

территории группы взаимосвязанных предприятий, организаций, усиливающих конкурентные преимущества как каждого из них, так и интеграционной структуры – кластера в целом. Выигрыш от подобной концентрации образуется в результате распределения затрат на поддержание совместно используемых ресурсов [1] (Agafonov V.A., 2010). Этому способствует также географическая близость, которая дает возможность дешевизны и быстрых сроков поставки ресурсов, необходимых для бизнеса.

Таким образом, кластер позволяет увязать деятельность фирм и сформировать единый центр, который осуществляет взаимодействие всех ключевых элементов и структур (рис. 1).

Понятие кластерной структуры может применяться в различных целях как аналитического, так и практического характера.

Аналитическое исследование кластерных структур позволяет осуществлять финансово-хозяйственную деятельность в рамках отдельного предприятия, отрасли либо как объект изучения в части прогнозирования сценариев развития.

Практическая направленность кластера представляет собой объект поддержки в рамках стратегии развития отдельных территориальных образований, где предусматриваются меры по формированию интегрированных кластерных структур, предполагая, что кластеры способствуют повышению производительности, инновационности, конкурентоспособности, прибыльности и занятости, находящихся на данной территории фирм, компаний и различных предприятий.

В настоящее время главной особенностью кластера является его инновационная направленность. Кластер может быть создан практически в любой сфере экономики.

ABSTRACT:

The article considers the cluster approach in the development of tourism. We show the key elements, which form a cluster structure. We examined advantages and disadvantages of integrated cluster structures. We present the structure of tourism cluster from the point of view of the modular principle of its creation that will allow having stable cooperative connections for the creation of a tourist product, and will promote the capital growth of all members of a cluster group. Future cluster members were classified into specific groups. The infrastructure objects in the form of accommodation facilities and specific tourism types as tourism objects, which attract travel routes and tourist flows were made as dominant structures in the implementation of the cluster approach to the tourism development.

KEYWORDS: cluster approach, tourism sphere, integrated structures, tourism cluster, modular principle.

Received: 02.03.2017 / Published: 31.03.2017

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Benidze K.S. (kri-kri84@mail.ru)

CITATION:

Benidze K.S. (2017) Klasternyy podkhod v razvitiy sfery turizma [Cluster approach in the development of tourism]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 18. (6). – 895-908. doi: [10.18334/rp.18.6.37704](https://doi.org/10.18334/rp.18.6.37704)

Наглядным примером может служить сфера туризма [5] (*Vinokurova T.G., 2010*). Так, для привлечения наибольшего количества иностранных туристов гостинице недостаточно просто повысить качество предоставляемых ею услуг. Для этого важно, чтобы весь спектр услуг, соответствовал международным стандартам качества. Это может быть пребывание в аэропорту, поездка в такси, посещение ресторанов, магазинов и достопримечательностей. Необходимо также отметить роль организаций, регулирующих деятельность данных компаний и въезд иностранных туристов (например, СЭС, пожарные службы, налоговые службы, Министерство иностранных дел).

Общность интересов компаний по привлечению туристов может подтолкнуть их к сотрудничеству и совместному улучшению качества предоставляемых услуг. Кроме того, постепенно в туристский кластер вовлекаются вузы, которые готовят специалистов для этих компаний. Таким образом, в рамках кластера на первый план выходит не просто эффективность отдельных предприятий и организаций, а их «коллективная эффективность». Успех одного участника кластера стимулирует развитие следующего, в результате чего работа в кластере оказывается экономически более выгодной для всех, чем разобщенная деятельность компаний [4] (*Valyukhov S.G., 2011*).

С нашей точки зрения можно выделить три вида кластерных структур (*рис. 2*).

Территориальный кластер – это, прежде всего, интеграционное сообщество. В территориальную кластерную структуру, как правило, интегрируются предприятия малого и среднего бизнеса, получающие преимущества вследствие территориальной приближенности [2] (*Baklanova Yu. O., 2010*).

