



## ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ ECONOMY OF INDUSTRY MARKETS

DOI: 10.22363/2313-2329-2024-32-2-251-265

EDN: IWEREM


УДК 339.9

Научная статья / Research article

### Повышение туристской привлекательности российских регионов на основе кластеризации

Е.С. Богомолова , В.В. Ламбрехт  

*Российский университет дружбы народов,  
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6*

 [lamvera@yandex.ru](mailto:lamvera@yandex.ru)

**Аннотация.** Основной целью исследования является рассмотрение повышения туристской привлекательности российских регионов на основе использования кластерного подхода с учетом формирования персонализированных технологий сервиса. Для выполнения поставленной цели приводится определение структурных компонентов туристских кластеров региона с учетом специфики предоставления туристских, рекреационных услуг, видов и факторов интеграционных процессов системы организации туристских кластеров. Результатом исследования является определение макроэкономического туристского кластера, позволяющего путем объединения последовательно или параллельно производимых технологических процессов профильных специализированных предприятий туристской территории или трансграничных территорий осуществлять создание, продвижение и предоставление кластерного турпродукта с учетом потребительских предпочтений. Макроэкономический туристский кластер отражает экономическую парадигму туристско-рекреационного комплекса, включающую системность, синергизм и институционализм, а также другие признаки организации функционирования комплексобразующих структур в туристской индустрии. В ходе исследования были уточнены виды и факторы интеграционных процессов системы организации туристских кластеров, проведено обоснование содержания системы стратегического планирования макроэкономических туристских кластеров, приведена оценка состояния российского рынка туристских услуг с учетом формирования персонализированных технологий сервиса в условиях кластеризации, определены научно-прикладные аспекты диагностики и мониторинга функционирования туристских кластеров в условиях ограничения использования финансовых ресурсов, предложены рекомендации по важнейшим проблемам использования ресурсного обеспечения, ориентированных на максимальное предпочтение

© Богомолова Е.С., Ламбрехт В.В., 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

интересов и потребностей туристов в современный период развития кластеризации в туристской индустрии, а также развития интеграционно-производственных, координационных отношений деятельности профильных предприятий туристских кластеров. Отмечаются процессы, сдерживающие динамичное развитие кластерообразования в туристской индустрии, к которым следует отнести отсутствие организации по взаимодействию органов исполнительной власти трансграничных регионов, ограниченные возможности применения адаптированной методологической базы, позволяющей использовать кластерные технологии, недостаток подготовленных управленческих кадров и специалистов по вопросам формирования и использования туристских кластеров трансграничных регионов.

**Ключевые слова:** макроэкономический туристский кластер, кластеризация, туристские услуги, инвестиции, туристская привлекательность региона


**История статьи:** поступила в редакцию 20 января 2024 г., проверена 25 февраля 2024 г., принята к публикации 11 марта 2024 г.

**Для цитирования:** Богомолова Е.С., Ламбрехт В.В. Повышение туристской привлекательности российских регионов на основе кластеризации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2024. Т. 32. № 2. С. 251–265. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2024-32-2-251-265>

## Increasing the Tourist Attractiveness of Russian Regions Based on Clustering

Elena S. Bogomolova , Vera V. Lambrekht  

*RUDN University,  
6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation*

 lamvera@yandex.ru

**Abstract.** The main purpose of the study is to consider increasing the tourist attractiveness of Russian regions based on the use of a cluster approach, considering the formation of personalized service technologies. To achieve this goal, the definition of the structural components of the tourist clusters of the region is given, considering the specifics of the provision of tourist, recreational services, types and factors of integration processes of the system of organization of tourist clusters. The result of the study is the definition of a macroeconomic tourism cluster, which allows, by combining sequentially or in parallel technological processes of specialized enterprises of a tourist territory or cross-border territories, to create, promote and provide a cluster tourism product, taking into account consumer preferences. The macroeconomic tourism cluster reflects the economic paradigm of the tourism and recreational complex, including systematicity, synergy and institutionalism and other signs of organizing the functioning of complex-forming structures in the tourism industry. In the course of the study, the types and factors of integration processes of the system of organizing tourism clusters were clarified, the content of the strategic planning system of macroeconomic tourism clusters was substantiated, the state of the Russian tourism services market was assessed, taking into account the formation of personalized service technologies in the conditions of clustering, scientific and applied aspects of diagnostics and monitoring of the functioning of tourist clusters in conditions of limited use of financial resources have been identified, recommendations have been proposed on the most important problems of using resource provision, focused on maximum

preference for the interests and needs of tourists in the modern period of development of clustering in the tourism industry, as well as the development of integration-production, coordination relations between the activities of specialized enterprises of tourism clusters. The article notes the processes that hinder the dynamic development of cluster formation in the tourism industry, which include the lack of organization for the interaction of executive authorities of cross-border regions, the limited possibilities of using an adapted methodological framework that allows the use of cluster technologies, the lack of trained management personnel and specialists in the formation and use of tourist clusters of cross-border regions.

