

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южный федеральный университет»

На правах рукописи



Лапин Александр Сергеевич

**РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ЮГА РОССИИ В УСЛОВИЯХ
СТАНОВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ**

Специальность: 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика:
региональная экономика

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, доцент
Чараева Марина Викторовна

Ростов-на-Дону – 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ	15
1.1 Пространственное развитие российских регионов с ракурса функционально-отраслевой кластеризации	15
1.2. Обеспечение сбалансированности регионального социально-экономического развития с использованием возможностей туристической отрасли	34
1.3 Специфические особенности функционирования региональной экономики при формировании туристических кластеров	56
ГЛАВА 2. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ ЮГА РОССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ОТРАЖАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ (на материалах СКФО и ЮФО)	74
2.1. Выявление базовых тенденций развития региональной экономики при кластеризации туристической отрасли в период санкционных ограничений	74
2.2. Анализ проблем и перспектив формирования туристических кластеров в региональной экономике Юга России	91
2.3. Использование программно-целевого подхода для развития экономики российских регионов при формировании туристических кластеров	114
ГЛАВА 3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ	129
3.1 Алгоритмизация механизма создания кластеров туристической отрасли в региональном экономическом пространстве Юга России	129
3.2. Рекомендации по подготовке дорожной карты развития экономики Юга России при формировании межрегиональных туристических кластеров (на материалах ЮФО и СКФО)	148
3.3. Определение потенциальных изменений структуры региональной экономики на основе оценки эффективности и устойчивости функционирования туристических кластеров	166
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	182
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	193

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Устойчивость регионального развития в современных условиях рассматривается с позиции использования кластеризации в качестве базового инструмента, обеспечивающего как экономическую стабильность всего региона, так его отдельных подсистем и субъектов хозяйствования. Тренды глобализации сменяются трендами глокализации, подразумевающими сохранение и усиление региональных различий, достаточно выгодных для развития экономики региона. На этом фоне внедрение кластерного подхода в региональную экономику особенно в сферу туристической индустрии способствует укреплению общих конкурентных позиций каждого из его участников за счет того, что кластерной структуре становится легче функционировать в экономической системе региона.

Процессы ускоренного и устойчивого территориального развития Российской Федерации подразумевают необходимость и целесообразность создания в регионах кластеров, в том числе и туристическо-рекреационной направленности. Особую значимость формирования туристических кластеров имеет для Юга России, содержательно представляя собой сложный процесс, позволяющий устранить дисбаланс социально-экономического развития между федеральными округами, субъектами Федерации и отдельными территориальными образованиями, обеспечивая устойчивый рост экономики каждого уровня.

В этой связи, актуальной задачей развития экономики и повышения ее конкурентоспособности является активизация отечественного туристического рынка путём эффективного и рационального использования природных ресурсов, используемых для подготовки современных туристических и рекреационных комплексов и их региональной инфраструктуры. Данный вектор развития целесообразно органично встроить в ESG-концепцию региона и заложить фундамент ее формирования, где

туристическая отрасль должна выступить драйвером устойчивого развития региональной экономики.

Таким образом, основой экономического роста региона и эффективным инструментом взаимодействия между региональными субъектами станет туристический кластер, который может при успешной реализации своих основных задач сформировать предпосылки повышения инвестиционной привлекательности Юга России и роста экономического благосостояния всех его участников. В настоящее время для отечественной туристической отрасли созданы уникальные возможности развития, обусловленные физической и экономической недоступностью многих традиционных зарубежных курортов и туристических маршрутов, предоставляя российским регионам новый шанс развития своих рекреационных, природных и историко-культурных ресурсов, используя их для формирования уникальных туристических брендов в качестве новой платформы роста региональной экономики.

Степень разработанности проблемы. Исследованием сущности, характеристик и классификации кластеров в региональной экономике занимались зарубежные и отечественные ученые-экономисты, при этом наиболее интересными в рамках тематики настоящего исследования представляются труды Барановой О.А., Вазагова В.М., Газимагомедова Р.К., Колесникова А.М., Кощеева Д.А., Литвиновой Т.В., Маршалла А., Парто С., Портера М., Прайса В., Скибина С.А., Тавбулатовой З.К., Татуева А.А., Хазалия Н.А., Янга Л. Теоретико-методологической основой диссертационного исследования стали научные работы отечественных ученых, рассматривающих роль туристической отрасли, в том числе в период санкционных ограничений в развитии экономики региона: Абесалишвили М.З., Аликаевой М.В., Барашок И.В., Боголюбова В.С., Боголюбовой С.А., Бутузова А.Г., Гончаровой Н.А., Деркачевой Л.Н., Захаровой Е.Н., Канаева А.С., Кидакоевой М.Р., Кирьяновой Л.Г., Кокова Н.С., Кропиновой Е.Г., Куек С.Е., Митрофановой А.В., Магомедовой П.Н., Рысаевой М.А., Ситкевич Д.А.,

Штогрин С.И. и др.

В диссертации рассматриваются вопросы развития и формирования региональных туристических кластеров, которые нашли отражение в научных трудах Бабосюк А.В., Вертинской Т.С., Гизатуллиной О.М., Давыдович А.Р., Даниленко Н.Н., Клицуновой В.А., Крутик А.Б., Рубцовой Н.В., Сафоновой А.А., Розановой Т.П., Самариной В.П., Стыцюк Р.Ю., Сырковой И.С., Цепиловой Е.С., Швец Ю.Ю.

Исследованию специфических особенностей развития регионов СКФО и процессов кластерообразования посвящены работы Александрова В.В., Аванесова А.Г., Аванесовой Е.А., Асланова Д.И., Бельсиговой К.В., Белозор Л.И., Гаджикеримова М.Р., Голубовой М.И., Ершовой Е.Ю., Ершова Ю.В., Кантемировой М.А., Коваленко А.А., Коростелева Д.Г., Кривцова И.В., Куловой М.Р., Мочальникова В.Н., Огарковой И.В., Петрив А.А., Строева В.В. и др.

Несмотря на наличие достаточно большого количества фундаментальных трудов, посвященных процессам создания и развития региональных туристических кластеров как важнейших драйверов устойчивого развития региона, сохраняются методологические и научно-практические вопросы, связанные с оценкой эффективности их функционирования и возможностью применения таких алгоритмов кластерного развития, которые учитывали бы специфику региональной экономики и пространственного развития уникальный для каждой территории набор факторов, формирующих экономический потенциал. Эти основные положения определили своевременность и актуальность проведения настоящего диссертационного исследования.

Целью диссертационного исследования является формирование теоретико-методических рекомендаций по развитию экономики Юга России на основе трансформации регионального экономического пространства.

Поставленная цель обусловила необходимость решения ряда важных задач:

- развить теоретико-методические основы роста экономики Юга России на основе установления соответствия экономических, социальных и экологических функций региональным экономическим задачам и возможностям использования кластеризации как соответствующего инструмента;

- обосновать выбор отрасли-драйвера развития и повышения эффективности экономики Юга России в ракурсе формирования и функционирования туристических кластеров как туристско-рекреационных особых экономических зон;

- выделить среди региональных экономических показателей базовые индикаторы кластеризации при постановке и обосновании стратегических целей роста экономики региона;

- разработать предложения по трансформации регионального экономического пространства путём объединения экономических ресурсов при формировании межрегионального туристического кластера, что позволит повысить результативность экономики регионов;

- сформулировать рекомендации по оценке эффективности и устойчивости экономики Юга России в условиях функционирования туристических кластеров для определения потенциальных структурных экономических изменений.

Объектом диссертационного исследования выступает процесс формирования туристических кластеров как драйверов роста экономики Юга России.

Предметом исследования являются экономические отношения, складывающиеся в экономике региона при кластеризации отраслей как современной основы организации социально-экономического пространственного развития региона.

Соответствие темы диссертации требованиям Паспорта специальностей ВАК (по экономическим наукам). Диссертационное исследование выполнено в соответствии с Паспортом научной

специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: региональная экономика (п. 1.8. Структура региональной экономики по отраслям и формам собственности. Экономическая специализация регионов; п. 1.14. Особые экономико-правовые режимы регионального и местного развития).

Теоретико-методологическая основа исследования. При выполнении исследования в качестве теоретической базы использовались труды российских и зарубежных авторов в области теории и практики функционирования региональной экономики, формирования условий роста её устойчивости, концептуальных основ кластерного пространственного развития, процесса кластеризации отраслей, которые выступают ключевыми в отраслевой структуре экономической системы региона. Использование фундаментальных методов и подходов к анализу статистического материала позволили выделить туристические кластеры как движущую силу развития региональной экономики в условиях санкционных ограничений и открывшихся возможностей активизации туристической отрасли в экономике Юга России. Графическая интерпретация статистических данных анализа экономики Юга России в отраслевом разрезе позволили определить пути межрегионального экономического взаимодействия на основе кластеризации, а системный анализ и методы экономического моделирования дают возможность представить трансформацию регионального экономического пространства и дать рекомендации, по оценке эффективности и устойчивости экономики Юга России.

Методологическая основа диссертации учитывает особенности такого экономико-правового режима регионального и местного развития как кластер с ракурса рассматриваемых и решаемых региональных экономических проблем, адекватна поставленным целям и задачам, что позволило сформировать достаточную эмпирическую базу для разработки и внедрения предложений, связанных с кластеризацией туристической отрасли в экономике Юга России.

Инструментарно-методическая база исследования. Практическая

часть диссертационного исследования предполагает использование таких методов и технологий научного познания как анализ, синтез, абстрагирование, обобщение данных, методы прогнозных и экспертных оценок, динамические и статические, экономико-статистические, что обеспечило получение качественных и количественных оценок основных положений работы.

Информационно-эмпирическая база исследования представлена аналитическими обзорами рейтинговых агентств и научных организаций, данными Росстата и его региональных подразделений, а также сведениями, полученными из специализированных аналитических отчетов, посвященных обзору развития экономики Юга России и туристической отрасли в российских регионах, а также вопросам кластеризации, пространственного развития, официальными данными о макроэкономических показателях, размещенных в сети Интернет, результатами авторских прикладных наблюдений и исследовательских обобщений. Институционально-нормативной базой исследования выступили Конституция Российской Федерации, федеральные, региональные, местные законодательно-правовые и нормативные акты государственных органов РФ, программные документы в области развития региональной экономики, внутреннего туризма и активизации процессов отраслевой кластеризации в российских регионах.