Можно выделить также кластер развития, то есть группу предприятий и организаций той же либо иной территории, которые имеют устойчивые кооперированные связи по созданию определенной продукции или же услуг, имеющих благоприятные шансы на реализацию на протяжении относительно длительного периода, что способствует устойчивому росту капитала всех участников кластерной группы.

Кластеры могут создаваться и на базе предприятий различных отраслей и сфер деятельности, которые объединяют свой ресурсный потенциал под реализацию определенных пилотных проектов, например, связанных с разработкой и выпуском высокотехнологичной продукции [1] (*Agafonov V.A., 2010*). Подобное взаимодействие позволяет обеспечивать фактор стабильности в привлечении инвестиционного ресурса, способствует созданию рабочих места.

ОБ АВТОРЕ:

Бенидзе Кристина Станиславовна, аспирант кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса {kri-kri84@mail.ru}

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Бенидзе К.С. Кластерный подход в развитии сферы туризма // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 6. – С. 895-908. doi: [10.18334/rp.18.6.37704](https://doi.org/10.18334/rp.18.6.37704)

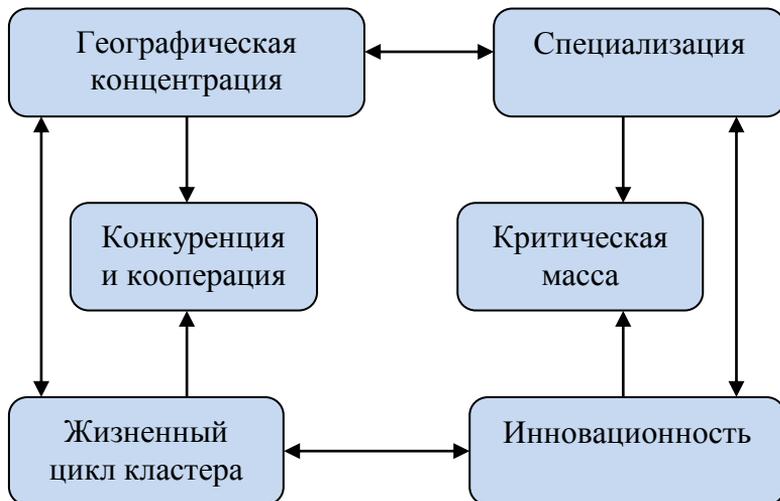


Рисунок 1. Ключевые элементы, формирующие кластерную структуру
 Источник: оставлено автором.



Рисунок 2. Виды кластерных структур
 Источник: оставлено автором.

В процессе своего развития кластерные структуры все более опираются на государственную поддержку, то есть существуют на принципах частно-государственного партнерства, формируя при этом звено наиболее значимых для кластера фирм. При этом в ходе сотрудничества малые фирмы могут быть поглощены более крупными, либо диктат государства будет достаточно жестким.

Для обеспечения успешного развития кластерных структур необходима соответствующая инфраструктура, которая регулировала бы финансовые потоки, информационную базу, консалтинговую деятельность, осуществляла продвижение продукции и услуги. Кроме того, данная инфраструктура создает условия и дальнейшие возможности для развития самого территориального образования, на котором она размещена.

Так, с учетом всего сказанного выше, к основным преимуществам территориального кластера можно отнести следующие:

1. Присутствие устойчивых систем распространения новаций, так называемая технологическая сеть.
2. Наличие дополнительных конкурентных преимуществ у входящих в кластер предприятий за счет их внутренней специализации и экономии затрат.
3. Наличие в структуре кластера гибких форм, осуществляющих предпринимательство и реализующих инновационный потенциал.

В то же время кластерный подход приводит к ряду проблем. Так как технологическое развитие является инерционным и определяет специализацию кластеров, то и направления технологической политики также инерционны, и государство на национальном уровне ограничено в выборе технологических приоритетов.