**Keywords:** macroeconomic tourist cluster, clustering, tourist services, investments, regional tourist attraction

**Article history:** received January 20, 2024; revised February 25, 2024; accepted March 11, 2024.

**For citation:** Bogomolova, E.S., & Lambrekht, V.V. (2024). Increasing the tourist attractiveness of Russian regions based on clustering. *RUDN Journal of Economics*, 32(2), 251–265. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2024-32-2-251-265>

## Введение

Туристская привлекательность российских регионов во многом обеспечивается увеличением возможности формирования и продвижения туристских продуктов в рамках кластерного подхода организации туристской сферы регионов и трансграничных территорий. Процесс кластеризации, как организационная форма, становится все более распространенным инструментом развития интеграционных и кооперированных отношений туристской сферы национальной экономики, давая тем самым дополнительный стимул для развития внутреннего туризма. Внутренний туризм служит важным механизмом социально-экономического развития для отдельных регионов, страны в целом, обеспечивая устойчивый приток национальной валюты, иностранных инвестиций и развитие многих сопряженных отраслей, а также неотъемлемой основой развития и расширения международного туризма. Современная туристская индустрия должна характеризоваться не столько формированием отдельных, обособленных профессиональных сфер, сколько функционированием взаимодополняющих туристских кластеров, которые характеризуются взаимодействием профильных туристских фирм и рекреационных организаций, компаний, расположенных близко территориально и осуществляющих свое взаимодействие для создания комплексных туристских и рекреационных услуг как конечных продуктов на основе вертикальной и диагональной интеграции.

Создание кластерного турпродукта по технологической цепочке позволяет сотрудничать туристским компаниям прежде всего на микроуровне. При этом решаются вопросы формирования конкурентоспособного и востребованного турпродукта при наименьших затратах и уровне риска. Поэтому туристский кластер характеризуется объединением технологических процессов профильных специализированных предприятий с учетом их разделения труда, последовательно или параллельно производимых для создания и предоставления

турпродукта. Кластерный подход рассматривает комплексные интеграционные процессы в группе технологически взаимосвязанных профильных компаний и обслуживающих предприятий.

Повышение туристской привлекательности региона на основе кластерного подхода влечет за собой внутренние изменения социально-экономического состояния данной территории: прогрессивные изменения отраслевой структуры региона за счет увеличения доли компаний туристской сферы, создания дополнительных рабочих мест и повышения занятости населения, а также увеличения доли высокотехнологичных новых услуг, турпродуктов, призванных удовлетворять персонализированные требования потребителей. Кластеризация направлена на осуществление эффективного делового взаимодействия между регионами страны, посредством которого расширяются возможности совершенствования туристской инфраструктуры на основе инвестиционного участия хозяйствующих субъектов и органов власти, а также решения стратегических задач пространственного развития сопредельных территорий, так как многие аттрактивные объекты могут располагаться на границе регионов и это затрудняет их использование в туристской деятельности из-за двойной административно-территориальной принадлежности. Используемые прогрессивные новшества становятся технологиями многих компаний, объединенных в туристский кластер, и являются мощным фактором формирования новых туристских продуктов, направленных на удовлетворение персонализированных потребностей туристов.

Туристский рынок больше становится ориентированным на индивидуальные решения по организации отдыха и рекреации, которые требуют проведения нестандартных бизнес-процессов или индивидуальных бизнес-процессов с максимальной эффективностью<sup>1</sup>. Акцент на персонализацию делается в связи с тем, что повышается взаимопонимание между компанией и клиентом на основе доверия и лояльности. Данная потребность обуславливается возникновением потребительского спроса на непрограммные туристские продукты, удовлетворяющие самые разнообразные туристские и рекреационные предпочтения в силу объективных геополитических, эпидемиологических, форс-мажорных условий современного периода.

Современные методологические подходы кластерообразования акцентируются на стратегических и тактических вопросах организации и дальнейшего совершенствования развития туристских кластеров, обеспечивающих узнаваемость региона, пополняемость бюджета за счет реализации высокодоходных инвестиционных проектов, инновационных технологий и улучшения пространственного расположения объектов обслуживания. При этом в теории и практике управления туристскими кластерами микро- и макроуровня отсутствуют проектирующий и прагматический подходы стратегического планирования развития туристских кластеров на основе формирования персонализированных технологий сервиса. Одним из ключевых положений является необходимость

---

<sup>1</sup> Тренды в туризме. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme> (дата обращения: 18.09.2023).

учета информационных цифровых трансформаций и ресурсного обеспечения, которые должны быть максимально сориентированы на потребности туристов. Отсутствуют организационные структурные преобразования, направленные на объединение интеллектуальных усилий и финансовых возможностей для продвижения услуг региональными туристскими кластерами, что также отражает актуальность рассматриваемой темы.

### Обзор литературы

Кластерные признаки на микро- и макроуровнях выделялись в работах А.Ю. Прохорова, О.Т. Ергуновой (Прохоров, Ергунова, 2012), И.Г. Шепелева, Ю.А. Марковой (Шепелев, Маркова, 2012), Д.А. Кощева, Д.А. Исопескум (Кощев, Исопескум, 2022), А.Ю. Александровой, Ю.Л. Владимирова (Александрова, Владимиров, 2016), О.В. Костенко (Костенко, 2016), В.Ю. Жиленко, С.К. Удалых (Жиленко, Удалых, 2017), Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцовой (Даниленко, Рубцова, 2014), В. Молчановой (Молчанова, 2016), Ю.С. Лебединской (Лебединская, 2015), М.С. Нагорной, В.В. Шевцовой (Нагорная, Шевцова, 2019), З.Г. Мирзехановой (Мирзеханова, 2015), В.Н. Рудченко (Рудченко, 2016), Е.В. Зобовой, С.Н. Моревой, Ю.Ю. Косенковой (Зобова, Морева, Косенкова, 2017), Г.М. Чернецовой, Н.В. Гомзикова (Чернецова, Гомзиков, 2019), Л.М. Борщ, С.И. Польской (Борщ, Польская, 2021) и других авторов.