Рабочая гипотеза диссертационного исследования. Региональное экономическое развитие на основе активизации туристической отрасли предопределено тем, что в условиях геополитических событий и санкционных ограничений она получила возможность для опережающего роста, а отдельные регионы теперь рассматривают реализацию своего экономического потенциала через призму формирования туристических кластеров для обеспечения экономической устойчивости. Однако достижение такого эффекта возможно только в том случае, если будут применены оптимальные в современных условиях экономические и организационно-методические инструменты, учитывающие специфику

экономики каждого региона и особенности функционирования туристических кластеров в ней. Поэтому необходима четкая алгоритмизация механизма пространственного развития туристических кластеров как формы функционирования туристско-рекреационных особых экономических зон, подготовка адаптированных под специфику экономики каждого региона дорожных карт и модификация существующей системы оценки эффективности региональной экономики и деятельности туристических кластеров для определения экономических эффектов и структурных изменений. Такой подход позволит использовать конкурентные преимущества каждого участника кластеризации туристической отрасли и создать общий синергетический эффект в рамках стратегического развития региональной экономики.

Положения, выносимые на защиту:

1. Обеспечение устойчивого развития региональной экономики лежит в системе координат эффективного взаимодействия экономической, экологической, социальной подсистем и включает соответствие задач кластеризации функциям региональной экономики. Такой подход приведёт к формированию новых финансово-экономических возможностей через призму кластерообразования и достижения ESG-целей, что позволит выстроить экономические отношения и взаимосвязи как в структуре экономики региона, так и на межрегиональном уровне;

2. Развитие экономики Юга России в настоящее время определяется возможностями выделения и активизации функционирования отраслей-драйверов, создающих в экономической системе мультипликативный эффект. С этой позиции особое значение приобретает становление туристско-рекреационных особых экономических зон в форме туристических кластеров с учетом интересов всех стейкхолдеров и идентификация основных элементов – управленческой группы, координатора и ядра кластера, взаимосвязей между ними, объединения ресурсов в рамках достижения стратегических экономических целей развития региона;

3. Исследование и апробация региональных экономических показателей выявили их широкий спектр, сложности аналитической обработки и интерпретации полученных результатов при структурной оценке региональной экономики. В этой связи представляется целесообразным выделение среди них оценочных индикаторов, с помощью которых можно судить об эффективности реализации того или иного этапа развития кластера, выявления характерных проблем, через призму жизненных циклов, что позволит проводить оценку влияния функционирования туристических кластеров на экономическую деятельность региона с учётом его социально-экономических приоритетов.

4. Масштабизация регионального экономического развития предполагает объединение сил нескольких регионов для обеспечения больших эффектов от мероприятий, посредством реализации которых достигаются стратегические экономические цели. С позиции кластеризации отраслей экономики Юга России целесообразна разработка дорожной карты создания туристических кластеров в СКФО и ЮФО, которые могут быть в дальнейшем интегрированы в единый межрегиональный кластер за счет Краснодарского края и Республики Адыгея с последующим расширением его до Ростовской области и Республики Крым. Таким образом, дорожное картирование кластеризации позволит направить усилия на рост экономических результатов в рамках межрегионального взаимодействия и трансформации пространственно-экономического развития Юга России.

5. Методологические недостатки подходов к анализу эффективности работы кластеров в структуре региональной экономики определяют необходимость составления нескольких систем оценки их деятельности в рамках определения влияния на региональную экономику. В этой связи следует разработать параметрические характеристики на основе субъектно-объектного подхода и выделить показатели оценки четырех составляющих устойчивости региональной системы: экономической, социальной, экологической и государственного управления, что даст

возможность учитывать влияние кластеризации отраслей на экономическое развитие и проводить достоверный структурный анализ региональной экономики.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в развитии теоретико-методических основ и разработке научно-практических рекомендаций, направленных на рост экономики Юга России, в том числе, за счет процесса кластеризации туристической отрасли как главного источника повышения её эффективности, путём алгоритмизации механизма создания туристических кластеров - особых экономических зон, что обеспечит устойчивость и мультипликативный эффект всей региональной экономики.

Результаты исследования, характеризующие научную новизну, состоят в следующем:

1. Развита теоретико-методические основы роста экономики Юга России через призму установления соответствия задач кластерообразования экономическим, социальным и экологическим функциям региональной экономики, с целью стратегической интеграции межрегиональных экономических отношений, и партнёрского взаимодействия при туристско-рекреационной кластеризации, что создаст предпосылки для аккумуляции ресурсов и их дальнейшего использования в экономическом пространстве региона;

2. Обоснованы отраслевые направления экономического развития Юга России, с выделением роли туристической отрасли - драйвера, способного создать мультипликативный эффект роста экономики региона, путем формирования туристических кластеров как совокупности туристско-рекреационных особых экономических зон с использованием стейкхолдерского подхода и выделением управленческой группы, координатора, ядра и каркаса кластера, что позволит повысить устойчивость региональной экономики;

3. Выделены базовые индикаторы среди региональных экономических показателей, отражающие процесс кластеризации

туристической отрасли в региональной экономике в соответствии с этапами жизненного цикла кластера: 1) агломерация; 2) развитие; 3) расширение; 4) зрелость; 5) трансформация, что позволит идентифицировать вектор создания межрегионального кластера с учётом приоритетов социально-экономического развития каждого включённого в этот процесс региона и социально-экономические результаты, получаемые в рамках кластеризации отраслей региональной экономики;

4. Разработаны предложения по трансформации регионального экономического пространства Юга России при межотраслевой и межрегиональной кластеризации совокупности туристско-рекреационных особых экономических зон ЮФО и СКФО с использованием дорожного картирования, включая создание рамочных условий, документальное закрепление участников, отбор проектных идей, инфраструктуры, составление перечня межкластерных инициатив, реализацию мероприятий направленных на обеспечение роста кадрового потенциала, брендизацию территорий, что позволит сформулировать модульные решения межрегионального экономического взаимодействия;

5. Сформулированы рекомендации по развитию экономики Юга России с точки зрения совершенствования системы оценивания эффективности деятельности туристических кластеров за счет модификации оценочных показателей: для объектов - ключевые показатели эффективности оценки туристической дестинации в экономике региона; для субъектов - индикативные экономические показатели оценки эффективности деятельности участников кластера; выделены экспертные оценки, которые применяются к отдельным компонентам кластера, что позволяет всесторонне проанализировать и учесть специфику отраслевой кластеризации, а также получаемые эффекты для региональной экономики.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что основные положения и выводы представляют собой определённый вклад в развитие теории функционирования региональной экономики в части

определения роли кластеризации в рамках выделения отраслей-драйверов активизации региональных экономических процессов, выстраивания межрегиональных связей на платформе объединения экономических ресурсов для достижения мультипликативного эффекта в экономической системе региона. Такая теоретическая интерпретация современного развития региональной экономики позволит отрегулировать трансформацию пространственного становления отраслевых кластеров и повысить эффективность реализации в них экономических отношений.

Теоретические результаты исследования состоят в обосновании необходимости преобразования в новых экономических условиях существующих подходов к развитию региональной экономики на основе отраслевой кластеризации в российских регионах, что позволит усовершенствовать существующий механизм пространственного экономического развития и алгоритм выбора отраслевой специализации в целях активизации инвестиционной деятельности региона и интенсификации экономики в целом.

Практическая значимость исследования заключается в высоком потенциале использования в практической деятельности органов региональной власти и отраслевых министерств и ведомств базовых индикаторов, отражающих социально-экономическое развитие региона для определения возможностей кластеризации ключевых отраслей, наработок по трансформации региональной экономики в рамках создания межрегиональных кластеров туристско-рекреационных особых экономических зон на Юге России (на материалах СКФО и ЮФО).

Отдельные положения диссертации в части совершенствования алгоритмов кластеризации отраслей и трансформации классических механизмов отраслевого развития при переходе к кластерной модели функционирования региональной экономики могут быть использованы департаментами органов государственной власти, курирующими вопросы регионального экономического развития.

Апробация результатов исследования. Некоторые аспекты исследования изложены на всероссийских и международных научно-практических конференциях, проходивших в Москве, Екатеринбурге, Смоленске, Ростове-на-Дону. Результаты исследования в части разработки дорожной карты создания межотраслевого и межрегионального туристического кластера СКФО и ЮФО, включая формирование стратегии, рамочных условий для всех участников, их документальное закрепление, отбор проектных идей, создание дружественной внешней среды кластера, брендизации территорий СКФО и ЮФО внедрены в практическую деятельность Министерства экономического развития Ростовской области.

Материалы диссертации используются Институтом управления в экономических, экологических и социальных системах ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» при чтении дисциплин «Экономика предприятия (продвинутый уровень)», «International business (Международный бизнес)», «Инструментарий анализа бизнес-решений» в рамках реализации образовательной программы по направлению 38.04.01 Экономика (магистратура).

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

Публикации и структура работы. По теме диссертационного исследования опубликовано 11 научных работ, из которых 6 работ в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Диссертация состоит из введения, трех глав (9 параграфов), содержащих 25 рисунков, 15 таблиц, заключения и списка литературы, включающего 127 наименований.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

1.1 Пространственное развитие российских регионов с ракурса функционально-отраслевой кластеризации

Актуализация обращения к пространственному развитию российских регионов в последнее время связана с целесообразностью структурной перестройки ряда региональных экономик и выделением отраслей, которые станут драйвером экономического развития и создадут мультипликативный эффект в региональном экономическом пространстве.

Региональное пространство определяется различными признаками, в том числе однородностью природных условий, состоянием материально-технической базы, производственных отношений и производительных сил. Безусловно, каждый регион обладает присущими только ему природно-климатическими особенностями, ресурсной базой, уникальным территориальным и инфраструктурным размещением. Отпечаток на особенности отраслевой структуры региона, специфику ведения хозяйства, уровень экономического развития также накладывают исторические связи, национальные, культурные черты. С экономической точки зрения региональная идентичность характеризуется уникальностью видов экономической деятельности, имеющими место экономическими отношениями и связями, внутрирегиональными и межрегиональными коллаборациями, целостностью и единством регионального производственного комплекса, функционирующего в экономике.

Безусловно, регион имеет отраслевую направленность и структуру отраслей. Роль каждой отрасли в экономическом развитии определяет соответствующие пропорции, создаёт комплекс свойств, определяющих единое региональное экономическое пространство, однородность сырья, материалов, энергии. Отраслевую структура региональной экономики можно

представить с разных позиций. Отечественная классификация отраслей экономики выделяет производственную и непроизводственную сферы. К производственной относятся промышленность, сельское хозяйство, строительство, торговля, транспорт, энергетика. Непроизводственная сфера включает: здравоохранение, искусство, образование, культура, туризм, социальное обеспечение, физическая культура, фундаментальная наука.