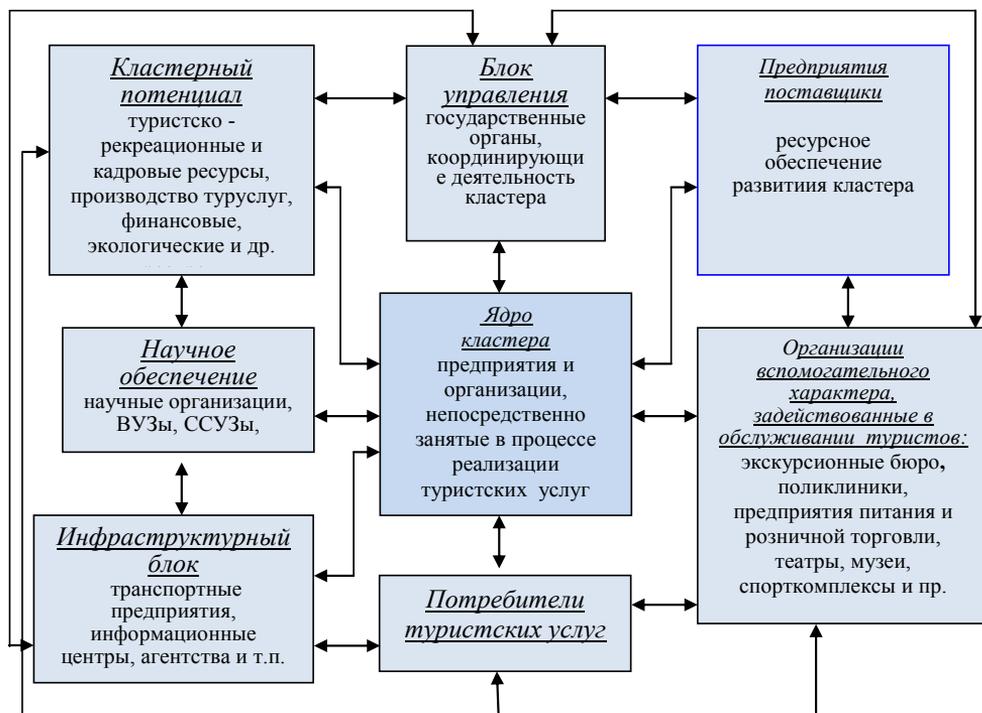
Туристский кластер как экономическая категория имеет соответственно четко определенные цели и задачи [2] (*Baklanova Yu. O., 2010*).

Основная миссия туристского кластера – это становление конкурентоспособной туристской индустрии (которая включает все элементы кластера – места привлечения, люди, знания, капитал).

«Звенья кластера» – постепенно развитые со временем, в результате преимуществ сотрудничества, гибкие, могут эволюционировать по своей природе и принимать любую форму. Звенья могут эволюционировать и видоизменяться со временем, создавая, тем самым, более формальные структуры, но всегда основанные на добровольных обязательствах.

Карта кластера – это схема, которая наглядно показывает всех прямых и косвенных участников производственного процесса, их развитость и интенсивность взаимодействия между ними. Она состоит из трех составных частей: ядро кластера, сопутствующие сферы, ресурсы кластера (*рис. 3*).

Ядро кластера – компании и организации, непосредственно вовлеченные в процесс оказания туристских услуг, то есть это туристские фирмы, оказывающие услуги по привлечению туристов. Средства размещения, транспортные компании также являются немаловажным звеном в туристском бизнесе и зачастую их включают в пакет



← → Направления кластерных взаимодействий

Рисунок 3. Структура туристского кластера

Источник: оставлено автором.

услуг, который предоставляют туристские агентства. Туристские аттракторы являются очень важной стороной карты туристского кластера, так как они выражают не только запросы туристов, но и являются отличительной чертой каждой страны в отдельности. Посетители являются очень важной частью туристского кластера, так как от предпочтений заказчика будет меняться сама карта туристского кластера.

