

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

*Представлены результаты обобщения и систематизации теоретических подходов российских и зарубежных авторов к реализации кластерного подхода в индустрии туризма. Автором сформировано определение понятия «туристский кластер», определены объект, субъекты, цель функционирования туристских кластеров, выявлены предметы взаимодействия целевых групп туристских кластеров, предложена методика оценки интенсивности горизонтальных связей между субъектами туристского кластера.*

**Ключевые слова:** туристский кластер, индустрия туризма, региональное развитие.

Популярность кластерного подхода в различных сферах национальной и региональной экономики объясняется всё нарастающими процессами глобализации и интернационализации. Применение кластерного подхода в индустрии туризма получило своё развитие сравнительно недавно. Однако ещё Портер М. [8] в 1998 году подчёркивал важность развития туристских кластеров, аргументируя это тем, что удовлетворённость конечного потребителя определяется не только привлекательностью места назначения, но и качеством предоставляемых услуг и туристской инфраструктуры. Также, Джэксон Д. и Мерфи П. [6] подчёркивают необходимость применения кластерного подхода в туристской индустрии в связи с открывающимися возможностями развития местных рынков, усиления взаимодействия между предпринимательскими структурами региона, укрупнения бизнеса. Актуальность применения кластерного подхода в сфере туризма в Российской Федерации обозначена в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 годы» [20].

Исследованиями кластерного подхода в индустрии туризма занимались такие российские и зарубежные специалисты, как: Адамова К. З., Александрова А. Ю., Алмейда А., Беннер М., Бойко А. Е., Викс Б. Е., Власенко А. А., Грицай М. А., Гунфадурдосс Ф., Дондоков Б. Б., Дунец А. Н., Ивановик С., Катик А., Ким Н., Коль О. Д., Кострюкова О. Н., Кропинова Е. Г., Лонг В., Маевский Д. П., Малакаускайте А., Маркова Ю. А., Мартышенко Н. С., Микинак К., Митрофанова А. В., Морозова Ю. Ю., Недосвитий Н. В., Осминкина А. Д., Пидгурская Н. Н., Рассадин Б. И., Салхаб Д., Сангадиев З. Г., Сантос К., Тарабай Д., Тексейра А., Ульяновченко Л. А., Фернандо И., Феррейра Д., Ханна Х., Хваджа А. Н., Шепелев И. Г., Эстевао К. и др. Однако, с нашей точки зрения, теоретические аспекты данного подхода остаются недостаточно изученными.

В рамках данного исследования нами были обобщены, систематизированы и уточнены теоретические аспекты кластерного подхода в индустрии туризма, а именно: сформировано определение понятия «туристский кластер», определены объект, субъекты, цель функционирования туристских кластеров, выявлены предметы взаимодействия целевых групп туристских кластеров,

предложена методика оценки интенсивности горизонтальных связей между субъектами туристского кластера.

Обобщение подходов к определению понятия «туристский кластер» представлено в табл. 1.

Таблица 1

Обобщение подходов к определению понятия «туристский кластер» (ТК)

№	Автор	Понятие	Особенность	Недостаток
<i>Российские подходы</i>				
1	Митрофанова А. Н. [12]	Актуальная форма пространственной организации туризма в условиях развития рыночных отношений, которые предъявляют новые требования к организации различных видов деятельности, в т. ч. и туристской	Обозначено условие формирования ТК	Не рассмотрены целевые группы, цель ТК
2	Коль О. Д. [9]	Комплекс территориально локализованных и взаимосвязанных предпринимательских структур различных отраслей хозяйства крупного города, деятельность которых направлена на создание условий для духовных и эмоциональных переживаний потребителя туристских услуг, и повышение конкурентоспособности города на отечественном и международном туристских рынках.	Обозначена цель деятельности предпринимательских структур, входящих в состав ТК	В целевые группы не включены органы власти и общественные организации
3	Морозова Ю. Ю. [13]	Сконцентрированная на определённой территории группа социальных институтов сферы туризма и гостеприимства: туроператоры, турагенты, средства размещения, организации общественного питания, транспортные компании, вузы, научно-исследовательские институты, органы гос. власти и др., взаимодополняющие и усиливающие конкурентные преимущества отдельных компонентов и кластера в целом	Обозначены целевые группы ТК, а также цель их деятельности в ТК	Не обозначен предмет деятельности целевых групп ТК
4	Шепелев И. Г., Маркова Ю. А. [22]	Сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством и продвижением тур. продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами	Обозначен предмет деятельности ТК	Целевая группа — только предпринимательские структуры