Такое секторное представление региональной экономики позволяет с одной стороны разграничить влияние каждой отрасли на общеэкономические результаты региона, а с другой стороны представить совокупный взгляд на развитие регионального экономического пространства как единого целого.

Концептуальные основы функционирования региональной экономики представляют экономическое пространство как территорию, характеризующуюся рядом социально-экономических процессов, сложившихся исторически, определяющих её отличительные черты, сформированные в результате экономических отношений, направленных на расширенное воспроизводство валового регионального продукта (ВРП) и оценку деятельности региона, посредством использования ряда экономических показателей. Создание регионального экономического пространства, опирающегося на общие принципы функционирования региона, экономические связи, хозяйственную структуру, территориальное разделение труда должно строиться, исходя из соответствующих условий и характеристик: согласованности экономических интересов внутри региона и с близлежащими, идентичность социально-экономических процессов, взаимозависимость региональных экономик. С этого ракурса важно эффективно выстроить производственные отношения, системообразующие правила функционирования субъектов предпринимательской и экономической деятельности. Системный взгляд на экономическое пространство определяется под влиянием ряда факторов:

- природные условия (климатические условия, географическое расположение, природные ресурсы);

- уровень сферы потребления (величина платежеспособного спроса, объём валового выпуска – прямое влияние на экономическое пространственное развитие, поскольку превышение спроса над предложением влечёт рост входящих товарных потоков, либо перемещение населения в поиске подходящих услуг на другие территории, что стирает межрегиональные границы, повышает степень интеграции и экономической активности за счёт взаимодействия смежных региональных экономик);

- экономическая активность региона (экономический, отраслевой потенциал, инфраструктура, уровень управленческой компетенции). Именно экономическая активность лежит в основе воспроизводственного процесса и создания всей цепочки добавленной стоимости в экономике региона;

- институциональная составляющая (иерархические структуры, их внутренние процессы).

При этом действие факторов обуславливает неоднородность экономического пространства и неравномерность экономического развития различных регионов. Такие характеристики пространственного регионального развития внутри страны возникают из-за концентрации товаров и услуг в рамках региональной специализации, притягивающей финансовые и трудовые ресурсы из других регионов. Научное решение экономических вопросов, связанных с размещением промышленных предприятий, распределением сельскохозяйственных земель, отраслевой специализацией регионов базируется на теории региональной специализации и межрегиональной торговли, в которых приведены тезисы относительно объяснения связей между регионами, поскольку регионы по своей экономической сути (в отличие от стран) являются открытыми экономическими системами, а деятельность властей федерального уровня направлена на обеспечение единого экономического пространства. В этой связи представляется важным ответ на ещё один вопрос по поводу результатов развития территорий и факторов экономического роста региональных экономик. Разрешение данного вопроса кроется в

парадигмальной сущности экономики региона, её принципиальной открытости, но при этом ограниченности внутренних территориальных экономических, природных, инфраструктурных и других возможностей для интенсификации своего развития. Поэтому проводя анализ мероприятий, направленных на рост экономической активности региона, опираясь на модель Леонтьева («затраты-выпуск») или на теорию кейнсианства (о регулировании со стороны государства, когда рыночные механизмы не справляются), целесообразно иметь ввиду межрегиональный мультипликативный эффект, распространяющийся на регионы, которые находятся в экономических межрегиональных отношениях.

Учитывая основную цель экономической политики государства в современных реалиях как на федеральном, так и на региональном уровне - повышение конкурентоспособности отдельных предприятий, отраслей, регионов и в целом всей страны на международной арене в период, когда страна столкнулась с серьезными санкционными ограничениями и необходимостью обеспечения импортозамещения во многих ключевых отраслях экономики, как никогда выросла значимость использования прогрессивных инструментов регионального развития, к числу которых в первую очередь относится формирование кластеров.

Дифференцированный подход к понятию кластера, заложенный как в законодательно-нормативных документах, так и в трудах ведущих ученых в области региональной экономики, позволяет рассматривать его как территорию с особым экономико-правовым режимом функционирования хозяйствующих субъектов, что определяет как специфику работы бизнеса и органов региональной власти, так и создает уникальные конкурентные преимущества для развития экономики региона, обеспечения устойчивости и сбалансированности взаимодействия всех региональных подсистем.

Поэтому кластеризация экономики уже достаточно давно рассматривается в качестве базового инструмента, который может обеспечить как устойчивость развития всего региона, так его отдельных

подсистем и субъектов хозяйствования. Основоположником кластерной концепции стал Майкл Портер, который впервые применил термин «кластер» к группе географически соседствующих взаимосвязанных компаний, связанных между собой определённой сферой деятельности и характеризующихся высокими кооперационными и координационными связями.

Кроме географической близости входящих в него компаний кластер характеризуется также единством сферы деятельности своих участников и наличием определённой специализации, хотя в настоящее время всё чаще и чаще внутри кластеров можно обнаружить компании, которые относятся к разным видам экономической деятельности, но в результате взаимодействия в рамках одного кластера взаимодополняют друг друга и положительно сказываются на конкурентоспособности друг друга. Например, высокие темпы повсеместного внедрения цифровых технологий обусловили наличие в кластере IT-сферы и, соответственно, IT –компаний, обеспечивающих информационное сопровождение кластера, создающих необходимое цифровое пространство для коммуникаций между участниками кластера, а также формирующих цифровые платформы или даже экосистемы в рамках которых достигается максимально тесное и взаимовыгодное сотрудничество как участников кластера, так и внешних инвесторов, контрагентов, потребителей продукции кластера и других отраслевых и межрегиональных кластеров.

Совместное повышение конкурентоспособности является результатом взаимодействия участников кластера, что позволяет сделать вывод о том, что кластеризация региональной экономики позволяет получить для каждого её участника значимый синергетический эффект. Кроме кооперационных связей внутри кластера компании часто конкурируют между собой в тех или иных вопросах, но при этом положительные эффекты кластера намного перевешивают отрицательные моменты, которые могут возникнуть в процессе его влияния на деятельность отдельных участников.

Кластер является с одной стороны, социальным понятием, так как он образуется в сообществе предпринимателей, имеющих схожие экономические интересы, но также его можно определить с позиции самоорганизации сообщества, которая возникает как эволюционно обусловленная региональная структура, в которой решаются вопросы, связанные с конкурентной борьбой и усилением позиций отдельных производителей или всей отрасли на внешних или международных товарных рынках. Но вместе с тем кластеры могут восприниматься и как сугубо экономическое понятие, так как они представляют собой взаимодействие взаимосвязанных групп экономических субъектов, дополняющих друг друга и ведущих совместную работу в отдельных сферах деятельности, например, при проведении научно-исследовательских работ или маркетинговых исследований.

Согласно Федеральному закону от 22.07.2005 N 116-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024) «кластер - совокупность особых экономических зон одного типа или нескольких типов, которая определяется Правительством Российской Федерации и управление которой осуществляется одной управляющей компанией»¹. Данное определение следует трансформировать для определения туристического кластера и представить его в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14.10.2010 N 833 (ред. от 30.05.2022) "О создании особых экономических зон и туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе" как «совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципального образования (муниципальных образований), определяемых правительством РФ»².

¹ Федеральному закону от 22.07.2005 N 116-ФЗ (ред. от 04.08.2023) "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024) / СПС Консультант Плюс.

² Постановлением Правительства РФ от 14.10.2010 N 833 (ред. от 30.05.2022) "О создании особых экономических зон и туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе" / СПС Консультант Плюс

Обратимся к научным публикациям и содержательной трактовке определения «кластер». Необходимо отметить дискуссию и то, что представленные в таблице 1.1 формулировки весьма дифференцированы. Специалисты нередко отмечают большое многообразие этимологических возможностей кластера, поэтому само явление кластеризации может быть использовано в самом широком спектре исследовательских целей. В таблице 1.1 представлены подходы различных авторов к трактовке термина «кластер».

Таблица 1.1 - Эволюция научных подходов к интерпретации дефиниции кластер³

Автор подхода	Содержательная сущность
М. Портер	«Кластер как группа хозяйствующих субъектов, территориально локализованных в географической близости друг от друга, осуществляющих взаимосвязанную и взаимодополняющую экономическую деятельность» ⁴ .
А. Маршалл	«Кластер как форма организации производительных сил, способной генерировать мультипликативный и синергетический эффекты» ⁵
Л. Янг	«Кластер как группа сравнительно небольших фирм, территориально локализованных в ареалах университетов и научных центров» ⁶ .
В. Прайс	«Кластер как способ практической реализации преимуществ отраслевого расположения фирм и эффективного госрегулирования на микро- и мезоэкономическом уровнях, подразумевающий активное взаимодействие институтов государства и делового сообщества» ⁷ .
С. Парто	«Кластер как некое объединение, целью которого является разработка, формирование и реализация конечного продукта, характеризующееся следующими особенностями: совокупной эффективностью (collective efficiency), обменом знаниями и информацией (knowledge and information interchange); наличием сетевых эффектов (network effects); достижением экономии от разнообразия (economies of scope); обучением (learning) и экономией от масштаба (economies of scale)» ⁸
Литвинова Т.В.	Кластер – форма производственной интеграции, при которой взаимодействие системных элементов происходит в условиях сочетания конкуренции и кооперации, а также как эффективный процесс концентрации капитала и интеграции бизнеса ⁹ .

³ Составлено автором

⁴ Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. N.Y.: The Free Press, 1990, Palgrave Tenth Edition, 1998 - 855 p.

⁵ Маршалл А. Принципы экономической науки. -М., 1993. - 218 с.

⁶ Young, LE 1995, Technology parks and clusters of firms, Kiev, p. 127

⁷ Прайс В. Кластерная политика. - М. : Дело, 1996.- 341 с.

⁸ Parto S. Innovation and Economic Activity: An Institutional Analysis of the Role of Clusters in Industrializing Economies [Electronic resource] // Journal of economic issues. – 2008. - Vol. XLII No. 4. EBSCO Publishing, 2009.