Косвенными поставщиками туристских услуг являются предприятия питания и организации, занимающиеся безопасностью туристов. Одной из баз для развития туристского кластера является государственный сектор, который включает образовательные учреждения, занимающиеся предоставлением специалистов в туристском кластере, отраслевые ассоциации и курирующие государственные органы. Ассоциации

туристских операторов, а также средств размещения и предприятий общественного питания являются опосредованным отражением мнений данной сферы по концептуальным вопросам. Члены ассоциации должны обладать опытом работы в данной отрасли, что свидетельствует о положительных явлениях, характеризующих устойчивое положение данных фирм, знание специфики туристского рынка. Кластерные встречи обеспечивают открытое обсуждение проблем для их решения и инициатив для их развития, совместные решения; развитие и поддержание конструктивного диалога, обеспечение помощи и стратегического руководства для членов кластера. Встречи рабочих групп направлены на определение планов мероприятий, шагов для решения конкретных проблем, презентации результатов рабочей группы, привлечение международных консультантов, для обеспечения анализа и стратегического плана по вступлению на рынок, а также для привлечения инвестиций.

В рамках туристского кластера предполагаемые участники кластера могут быть классифицированы на следующие группы [3] (*Bunakov O.A., 2011*):

- туроператоры – поставщики туристских услуг;
- гостиницы;
- транспортные компании (предоставляющие автобусы, авиаперелет, железнодорожные перевозки);
- образовательные учреждения;
- комитет по регулированию торговой и туристской деятельности.

В дальнейшем, с усилением заинтересованности в кластерных инициативах, структура участников кластера может быть расширена и дополнена. Исследование структурных элементов кластера следует проводить в иерархической последовательности, начиная от крупных компаний или локализации мелких, а далее выявлять всю цепь связанных с ними фирм и организаций как вышестоящих по уровню управления, так и нижестоящих. Затем следует осуществить мониторинг предприятий отрасли, которые производят продукты и услуги. Вспомогательные горизонтальные цепочки отраслей должны быть установлены на основе реализации схожих моно специализированных производственно-технологических факторов или же связанных между собой через процесс поставок.

Следующим этапом после определения компонентов кластера может быть этап, основанный на выявлении организаций, которые готовят для него специалистов, технологии, информацию, инфраструктуру и иные групповые образования, которые входят в кластер. Завершающим шагом является выявление правительственных или иных регулирующих структур, оказывающих существенное влияние на участников кластера.

Оппоненты кластерных инициатив поясняют следующие моменты:

1. Локализация производственных структур на определенной территории в рамках кластерных интегрированных структур мешает устойчивому развитию экономики, снижая ее диверсификацию.

2. Наличие кластерных структур на определенных территориях снижает их инновационную активность, что является следствием взаимодействия различных людей с разным уровнем знаний и профессиональной подготовки, иногда воспроизводящих старые идеи, стереотипы и подходы.

Обобщая вышесказанное, считаем возможным представить типичную кластерную структуру в виде ряда модулей, обладающих системными свойствами и ориентированными на устойчивое развитие. Можно выделить следующие основные модули, формирующие кластер (рис. 4):

Производственный модуль (фундаментальная наука + инновационные технологии + образование).

Модуль управления (прежде всего управления знаниями).

Модуль экономики и финансирования.

Ресурсно-экологический модуль.

Социальный модуль.

Основной механизм, который делает кластеры экономически выгодными, – это выигрыш от распределения затрат за счет наличия общих ресурсов при географической концентрации фирм. Особенно важным из этих общих ресурсов является общий опыт и знания, которые тесно привязаны к их носителям-людям. Концентрация ресурсов также способствует инновационным прорывам, так как они требуют обычно объединения всех ресурсов в одном месте.

Преимуществами кластерного подхода в отношении государственных органов являются процессы, позволяющие комплексно и системно оценивать оперативные позиции по группам взаимосвязанных предприятий, но которые относятся к различным сферам деятельности. Кроме того, кластерные технологии позволяют применять



Рисунок 4. Модульный принцип формирования кластера

Источник: оставлено автором.