## Продолжение таблицы 1

№	Автор	Понятие	Особенность	Недостаток
5	Хваджа А. Н., Рассадин Б. И. [21]	Кооперация, объединение усилий компаний, структур управления, которые обычно работают в одиночку, в единый комплекс по наиболее выгодному представлению ресурсов региона, формированию турпродуктов региона, их продвижению и реализации, как на внутреннем рынке услуг, так и межрегиональном и/или зарубежных рынках	Обозначен предмет деятельности целевых групп ТК	Не обозначены целевые группы ТК
6	Осминкина А. Д. [14]	Сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний: туроператоров, турагентов, сферы размещения, поставщиков туристических услуг, транспортных компаний, инфраструктуры; научно-исследовательских институтов; вузов и др. организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом	Указаны представители целевой группы ТК «предпринимательские структуры»	Не рассмотрены органы власти в качестве целевой группы ТК
7	Маевский П. М., Лучко О. Н., Кулагина Е. В., Грицай М. А., Мокеев Г. И. [11]	Территориально-производственная сеть предприятий и организаций разных секторов и сфер социально-экономического пространства	Обозначен как территориальный, так и отраслевой характер ТК	Не указаны целевые группы ТК, цель и предмет их деятельности
8	Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. [10]	Туристско-рекреационная система, состоящая из локализованных групп производственных предприятий в сфере туристского обслуживания и сопряжённых отраслей, различных непроизводственных организаций, совместная деятельность которых нацелена на удовлетворение рекреационных потребностей	Обозначены целевые группы ТК и цель их деятельности в ТК	Не обозначен предмет деятельности ТК
9	Кружалин В. И. [18]	Географически соседствующие взаимосвязанные компании, общественные организации и связанные с ними органы государственного управления, формирующие и обслуживающие туристские потоки, использующие рекреационный потенциал территории	Обозначен предмет деятельности целевых групп ТК	Не обозначена цель деятельности ТК

№	Автор	Понятие	Особенность	Недостаток
10	Тарасенков А. И. [17]	Группа предприятий туристского комплекса, объединённых единым технологическим процессом обслуживания посетителей дестинации или участвующих в формировании единого турпродукта, потребляемого одним туристом или одним сегментом туристского спроса	Обозначена особенность предпринимательских структур как целевой группы ТК	Не рассмотрены целевые группы ТК кроме предпринимательских структур
11	ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 годы» [20]	Комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабжённых необходимой обеспечивающей инфраструктурой	Указана туристская инфраструктура как составляющая ТК	Не рассмотрены целевые группы ТК кроме предпринимательских структур
12	Созиева З. И. [16]	Группа географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков специализированных услуг, инфраструктуры, образовательных центров, органов государственной власти и других организаций; взаимодополняющих друг друга и ориентированных на достижение двуединой цели: 1) удовлетворение общественных потребностей в путешествиях, отдыхе, лечении и других формах рекреации средствами туристско-рекреационной деятельности; 2) формирование конкурентоспособного сектора экономики, способствующего росту качества жизни населения и социально-экономическому развитию рекреационного региона	Обозначены целевые группы ТК и цели их деятельности	Не обозначен предмет деятельности ТК
<i>Зарубежные подходы</i>				
13	Капоне Ф. [3]	Группа географически сконцентрированных компаний и институтов, функционирующих в индустрии туризма, включая поставщиков туристских услуг, предприятия туристского обслуживания, органы власти, общественные организации, университеты	Обозначены целевые группы ТК	Не обозначены цель и предмет деятельности ТК