⁹ Литвинова Т.В. Формирование кластеров как направление инновационного развития экономики региона. Кубанский государственный технологический университет. Краснодар, 2011. Диссертация на

Продолжение таблицы 1.1	
А. Е. Шаститко	«Кластер как особая форма гибридных институциональных соглашений, существующих в формате сети двусторонних и многосторонних контрактов между компаниями, которые в силу пространственного расположения и отраслевой принадлежности с большей вероятностью вступают в повторяющиеся экономические обмены, чем компании из несвязанных отраслей на значительном пространственном (в экономическом смысле) удалении друг от друга» ¹⁰
Газимагомедов Р.К.	Кластеры представляют собой географическую концентрацию на определенной территории совокупности связанных между собой компаний и институтов, обеспечивающих конкурентоспособность регионального кластера. ¹¹
О. А. Баранова	Кластер как устойчивое территориально-отраслевое добровольное объединение предприятий, а также различных секторов экономики, направленное на поддержание необходимой и достаточной конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках ¹²
А. М. Колесников, Хазалия Н. А.	«Кластер как совокупность взаимодействующих в определенной сфере деятельности организаций и институтов, конкуренция и кооперация (согласованные действия) между которыми приводят к повышению конкурентоспособности каждого из них за счет таких факторов, как совокупная эффективность, обучение и экономия от масштаба» ¹³ .

Анализ представленных выше определений позволяет нам выделить основные атрибутивные признаки наличия в региональной экономике кластерных структур:

1. Расположение в регионе широкого диапазона экономических субъектов одной или нескольких отраслей, коммуникационных связей между которыми позволит достичь эффекта кластерного взаимодействия, выражающегося в мультипликативном росте доходов участников кластера;
2. Местонахождения хозяйствующих субъектов – потенциальных резидентов кластера позволяет установить их территориальную

соискание степени ученой степени к.э.н., специальность 08.00.05.
<http://www.dissercat.com/content/formirovanieklastero-v-kak-napravlenie-innovatsionnogo-razvitiya-ekonomiki-regiona>

¹⁰ Шаститко А.Е. Кластеры как дискретная институциональная альтернатива управления транзакциями // Научные исследования экономического факультета // Электронный журн. 2009. 1. С. 26-43

¹¹ Газимагомедов Р.К. Современная региональная промышленная политика: кластерный подход. РАН. Институт мировой экономики и международных отношений. М. 2005. Диссертация на соискание ученой степени д.э.н., специальность 08.00.05

¹² Баранова О. А. Особенности определения понятия «кластер» // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2018. №14. с. 278-280

¹³ Колесников А. М., Хазалия Н. А. Анализ эволюции понятия «кластер». Подходы к классификации// Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 4. с. 19-25, с. 21

локализацию, способную обеспечить им взаимодействие друг с другом на постоянной основе с минимальными издержками;

3. Разработка в регионе системы законодательных и нормативно-правовых документов, регламентирующих функционирование резидентов территориального кластера и принятие других мер, способствующих созданию в регионе подходящей для эффективной работы кластера институциональной среды.

Последнее десятилетие характеризуется серьёзными трансформационными процессами в экономиках многих стран, то есть данное явление приобрело глобальные черты и свойственно не только экономике России. Процессы кластеризации в значительной степени преобразуются под влиянием нескольких трендов:

- во-первых, это следование устойчивой повестке развития, которая означает, что все субъекты хозяйствования помимо экономических целей должны теперь учитывать ещё необходимость достижения как социальных, так и экологических целей;

- во-вторых, это нарастающие тренды цифровизации, которые переводят многие бизнес-процессы в цифровое поле;

- в-третьих, если исследовать процессы кластеризации конкретно в России, то здесь необходимо отметить, что кластеризация экономики также должна учитывать влияние геополитических событий и определенное перестроение национальной экономики, вызванное санкционными ограничениями и актуализацией процессов импортозамещения практически во всех отраслях.

Отметим, что участники кластерной структуры получают в результате взаимодействия с другими предприятиями уникальные эффекты, достичь которых невозможно работая вне кластера. Первым из них является достижение такого конкурентного преимущества участником кластера как «совокупная эффективность», обусловленная взаимодействием всех участников кластера между собой. Совокупная эффективность позволяет

увеличивать свои доходы и получать другие положительные эффекты за счёт географической концентрации участников, которая в свою очередь позволяет объединять трудовые ресурсы, получать быстрый доступ к промежуточным ресурсам, а также возможностью оперативно встраиваться в местные коммуникационные связи для принятия управленческих решений, а в условиях нестабильной внешней среды - адаптироваться под меняющиеся условия. Достижение совокупной эффективности происходит за счет обмена опытом и огромных массивов информации, накопленной внутри кластера, и формированию уникальных конкурентных преимуществ участников кластера в информационном поле.

Преимущества кластеризации туристической отрасли в рамках разных регионов России сложно переоценить, так как именно данной отрасли для успешного развития необходимо выстраивание наиболее тесного взаимодействия между административными органами власти, бизнес-сообществом, транспортно-логистической инфраструктурой, местным населением и большим потоком туристов, которые приезжают в регион для получения качественных туристических услуг, обеспечить которые возможно только на основе эффективной межрегиональной и межотраслевой экономической интеграции.

Всё многообразие положительных эффектов кластеризации региональной экономики можно свести к тому, что регион получает возможность достижения широкомасштабного мультипликативного социально-экономического эффекта, выражающегося в:

- созданию новых рабочих мест во многих отраслях экономики;
- активизации инвестиционной деятельности в отраслях – локомотивах, а также всех связанных с ними отраслях;
- получением дополнительных доходов как предприятиями и населением региона, так и бюджетной системой за счёт увеличения налоговых платежей;

- оптимизации механизмов пространственного развития, обусловленного сбалансированным развитием социо-эколого-экономического пространства региона;

- выравнивании диспропорций социально-экономического положения регионов¹⁴.

Кластер может быть создан практически на любой территории, которая обладает инновационными проектами, предполагающими организацию тесного взаимодействия между бизнесом в рамках ГЧП, муниципально-частного партнёрства или применения конституционных концессионных механизмов. В основе кластерного механизма лежит создание своеобразной «точки роста» или «драйвера развития», вокруг которого создаются позитивные импульсы социально-экономического развития, позволяющие расширять хозяйственное взаимодействие между всеми участниками региональной экономики, постепенно вовлекая в них менее инвестиционно активные предприятия, а также менее развитые территории, характеризующиеся «депрессивными» явлениями в своей экономике. Применение кластерной кластерного подхода отвечает реализации основных целей политики территориального выравнивания, однако при этом обладает большей эффективностью и позволяет нивелировать те негативные моменты, которые связаны с прямым финансированием дотационных регионов и распределением бюджетных средств между ними без получения какого-либо позитивного социально-экономического эффекта и не стимулирующего регионы к разработке новых механизмов функционирования, позволяющих обеспечивать финансовую самостоятельность и независимость от средств федерального бюджета¹⁵.

По мнению М. Портера, объективные предпосылки формирования кластера обусловлены такими факторами, как:

¹⁴ Лапин А. С. Трансформация функциональной роли туристических кластеров в рамках концепции устойчивого регионального развития // Сборник статей по итогам международной научно-практической конференции «СИСТЕМНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ». Екатеринбург: АМИ, 2024. с. 117

¹⁵ Там же, с. 118

–ассортимент факторов производства, позволяющих организовать эффективную экономическую деятельность (в контексте нашей тематики исследования, для развития туризма это - наличие природных и туристско-рекреационных ресурсов (памятники архитектуры, ландшафты, ненарушенные экосистемы, уровень развития туристической инфраструктуры, наличие квалифицированного персонала и т. п.);

–динамика платёжеспособного спроса и наличие соответствующего предложения на рынке;

– приоритеты потребителей в существующих экономических условиях;

–уровень корпоративной управленческой эффективности (в частности, наличием у региона и его экономических субъектов стратегий развития, эффективной системы менеджмента/государственного управления, уровня развития институционального пространства и т. п.);

–наличием эффективных контрагентов (поставщиков, подрядчиков), что позволяет оптимизировать издержки.

В связи с этим конкурентные преимущества региона могут формироваться за счет объединения и кооперации на взаимовыгодных условиях отраслевых хозяйствующих субъектов, конкурентные позиции которых обеспечиваются как вышеприведенными синергетическими эффектами (совокупной эффективностью, обучением, экономией на масштабе), так и положительным влиянием процессов территориального брендинга. Формирование бренда региона позитивно сказывается на деятельности кластера, а их влияние друг на друга является взаимообусловленным – регион с привлекательными инвестиционными климатом и хорошими институциональными условиями привлекает инвесторов в кластер, а кластер с высоким уровнем развития в свою очередь также привлекает инвесторов в экономику региона. Поэтому нам представляется целесообразным рассмотреть процессы кластеризации и брендизации региона в рамках единого комплекса мер регионального развития.

Субъектом формирования регионального кластера может выступать как местная, так и региональная администрация, но данный подход применим только в рамках дирижистской модели, подразумевающей, что создание кластера идет «сверху-вниз» или сопровождается контролем со стороны государственных органов власти как с точки зрения организационных моментов его формирования, так и с точки зрения формирования и распределения финансовых потоков. В этом случае важно, чтобы кластерная инициатива имела реальное продолжение, кластер не превращался впоследствии в «мифический», существующий только на бумаге. Идеальной ситуацией является самоорганизация кластера в рамках либеральной модели, когда все участники кластера самостоятельно приходят к выводу о том, что функционирование в рамках кластерной структуры будет для них наиболее выгодно.

Однако, в рамках российской практики, многие представители бизнес-структур еще не понимают всех преимуществ кластера, поэтому в данном случае самым эффективным будет применение смешанной модели, в рамках которой инициативы наиболее передового бизнес-сообщества региона будут поддержаны со стороны территориальных органов власти, а при высокой национальной или социальной значимости кластера – и со стороны федерального бюджета. Функциональные характеристики кластерных структур определяются тремя группами факторов, представленными на рисунке 1.1.

К ним относятся:

- отраслевая дифференциация видов экономической деятельности в рамках кластера способствует укреплению взаимосвязей между отраслями и конкретными предприятиями, упрощает коммуникационные и логистические цепочки, снижает транспортные затраты и уровень коммерческих и управленческих расходов, связанных, например, с возможностью совместного инвестирования и деления затрат на проведение маркетинговых исследований или реализацию НИОКР;

- укрепление экономических связей между хозяйствующими субъектами - резидентами экономического кластера позволяет получить указанные выше «эффекты масштаба»;

- координация взаимодействия резидентов экономического пространства позволяет им претендовать на получение государственной поддержки в рамках реализуемых ими инвестиционных проектов.



Рисунок 1.1 – Функциональные характеристики кластерных структур¹⁶

Среди основных участников регионального кластера необходимо выделить следующие основные группы:

1. Хозяйствующие субъекты, специализирующиеся на производстве профильных продуктов с привязкой к региональному бренду;
2. Инфраструктурные организации;
3. Научно-исследовательские и образовательные организации;
4. Некоммерческие организации - объединения представителей МСБ, ассоциации потребителей, консультативные и общественные советы;
5. Представители органов региональной власти и местного самоуправления.