инициативы, заложенные предпринимательскими структурами и реализуемые лидерами бизнеса, что является своеобразным гарантом их успешной реализации.

Возможно определить и комплекс инструментов, которые необходимы для создания кластера:

- административно-управленческие, которые предполагают образование субъекта и объекта в кластере. При этом следует отметить, что органы исполнительной власти могут задействовать лишь косвенные меры реализации инструмента, не привлекая бизнес;
- инвестиционно-инновационные, предполагающие современную производственную, инженерную или любую другую инфраструктуру, необходимую для формирующегося кластера. Степень влияния органов власти на реализацию данных видов инструментов по сравнению с предыдущим гораздо выше;
- правовые, предполагающие формирование нормативно-правовых документов и поддерживающие соответствующие программы (кадровые, информационные, маркетинговые и т.д.).

Для создания кластера на определенной территории необходимо проведение кластерного анализа, который позволит определить структуру будущего кластера, его вероятные локальные потребности, наличие или необходимость создания смежных компаний, наличие необходимых факторных условий – инфраструктуры, квалификации специалистов, капитала и научной поддержки [2] (*Baklanova Yu. O., 2010*).

Рассмотрим специфику кластерного подхода в туризме. Кластерные технологии в сфере туризма – это подходы с позиций оптимизации туристского бизнеса и рекреационного девелопмента, то есть оптимизации туристского пространства, позволяющего осуществить переход от создания единичных объектов к формированию их связанной совокупности в форме кластеров.

Главное отличие кластера в туристской сфере от производственных кластеров заключается в том, что он имеет маршрутную территориальную организацию. Туристские маршруты по соответствующим им туристским потокам связаны воедино как элементы системы, а не как конкурирующие объекты, благодаря чему и формируется кластерная интегрированная структура.

Так, туристский кластер может быть определен как взаимосвязанная группа туристских и инфраструктурных компаний, имеющая модульную структуру и территориальную организацию, осуществляющая рекреационные функции и обеспечивающая конкурентоспособность туристских услуг.

Доминантной структурой в туристском кластере может являться как инфраструктурный объект в виде средств размещения, так и конкретный вид туризма в качестве объекта туристского интереса, к которому локализуются туристские маршруты и потоки.

Итак, ресурсный потенциал структурных элементов туристского кластера в любом территориальном образовании можно представить комплексом следующих процессных и функциональных объектов:

- особо охраняемыми природными территориями;
- памятниками историко-культурного наследия;
- музеями и спортивными комплексами;
- специально созданными туристскими объектами;
- естественными природными комплексами и искусственными аттракторами.

Наиболее значимыми примерами формирующихся кластеров в сфере туризма является активизация туристской деятельности определенной территории в связи с событиями, вызывающими значительные туристские потоки (олимпиада, форумы, спортивные события мирового масштаба и пр.).

Заключение

Исходя из вышеизложенного, можно говорить о том, что кластерный подход способствует повышению продуктивности, эффективности и конкурентоспособности, а также туристской привлекательности региона, а в целом – обеспечению устойчивого развития региональных социально-экономических систем. Это объясняется тем, что в процессе создания кластера на определенной территории формируются привлекательные стороны туристской деятельности, создается положительный имидж региона. Посредством реализации деятельности кластерных структур в сфере туризма может быть осуществлено позиционирование территории на различных уровнях, что будет способствовать привлечению потенциальных туристов в регион. Результатом развития кластерных интегрированных структур территориальных образований станет также рост положительных финансовых результатов от деятельности туристских предприятий, рост количества новых рабочих мест, что приведет к улучшению качества жизни населения территории.

