных предприятий, которые обычно взаимодействуют с научными и образовательными учреждениями, органами местной власти для повышения конкурентоспособности туристических услуг на внешних рынках.

Основные свойства туристско-рекреационных кластеров следующие:

- наличие кооперации между субъектами туристского кластера (предпринимательскими структурами, органами власти и государственными учреждениями, общественными организациями), функционирующими в индустрии туризма и смежных отраслях (в (форме государственно-частного партнерства, ассоциаций, союзов и т.п.):

- совместное использование субъектами туристского кластера туристских ресурсов территории, на которой расположены туристские аттракторы, обладающей сложившейся туристской инфраструктурой (объект туристского кластера):

- наличие вертикальных (внутри продуктовой цепочки индустрии туризма) и горизонтальных взаимосвязей (между структурами, участвующими в процессе производства тур продукта) между участниками туристского кластера:

- наличие единой цели функционирования туристского кластера, заключающейся в повышении конкурентоспособности объектов и субъектов кластера, а также удовлетворении рекреационных потребностей за счет формирования, продвижения и реализации туристского продукта региона.

Таким образом, очевидно, что кластерная модель организации туризма формирует единое туристское пространство, позволяет более эффективно использовать ресурсы территории, продвигать дестинацию под единым брендом и способствовать росту благосостояния населения.

Несмотря на то, что действие ФЦП завершилось в 2018 году, процесс формирования кластеров на территории РФ не прекратился, ряд проектов уже успешно реализован, а в Концепции Федеральной Целевой Программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 — 2025 годы)» было запланировано 15 перспективных укрупненных инвестиционных проектов на основе реализуемых проектов туристских кластеров. В разрабатываемом национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» планируется определить и включить несколько укрупнённых туристическо-рекреационных кластеров – приоритет планируется отдать крупным проектам федерального и регионального уровня с участием частных инвесторов с финансовыми гарантиями – оценить их потенциал и рассчитать планируем турпоток, после чего подготовить программу развития под каждый конкретный кластер.

Именно поэтому, в контексте данного нового программного документа на основании анализа ошибок необходимо продумать механизмы повышения успешности туристских кластеров, в том числе на основе событийных ресурсов.

Так как функционирование кластера предполагает слаженную корпоративную работу всех его субъектов, то событийные ресурсы могут выступать объединяющей силой. Они могут задавать тему и концепцию туристского пространства, объединять под одной темой разные предприятия. Например, при проведении мероприятия, как правило задействованы разные предприятия – музеи, выставочные зоны, аниматорские службы, пункты питания и размещения, спортивные организации, медицинские службы, экскурсионные бюро и турфирмы, транспортные предприятия и пр. В обычном режиме такие предприятия даже в пределах одного кластера могут конкурировать между собой, но во время проведения конкретного мероприятия, они могут объединяться. Ряд исследований, например [3] подтверждают необходимость концептуализации пространства, объединение его компонентов под одной темой, формирование общего положительного впечатления у туристов. Поэтому роль событийных в формировании туристских

кластеров трудно переоценить.

Для определения места событийных мероприятий в современных туристско-рекреационных кластерах мы изучили 72 проекта туристских кластеров. Такой охват обусловлен возможностью получить подробные сведения о проектах для того, чтобы выявить возможности и планы использования событийного потенциала территории.

В итоге анализа туристско-рекреационных кластеров, можно сказать, что только в двух из них использованы событийные ресурсы как ключевой фактор аттрактивности – это ТРК "Город чемпионов" в г. Саранске и «Событийная агломерация» в Самаре. Эти кластеры создавались для привлечения туристов во время и после чемпионата мира по футболу в 2018 году, который проходил в РФ. Чемпионат мира по футболе стал толчком для сооружения объектов в ТРК «Елец» в Липецкой области. Однако после окончания событийного мероприятия высшего уровня, использование событийных ресурсов в этих кластерах прекратилось. В презентационных материалах большинства изученных кластеров событийные ресурсы территории не упоминаются вообще, или об их использовании можно догадаться по косвенным признаками. Например, ТРК «Дед Мороз» в Вологодской области опирается на фигуру сказочного персонажа Деда Мороза и очевидно, что его функционирование невозможно без планирования событийных мероприятий разного уровня и содержания на новогоднюю тематику. В ряде кластеров запланированы или действуют интерактивные выставочные пространства и культурно-развлекательные центры например, в ТРК «Северная Фиваида», ТИЭК «Чингисхан-Чита» (музей под открытым небом), ТРК «Русская деревня», ТРК «Этническая Чувашия» и др., однако в реальности из-за того, что не все заявленные проекты кластеров реализованы, сложно судить о качестве событийной компоненты. На практике же зачастую такие пространства при отсутствии надлежащего планирования превращаются в точки питания и продажи сувениров с минимальной событийной активностью (мастер-классы и выступления местных коллективов) с колоритным оформлением, но низкой привлекательностью из-за отсутствия масштабных и регулярных событийных мероприятий.