## Окончание таблицы 1

№	Автор	Понятие	Особенность	Недостаток
14	Бени М. [1]	Совокупность туристских аттракторов, сконцентрированных на определённой территории, обладающих определённым уровнем качества предоставления туристских услуг, деятельность которых характеризуется синергизмом в экономической, социальной и политической сферах и направлена на координацию продуктовой цепочки через взаимодействие компаний с целью приобретения сравнительных и конкурентных преимуществ	Указаны характеристики целевых групп ТК, а также цель их деятельности в рамках ТК	Не раскрыт состав целевых групп ТК
15	Диас А. [5]	Географическая концентрация культурных, социальных, экологических, экономических и трудовых видов деятельности, где местные участники и институты взаимодействуют и объединяются с целью увеличения ценности турпродукта	Обозначены виды деятельности в ТК, а также цель его функционирования	Не раскрыт состав целевых групп ТК
16	Монфорт М. [7]	Комплекс или группа предпринимательских структур индустрии туризма (размещение, питание, туристские агентства, аква- и тематические парки и т. д.), туристских аттракторов, бизнес-структур других отраслей, коммуникационной и транспортной инфраструктуры, взаимосвязанных видов деятельности (аренда, сувениры и т. д.), поддерживающей инфраструктуры, природных ресурсов и политических условий	Обозначены целевые группы ТК, а также объекты ТК	Не обозначены цель и предмет деятельности ТК
17	Куна С. К. [4]	Группа компаний и институтов, участвующих в производстве турпродукта, сконцентрированных на определённой территории, имеющих вертикальные (внутри продуктовой цепочки индустрии туризма) и горизонтальные взаимосвязи (факторы, юрисдикция, обмен информацией между бизнес-структурами, участвующими в процессе предоставления турпродукта)	Сделан акцент на виды взаимодействия между участниками ТК	Не раскрыт состав целевых групп ТК

В результате анализа табл. 1 нами были выявлены основные составляющие понятия «туристский кластер»: состав целевых групп ТК, цель функционирования ТК, предмет деятельности ТК, взаимодействие целевых групп ТК, при-

знаки ТК (географический, отраслевой). Однако ни одно из рассмотренных понятий не отражает всех вышеуказанных составляющих.

На основе обобщения подходов к определению понятия «туристский кластер», представленного в табл. 1, нами была проведена систематизация указанных подходов (см. табл. 2).

Таблица 2

Систематизация подходов к определению понятия «туристский кластер»

№ п/п	Виды подходов	Подвиды подходов	Авторы (см. табл.1)
1	Системные подходы	Объектный	11, 14
		Субъектный	7, 8, 17
		Объектно-субъектный	16
2	Структурные подходы	Все целевые группы ТК	3, 9, 12, 13
		Только предпринимательские структуры	2, 4, 6, 10
3	Процессный подход	—	1, 5

Таким образом, нами были выделены основные подходы к определению понятия «туристский кластер». Системные подходы рассматривают данное понятие как совокупность объектов (туристских аттракторов, туристской инфраструктуры) и субъектов (участники ТК) туристского кластера. При этом только подход Монфорта М. является объектно-субъектным, т. е. включает совокупность не только участников ТК, но и объектов туристской инфраструктуры.

Структурные подходы рассматривают ТК как структуру субъектов с различной степенью детализации. При этом ряд авторов в качестве субъектов ТК рассматривают только предпринимательские структуры (Шепелев И. Г., Маркова Ю. А., Коль О. Д., Осминкина А. Д., Тарасенок А. И.). С нашей точки зрения, более комплексным является подход Морозовой Ю. Ю., Кружалина В. И., Созиевой З. И., Капоне Ф., включающий в состав субъектов ТК наряду с предпринимательскими структурами органы власти и общественные институты.