Специфика экономических отношений, свойственная туристскому производству, возможности кооперирования, комбинирования операционных отношений и устойчивость вертикальных, горизонтальных, диагональных связей между туристскими компаниями представлены в работах зарубежных специалистов, таких как: М. Портер (Портер, 2010), С. Кунья, Ж. Кунья (Da Cunha, Da Cunha, 2005), М. Беннер (Benner, 2013), Ж. Рибес, А. Родригез (Perles-Ribes, Rodríguez-Sánchez, Ramón-Rodríguez 2015), М. Нарамски, К. Герман (Naramski, Herman, 2022), М. Кавальеро, Л. Джоя, Б. Майер (Cavalheiro, Joia, Mayer, 2021), А. Чхетри, С. Ароусмит, П. Чхетри, Ж. Сорсоран (Chhetri, Arrowsmith, Chhetri, Corcoran, 2013) и др.

Таким образом, в настоящий момент можно обратить внимание на исследование форм и видов интеграционных процессов организации региональных туристских кластеров и их структурных компонентов, организационный и экономический механизмы функционирования регионального туристского кластера, что подчеркивает актуальность выстраивания научно обоснованной системы управления региональными туристскими кластерами с учетом реализации инновационных элементов предоставления туристских услуг. Инновации, обеспечивая туристскому кластеру конкурентные преимущества, охватывают турпродукт, бизнес-процессы, менеджмент, инфраструктуру и логистику. Институционализация региональных туристских кластеров обеспечивает упорядочивание и контролирование взаимосвязей.

Формирование и реализация туристского продукта имеет свою технологическую особенность, так как состоит из участников, совершающих обслуживание в соответствии с цепочкой потребительских туристских ценностей,

включающих такие необходимые элементы, как информационное обеспечение, транспортные услуги, размещение, питание, страхование, экскурсионное обслуживание. В организационной практике управления процессами кластеризации до сих пор остаются слабо изученными вопросы персонализированных технологий обслуживания с учетом произведенных затрат по предоставлению туристских услуг и их социальной и экономической эффективности.

### Методы исследования

Макроэкономический туристский кластер отражает экономическую парадигму комплексобразования, включающую системность, синергизм и институционализм организации его функционирования. По определению М. Портера, кластер можно представить как «специализированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных отраслях, конкурирующих, но вместе с этим ведущих совместную работу» (Портер, 2010). Кластеризацию следует рассматривать как эффективный инструмент повышения туристской и в то же время инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности туристских компаний региона. Экономика российских регионов как дестинаций зависит от улучшения статуса конкурентоспособности регионального туризма, осуществляемого на основе кластеризации. Кластерный подход имеет исторические корни появления и является распространенным механизмом развития бизнеса в европейских странах, странах Северной Америки и Юго-Восточной Азии.

В нашей стране его влияние заметно проявляется в тяжелой промышленности, топливно-энергетическом комплексе, лесной и деревообрабатывающей промышленности и других отраслях<sup>2</sup>. В силу необходимости повышения бюджетобразующей роли туристской сферы в настоящий момент государственными органами обращается внимание на процессы кластеризации в туристской индустрии. В соответствии с разделом Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 г. «Планирование развития туристских территорий» кластеризация как процесс комплексобразования обуславливает создание конкурентоспособного туристского продукта на территории дестинации, стимулирует повышение качества доступности туристского продукта на международном и внутреннем рынках<sup>3</sup>. Кластерный подход организации туристской сферы способствует усилению мультипликативного эффекта. Кластеры обладают элементами инновационных систем, создающих высокий инвестиционный потенциал туристского региона.

Отмечая методологические особенности формирования туристских кластеров и процессов кластеризации, можно рассматривать взаимодействие про-

---

<sup>2</sup> О кластерах // Ассоциация кластеров, технопарков и ОЭЗ России. URL: <http://akitrf.ru/clusters/about/> (дата обращения: 28.09.2023).

<sup>3</sup> О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (дата обращения: 22.08.2023).

фильных компаний по линии вертикальной и диагональной интеграции для создания комплексных туристских продуктов. Признаками кластеризации в туризме являются также масштабность на региональном и межрегиональном уровне; целеполагание, направленное на повышение туристской и инвестиционной привлекательности, узнаваемости дестинации; институционализм, связанный с узакониванием качества и социальных стандартов потребления туристских услуг на основе регулирования, планирования, аудирования, мониторинга операционной деятельности взаимодействующих компаний. Комплексное кооперирование технологических процессов профильных компаний туристского бизнеса региона тоже является одним из признаков туристского кластера. К методологическому инструментарию исследования процессов кластеризации, рассматриваемому ее признаки, следует отнести системный и аддитивный (редукционистский) подходы. Системный подход ориентирован на проведение исследования во взаимодействии составляющих субъектов туристского кластера, а также комплексное рассмотрение туристского кластера с позиции исследования его внутренних взаимосвязей с внешним окружением. Редукционистский подход позволяет исследовать результаты процесса кластеризации как итог синергетического эффекта взаимодействия составляющих компонентов туристского кластера, и при этом его характеристики сводятся к суммарным свойствам его элементов.