¹⁶ Составлено автором по результатам исследования

Поскольку настоящее диссертационное исследование посвящено проблемам формирования и развития туристических кластеров, а структура кластеров в принципе является уже общеизвестной, имеет смысл рассмотреть особенности кластеров, имеющих конкретную отраслевую направленность – туристско-рекреационную (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 - Графическая интерпретация структуры регионального туристического кластера¹⁷

С функциональными участниками кластера тесно взаимосвязана инфраструктурная отрасль, обеспечивающая логистику турпотоков, достаточность средств размещения, комфортность перемещения туристов в процессе экскурсий и т.д. Грамотно организованная работа транспортно-логистической системы формирует для региона дополнительные значительные конкурентные преимущества.

¹⁷ Составлено автором по результатам исследования

Оценки туристической привлекательности региона и повторное посещение его туристами в значительной степени зависят от кадрового обеспечения туристической программы и всех «производителей» туристического продукта, с которыми контактирует турист в процессе своего пребывания – от дружелюбия персонала, наличия индивидуального подхода и навыков принятия правильных решений в ситуациях неопределенности, уровня сервиса и экскурсионного обслуживания¹⁸. Так как успешность развития туристической отрасли определяется наличием в регионе конкурентоспособных, профессиональных кадров, способных оказывать выстраивать успешные стратегии взаимодействия с клиентами, то в связи с этим в кластере необходимо предусмотреть необходимость участия и образовательных организаций с соответствующими направлениями подготовки – «Туризм», «Сервис», «Экономика и управление туристическим предприятием», «Тревел-дизайнер и организатор выставок», «Бизнес-технологии в туризме». Сложно также переоценить роль и научных организаций, которые могут принимать активное участие не только в подготовке технологических инноваций для инфраструктурной отрасли, но и формировать совместно с экскурсионными компаниями уникальные туристические маршруты и программы исторической, археологической и исследовательской направленности, закладывая основы формирования нового направления – научно-популярного туризма¹⁹.

Институциональная сфера играет огромное значение на всех этапах развития и жизненного цикла кластера, так как именно работа отраслевых и региональных институтов позволяет осуществить анализ применимости концепции кластеризации к туристическим дестинациям, а также оценить возможности туристических кластеров по стимулированию инновационного развития региона. Формирование подходящей для функционирования

¹⁸ Фролова Е. В., Рябова Т. М., Рогач О. В. Подготовка кадров как фактор развития туристической отрасли в РФ // Перспективы науки и образования. 2019. № 5 (41). с. 503-516.

¹⁹ Научно-популярный туризм [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://наука.рф/initiatives/nauchno-populyarnyy-turizm/> Дата обращения: 16.03.2024

кластера институциональной среды обеспечивается в первую очередь усилиями органов региональной власти, которые создают необходимые законодательные условия для развития экономических субъектов, а также предусматривают в рамках разработки общей стратегии регионального развития реализацию программ как отраслевой поддержки, так и поддержки отдельных кластерных инициатив.

В связи с этим, структура кластера в обязательном порядке должна включать в себя представителей отраслевых министерств и ведомств, которые в соответствии со своими функциональными обязанностями могут принимать решения, определяющие в регионе благоприятную институциональную среду, и способствовать созданию и функционированию институтов, упрощающих взаимодействие участников кластера между собой. Большую роль в эффективном развитии туристического кластера играет разработка специальных условий для потенциальных участников еще только формирующегося кластера, пока он не станет самоподдерживающейся системой²⁰.

Функциональные связи между участниками кластера и общность их территориальной локализации делают целесообразным применение макроподхода, основанного на использовании подходов ускоренного расширения (по горизонтали и в глубину) межфирменных, межотраслевых, межрегиональных экономических, научных, технологических взаимосвязей, что позволяет увеличить создаваемую внутри кластера добавленную стоимость, обеспечивать стабильный рост капиталовложений и создаваемых ими устойчивых эффектов, сократить период окупаемости инвестиционных проектов, а также повысить инвестиционную привлекательность кластера. Именно поэтому рассмотрение роли кластеров в региональной экономике часто приводит к выводу о том, что кластеризация территориального

²⁰ Швец Ю.Ю. Институциональные основы реализации инновационного потенциала региона путем кластеризации туризма// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. — №3 (43). Номер статьи: 4306. Дата публикации: 16.07.2015. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/4306/>

пространства в полной мере соответствует задачам стратегий устойчивого регионального развития.

Применение макроподхода дает возможность установить границы кластера и органично вписать в его работу всех заинтересованных экономических субъектов. На основе интеграции теоретических разработок и учета лучших практик создания и функционирования кластеров определяются приоритетные направления развития кластера, анализируется целесообразность развития его как монокластера или расширения за счет участников с другими видами деятельности, рассматривается необходимость и возможность создания межрегиональных кластеров или макрокластера единой специализации.

Наличие в регионе «латентных» кластеров или потенциала создания кластерных структур определяется на основе методики экспертных оценок, позволяющих идентифицировать предпосылки к зарождению кластера на конкретной территории. При оценке потенциала регионального кластерного развития большое значение имеет наличие хозяйствующих субъектов, обеспечивающих основную деятельность той отрасли, которая выбирается в качестве драйвера регионального развития, и которая станет для формируемого кластера его отраслевой специализацией.

Если рассматривать процесс создания регионального кластера с точки зрения микроподхода, то в его рамках производится исследование экономических агентов, функционирующих в условиях действующих региональных экономических кластеров, на основе чего делается вывод о целесообразности и возможности данных хозяйствующих субъектов участвовать в работе регионального кластера.

Все успешно развивающиеся кластеры имеют свою специфику, факторами которой, среди прочего, является уникальный комплекс производимых продуктов (работ, услуг), предоставляемых потребителям. Среди важнейших атрибутов регионального кластера необходимо обозначить следующие:

- наличие устоявшихся координационных связей между хозяйствующими субъектами кластера;
- готовность потенциальных участников кластера расширять кооперационные связи в процессе реализации потенциала регионального кластера и совместно участвовать в реализации инфраструктурных проектов;
- вертикальную и горизонтальную интеграцию резидентов регионального кластера;
- единая система целей по вопросам стратегического развития кластера и единое представление об основных методах реализации кластерных инициатив.

Одной из приоритетных задач, решаемых через создание кластера, является формирование предпосылок инновационного регионального развития. Помимо явных экономических целей, реализация кластерного подхода способствует реализации устойчивой повестки развития, к которой относится совершенствование социальной политики и повышение экологического благополучия окружающей среды.

На сегодняшний день региональные кластеры призваны выступить в качестве конгломерата субъектов отраслевого развития экономики региона, являющихся драйверами роста данной территории. Использование кластерного подхода при принятии управленческих решений органами государственной власти, органами местного самоуправления позволяет оптимизировать влияние драйверов социально-экономического развития региона на большое количество связанных отраслей, получить синергетические эффекты и создать все необходимые условия для сбалансированного пространственного развития.

1.2. Обеспечение сбалансированности регионального социально-экономического развития с использованием возможностей туристической отрасли

Многочисленные научные труды зарубежных и отечественных ученых доказывают, что туристическая отрасль воспринимается в настоящее время в качестве полноценного социально-экономического инструмента развития территории²¹ и как фактор социально-экономического развития экономики региона²². Такая точка зрения подтверждается и отраслевыми министерствами и ведомствами федерального и регионального уровня, так, в 2023 году заместитель министра экономического развития РФ охарактеризовал туризм как драйвер развития региональных экономик²³, что обосновывает корректность и целесообразность рассмотрения в рамках настоящего диссертационного исследования кластерообразования как важнейшего инструмента обеспечения устойчивости экономики российских регионов.

Таким образом, устойчивость региональной экономики может быть в значительной степени обеспечена за счёт приоритетного развития одной отрасли - в данном случае, предметом нашего рассмотрения является туристическая отрасль, и зарождается эта устойчивость на стыке процессов

²¹ Артеменко О.Н. Региональный туризм как инструмент развития территории // *Russian Journal of Economics and Law*. 2013. №2. с. 11-17; Регионы и города России как туристские территории: условия и перспективы устойчивого развития: Сборник статей и кейсов / Под науч. ред. д.э.н., проф. М.Ю. Шерешевой. — М.: Экономический факультет МГУ, 2020 – 186 с.; Романюк Я.Е. Роль туристско-рекреационного комплекса в социально-экономическом развитии региона // *Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы*. 2022. № 31. с. 83–89; Морозова Н.Н. Деловой туризм как социально-экономический инструмент инновационного развития региона // *Advanced Engineering Research (Rostov-on-Don)*. 2012. №3 (64), с. 94-101 и т.д.

²² Новикова Н.Г., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент*. 2016. №2. с. 15 – 20; Гостева Л. Ф., Середа Н.Д. Туризм как фактор экономического развития региона // *Региональная экономика: теория и практика*. 2008. №15. с. 88-94; Литвяк Б.И., Александров В.В. Экологический туризм как фактор реструктуризации региональной экономики // *Успехи современного естествознания*. 2005. № 3. с. 41-43, Ашхотов В. Ю. Отраслевые драйверы устойчивого развития региональной экономики: методология исследования, оценка и инструментарий позиционирования. Диссертация на соискание степени д.э.н. по специальности 08.00.05 (региональная экономика) Кисловодск. 2009. и т.д.

²³ Замминистра экономического развития: туризм - это драйвер развития региональных экономик. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/news/zamministra_ekonomicheskogo_razvitiya_turizm_eto_drayver_razvitiya_a_regionalnyh_ekonomik.html Дата обращения: 3.08.2024

взаимодействия экономических субъектов региона, представителей туристической сферы деятельности и кластеризации региональной экономики (рис 1.3).