Процессный подход рассматривает ТК как процесс кооперации, объединения усилий, организации туризма (Митрофанова А. И., Хваджа А. Н., Рассадин Б. И.).

Согласно Правилам по стандартизации ПР 45.02–97 [15], к определению любого понятия установлены следующие требования: определение должно быть системным, признаки, вводимые в определение, должны быть присущи всем объектам, составляющим объём понятия, определение должно быть оптимально кратким и состоять из одного предложения. Соответственно, мы предлагаем использовать системный объектно-субъектный подход к определению понятия «туристский кластер», т. к. он является наиболее комплексным и, в отличие от структурного подхода, более лаконичным.

Для того, чтобы уточнить определение понятия ТК, рассмотрим отдельно каждый из его элементов: объекты, субъекты (целевые группы) и взаимодействия между ними, цель и предмет функционирования ТК.

Объектом ТК является определенная территория, на которой расположены туристские аттракторы, обладающая сложившейся туристской инфраструктурой (туристские ресурсы региона).

Субъектами ТК являются его целевые группы: предпринимательские структуры, органы власти и государственные учреждения, население и общественные организации. Таким образом, мы разделяем подход Морозовой Ю. Ю., Кружалина В. И., Созиевой З. И. и Капоне Ф, включающий в состав субъектов ТК все вышеперечисленные группы.

Согласно подходу Куна С. К., целевые группы ТК имеют вертикальные (внутри продуктовой цепочки индустрии туризма) и горизонтальные взаимосвязи (между структурами, участвующими в процессе производства турпродукта).

Целью функционирования ТК является повышение конкурентоспособности объектов и субъектов кластера (Коль О. Д., Шепелев И. Г., Маркова Ю. А., Хваджа А. Н., Рассадин Б. И., Бени М.), а также удовлетворение рекреационных потребностей (Митрофанова А.И., Кропинова Е. Г., Тарасенок А. И., Созиева З. И.).

Предметом функционирования ТК, согласно подходам Шепелева И. Г., Марковой Ю. А., Хваджи А. И., Рассадина Б. И., Кружалина В. И., является формирование, продвижение и реализация туристского продукта региона.

Таким образом, мы предлагаем следующее определение понятия «туристский кластер»: *совокупность предпринимательских структур, органов власти и государственных учреждений, общественных организаций, функционирующих в индустрии туризма и смежных отраслях, совместно использующих туристские ресурсы определённого региона для формирования, продвижения и реализации его туристского продукта с целью удовлетворения рекреационных потребностей и повышения своей конкурентоспособности и конкурентоспособности региональной экономики.*

На наш взгляд, предложенное определение является более комплексным по сравнению с изученными подходами, поскольку отражает все аспекты понятия (объект, субъекты, предмет, цель). Также данное определение является системным (отражает совокупность объектов и субъектов ТК) и лаконичным (не детализируется ни один из аспектов понятия), что соответствует Правилам по стандартизации ПР 45.02–97.

В рамках данного исследования была сформирована структура горизонтальных связей субъектов туристского кластера. Под горизонтальными связями субъектов туристского кластера, согласно подходу Куна С. К., мы понимаем взаимодействия субъектов, входящих в ядро кластера (предпринимательских структур индустрии туризма) с другими субъектами кластера с указанием предмета такого взаимодействия. Подходы к формированию субъектной и объектно-субъектной структуры ТК были предложены следующими авторами: Митрофановой А. В., Коль О. Д., Морозовой Ю. Ю., Шепелевым И. Г., Марковой Ю. А., Маевским Д. П., Лучко О. Н., Кулагиной Е. В., Грицай М. А., Мокеевым Г. И., Дунцом А. Н. Основным недостатком предложенных вышеперечисленными авторами структур, по нашему мнению, является отсутствие предмета взаимодействия субъектов ТК. Предметы взаимодействия субъектов ТК

подробно рассмотрены в работе Беннера М. [2] «О механизме продвижения туристских кластеров». В рамках данного исследования мы адаптировали предложения Беннера М. и присвоили каждому предмету взаимодействия свой номер, который отражён в модели структуры горизонтальных связей субъектов туристского кластера (см. рис. 1).