ТРК «Северная Фиваида и «Русская Палестина» используют событийные ресурсы религиозного характера – это религиозные праздники и обряды, связанные с ними. Однако в качестве ключевых аттракторов в основе этих кластеров лежат архитектурные и культурно-исторические объекты, а о возможности использования событийных ресурсах можно сделать логичный вывод.

ТРК «Никола-Ленивец» демонстрирует сочетание природной составляющей и арт-пространства, здесь уже активно реализуются арт-фестивали и мероприятия арт-направленности.

Выделим основные группы проблем использования событийных ресурсов в функционировании туристских кластеров:

1) проблемы недостаточного использования:

- недооцененность силы влияния событийных ресурсов на функционирование туристских кластеров;

- непонимание всего спектра событийных ресурсов, сосредоточенность на военной, этно-культурной, гастрономической и спортивной тематиках;

2) проблемы текущего использования:

- эпизодичность, сезонность и периодичность в проведении, отсутствие стратегического плана и комплексного подхода в использовании событийных ресурсов;

- непонимание роли событийных ресурсов в структуре кластеров, не использование всего их функционала, сосредоточенность на фестивалях «огурца и помидора» (локальных однотипных мероприятиях со стандартным набором активностей);

- непонимание «своей аудитории»;

- разрозненность событийных ресурсов, они чаще всего не выступают связующей силой

в кластере;

3) проблемы продвижения событийных ресурсов.

В целом можно сделать вывод о том, что в той или иной степени событийные ресурсы используются как в уже сформированных кластерах, так и в тех, которые только формируются. Однако в большинстве случаев событийные мероприятия носят локальный или региональный характер, не выступают связующим компонентом для субъектов кластера, их тематика слабо используется в оформлении пространства, крупные мероприятия высокого уровня играют неоднозначную роль для функционирования кластеров, ведь чаще всего после их окончания, использование событийных ресурсов как ключевого аттрактора в кластере прекращается.

Для описания механизмов решения этих проблем рассмотрим сущность событийных туристских ресурсов и проведем их комплексную классификацию.

Событийные ресурсы относятся к динамическим факторам формирования туристических потоков, поскольку включают мотивационные предпосылки путешествия в места, где происходит событие или явление. Спортивные, культурно-художественные мероприятия, политические акции, уникальные природные явления - далеко не полный перечень событий, которые мотивируют человека к путешествию. Существует несколько подходов к классификации событийных ресурсов. По тематике мероприятия событийные ресурсы подразделяются на: религиозные праздники, гастрономи-ческие, музыкальные, театральные фестивали, спортивные соревнования, показы мод, карнавалы, технические салоны и выставки, экономические форумы. Важными аттракторами выступают крупные гастрономические фестивали, например, пивной фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Германия), национальные традиционные фестивали и карнавалы, например Кельнский карнавал, Венецианский карнавал и пр., мероприятия, связанные с историческими датами, например День Победы в Москве или Волгограде, спортивные события – Зимние и Летние Олимпийские игры, Чемпионаты мира и пр., дни рождения выдающихся личностей и т.д. По уровням познавательной ценности общественных туристических ресурсов выделяют событийные ресурсы глобального, национального, регионального и местного масштабов. Местные события чаще всего привлекают жителей конкретного населенного пункта или соседних поселений, тогда как события регионального и национального масштаба формируют межрегиональные потоки. Однако значимость мероприятия, обусловленная естественными причинами, может быть существенно повышена с помощью маркетинговых мероприятий и грамотного продвижения. Событийные ресурсы могут быть классифицированы по целевой аудитории и ее составу, по происхождению, по продолжительности, по степени выраженности в туристском пространстве и пр. Однако, все это многообразие событийных ресурсов нуждается в комплексной классификации, мы ее привели в табл. 1.