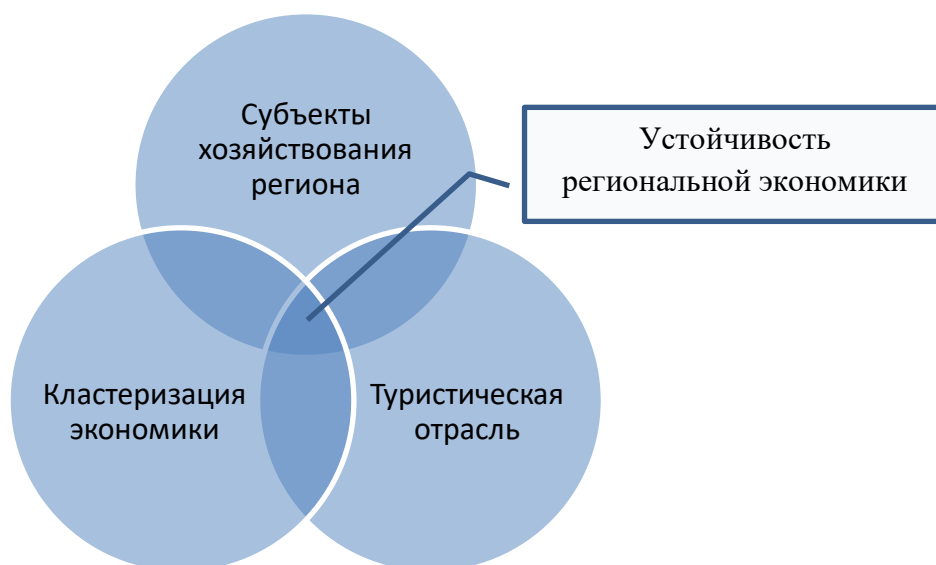


Рисунок 1.3 - Туристическая отрасль как драйвер развития региональной экономики и обеспечения ее устойчивости²⁴

Роль туризма как вида экономической деятельности и туристической отрасли региона в пространственном развитии сложно переоценить, так как туризм оказывает существенное влияние на активизацию деятельности большого числа взаимосвязанных с ним отраслей – транспортной и строительной отрасли, сельского хозяйства, пищевой отрасли, а также способствует увеличению количества субъектов малого и среднего бизнеса, обслуживающего туристические потоки. Поэтому вполне справедливым будет утверждать, что туристическая отрасль выступает своеобразным катализатором или драйвером роста региона, улучшая его социально-экономическое положение и усиливая его конкурентные позиции. Основным положительным моментом развития туризма в регионе является рост денежных доходов населения, занятого во многих отраслях, связанных с обслуживанием туристических потоков - это непосредственно сами

²⁴ Составлено автором по результатам исследования

туристические компании и средства размещения туристов, торговля и организации общественного питания, разветвлённая сеть экскурсионного обслуживания и производителей сувенирной продукции.

Применяя субъектно-объектный подход можно рассмотреть систему туризма как совокупность взаимосвязанных элементов, которая состоит из двух подсистем: субъектов туризма, то есть участников туристического мероприятия, объединённых связями в рамках выстраивания горизонтальной интеграции участников туристического кластера; и объектов туризма, представленных региональными туристическими предприятиями и организациями, взаимодействующими по цепочкам вертикальной интеграции (рис. 1.4).

Туризм является открытой системой, которая функционирует во внешней среде, активно с ней взаимодействует и испытывает серьёзное влияние различных макро- и микроэкономических факторов, а также обеспечивает выполнение многих экономических и социальных задач региона.

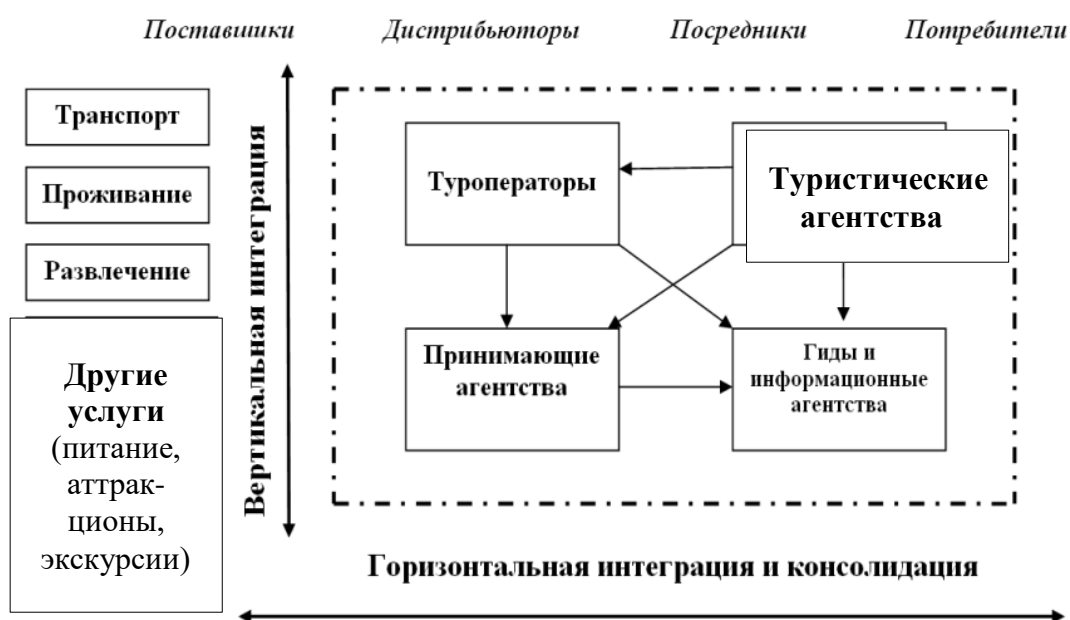


Рисунок 1.4 - Структура взаимосвязей туристического рынка: субъектно-объектный подход²⁵

²⁵ Зуева М.М. Сущность взаимосвязи туристского и интеллектуального потенциалов // Молодой ученый. 2012. № 4 (39). с. 129-132.

Туристическую отрасль можно назвать одной из крупнейших и наиболее динамично развивающихся отраслей, поскольку она активно привлекает инвестиции как от региональных резидентов, так и от инвесторов других регионов или даже стран, поэтому интерес к туристической деятельности возрастает с каждым годом, появляются новые виды туристической деятельности и новые виды туристических продуктов, обладающих уникальностью вследствие локализации своего происхождения.

Вклад государства в развитие данной отрасли в последние годы существенно возрос, особенно на фоне пандемии и последовавших вслед за ней геополитических событий и санкционных ограничений, но на данный момент развитие отрасли все еще сдерживается по причине отсутствия достаточного объема реальных инвестиций и проработанных механизмов государственно-частного партнерства в этой сфере. Кроме того, темпы подготовки инфраструктуры и желание застройщиков получить наибольшую рентабельность приводит к созданию инфраструктуры низкого качества, которая не просто не может удовлетворять потребности туристов, но и иногда просто угрожает их безопасности. На фоне возросших турпотоков и изменения их структуры ряд регионов, особенно южно-российских, столкнулся с проблемой роста, связанной с тем, что объемы и качество туристических предложений не соответствуют запросам туристов. Соответственно, в течение буквально пары лет туристическая отрасль некоторых регионов вместо проблемы недозагрузки коллективных средств размещения столкнулась с проблемой их перезагрузки, а также нехватки объектов обслуживающей инфраструктуры²⁶.

Рассматривая необходимость достижения задач устойчивого регионального развития, которые актуальны абсолютно для всех субъектов РФ, необходимо отметить, что в этом плане туризм играет очень важную роль, так как эффективное развитие данной отрасли способствует

²⁶ Титова К. Большие планы: как будет развиваться туризм в России до 2035 года// РБК. 2023 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/635bc11b9a79477ff93ecfbc?from=copy> Дата обращения: 27.03.2024

существенному снижению имеющихся социальных проблем, за счет положительного воздействия деятельности туристического комплекса на социальную сферу.

Многие регионы Российской Федерации обладают широким спектром потенциально привлекательных для туристов объектов, но сами по себе богатые природные ресурсы, красивые ландшафты, уникальные достопримечательности (кроме тех, что имеют мировую известность) и богатое культурное наследие не могут являться единственным и достаточным условием обеспечения успешного развития туристической отрасли, так как для того чтобы привлекать туристов в регион, необходимо создание базовой инфраструктуры, которая будет обеспечивать как комфортное передвижение туристов между туристическими маршрутами и местом жительства, так и комфортное их пребывание в регионе в течение всего периода отдыха. Поэтому на сегодняшний день важной задачей является повышение конкурентоспособности отечественного туристического рынка за счёт реализации как среднесрочных, так и долгосрочных задач по развитию, которые могут быть решены за счёт эффективного и рационального использования природных ресурсов, сопровождающихся одновременной подготовкой современных туристических рекреационных комплексов и совершенствованием региональной инфраструктуры, а также популяризацией въездного и внутреннего туризма и повышением качества подготовки профессиональных кадров и отраслевых специалистов, которые могут обеспечить необходимый всем туристам уровень сервиса. Все эти задачи органично могут быть встроены в ESG-концепцию региона (при наличии таковой), или наоборот заложить основу ее формирования, а туристическая отрасль при этом выступит драйвером устойчивого развития региона.

Ряд российских регионов на фоне возрастания потока внутреннего туризма столкнулся с так называемой проблемой роста, которая связана с тем, что имеющиеся инфраструктура не позволяет разместить и должным

образом обслуживать возросшие туристические потоки. Поэтому несмотря на перспективность развития данной отрасли и её потенциально высокую рентабельность и доходность, на данный момент развитие туристической отрасли необходимо осуществлять при поддержке со стороны государства.

Основным инструментом развития туристического потенциала становятся целевые программы, подготовка которых осуществляется практически каждым регионом, например, во многих субъектах Российской Федерации разработаны стратегии туристического развития на среднесрочную перспективу. Однако, как показывает практика, реализуемый комплекс государственных мер не оказывает решающего влияния на существенное изменение ситуации, прежде всего потому, что в новых экономических реалиях огромное влияние на развитие отрасли оказывают внешние макроэкономические факторы. Нивелировать влияние негативных факторов помогает применение программно-целевого подхода, который позволяет обеспечить сбалансированность решения стоящих перед отраслью задач по развитию, корректно расставить приоритеты оптимизации элементов туристического комплекса и создать эффективные механизмы государственных координационных мероприятий, направленных на повышение инвестиционной привлекательности туристической отрасли и востребованность отечественных туристических продуктов и программ.

При этом необходимо отметить, что успешная реализация любых концепций и стратегий развития туризма будет определяться тем насколько предпринимаемые меры будут адаптированы к специфике и особенностям регионального развития. В тех регионах, где будет делаться ставка на развитие туристической отрасли, целесообразным станет определение приоритетов и очерёдности развития тех туристических направлений, которые уже существуют на данный момент, а также рассмотрение вопроса о том могут ли эти уже высокоразвитые и успешно функционирующие туристические направления выступить в качестве локомотива развития всей отрасли и распространить свой положительный опыт на менее успешные

регионы, которые, тем не менее, обладают значительным потенциалом развития туризма.