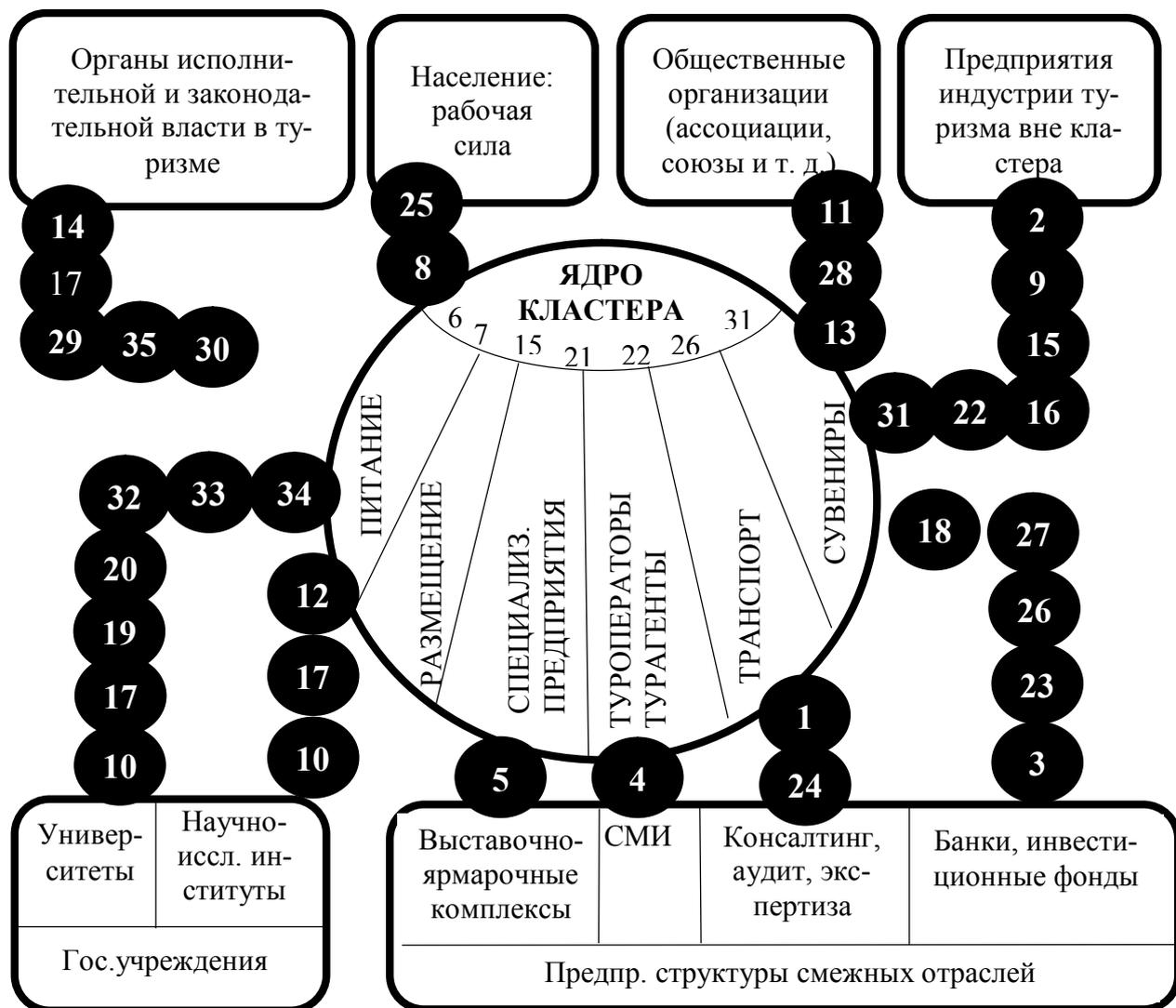


Рис. 1. Модель структуры горизонтальных связей субъектов туристского кластера

Легенда:

1	Бизнес консалтинг
2	Расширение межрегионального и международного сотрудничества
3	Ваучеры на развитие инноваций
4	Информация об участниках кластера (в газетах и публикациях)
5	Участие в выставках и ярмарках для расширения межрегионального сотрудничества
6	Использование связей с общественностью для расширения межрегионального сотрудничества
7	Формирование корпоративной культуры кластера
8	Ярмарки вакансий
9	Использование инфраструктуры ведущих компаний другими компаниями
10	Использование инфраструктуры научно-исследовательских и образовательных учреждений
11	Использование контактов с другими ассоциациями и сетями
12	Формирование технологических центров и научных парков
13	Формирование отраслевых ассоциаций и рабочих групп

14	Комплексные государственные закупки
15	Конгрессы, семинары и др. с целью установления контактов
16	Конкурсы предпринимателей и бизнес-проектов
17	Лоббирование мер в области развития образования и науки
18	Финансовая поддержка сотрудничества
19	Образовательные программы для сотрудников компаний в университетах
20	Подразделения университетов по трансферу технологий
21	Присвоение почетных наград
22	Проведение семинаров для предпринимателей
23	Продвижение целевых инвестиций во внешние компании
24	Прямое консультирование потенциальных предпринимателей донорами венчурного капитала
25	Прямые контакты между соискателями и работодателями
26	Развитие бизнес инкубаторов за счёт средств венчурных капиталов
27	Размещение венчурного капитала через венчурные фонды
28	Создание ассоциаций и рабочих групп из субъектов ТК
29	Разработка стратегий развития кластера
30	Установление общих условий конкуренции через средства стандартизации и сертификации
31	Управление совместными проектами
32	Специалисты по трансферу технологий в университетах
33	Стажировки преподавателей университетов в компаниях
34	Стипендии на стажировки, проведение курсовых/дипломных/диссертационных исследований
35	Субсидии на развитие новых видов бизнеса

Из рисунка следует, что предпринимательские структуры индустрии туризма (предприятия общественного питания, средства размещения, транспортные организации, производители сувенирной продукции, специализированные предприятия сферы организации досуга и отдыха, туроператоры и турагенты) составляют ядро кластера. Предприятия ядра кластера взаимодействуют с другими субъектами кластера:

- с органами исполнительной и законодательной власти в туризме по вопросам проведения государственных закупок, лоббирования мер в области развития образования и науки внутри кластера, разработки стратегий развития кластера с целью повышения его конкурентоспособности, получения субсидий на развитие новых видов бизнеса, установления общих условий конкуренции через средства стандартизации и сертификации;

- с населением по вопросам установления контактов между соискателями и работодателями, проведения ярмарок вакансий;

- с общественными организациями по вопросам развития межрегионального взаимодействия внутри кластера, создания отраслевых ассоциаций и рабочих групп из числа представителей компаний, научно-исследовательских организаций и университетов;

- с предприятиями индустрии туризма вне ядра кластера (в других регионах, странах) по вопросам расширения возможностей межрегионального и международного сотрудничества внутри кластера, использования инфраструктуры ведущих компаний другими компаниями, установления контактов, проведения конкурсов предпринимателей и бизнес-проектов, проведения семинаров для предпринимателей, управления совместными проектами;

