

УДК 338.48:502

Студ. С.К. Поплавский, маг. А.А. Львова  
Науч. рук. ст. преп. Н.И. Зданович  
(кафедра туризма и природопользования, БГТУ)

## **ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ФЕСТИВАЛЕЙ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

На сегодняшний день, кластеры являются наиболее эффективной и используемой развитыми странами формой территориальной организации экономики.

В туризме к кластерам относятся группы предприятий, расположенные в пределах региона, совместно использующие туристические ресурсы, туристическую инфраструктуру, местные рынки труда, а также осуществляющие совместное управление и маркетинговую деятельность [1].

Создание кластеров позволяет объединять предприятия, которые в незначительной степени отличаются своей деятельностью, но в процессе дальнейшего функционирования представляют собой «единый организм». «Соединив», к примеру, агроусадьбы с независимыми предприятиями можно получить «систему», которая включает в себя звенья, имеющие свои функции, но в целом создающие единый полноценный туристический продукт [1].

Особенность кластера состоит в специфике туристической услуги – основного вида экономической деятельности:

– туристический продукт по природе является многокомпонентным, т. е. в его создании принимают участие множество производителей, каждый из которых ответственен за свой сектор работ;

– туристические услуги оказываются людьми, поэтому качество их зависит от уровня подготовки персонала;

– спрос на туристические услуги постоянно меняется, если сегодня туристу интересен один продукт, то завтра его взгляд будет устремлен на совершенно другой;

– постоянное внедрение инноваций, что способствует конкурентному преимуществу туристического кластера [1].

Туристический кластер состоит из участников, каждый из которых отвечает за свой сектор обслуживания (проживание, питание, развлечение и др.), формируя т. н. «туристическую цепочку ценностей». Отсутствие одного из звеньев цепи делает туристический продукт неполноценным, вплоть до непригодности [1].

Практика внедрения кластерной системы показала, что формирование кластеров содействует более активному экономическому раз-

витию регионов, размещению предприятий и инфраструктурных объектов, содействующих дальнейшему развитию кластера [2].

Создание кластеров для экономики региона содействует:

- укреплению взаимодействия органов власти с бизнесом;
- росту эффективности малых предприятий;
- выходу продукции малых предприятий на новые, более эффективные, рынки сбыта;
- росту экономической устойчивости предприятий кластера;
- сокращению издержек производства [2].

Для успешной работы кластерной системы немаловажным является сотрудничество представителей государства, бизнеса, некоммерческих структур.

Поэтому, одной из предпосылок формирования кластера выделяется проведение совместных мероприятий в сфере туризма, что демонстрирует государственно-частное партнерство. Такие мероприятия могут быть представлены региональными фестивалями, туристическими инновационными форумами [1].

Фестиваль – культурно-массовое мероприятие, которое посвящено демонстрации достижений в какой-либо сфере искусства либо деятельности, подчиненное единой концепции, ограниченное географически и временными рамками. Фестиваль включает в себя комплекс мероприятий, объединенных единой концепцией [3].

Программа фестиваля может включать от одного до нескольких десятков различных мероприятий: концертов, выставок, конкурсов; продолжительность проведения может ограничиваться одним днем или длиться несколько недель [3].

Сегодня слово «фестиваль» означает как показ достижений в области искусства, так и в какой-либо деятельности. Среди таких можно выделить: IT-фестивали, интернет-фестивали, охотничьи, цветочные, садоводческие, рыболовные, кулинарные фестивали и т. д.

В мировой практике самыми популярными и посещаемыми являются фестивали киноискусства (самые престижные Каннский, Венецианский, Берлинский, Токийский, Московский, Каирский, в Сан-Себастьяне), кулинарные, винные и пивные фестивали (Октоберфест, «Ла Томатина», английский сырный фестиваль).

Для продвижения фестивалей распространенными видами рекламы являются наружная (афиши, билборды), на радио, на просторах Интернета и полиграфическая продукция (рекламные журналы листовки, буклеты). В Интернете для продвижения активно используют социальные сети ВКонтакте, Facebook, Instagram [3].

Для крупных фестивалей создается собственный сайт, который оформляется в фирменные цвета, содержит информацию о контактах, программе фестиваля, спонсорах и партнерах. Небольшие фестивали, чаще всего, ограничиваются группами в социальных сетях [3].

Сейчас в Республике Беларусь фестиваль рассматривается как одно из перспективных направлений в качестве презентации различных достижений в области искусств и деятельности, что содействует культурному возрождению и привлечению внимания к стране со стороны международных организаций.

Фестивальное движение охватывает города и регионы по всей территории республики. Самыми известными фестивалями являются «Славянский базар в Витебске», «Лістапад», «Рок за Бобров», «Viva Braslav Open Air», «LidBeer» и др.

Маркетинговые исследования показывают, что фестивали являются востребованными в нашей стране.

Несмотря на то, что большинство результатов опросов положительные, существует и негативное мнение, которое основано на влиянии деятельности человека на окружающую среду.

Это указывает на то, что при проведении фестивалей на экологическую тематику необходимо поднимать проблемы негативного влияния человека на окружающую среду и формировать в сознании идеи устойчивого развития.

В нашей стране уже имеется положительный опыт организации фестивалей с экологической направленностью. Примерами могут быть фестивали “Жураўлі і журавіны Міёрскага краю”, «Вишневый фестиваль» в Глубоком. Местами проведения фестивалей такой рода могут стать не только крупные города, но и агроусадьбы, при условии объединения нескольких близлежащих предприятий в кластер для совместных мероприятий.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Вертинская, Т.С. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси / Т.С. Вертинская; Бел. обществ. объединение «Отдых в деревне», Библ. сельс. туризма. – Минск, 2014. – 52 с.

2. О роли кластеров в региональном развитии [Электронный ресурс]/ novainfo.ru. – Режим доступа: <https://novainfo.ru/article/?nid=8115>. – Дата доступа: 09.04.2018.

3. Виды фестивалей и их продвижение [Электронный ресурс]/ radnews.ru. – Режим доступа: <http://www.radnews.ru/виды-фестивалей-и-их-продвижение/>. – Дата доступа: 09.04.2018.