Управление развитием туристической отрасли на региональном уровне находится в компетенции территориальных органов исполнительной власти регионов РФ. Важным моментом развития туризма является подготовка всей необходимой туристической инфраструктуры, включающей в себя не только создание новых гостиниц и мест общественного питания, но и обновление существующих туристических и рекреационных объектов. Не последнее место занимает задача обеспечения безопасности туристов и контроль качества предоставляемых им услуг.

Таким образом, в процессы совершенствования деятельности туристической отрасли включается и большое количество других взаимосвязанных отраслей, что в свою очередь позволяет стимулировать появление в регионе энергетических эффектов для всех предприятий, которые вовлечены в программы совершенствования туристического регионального подкомплекса. Особое внимание уделяется развитию экологического туризма, который с одной стороны не требует больших объёмов инвестиционных вложений, а с другой стороны позволяет сохранять природные ресурсы региона и способствует сохранению благоприятной экологической ситуации, культурного наследия и повышению уровня культурного и экологического образования граждан. Данные положительные эффекты работы отрасли еще раз возвращают нас к обоснованию целесообразности восприятия туризма как драйвера развития регионов РФ, так как в ходе развития отрасли решает огромное количество социальных и экологических задач, не говоря уже об экономическом эффекте для бизнеса и населения региона.

Развитие туристической отрасли не может осуществляться без реализации процессов непрерывного создания уникальных туристических продуктов и совершенствования уже имеющихся в регионе туристических программ, поэтому органы исполнительной власти, образовательные и

научные организации должны быть активно вовлечены в процессы разработки новых туристических маршрутов и подготовки конкурентоспособных туристических продуктов, аналогов которых не существует в других регионах.

Туризм является одним из ключевых инструментов повышения конкурентоспособности региона и формирования его престижа не только с точки зрения инвестиционной привлекательности одной отрасли, но и в целом для формирования благоприятного инвестиционного климата для инвесторов вне зависимости от того, какой объект капиталовложений и из какой отрасли они рассматривают, - здесь будет играть роль «зонтичный» эффект (термин из экологии, означающий наличие эффекта, при котором присутствие «зонтичного» вида защищает другие виды в той же среде обитания). Поэтому для многих регионов Российской Федерации, которые на сегодняшний день пришли к выводу о том, что туристическая отрасль будет являться одним из ключевых драйверов развития их территорий, актуализировались задачи улучшения имиджа региона, повышения его деловой репутации и создания как общего регионального бренда, так и повышения узнаваемости брендов местных производителей на внешних рынках.

Туризм оказывает прямое влияние на экономику страны в целом и отдельных регионов в частности путем положительного влияния на рост доходов населения, развитие туристической и общей инфраструктуры, развитие смежных отраслей, что создает уникальный мультипликативный эффект. При этом необходимо отметить, что ряд мультипликаторов является сложным для расчета, поэтому окончательную оценку тому, как влияет туризм на протекание региональных процессов, дать достаточно сложно, но и полученных оценок вполне хватает для того, чтобы прийти к выводу о преобладающих положительных эффектах развития туристической отрасли в структуре региональной экономике.

В настоящее время с высокой степенью точности можно установить прямое влияние туризма на развитие региона или страны, используя систему национальных счетов, в то время как все более актуальной становится оценка его косвенного влияния, которую можно произвести, опираясь на такой инструмент, как туристический мультипликатор, представляющий собой коэффициент для анализа уровня косвенного влияния туризма на развитие страны и региональных подсистем, на базе которого становится возможным прогнозирование:

- параметров регионального бюджета в части выделения ресурсов для поддержки туристической отрасли;
- платежного баланса региона;
- направлений оптимизации экспортно-импортных операций;
- объемов инвестирования в туристическую инфраструктуру и воспроизводство туристических ресурсов.

В структуру туристического мультипликатора входят:

1. Расходы туристов в месте их пребывания;
2. Инвестиции в развитие тех направлений, которые связаны с обслуживанием туристических потоков;
3. Накопления населения и предприятий – чем выше склонность к накоплению, тем будет ниже мультипликативный эффект туризма.

Таким образом, туристический мультипликатор можно определить, как показатель изменения доходов региона в зависимости от расходов туристов, а возможности его роста зависят от уровня развития туристической инфраструктуры, разнообразия рекреационных ресурсов региона (как естественных, так и искусственно созданных), формирования известного туристического регионального бренда. В связи с этим требуется доработка существующих моделей расчета обобщенного мультипликатора и разработка методики учета косвенного влияния туристической отрасли на развитие экономики региона, для чего необходимо установить влияние развития туризма на рост ВРП, повышение экспортной составляющей в платежном

балансе, обеспечение занятости населения и рост его доходов, увеличение числа малых предприятий с высокими показателями рентабельности и т.д.²⁷

Сложно переоценить большое влияние развития туристической отрасли на обеспечение устойчивых процессов региона и достижение сбалансированного его развития, что особенно ценно для регионов, которые характеризуются депрессивными признаками. Во-первых, в результате активизации туристической отрасли оптимизируются процедуры использования природных ресурсов, так при правильной реализации туристических программ основные элементы управления направлены на поддержание экологических процессов и помощь региону в сохранении биологического разнообразия и благоприятной экологической ситуации, так как невозможно обеспечить большие туристические потоки в те регионы, которые характеризуются неблагоприятными экологическими условиями.

Во-вторых, развитие туристических связей между регионами и увеличение турпотоков ведёт к тому, что население начинает особо ценить социально-культурные особенности некоторых регионов, знакомится с культурным наследием и традициями местного населения, что способствует активным межкультурным контактам и сохранению основных межнациональных ценностей. Особо следует отметить и создаваемые гарантии развития экономики региона, в связи с тем, что туризм способствует более справедливому распределению социально-экономических благ для всех участников, что также имеет определяющее значение для реализации социальной политики и обеспечения социального равенства.

Для ряда регионов и государств туризм выступает в качестве фундамента развития их экономики и имеет принципиальное значение для обеспечения необходимого уровня социально-экономического развития. На сегодняшний день современный туризм приобретает новые черты, которые

²⁷ Крутик А.Б. Мультипликативный эффект в развитии теории туризма // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2011. №3.

должны обязательно учитываться регионами, сделавшими ставки на развитие туризма и пытающиеся формировать внутри себя туристические кластеры:

- туризм всё больше начинает обретать индустриальную форму;
- туризм имеет свое воплощение в форме туристического продукта, который, как известно, не может накапливаться и отличается субъективностью восприятия, то есть разные туристы одно и то же качество услуг, и один и тот же туристический объект могут воспринимать как с положительной, так и с отрицательной точки зрения;
- туризм выступает в качестве механизма активизации инвестиционной деятельности региона и инструмента обеспечения экономического роста и мультипликатора роста национального дохода.

В таблице 1.2 представлены данные о том, какое место занимает туристическая отрасль в экономике регионов Северо-Кавказского федерального округа. Стоит отметить, что статистические систематические данные о функционировании туристической отрасли как таковой и о её доле в ВРП региона начали обрабатываться и собираться только в 2022 году, до этого Росстат не занимался анализом подобных показателей и отмечал, что во многих регионах показатели туризма пытаются оценить по собственным методикам, что приводит к невозможности проведения анализа и принятия адекватных решений о поддержке туристической отрасли²⁸. Это хорошо видно на нижеприведенной таблице, где отражены данные по разным регионам РФ – одни из них определяют отраслевую структуру ВРП, а другие – рассчитывают индекс его физического объема.

Поэтому на сегодняшний день достаточно сложно оценить роль туристической отрасли в формировании показателей экономического роста региона. В связи с этим в данной таблице мы анализируем два показателя, которые прямо или опосредованно связаны с предоставлением

²⁸ Росстат впервые оценит вклад туризма в экономику регионов [Электронный ресурс] Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/01/25/906372-rosstat-vpervie-otsenit> Дата обращения: 22.03.2024

туристических услуг – это «деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» и «деятельность в области культура, спорта, организации досуга и развлечений».

Очевидным является снижение доли в ВРП региона вклада туристической отрасли – мы видим это на примере деятельности гостиниц и организаций общественного питания Ставропольского края, Республики Дагестан, Северной Осетии, а также снижение индекса физического объема ВРП по данным видам деятельности в большинстве других республик СКФО.

Таблица 1.2 – Анализ отраслевой структуры валового регионального продукта субъектов СКФО в 2016-2022 гг. по видам ОКВЭД, связанных с туристической деятельностью²⁹

Регион/годы	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания/ Деятельность в области культура, спорта, организации досуга и развлечений						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Отраслевая структура ВРП, %							
Ставропольский край	2,2/0,7	2,1/0,8	2,1/0,8	2,1/0,7	1,7/0,6	1,7/0,8	1,5/0,9
Республика Дагестан	4,6/0,9	5,4/0,8	5,2/0,8	5,1/1,0	3,4/0,8	3,4/0,8	4,1/0,8
Республика Северная Осетия-Алания	1,7/1,1	1,3/1,4	1,5/1,4	1,4/1,5	1,5/1,3	1,4/1,3	1,5/1,3
Индекс физического объема ВРП, % к предыдущему году							
Республика Кабардино-Балкария	112,3/-	82,6/ 108,5	105,3/ 103,2	97,1/ 80,7	87,3/ 82,9	121,6/ 110	119,1/ 98,7
Республика Карачаево-Черкессия	104,1/-	94,4 /97,2	111,1 /93,1	99,3 /85,6	83,9 /75,6	134,0 /101,3	88,2 /105,6
Республика Чечня	104,6/-	102,9 /129,7	104,2 /91,3	104,5 /91,0	86,9 /71,9	110,0 /105,0	100,8 /97,0
Республика Ингушетия	102,5/-	67,0 /104,2	92,7 /122,1	101,0 /108,3	95,4 /53,2	125,9 /87,2	-

Данная ситуация выглядит нелогичной, учитывая возросший спрос на отечественные туристические услуги, что делает целесообразным внедрение

²⁹ Составлено автором по данным территориальных органов государственной статистики субъектов РФ

мероприятий, связанных с активизацией инвестирования в туротрасли региона и, в частности, использование тех преимуществ, которые дает региональной экономике кластеризация.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации обозначена острая необходимость развития туристической отрасли страны, которая является важнейшей составляющей инновационного развития страны и, кроме того, предполагает формирование «экологически безопасной» структуры экономики. В данном документе указывается, что развитие туризма имеет существенное значение как в целом для страны, так и для её отдельных регионов, поскольку большая часть территорий располагает значительным потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для внешнего, а для успешного развития отрасли необходима полноценная реализация ее потенциала. Также в Концепции достаточно чётко прослеживается тесная взаимосвязь достижения основных целей развития туристической отрасли и целей устойчивого развития и обосновывается, что развитие туризма необходимо для сохранения условий достойной жизни, свободного развития человека, отвечает целям социального государства, а также формирует новые факторы повышения качества жизни в обществе. Туристическая отрасль способствует реализации прав граждан на отдых и свободу передвижения, а подготовка институциональной среды для успешного развития отрасли отвечает задачам формирования правовых основ единого туристического рынка.