ИСТОЧНИКИ:

1. Агафонов В.А. Кластерная стратегия: системный подход // Экономическая наука современной России. – 2010. – № 3. – с. 77-91.
2. Бакланова Ю. О. Оценка эффективности управление региональными инновациями. Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2/2010. №22. [Электронный ресурс]. URL: <http://uecs.mcnip.ru> (дата обращения: 08.09.2010).
3. Бунаков О.А. Кластерный подход к позиционированию в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 28. – с. 64-70.
4. Валюхов С.Г. Кластерный подход — эффективный инструмент модернизации производства и привлечения инвестиций в регион // Инновационный вестник регион. – 2011. – № 4. – с. 48-53.
5. Винокурова Т.Г. Формирование информационного туристского потенциала северных территорий России // Известия байкальского государственного университета.

- 2010. – № 2. – с. 66-70.
6. Воронин А.Н., Крылова И.В. Опыт субъектов Северо-Западного федерального округа в разработке и реализации программ развития туризма // Вестник национальной академии туризма. – 2010. – № 1. – с. 7-10.
 7. Вялкин А.Г. Агентство по развитию территорий ключевое звено инвестиционного маркетинга региона (Территориальный маркетинг) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 1. – с. 80-84.
 8. Гольшев М.А. К вопросу об измерении уровня регионального социально-экономического развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 28. – с. 50-58.
 9. Горбов Н.М., Шаховская А.А. Инновационные шумы-препятствия внедрению инноваций. , 2011. – 159-161 с.
 10. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. , 2010. – 156-172 с.
 11. Дырдонова А.Н. Методические подходы к выявлению и оценке кластеров в экономике региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 28(163). – с. 25-32.
 12. Егоров Н.Е. Инновационное развитие экономики региона на основе кластерного подхода. / монография / Н. Е. Егоров. - СПб. : Политехи. ун-т, 2010. – 212 с.
 13. Игнатьева И.Д., Мариев О.С. Методологический подход к анализу потенциала саморазвития регионов-субъектов Российской Федерации // Вестник урфу. серия: экономика и управление. – 2010. – № 4. – с. 126-136.
 14. Караванова Б.П. Методы оценки экономической эффективности инвестиций в туристскую индустрию // Вестник НАТ. – 2010. – № 4. – с. 21-23.
 15. Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики. Курск, 2016.
 16. Сущинская М.Д. Культурный туризм. / учеб. пособие / М.Д. Сущинская. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.
 17. Латыпов В.С. Государственно-частное партнерство и развитие культурно-познавательного туризма // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2010. – № 3. – с. 51-54.
 18. Левченко Т.П., Зиядин С.Т., Хамитова Д., Хасенова К.Е. Методика формирования кластера туристской фирмы // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 4. – с. 128-132.
 19. Маховикова Г.А. Инновационный менеджмент. / учебное пособие. - М.: РИОР, 2010. – 205 с.
 20. Митрофанова Е.С. Совершенствование механизма взаимодействия органов государственной власти и частного бизнеса в регулировании туристской политики // Вестник национальной академии туризма. – 2010. – № 1. – с. 14-16.
 21. Морозов М.А. Моделирование туристских дестинаций на основе кластерного под-

- хода. Megdunarodni skup «Trendovi u razvolu turizma i hotelijerstva», Kotor, jun 2011
22. Николаева И.В. Оценка кластерного потенциала региональной экономики на основе таблиц «Затраты-выпуск» (на примере Республики Саха (Якутия)) // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 14(149). – с. 43-53.
 23. Николаев М.А., Махотаева М.Ю. Методологические аспекты оценки эффективности инновационных кластеров // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономические и технические науки. – 2012. – № 1. – с. 48-60.
 24. Перепичка М.Е. Антикризисное влияние государственного сектора на современную экономику России // Национальные интересы. – 2010. – № 6. – с. 45-49.
 25. Перепичка М.Е. Актуальность кластера для России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2010. – № 14(38). – с. 64-68.
 26. Сиразетдинов Р.Т., Бражкина А.А. Универсальная структурная модель типового экономического кластера // Управление большими системами: сборник трудов. – 2010. – № 29. – с. 152-166.
 27. Смирнов В.Т., Уварова А.Я. Научные школы университетов: активизация деятельности в инновационных кластерах. / монография / В.Т. Смирнов, А.Я. Уварова и др. - Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК», 2012. – 112-115 с.
 28. Фролов Д.П., Трубина В.С. Проблема спецификации предмета региональной экономики // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 5. – с. 2-11.
 29. Шевырев М. М. Процессный подход к анализу региональных кластеров // Международная научная конференция «Актуальные вопросы экономики и управления». 2011. – с. 184-187.
 30. Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма. / Учебник. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.