### **Результаты и дискуссия**

Рассматривая туристский кластер как организационную форму, следует отметить его признаки, среди которых можно назвать взаимодействие профильных туристских и рекреационных фирм, компаний, расположенных близко территориально и осуществляющих свое взаимодействие для организации комплексных туристских и рекреационных услуг как конечных продуктов на основе вертикальной и диагональной интеграции. Создание кластерного турпродукта по технологической цепочке позволяет сотрудничать туристским и рекреационным компаниям прежде всего на микроуровне. При этом решаются вопросы формирования конкурентоспособного и востребованного турпродукта при наименьших затратах и уровне риска. Поэтому туристский кластер характеризуется объединением технологических процессов профильных специализированных предприятий с учетом их разделения труда, последовательно или параллельно производимых для создания и предоставления турпродукта.

Организация взаимосвязи профильных компаний на межрегиональном уровне с учетом трансграничных особенностей, например, двух регионов или дестинаций, имеющих разную территориальную подчиненность, способствует макроэкономической организации туристского кластера. Построение кластеров в настоящий момент выступает достаточно эффективной основой частного-государственного партнерства, с помощью которого государство и частный бизнес в долевом отношении финансируют проекты, имеющие длительные сроки реализации и окупаемости.

Построение кластера может осуществляться в нескольких сценариях (Зиядин, 2014):

- «сверху вниз», то есть с первоочередным образованием органов совещательной координации и мониторинга, определением стратегии кластера в целом и его ресурсной поддержкой;
- «снизу вверх», то есть выстраивание отдельных проектов и программ, интегрирующих потенциальных участников кластера;
- смешанный вариант, когда параллельно во времени сочетаются оба сценария.

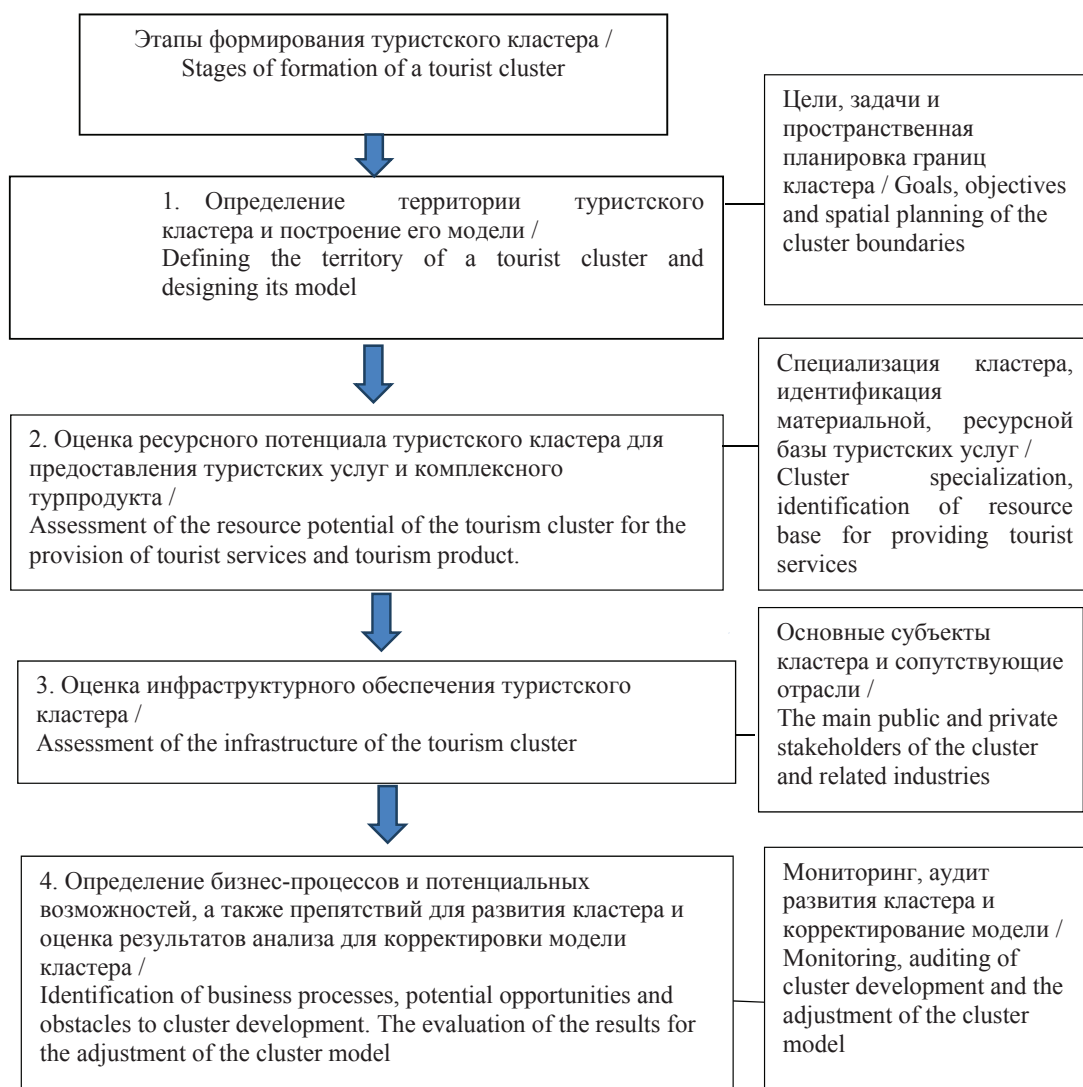
Формирование туристского кластера региона включает определение этапов проведения данной работы и процесс их реализации, что представлено на рис. 1.