– с университетами по вопросам использования инфраструктуры образовательных учреждений компаниями, лоббирования мер в области развития образования внутри кластера, разработки образовательных программ для сотрудников компаний в университетах, трансфера технологий, организации стажировок преподавателей университетов в компаниях, выделения стипендий на стажировки, проведение курсовых/дипломных/диссертационных исследований;

– с научно-исследовательскими институтами по вопросам использования инфраструктуры научно-исследовательских учреждений компаниями, лоббирования мер в области развития науки внутри кластера, формирования технологических центров и научных парков;

– с выставочно-ярмарочными комплексами по вопросам расширения возможностей межрегионального и международного сотрудничества;

– с организациями, предоставляющими услуги консалтинга, аудита, экспертизы по вопросам консультирования потенциальных предпринимателей донорами венчурного капитала, организации сотрудничества предпринимателей и экспертов;

– со средствами массовой информации по вопросам размещения информации об участниках кластера;

– с банками и инвестиционными фондами по вопросам получения инновационных ваучеров, продвижения целевых инвестиций во внешние компании, развития бизнес инкубаторов за счёт средств венчурных капиталов, размещения венчурного капитала через венчурные фонды, финансовой поддержки.

Кроме того, ряд взаимодействий осуществляется и внутри ядра кластера, в том числе: развитие бизнес инкубаторов, проведение конгрессов, семинаров и других встреч с целью установления контактов, использование связей с общественностью для расширения межрегионального сотрудничества, формирование корпоративной культуры кластера, управление совместными проектами, присвоение почётных наград, проведение семинаров для предпринимателей.

Преимуществом предложенной нами модели является возможность её использования для оценки интенсивности связей внутри туристского кластера. Согласно теории Портера М., интенсивность связей внутри кластера является показателем его зрелости. Мы предлагаем оценивать интенсивность горизонтальных связей субъектов туристского кластера исходя из оценки степени реализации предметов такого взаимодействия методом экспертного опроса. Каждому предмету взаимодействия субъектов туристского кластера (см. рис. 1) эксперт присваивает оценку степени реализации в соответствующем регионе (0 — не реализуется, 1 — реализуется частично, 2 — успешно реализуется). Далее мнения экспертов обобщаются, и выводится коэффициент интенсивности горизонтальных связей в туристском кластере (см. формулу).

$$K = \frac{\sum_{l=1}^m \left[ \frac{\sum_{n=1}^{35} d}{70} \right]}{m},$$

где  $m$  — количество экспертов;  $l$  — порядковый номер эксперта;  $n$  — порядковый номер предмета взаимодействия субъектов ТК (см. рис. 1);  $d$  — оценка степени реализации предмета взаимодействия субъектов ТК экспертом.

Значение коэффициента интенсивности горизонтальных связей в туристском кластере может варьироваться от 0 до 1, где 0 означает отсутствие горизонтальных связей субъектов ТК (кластер не развит), а 1 — высокий уровень интенсивности таких связей и, соответственно, развития самого кластера.

Предложенная методика оценки интенсивности горизонтальных связей субъектов туристского кластера может быть использована при проведении кластерного анализа и идентификации кластеров в определенном регионе.

Результаты проведённого нами исследования (определение понятия «туристский кластер», модель горизонтальных связей субъектов ТК, методика определения интенсивности горизонтальных связей субъектов ТК) могут быть использованы органами исполнительной власти регионов РФ, а также структурами, осуществляющими процесс управления туристским кластером, для разработки программных и стратегических документов развития как самого кластера, так и региона (регионов), на территории которого (-ых) он функционирует.