Еще одним критерием классификации событийных ресурсов выступает такой показатель, как эффективность событийных ресурсов. Его сложно вынести в таблицу, так как он предполагает качественную или количественную оценку событийных мероприятий на основе таких показателей:

- посещаемость мероприятия (абсолютная, относительна – в сравнении с предыдущими годами, с конкурентами, с ожидаемыми результатами и пр.);
- наличие и количество гостей из других регионов или стран;
- количество проведенных ночевок в дестинации;
- соотношение текущих затрат и прямых прибылей от мероприятия;
- количество созданных рабочих мест, перспектива их сохранения после окончания мероприятия;
- характеристика партнерских отношений для реализации мероприятия, наличие инвесторов, перспектива их продолжения после

окончания мероприятия;

- параметры продвижения территории через мероприятие (освещенность в медиапространстве, отзывы на платформах-отзовиках и пр.);

- социальный эффект (повышение территориальной идентичности жителей, привлечение внимания к проблемам развития территории, мотивация населения к участию в решениях проблем развития туризма и пр.).

Табл. 1. Критерии классификации событийных ресурсов

Критерии классификации	*Виды событийных ресурсов*
Происхождение	• Природные • Общественные (антропогенные – историко-культурные, промышленные, деловые, биосоциальные, научные и пр.).
Тематика	Спортивные, историко-культурные, религиозные, военные, промышленные, деловые, гастрономические и пр.
Формат деятельности	Соревнования, выставки, симпозиумы, фестивали, праздники, реконструкции и пр.
Целевая аудитория	• По возрасту (дети, молодежь, средний возраст, пожилые люди и т.д.) • По национальности • По гражданской принадлежности • По профессиональной принадлежности
Значимость	• Глобальные (мировые) • Национальные • Региональные • местные
Продолжительность	• Однодневные • Многодневные
Степень влияния на развитие дестинации	• Ключевые аттракторы • Вспомогательные аттракторы • Преобразующие туристское пространство (меняющие облик дестинации, например, Чемпионат мира по футболу, Олимпийские игры-2014 в Сочи) • Улучшающие или дополняющие пространство • Не изменяющие туристское пространство
Уникальность	• Уникальные (не имеют аналогов по масштабу, тематике, формату проведения) • Похожие (есть аналоги, но их немного) • Типичные (например, типичные гастрофестивали)
Влияние на продвижение территории	• Формирующие имидж • Улучшающие имидж территории • Не влияющие на имидж территории

Соответственно для того, чтобы событийные ресурсы были эффективным инструментов функционирования туристского кластера, нужно понимать их разнообразие, критерии эффективности и способы использования для консолидации туристского пространства.

Рассмотрим пути эффективного использования событийных ресурсов территории.

Эффективными являются комплексные механизмы, такие как разработка программы развития территории с учетом событийных ресурсов, стратегическое планирование, разработка концепции территории и пр. Рассмотрим некоторые из них.

Концепция развития событийных ресурсов территории – это идея, которая отражает способы вовлечения событийных ресурсов в туристское пространство. Например, этничес-

кий фестиваль, который проводится в дестинации раз в год, может формировать периодическое или постоянное концептуальное пространство, в котором в едином стиле оформлены объекты размещения и питания, в последних подаются национальные блюда, проходят мини-событийные мероприятия, проводятся тематические выставки в разных частях дестинации, туристы активно вовлекаются в процесс функционирования турпространства и пр. При этом продумывается формат продвижения: тематические путеводители, сувенирная продукция, продвижение в медиапространстве и пр. при этом, закончившееся масштабное мероприятие после своего окончания может способствовать тематизации пространства через функционирование выставочных и интерактивных зон, мини-событий, которые формируют отложенный спрос.

Разработка *программы развития территории* с учетом событийных ресурсов опирается *стратегическое планирование* – деятельность, которая осуществляется для определения целевых показателей, сроков и способов их достижения. Стратегическое планирование использования событийных ресурсов в формировании туристских кластеров должно опираться на такие составляющие (табл. 2).