Целесообразность кластерной политики обуславливается тем, что она способствует повышению конкурентоспособности субъектов туристской сферы региона и повышает возможности притока инвестиций на основе привлекательности региона. Располагаемые преимущества формирования туристского кластера предоставляют представителям регионов возможности для улучшения использования туристского потенциала в своих регионах и дальнейшей трансформации их туристской политики (Богомолова, 2021). Технологическая цепочка элементов кластера способна более рациональным способом влиять на организацию развития туризма на основе многоаспектной деятельности органов государственного управления и хозяйствующих субъектов туристской индустрии; повышение результативности работы участников кластера за счет полноценного доступа к ресурсам; ускорение процессов инновационных новшеств для всех участников кластера. Состав туристского кластера региона представлен на рис. 2.

Процессы кластеризации в туризме РФ стали активно учитываться в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма 2011–2018 гг.» при формировании механизма их реализации. По данной ФЦП к числу новых туристских кластеров были отнесены два автотуристских кластера — «Беломорские петроглифы» (Карелия) и «Ивано-Арахлейский автотуристский кластер» Забайкальского края. Также в рамках данной программы планировалось обустройство «Русской Палестины» (Московская область), расширение зон отдыха «Свияжск» и «Великий Булгар» (Республика Татарстан), создание кластеров «Царь-Град» (Республика Марий Эл), «Финно-Угорский этнокультурный парк» (Республика Коми), «Золотые пески» и «Золотые дюны» (Республика Дагестан), кластер «Старорусский» (Новгородская область) и др. Несмотря на достаточно большое финансирование создания и продвижения туристских кластеров (более 31,5 млрд руб.), данная работа проводилась на уровне регионов Российской Федерации с существенными недостатками, к которым следует отнести, прежде всего, отсутствие организации по взаимодействию органов исполнительной власти трансграничных регионов; недостаточно адаптированную методологическую базу, позволяющую использовать кластерные технологии; недостаток подготовленных управленческих кадров и специалистов по вопросам формирования и использования туристских кластеров. Исходя



из данных аудиторской проверки Счетной палаты Российской Федерации из 44 туристских кластеров полностью завершёнными в данный период являлись «Самоцветное кольцо Урала» (Свердловская область) и туристский комплекс «Кезеной-Ам» (Чеченская Республика и Республика Дагестан). Результаты проверки показали, что мероприятия, проводимые в рамках реализации федеральной целевой программы, не оказывали реально ощутимого воздействия на процессы кластеризации внутреннего туризма России <sup>4</sup>.



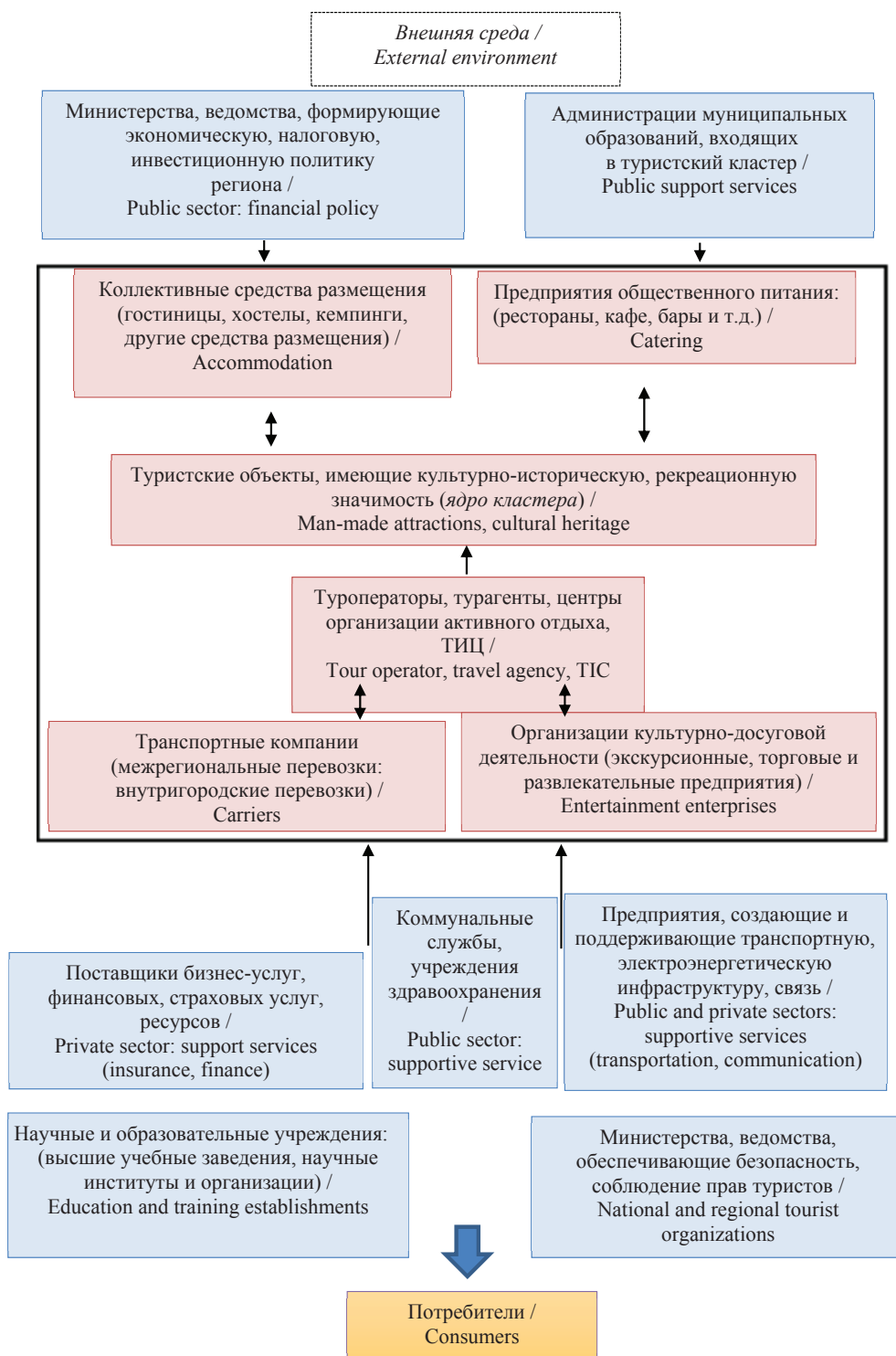
**Рис. 1.** Формирование туристского кластера региона