REFERENCES:

- (2016). Klasternye initsiativy v formirovanii progressivnoy struktury natsionalnoy ekonomiki [Cluster initiatives in the creation of progressive structure of the national economy] Cluster initiatives in the creation of progressive structure of the national economy. (in Russian).
- Agafonov V.A. (2010). Klasternaya strategiya: sistemnyy podkhod [Clusters Strategy - System Approach]. Ekonomicheskaya nauka sovremennoy Rossii. (3). 77-91. (in Russian).
- Bunakov O.A. (2011). Klasternyy podkhod k pozitsionirovaniyu v turizme [Cluster approach to positioning in tourism]. Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal. (28). 64-70. (in Russian).
- Durovich A.P. (2010). Marketing v turizme [Marketing in tourism] INFRA-M. (in Russian).

- Dyrdonova A.N. (2010). Metodicheskie podkhody k vyyavleniyu i otsenke klasterov v ekonomike regiona [Methodical approaches to the identification and assessment of clusters in a regional economy]. Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika. (28(163)). 25-32. (in Russian).
- Egorov N.E. (2010). Innovatsionnoe razvitie ekonomiki regiona na osnove klasterogo podkhoda [Innovative development of the region's economy based on the cluster approach] SPb.: Politekhi. un-t. (in Russian).
- Frolov D.P., Trubina B.C. (2011). Problema spetsifikatsii predmeta regionalnoy ekonomiki [The problem of specifying the subject of a regional economy]. Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika. (5). 2-11. (in Russian).
- Golyshev M.A. (2010). K voprosu ob izmerenii urovnya regionalnogo sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya [On level measurement of the regional socio-economic development]. Natsionalnye interesy: priorityty i bezopasnost. (28). 50-58. (in Russian).
- Gorbov N.M., Shakhovskaya A.A. (2011). Innovatsionnye shumy-prepyatstviya vnedreniyu innovatsiy [Innovative noise-barriers to implementation of innovations] Logos. (in Russian).
- Ignateva I.D., Mariev O.S. (2010). Metodologicheskiy podkhod k analizu potentsiala samorazvitiya regionov-subektov Rossiyskoy Federatsii [Methodological approach to the analysis of the selfdevelopment potential of the regions - subjects of the russian federation]. Vestnik urfu. seriya: ekonomika i upravlenie. (4). 126-136. (in Russian).
- Karavanova B.P. (2010). Metody otsenki ekonomicheskoy effektivnosti investitsiy v turistskuyu industriyu [Methods for assessing the economic efficiency of investment in the tourism industry]. Vestnik HAT. (4). 21-23. (in Russian).
- Latypov B.C. (2010). Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo i razvitie kulturno-poznavatel'nogo turizma [Public-private partnership and the development of cultural and educational tourism]. Finansovaya analitika: problemy i resheniya. (3). 51-54. (in Russian).
- Levchenko T.P., Ziyadin S.T., Khamitova D., Khasenova K.E. (2015). Metodika formirovaniya klastera turistskoy firmy [Technique of formation of tourist cluster firms]. Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnyh i fundamentalnyh issledovaniy. (4). 128-132. (in Russian).
- Makhovikova G.A. (2010). Innovatsionnyy menedzhment [Innovative management] M.: RIOR. (in Russian).
- Mitrofanova E.S. (2010). Sovershenstvovanie mekhanizma vzaimodeystviya organov gosudarstvennoy vlasti i chastnogo biznesa v regulirovanii turistskoy politiki [Improving cooperation scheme between government bodies and private business in tourism policy regulation]. Vestnik natsionalnoy akademii turizma. (1). 14-16. (in Russian).
- Morozov M.A., Morozova N.S., Karpova G.A., Khoreva L.V. (2014). Ekonomika turizma [Tourism economics] M.: Federalnoe agentstvo po turizmu. (in Russian).