Таблица 2 – Важнейшие составные части стратегического плана использования событийных ресурсов в туристском кластере

Составная часть	*Описание*
Цель, задачи	Конкретная цель использования событийных ресурсов в кластере, помогает визуализировать желаемые результаты и осознать необходимость конкретных действий. Задачи – это поэтапные шаги, которые направлены на достижение поставленной цели. В этот раздел разумно включить целевые показатели, которые планируется достичь
Субъекты реализации стратегического плана	Описание партнеров и инвесторов, привлечение которых будет способствовать достижению цели, описание роли и задач каждого субъекта и этапы, на которых каждый партнер будет задействован
Методы, механизмы и инструменты	Описание конкретных действий и инструментов для выявления, разработки мероприятий, вовлечения событийных ресурсов в турпространство
Анализ текущего состояния	Изучение текущей ситуации вовлеченности событийных ресурсов в турпространство, формируют ли они общую тему и способствуют диверсификации территориального продукта, консолидируют ли субъектов кластера, формируют ли туристский поток, имидж территории. Здесь можно провести анализ эффективности туристских событийных ресурсов дестинации
Поэтапный план программы использования событийных ресурсов территории	Детальное описание каждого этапа программы использования событийных ресурсов территории со сроками, механизмами, ответственными сторонами, финансовыми затратами и пр.
Ресурсы, необходимые для реализации программы	Расчет общих затрат на реализацию программы, а также возможностей привлечения инвесторов и спонсоров. источники финансирования и пр.

Общий стратегический план – это программный документ, который может и должен корректироваться по мере реализации программы на каждом конкретном этапе.

Помимо комплексных мер, можно отметить меры усиления эффективности событийных ресурсов:

- формирование интерактивных событийных календарей туркластера с учетом мероприятий, проводимых конкурентами, а также равномерности распределения мероприятий по сезонам;

- принципы экономики впечатлений в событийных мероприятиях (вовлечение туриста

(гостя) в проведение мероприятия, формирование WOW-впечатлений и пр.);

- легендирование и формирование бренда мероприятий в рамках кластера (формирование уникальности мероприятия через создание для него конкретной продающей истории, которая впишется в общую концепцию бренда кластера).

Выводы. Таким образом, можно подвести итог**.** Кластерная модель организации деятельности уже прочно зарекомендовала себя как в России, так и за рубежом. Однако в туризме кластеры выступают только формирующимся формами организации производственного пространства. Поэтому в их реализации наблюдается ряд проблемных моментов, которые нуждаются в корректировке. В частности, в современных туристских кластерах практически не учитывается роль событийных ресурсов, как на этапе проектирования проекта, так и в процессе его реализации. Нужно отметить, что даже в научной литературе, посвященной кластерному подходу в туризме и анализу событийных ресурсов, практически не уделяется внимание значению и механизмам использования событийных мероприятий в туристских кластерах.

Анализ кластерных проектов, включенных в ФЦП показал, что событийные ресурсы практические не рассматриваются как ключевой фактор аттрактивности (исключение составили два кластера, созданные под Чемпионат мира по футболу в 2018 году, а после его окончания событийная составляющая утратила свое значение). При этом использование событийных ресурсов демонстрирует отсутствие комплексного подхода в рамках кластерного проекта, эпизодичность и/ или сезонность, сосредоточенность на локальных однотипных мероприятиях со стандартным набором активностей).

Событийные ресурсы же способны выступать механизмом, консолидирующем субъектов туристского кластера, усиливающем кооперацию и способствующим продвижению общего бренда территории.

Важным шагом для улучшения использования событийных ресурсов в рамках туристского кластера, является их систематизация и классификация. Понимание многообразия ресурсов, особенностей их эффективности и специфики каждого вида позволит существенно улучшить качество туристского пространства туристско-рекреационного кластера.

На основе выявленных проблем использования событийных мероприятий в функционировании туристских кластеров, мы выделили такие механизмы их решения: комплексные меры, такие как разработка программы развития территории с учетом событийных ресурсов, стратегическое планирование, разработка концепции территории и пр., а также отдельные меры усиления эффективности: формирование интерактивных событийных календарей туркластера, принципы экономики впечатлений, легендирование и пр.

Все это подтверждает важность использования событийных ресурсов в проектировании и реализации проектов туристско-рекреационных кластеров.

Список источников

1. **Александрова А.Ю.** Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. №1. С. 51-61.
2. **Афанасьев О.Е.** Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. №1. С. 37 – 46.
3. **Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В.** Туристские легенды как составляющая экономики впечатлений и процесса формировании опыта путешествий // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. №2. С.7-20
4. **Бакуменко О.А.** Классификация туристских кластеров / В сб. Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе». Ч. 3. Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. С. 30–34.