*Источник:* составлено авторами.

**Figure 1.** Formation of the tourist cluster of the region

*Source:* developed and compiled by the authors.

<sup>4</sup> На Кубани до 2025 г. откроются три новых туркластера. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/63687/> (дата обращения: 16.10.2023).



**Рис. 2.** Состав туристского кластера региона  
 Источник: составлено авторами.

**Figure 2.** The composition of the tourist cluster of the region  
 Source: developed and compiled by the authors.

В настоящее время продолжением Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма 2011–2018 гг.» стала Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» и Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. Концептуальный подход кластерного развития туристской сферы регионов подчеркивается в Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», предполагающей финансирование в объеме 387,64 млрд руб. из разных источников, в том числе за счет средств федерального бюджета — в размере 69,27 млрд руб. При этом предполагается финансовая поддержка тех инвестиционных проектов, которые связаны с формированием или модернизацией региональных туристских кластеров, направленных на реализацию туристского потенциала территорий, обеспечивающего достижение темпа роста туризма, превышающего в 2 раза темп роста ВВП Российской Федерации в целом<sup>5</sup>. В настоящий момент принимаются дополнительные меры по выполнению условий финансирования целевой программы. По заявлению пресс-службы Минстроя на развитие туристских кластеров в 2023–2025 гг. будут выделены средства в объеме 30 млрд руб. на основе проведения второго отбора заявок на финансирование.

Первый конкурсный отбор заявок был проведен весной 2022 г. В результате финансовая поддержка будет оказана четырем регионам: Камчатский край для туристского кластера «Три Вулкана» (2,7 млрд руб.), Республика Адыгея для туристского проекта «Лагонаки» (204 млн руб.), Тверская область для туристского проекта «Завидово парк» (436 млн руб. при общем объеме финансирования в 29 млрд руб. при поддержке госкорпорации ВЭБ. РФ) и Кемеровская область для туристского проекта горнолыжного комплекса «Новый Шерегеш» (60 млн руб.)<sup>6</sup>. Процессы кластеризации активно осуществляются в европейских развитых странах на основе усиления трансграничных туристских связей, при этом потенциальная площадь туристских кластеров рассматривается на микро- и макроуровнях в масштабах страны. Европейские кластеры характеризуются обширным составом субъектов. Так более 390 кластеров имеют в своем составе около 100 субъектов и примерно 500 кластеров от 50 до 100 участников<sup>7</sup>. Например, можно отметить из туристских кластеров Великобритании туристский кластер здорового образа жизни (Healthy Lifestyle Tourism Cluster), Шотландский туристский кластер, Лондонский туристский кластер, Проект сельского туризма (Carmarthenshire Tourism Association's Rural Tourism Cluster Project) и др. Кластеризация туристской сферы европейских стран основывается на частно-государственном пар-

<sup>5</sup> Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)».

<sup>6</sup> Туристические кластеры России. URL: <https://tass.ru/ekonomika/15437073> (дата обращения: 16.10.2023).

<sup>7</sup> Centre for Cities, McKinsey & Company, Industrial revolutions: capturing the growth potential. URL: <http://www.centreforcities.org> (accessed: 18.11.2023).

тнерстве, способствующему увеличению регионального туристского потока. В этих целях была улучшена туристская инфраструктура, которая позволяет проводить трансграничную и внутрикластерную конкуренцию, взаимное сотрудничество правительственных органов и частного бизнеса, что результативно отражается на решении задач функционирования туристских кластеров и повышения их туристской привлекательности.