#### Литература

1. Beni M. (2003). *Globalização do Turismo: Megatendências do Sector e a Realidade Brasileira*, Editora Aleph, São Paulo.
2. Benner, Maximilian. Towards a policy to promote tourism clusters. 2013. Online at URL: [http://mpira.uibk.ac.at/handle/document/43924/](http://mpira.uibk.ac.at/handle/document/43924) MPRA Paper No. 43924, posted 21. January 2013 / 19:24
3. Capone F. (2004). «Regional Competitiveness in Tourism local Systems», 44 European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto.
4. Cunha S. K. and Cunha, J.C. (2005), «Tourism cluster competitiveness and sustainability proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development №, BAR. 2(2). art. 4, pp. 47–62, July/Dec.
5. Dias A. (2000), «Tourism as a leverage sector in the new model of economic growth», «Tourism Sustainability and Territorial Organization» Proceedings of XIIth Meeting 4th-10th July. 1999. Faro, Portugal.
6. Jackson J. and Murphy P. (2002) «Tourism destinations as clusters: analytical experiences from the new world», *Tourism and hospitality research*, Vol. 4, # 1, pp. 36–52.
7. Monfort M., V. M. (2000). *Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola* (Doctoral Dissertation, Universidad de Valência, Espanha, 2000).
8. Porter M. (1998) «Clusters and the new economics of competition», *Harvard business review*, vol. 76. # 6. pp. 77–90.
9. Коль О. Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // *Проблемы современной экономики*. 2010. № 1 (33).
10. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // *Региональные исследования*. 2011. № 1. С. 40–46.
11. Маевский Д. П., Лучко О. Н., Кулагина Е. В., Грицай М. А., Мокеев Г. И. Структурно-функциональная модель туристско-рекреационного кластера Омской области // *Учёные записки университета им. П. Ф. Лесгафта*. 2012. № 10. С. 99–104.

12. Митрофанова А. Н. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата географических наук. Калининград. 2010.
13. Морозова Ю. Ю. Кластерный подход к управлению организациями туристского бизнеса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Сочи. 2011.
14. Осминкина А. Д. Исследование возможностей создания информационно-аналитических моделей для построения и управления туристскими кластерами (на примере Владимирской области) // Алгоритмы, методы и системы обработки данных. 2009. №14. С. 100–105.
15. Правила по стандартизации ПР 45.02–97. Отраслевая система стандартизации. Принципы разработки нормативных документов (утв. введены в действие письмом Госкомсвязи РФ от 26 декабря 1997 г. N 7181).
16. Созиева З. И. Формирование стратегии кластерного развития туристско-рекреационного комплекса региона: на примере Республики Северная Осетия-Алания: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Созиева Залина Игоревна; [Место защиты: Рос. эконом. акад. им. Г. В. Плеханова]. Москва, 2009.
17. Тарасёнок А. И. Геоэкономика туризма: учеб. пособие. Минск: Новое знание; ИНФРА-М, 2011. С. 151.
18. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды 5 международной науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, геогр. фак-т, Москва, 28–29 апреля 2010. СПб.: Д. А. Р. К., 2010. С. 26.
19. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы». Электронный ресурс. URL: <http://правительство.рф/>. дата обращения 30.01.2013.
20. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 годы». Электронный ресурс. URL: <http://правительство.рф/>. дата обращения 30.01.2013.
21. Хваджа А. Н., Рассадин Б. И. Туристские кластеры как инструмент роста конкурентоспособности экономики Сирии // Проблемы современной экономики. 2011. № 4. С. 378–382.
22. 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. С. 10.

*Об авторе*

**Бакуменко Ольга Аркадьевна** — начальник управления международного сотрудничества ФГБОУ ВПО ПсковГУ.

E-mail: o.bakumenko@yandex.ru

*O. A. Bakumenko*

**THE THEORETICAL ASPECTS OF THE CLUSTER APPROACH IN THE TOURISM INDUSTRY**

*The article contains the results of generalization and systematization of the Russian and foreign theoretical approaches to the tourism clusters. The author formed the definition of "tourism cluster", defined object, subject, and goals of tourism clusters, identified interactions inside the tourism cluster, developed mechanism of evaluation of interactions inside the tourism cluster.*

**Keywords:** tourism cluster, tourism, regional development.