5. **Большаков А.И.** Современные подходы к определению туристских кластеров // Сервис в России и за рубежом. 2012. Т. 33. №6. С. 50–58.
6. **Галиуллина Г.К., Галимов Ш.Ш., Шабанова Л.Б.** Методика анализа туристского кластера региона // Вестник ТИСБИ. 2014. №2(58). С. 141–149.
7. **Гришин С.Ю.** Методологические подходы к классификации туристских кластеров // Вестник Национальной Академии туризма. №32 (34), 2015. С. 7–10.
8. **Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Кружалин К.В.** Теоретико-методологические подходы к туристско-рекреационному проектированию // В сб.: «Вопросы географии»: Теория и практика туризма. Т. 139. М.: Издат. дом «Кодекс», 2014. С. 100–122.
9. **Ковалева Т.Ю.** Алгоритм идентификации и оценки кластеров в экономике региона // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2011. № 4. С.30 — 39.
10. **Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В.** Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // Региональные исследования. 2011. №1. С. 40-46.
11. **Ларионова Н.А.** Кластерный подход в управлении конкурентоспособностью региона // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2007. №1(2). С. 180-183.
12. **Морозова Л.С., Большаков А.И.** Классификация приграничных туристских кластеров // Сервис в России и за рубежом. 2012. № 11. С. 33–40.
13. **Морозова Ю.Ю.** Кластерный подход к управлению организациями туристского бизнеса. Дисс. … канд. эконом. н. Сочи: Сочинский гос. ун-т туризма и курортного дела, 2011.
14. **Полякова И.Л.** Механизмы реализации региональных целевых программ развития туризма в Российской Федерации (на примере Приволжского федерального округа) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 8 (157). С. 133–139.
15. **Рудченко В.Н.** Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2016. №4 (41). С. 12-18.
16. **Суслова И.А.** Особенности развития событийного туризма в Подмосковье // Сервис в России и за рубежом. 2017. №2 (72). С-.40-56
17. **Ульянченко Л.А., Виноградова М.В., Гладская И.Г.** Региональные туристские комплексы и кластеры: Монография. М.: РУСАЙНС, 2015. 152 с.
18. **Цулая И.В., Кучер М.О.** К вопросу о перспективах развития событийного туризма в Республике Абхазия // Вестник Удмуртского университета. Серия «Биология. Науки о Земле». 2019. №3. С.417-426.
19. **Чурилина И.Н., Егорова Е.В.** Доступная среда и событийный туризм для людей с особыми потребностями как фактор развития внутреннего туризма региона // В сб.: Развитие физической культуры, спорта и туризма: опыт регионов: Материалы конференций Института физической культуры, спорта и туризма Петрозаводского государственного университета. Петрозаводск: Петрозаводский гос. ун-т, 2016. С. 210-216.

References

1. **Alexandrova, A. Yu.** (2007). Turistskie klastery: soderzhanie, granicy, mehanizm funkcionirovanija [Tourist Clusters: Contents, Limits, Functioning]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges], 1*, 51–61. (In Russ.).
2. **Afanasiev, O. E.** (2016). Tipologija turistskih klasterov, vkljuchennyh v FCP «Razvitie vezdnogo i vnutrennego turizma v Rossijskoj Federacii» [Typology of tourist clusters included in the federal target program "Development of inbound and domestic tourism in the Russian Federation"]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges], 1,* 37 – 46. (In Russ.).
3. **Afanasiev, O. E., & Afanasieva, A. V.** (2019). Turistskie legendy kak sostavljajushhaja ekonomiki vpechatlenij i processa formirovanii opyta puteshestvij [Tourist legends as a part of the economy

experiences and the process of formation of the travel experience]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Sevice and Tourism: Current Challenges],* 2, 7-20. (In Russ.).