### Заключение

Таким образом, повышение туристской привлекательности регионов путем кластеризации обуславливает совершенствование организационных процессов функционирования туристской сферы и позволяет применять системопологающие способы и методы организации туристского производства. Процесс кластеризации направлен на расширение межкультурных коммуникаций, частно-государственных партнерских отношений с туристским бизнесом, всегда ориентирован на комплексную разработку туристского продукта, обеспечивает развитие туризма на основе оптимального использования туристских ресурсов региона. Процесс формирования и дальнейшего развития региональных туристских кластеров должен выступать значимым организационным инструментом при решении стратегических задач в сфере развития регионального туризма, необходимым для повышения стандартов качества обслуживания и предоставления услуг в туристской сфере регионов, а также роста их инновационного потенциала и повышения уровня экономического развития.

### Список литературы

- Александрова А.Ю., Владимиров Ю.Л.* Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2016. Т. 10. № 1. С. 47–58.
- Богомолова Е.С.* Оценка экономического потенциала туристско-рекреационного комплекса региона: монография. М.: РУСАЙНС, 2021. 190 с.
- Борщ Л.М., Польская С.И.* Особенности кластерного подхода в рекреационной сфере региона в контексте цифрового развития на примере Республики Крым // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2021. № 1 (54). С. 198–211. doi 10.37279/2312-5330-2021-1-198-213
- Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В.* Сравнительный анализ туристских кластеров в регионах Прибайкалья: роль сотрудничества как фактора развития // *Экономика региона*. 2014. № 2. С.115-122.
- Жиленко В.Ю., Удалых С.К.* Кластерный подход как инструмент развития сельского туризма в РФ // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2017. Т. 3, № 4. С. 31–34.
- Зиядин С.Т.* Особенности кластерного подхода построения маркетинга туристической фирмы // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2014. № 7. С. 88–91.
- Зобова Е.В., Морева С.Н., Косенкова Ю.Ю.* Развитие туристско-рекреационных кластеров: российский и зарубежный опыт // *Социально-экономические явления и процессы*. 2017. Т. 12. № 6.

- Костенко О.В. Методологические подходы к построению стратегии развития кластера // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 16. С. 1945–1958.
- Коцеев Д.А., Исопескум Д.А. Проектирование туристских кластеров (системно-агломерационный подход): монография. М., 2022. 320 с.
- Лебединская Ю.С. Региональный туристский кластер: понятие и специфические черты // Научное обозрение. 2015. № 12. С. 360–364.
- Мирзаханова З.Г. Кластерный подход в развитии туризма (на примере Хабаровского края) // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2015, № 4. С. 87–95.
- Молчанова В. Кластерный подход в инновационном развитии регионов рекреационно-туристской специализации // сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции «Управление инновациями: теория, методология, практика», г. Новосибирск, 30 июня, 28 июля, 29 августа 2016 г.
- Нагорная М.С., Шевцова В.В. Зарубежный опыт кластерной модели управления в сфере туризма // Управление в современных системах. 2019. № 1 (21). С. 7–13.
- Портер М.Э. Конкуренция: обновленное и расширенное издание. М., 2010. 591 с.
- Прохоров А.Ю., Ергунова О.Т. Маркетинговый механизм привлечения инвестиций в кластеры // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 7. С. 22–25.
- Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. 2016. № 4 (41). С. 12–18.
- Чернецова Г.М., Гомзииков Н.В. Опыт формирования туристских кластеров в регионах Российской Федерации // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции. Симферополь, 2019. С. 351–355.
- Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры — механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 3 (11).
- Benner M. Towards a policy to promote tourism clusters, MPRA Paper 43924, University Library of Munich, Germany. 2013. P. 43–58
- Cavalheiro M., Joia L., Mayer B. Smart tourism destinations: (Mis) aligning touristic destinations and smart city initiatives. 2021. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021190132>
- Chhetri A., Arrowsmith C., Chhetri P., Corcoran J. Mapping Spatial Tourism and Hospitality Employment Clusters: An Application of Spatial Autocorrelation // Tourism Analysis. 2013. Vol. 18. no. 5. P. 559–573. <http://dx.doi.org/10.3727/108354213X13782245307830>
- Da Cunha S.K., Da Cunha J.C. Tourism cluster competitiveness and sustainability: Proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. 2005. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922005000200005>
- Naramski M., Herman K. The transformation process of a former industrial plant into an industrial heritage tourist site as open innovation. 2022. Vol. 8. P. 1–14, <https://doi.org/10.3390/joitmc8020074>
- Porter M.E. Clusters and the New Economics of Competition. 1998. P. 1–32
- Perles-Ribes J.F., Rodríguez-Sánchez I., Ramón-Rodríguez A.B. Is a cluster a necessary condition for success? The case of Benidorm. 2015. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1043247>

## References

- Aleksandrova, A.Yu., & Vladimirov, Yu.L. (2016) The features of the creation of tourist clusters in Russia (on the example of the Vologda region). *Modern problems of service and tourism*, (1), 47–58. (In Russ.).