- Nikolaev M.A., Makhotaeva M.Yu. (2012). Metodologicheskie aspekty otsenki effektivnosti innovatsionnykh klasterov [Methodological aspects of cluster efficiency assessment]. Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomicheskie i tekhnicheskie nauki. (1). 48-60. (in Russian).
- Nikolaeva I.V. (2010). Otsenka klasterного potentsiala regionalnoy ekonomiki na osnove tablits «Zatraty-vypusk» (na primere Respubliki Sakha (Yakutiya)) [Assessment of the cluster potential of the regional economy on the basis of the Input-Output tables (by the example of the Republic of Sakha (Yakutia))]. Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika. (14(149)). 43-53. (in Russian).
- Perepichka M.E. (2010). Aktualnost klastera dlya Rossii [The cluster relevance for Russia]. Finansovaya analitika: problemy i resheniya. (14(38)). 64-68. (in Russian).
- Perepichka M.E. (2010). Antikrizisnoe vliyanie gosudarstvennogo sektora na sovremennuyu ekonomiku Rossii [Anticrisis influence of the state sector on the modern economy of Russia]. Natsionalnye interesy. (6). 45-49. (in Russian).
- Shevyrev M. M. (2011). Protsessnyy podkhod k analizu regionalnykh klasterov [Process approach to the analysis of regional clusters] International Scientific Conference "Current issues of economics and management". 184-187. (in Russian).
- Sirazetdinov R.T., Brazhkina A.A. (2010). Universalnaya strukturnaya model tipovogo ekonomicheskogo klastera [Universal structural model of a standard economic cluster]. Upravlenie bolshimi sistemami: sbornik trudov. (29). 152-166. (in Russian).
- Smirnov V.T., Uvarova A.Ya. (2012). Nauchnye shkoly universitetov: aktivizatsiya deyatelnosti v innovatsionnykh klasterakh [Universities' schools of science: activation of activity in innovative clusters] Orel: FGBOU VPO «Gosuniversitet - UNPK». (in Russian).
- Suschinskaya M.D. (2010). Kulturnyy turizm [Cultural tourism] SPb.: Izd-vo SPbGUEF. (in Russian).
- Valyukhov S.G. (2011). Klasterный podkhod — effektivnyy instrument modernizatsii proizvodstva i privlecheniya investitsiy v region [Cluster approach is an effective tool for production modernization and attraction of investments in the region]. Innovatsionnyy vestnik region. (4). 48-53. (in Russian).
- Vinokurova T.G. (2010). Formirovanie informatsionnogo turistskogo potentsiala severnykh territoriy Rossii [Formation of the information tourist potential of the northern territories of Russia]. Izvestiya baykalskogo gosudarstvennogo universiteta. (2). 66-70. (in Russian).
- Voronin A.N., Krylova I.V. (2010). Opyt subektov Severo-Zapadnogo federalnogo okruga v razrabotke i realizatsii programm razvitiya turizma [Experience of subjects of the north-west federal district in development and implementation of tourism development projects]. Vestnik natsionalnoy akademii turizma. (1). 7-10. (in Russian).
- Vyalkin A.G. (2010). Agentstvo po razvitiyu territoriy klyuchevoe zveno investitsionnogo marketinga regiona (Territorialnyy marketing) [The urban development agency is a key element of investment marketing in the region (Territorial marketing)]. Journal of Marketing in Russia and Abroad. (1). 80-84. (in Russian).