4. **Bakumenko, O. A.** (2013). Klassifikacija turistskih klasterov [Classification of tourism clusters] / In «*Zakonomernosti i tendencii razvitija nauki v sovremennom obshhestve» [«Patterns and trends in the development of science in modern society»],* part 3. Ufa, RIP BSU, 30–34. (In Russ.).
5. **Bolshakov, A. I.** (2012). Sovremennye podhody k opredeleniju turistskih klasterov [Contemporary approaches to determining tourist clusters]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 6(33), 50–58. (In Russ.).
6. **Galiullina, G., Galimov, Sh., & Shabanova, L.** (2014). Metodika analiza turistskogo klastera regiona [The technique of analysing the cluster of a tourist region]. *Vestnik TISBI [Bulletin TISBI]*, 2 (58), 141–149. (In Russ.).
7. **Grishin, S. Yu.** (2015). Metodologicheskie podhody k klassifikacii turistskih klasterov [Methodological approaches to classification of tourism clusters]. *Vestnik Nacional'noj Akademii turizma [Vestnik of National Tourism Academy], 32* (34), 7–10. (In Russ.).
8. **Kruzhalin ,V. I., Shabalina, N. V., & Kruzhalin, K. V.** (2014). Teoretiko-metodologicheskie podhody k turistsko-rekreacionnomu proektirovaniju [The theoretical and methodological approaches to the tourism and recreation planning]. *Voprosy geografii: Teorija i praktika turizma [Problems of Geography: Tourism theory and practice], 139*, 100–122. (In Russ.).
9. **Kovaleva, T. Yu**. (2007). Algoritm identifikacii i ocenki klasterov v ekonomike regiona [Algorithm for identification and assessment of clusters in the regional economy]. *Vestnik Permskogo universiteta. Serija: Ekonomika [Perm University Bulletin. Series: Economics], 4,* 40-46. (In Russ.).
10. **Kropinova, E. G., & Mitrofanova, A. V.** (2011). Regional'nyj turistskij klaster kak turistsko-rekreacionnaja sistema regional'nogo urovnja [Regional tourist cluster as a tourist and recreational system of the regional level]. *Regional'nye issledovanija [Regional studies], 1,* 40-46. (In Russ.).
11. **Larionova, N. A.** (2007). Klasternyj podhod v upravlenii konkurentosposobnost'ju regiona [Cluster approach in managing the competitiveness of the region]. *Ekonomicheskij Vestnik Rostovskogo Gosudarstvennogo universiteta [Economic Bulletin of Rostov State University], 1(2),* 180-183. (In Russ.).
12. **Morozova, L. S., & Bolshakov, A. I.** (2012). Klassifikacija prigranichnyh turistskih klasterov [Near-border tourist cluster classification]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 11,* 33–40. (In Russ.).
13. **Morozova, Yu. Yu.** (2011). *Klasternyj podhod k upravleniju organizacijami turistskogo biznesa [Cluster approach to the management of tourism business organizations].* Candidate of economic sciences thesis. Sochi State University of Tourism and Resort Business. Sochi. (In Russ.).
14. **Polyakova, I. L.** (2013). Mehanizmy realizacii regional'nyh celevyh programm razvitija turizma v Rossijskoj Federacii (na primere Privolzhskogo federal'nogo okruga) [Implementation mechanisms of regional tourism development program targetsin the Russian Federation]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Orenburg State University], 8* (157), 133–139. (In Russ.).
15. **Rudchenko, V. N.** (2016). Klastery v turizme: osobennosti klassifikacii, process formirovanija i metody ocenki [Clusters in tourism: features of classification, formation process and assessment methods]. *Obshhestvo. Sreda. Razvitie (Terra Humana) [Society. Environment. Development (Terra Humana)], 4* (41), 12-18. (In Russ.).
16. **Suslova, I. A.** (2017). Osobennosti razvitija sobytijnogo turizma v Podmoskov'e [Features of the development of event tourism in Moscow region]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and abroad], 2* (72), 40-56. (In Russ.).
17. **Ul'janchenko, L. A., Vinogradova, M. V., & Gladskaja, I. G.** (2015). *Regional'nye turistskie kompleksy i klastery [Regional tourist complexes and clusters]:* A monograph. Moscow: RUSAYNS. (In Russ.).

18. **Culaja, I. V., & Kucher, M. O.** (2019). K voprosu o perspektivah razvitija sobytijnogo turizma v Respublike Abhazija [On the issue of the prospects for the development of event tourism in the Republic of Abkhazia]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Serija «Biologija. Nauki o Zemle» [Bulletin of the Udmurt University. Series "Biology. Earth Sciences "], 3*, 417-426. (In Russ.).
19. **Churilina, I. N., & Egorova, E. V.** (2016). Dostupnaya sreda i sobytijnyj turizm dlya lyudej s osobymi potrebnostyami kak faktor razvitiya vnutrennego turizma regiona [Accessible environment and event tourism for people with special needs as a factor in the development of domestic tourism in the region]. In coll.: *Razvitie fizicheskoj kul'tury, sporta i turizma: opyt regionov [Development of physical culture, sports and tourism: the experience of regions]: Materials of conferences of the Institute of Physical Culture, Sports and Tourism of Petrozavodsk State University. Petrozavodsk: Petrozavodsk State University*, 210-216. (In Russ.).