- Benner, M. (2013). Towards a policy to promote tourism clusters. MPRA Paper 43924, University Library of Munich, Germany. P. 43–58
- Bogomolova, E.S. (2021). *Assessment of the economic potential of the tourist and recreational complex of the region*. Moscow: RUSAINS, 188 p. (In Russ.).
- Borsch, L.M., & Polskaya, S.I. (2021). Features of the cluster approach in the recreational sector of the region in the context of digital development using the example of the Republic of Crimea. *Scientific Bulletin: finance, banks, investments*, 1(54), 198–211. (In Russ.). <https://doi.org/10.37279/2312-5330-2021-1-198-213>
- Cavalheiro, M., Joia L., & Mayer, B. (2021). *Smart tourism destinations: (Mis) aligning touristic destinations and smart city initiatives*. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021190132>
- Chernetsova, G.M., & Gomzikov, N.V. (2019). Experience in the formation of tourist clusters in the regions of the Russian Federation. *Effective economic management: problems and prospects: collection of proceedings of the IV All-Russian scientific and practical conference*, 351–355. (In Russ.).
- Chhetri, A., Arrowsmith, C., Chhetri, P., & Corcoran, J. (2013) Mapping Spatial Tourism and Hospitality Employment Clusters: An Application of Spatial Autocorrelation. *Tourism Analysis*, 18(5), 559–573. <http://dx.doi.org/10.3727/108354213X13782245307830>
- Da Cunha, S.K., & Da Cunha, J.C. (2005). *Tourism cluster competitiveness and sustainability: Proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development*. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922005000200005>
- Danilenko, N.N., & Rubcova, N.V. (2014). Comparative analysis of tourism clusters in the regions of the Baikal region: the role of cooperation as a development factor. *Economy of the region*, (2), 115–122. (In Russ.).
- Koshcheev, D.A., & Isopeskum, D.A. (2022). *Designing of tourist clusters (system-agglomeration approach*. Moscow. (In Russ.).
- Kostenko, O.V. (2016). Methodological approaches to building a cluster development strategy. *Russian Entrepreneurship*, 17(16), 1945–1958.
- Lebedinskaya, Y.S. (2015). Regional tourist cluster: the concept and specific features. *Scientific review*, 12, 360–364. (In Russ.).
- Mirzekhanova, Z.G. (2015). Cluster approach in tourism development (on the example of the Khabarovsk region. *Science and tourism: strategies of cooperation*, (4), 87–95. (In Russ.).
- Molchanova, V. (2016). Cluster approach in the innovative development of regions of recreational and tourism specialization. *Collection of materials from the XVII International Scientific and Practical Conference. Innovation management: theory, methodology, practice*. (In Russ.).
- Nagornaya, M.S., & Shevtsova, V.V. (2019). Foreign experience of the cluster management model in the field of tourism. *Management in modern systems*, 1(21), 7–13 (In Russ.).
- Naramski, M., & Herman, K. (2022) The transformation process of a former industrial plant into an industrial heritage tourist site as open innovation, 8, 1–14. <https://doi.org/10.3390/joitmc8020074>
- Porter, M. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*, 1–32
- Porter, M.E. (2010). *Competition: Updated and Expanded Edition*. Moscow, 591 p. (In Russ.).
- Prokhorov, A.U. & Ergunova, O.T. (2012). Marketing mechanism for attracting investments in clusters. *Management of economic systems: electronic scientific journal*, 7, 22–25. (In Russ.).
- Perles-Ribes, J.F., Rodríguez-Sánchez, I., & Ramón-Rodríguez, A.B. (2015). *Is a cluster a necessary condition for success? The case of Benidorm*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1043247>
- Rudchenko, V.N., & Rudchenko, V.N. (2016). Clusters in tourism: features of classification, formation process and assessment methods. *Society. Wednesday. Development*, 4(41), 12–18. (In Russ.).

- Shepelev, I.G., & Markova, Y.A. (2012). Tourist and recreational clusters as a mechanism for innovative improvement of the system of strategic management of regional development. *Modern studies of social problems (electronic scientific journal)*, 3(11). (In Russ.).
- Zhilenko, V.Y., & Udalykh, S.K. (2014). Cluster approach as a tool for the development of rural tourism in the Russian Federation. *Scientific result. Business and service technologies*, 7, 88–91. (In Russ.).
- Ziyadin, S.T. (2014). Features of the cluster approach to building marketing of a travel company. *International Journal of Applied and Basic Research*, 7, 88–91. (In Russ.).
- Zobova, E.V., Moreva, S.N., & Kosenkova, Y.Y. (2017). Development of tourist and recreational clusters: Russian and foreign experience. *Socio-economic phenomena and processes*, 12(6). (In Russ.).

### Сведения об авторах / Bio notes

*Богомолова Елена Сергеевна*, доктор экономических наук, профессор кафедры туризма и сервиса Высшей школы управления, Российский университет дружбы народов. ORCID: 0000-0001-5547-1967. E-mail: bogomolova-es@rudn.ru

*Elena S. Bogomolova*, Doctor of Economics, Professor of the Department of Tourism and Service of Higher School of Management, RUDN University. ORCID: 0000-0001-5547-1967. E-mail: bogomolova-es@rudn.ru

*Ламбрехт Вера Викторовна*, старший преподаватель кафедры иностранных языков Высшей школы управления, Российский университет дружбы народов. ORCID: 0009-0009-2575-3598. E-mail: lamvera@yandex.ru

*Vera V. Lambrekht*, Senior Lecturer of the Department of Foreign languages of Higher School of Management, RUDN University. ORCID: 0009-0009-2575-3598. E-mail: lamvera@yandex.ru