Во многих субъектах РФ сформирована законодательная база, учитывающая региональную специфику, и регулирующая отношения в сфере туризма, а также у каждого региона существуют свои отдельные программные документы и стратегии, связанные с развитием данной отрасли на среднесрочную перспективу. Актуализация задач развития туристической отрасли привела к появлению такого понятия как «культура отдыха», которая представляет собой качественное состояние сферы туризма и характеризуется высоким уровнем развития отношений между

экономическими агентами и потребителями, наличием индивидуального подхода к организации отдыха для каждого путешественника, а также возможностью кластеризации отрасли и региональной экономики.

В современном мире выработаны модели управления экономикой региона, которые связаны с рациональным использованием ресурсов региона и его рекреационных возможностей, а также сформирован определённый потенциал развития. Анализ отраслевой структуры ВВП России и ВРП отдельных регионов показывает, что на сегодняшний день региональные туристические ресурсы не используются в полном объёме, что обусловлено не только низкой подготовленностью инфраструктуры, но и низкой популярностью отдельных туристических брендов, значительным ростом цен на железнодорожные и авиабилеты, недостаточной ценовой гибкостью перевозчиков, что естественно снижает возможность туристов к организации большего количества перемещений и приводит к тому, что для выбора мест отдыха туристы будут выбирать те маршруты, которые наиболее к ним территориально близки.

Для того чтобы российская туристическая отрасль заняла достойное место в экономике регионов РФ необходимо определить приоритетные направления туристической деятельности и те направления, которые имеют большой потенциал для развития. Также органами региональной власти совместно с представителями туристической отрасли необходимо оценить востребованность и своевременность предоставления региональных туристических продуктов и подготовить предложения по эффективному использованию туристско-рекреационного комплекса региона.

Большое внимание нужно уделить тем преимуществам, которое даёт цифровизация туристического сектора и использовать различные креативные возможности для продвижения регионального туристического продукта, в связи с чем необходимо предусмотреть перспективы использования интернет пространства для продвижения регионального бренда и его отдельных

туристических услуг, а также активизировать разработку и внедрение инструментов контент-маркетинга в туристическом сегменте.

С учётом обозначенной выше проблемы высоких цен на транспортные перевозки, железнодорожные и авиабилеты возрастает актуальность разработки таких туристических маршрутов и туристических программ, которые можно осуществлять на основе продвижения концепции автомобильного туризма. В этом случае у путешественников снимаются те ограничения, которые связаны с высокими ценами на билеты, появляются дополнительные возможности в процессе следования к месту отдыха, связанные с тем, что по дороге он может посетить большое количество других мест, в том числе представляющих культурную и историческую ценность.

Огромное значение развитие автомобильного туризма имеет и для региональной экономики, так как в этом случае у представителей малого бизнеса гостиничного типа, фермерских хозяйств, личных подсобных хозяйств, небольших производителей сувениров, мест общественного питания расширяются возможности реализации своей продукции за счёт того, что туристы делают по дороге остановки, чтобы отдохнуть, перекусить, ознакомиться с местными достопримечательностями. Яркий пример значимости для региона развития автомобильного туризма – это Каменск-Шахтинский район со знаменитой базой «Эльдорадо», которая пользуется высокой популярностью у туристов, которые проезжают через Ростовскую область по пути на курорты Краснодарского края.

Осознавая высокую социальную и экономическую целесообразность развития данного направления туризма Министерство экономического развития РФ разработало единый план по продвижению автомобильного туризма в России. Концепция предполагает комплексное развитие отрасли: от ремонта магистралей и строительства придорожной инфраструктуры до стимулирования отечественных производителей создавать современные модели домов на колесах. Статистические данные подтверждают, что

россияне действительно всё чаще предпочитают отправиться в отпуск по стране на автомобиле, и уже каждый второй путешественник выбирает машину вместо поезда или самолета, чтобы добраться до места своего отдыха (рис. 1.5).

План развития автомобильного туризма в России до 2035 года включает в себя механизмы поддержки и развития дорог, туристических маршрутов, придорожной инфраструктуры, а также меры стимулирования производства отечественных транспортных средств, оборудования и продукции, которая будет популярна среди автотуристов.

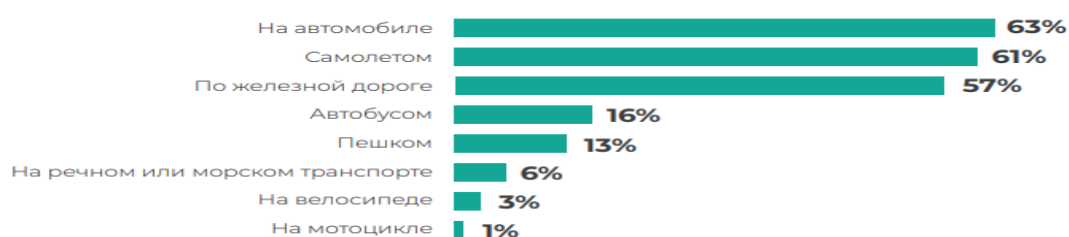


Рисунок 1.5 – Предпочтительные виды транспорта для путешествий среди российских туристов в 2022 г., % ³⁰

Реализация концепции развития автомобильного туризма будет создавать для регионов несомненный положительный синергетический эффект, так как в первую очередь она предусматривает реализацию проектов по совершенствованию дорожных покрытий и подготовку элементов придорожной инфраструктуры. В настоящее время обновление транспортной сети в местах притяжения туристов идет достаточно быстрыми темпами. За последние пять лет в нормативное состояние привели 1,6 тысячи км дорог, по которым можно добраться до достопримечательностей и природных комплексов. Протяженность отремонтированных маршрутов составила свыше 8,2 тысячи км. В 2024 году власти планируют реновацию около 1,1 тысячи км дорожного полотна до основных туристических мест.

³⁰ Внутренний российский туризм-2023: новые горизонты. Исследование Агентства стратегических инициатив. 2023. с. 8

Качественное дорожное покрытие будет способствовать и развитию логистических связей региона, которые в свою очередь помогут нарастить турпоток и тем самым привлечь больше инвестиций в региональные бюджеты. Во втором квартале 2024 года 17 регионов получили от государства дополнительно 200 млн рублей на создание интересных для туристов зон досуга и отдыха, а всего на такую меру поддержки предусмотрено 6,2 млрд рублей. Выделенные средства регионы могут направить на обновление пляжей и национальных туристических маршрутов, покупку спецоборудования, организацию автокемпингов и событийных мероприятий, способствующих формированию регионального туристического бренда.

Развитие автомобильного туризма имеет и явную социально-экономическую компоненту, так как он обходится путешественникам на 30–40% дешевле, чем отдых по уже готовым турам. При этом большинство россиян выбирают сегодня автопоездки в основном по внутренним направлениям и готовы платить за более быстрый и комфортный проезд по скоростным трассам. По данным компании «Автодор», в 2022 году автолюбители сделали более 242 млн проездов по платным дорогам. Это на 13,3% больше аналогичного показателя 2021-го, когда в стране еще действовали коронавирусные ограничения. Лидирующими направлениями стали трасса М-4 «Дон» от Москвы до Черноморского побережья и участок М-1 «Беларусь» в Московской области. По этим магистралям интенсивность движения превышала 24–25 тысяч машин в сутки.

Развитая дорожная инфраструктура стимулирует активизацию автотуризма, особенно учитывая, что в период санкционных ограничений и ухудшающейся геополитической обстановки идет переориентация турпотоков из недружественных стран на внутренние направления. Развитие автотуризма также будет стимулировать производителей расширять ассортимент транспорта, пригодного для продолжительных поездок по стране. Согласно данным Общенациональной ассоциации автототуризма и

караванинга (ОААК), по состоянию на октябрь 2023-го в России было зарегистрировано около 20 тысяч автодомов и караван-прицепов, оборудованных спальными местами и другими удобствами³¹.

В связи с этим, рассматривая высокую роль туризма для региональной экономики, необходимо выделять в его структуре различные виды туризма, туристических направлений и услуг, так как именно они будут определять и те функции, которые будет выполнять развитие данной отрасли для экономики региона и получаемые положительные эффекты. Классификация видов туризма имеет достаточно разветвленную структуру, так как они могут быть сгруппированы по большому количеству критериев – исходя из территориального аспекта (пляжный, горный, лыжный и т.д.), целей туристов (отдых, оздоровление, культурное просвещение, шоппинг, гастротуризм), возрастной категории отдыхающих (семейный, молодежный, детский и т.д. отдых), способов размещения (в санаториях, отелях, частных гостевых домах, частном секторе, в палатках, глэмпингах) и передвижения (самолет, поезд, автомобиль, групповые экскурсии на автобусах), формам организации поездки (через турагенство, по путевкам или «дикарями»), источникам финансирования (по путевкам предприятий, по социальным программам – в основном для детского и оздоровительного отдыха для льготных категорий населения, за счет частных средств). Основные виды туризма и наиболее популярные у российских туристов виды отдыха представлены на рис. 1.6.



Рисунок 1.6 – Приоритетизация видов отдыха с точки зрения их доступности для российских туристов в 2022 г., %³²

³¹ Буранов И. Завтра автотурагента // Коммерсант. 2023. № 243. с. 4

Как видно из графика, самым доступным и популярным видом проведения отдыха в России участники опроса назвали автомобильные путешествия по стране (57%), затем – поездки на морские курорты (56%), походы и активный отдых (43%), что подтверждает точку зрения о том, что большой потенциал развития в нашей стране имеет как авто-, так и экотуризм. Многообразие видов туризма предполагает разный эффект, оказываемый ими на экономику регионов, - например, на всесезонных курортах, где развит пляжный, горный и горнолыжный туризм, социально-экономические эффекты для региона будут выше, чем в тех регионах, где фактор сезонности определяет неравномерную работу представителей отрасли в течение года. И все же есть возможность выделить основные функции туризма, который будут выполняться в экономике каждого региона при грамотном развитии и поддержке отрасли (рис. 1.7).

Определение функциональной роли туристической отрасли в регионе служит основой для разработки мероприятий по её развитию, в соответствии с выделенным функционалом. Несмотря на то, что рынок туризма выполняет большое количество положительных для экономики региона функций, также можно отметить и некоторые негативные моменты, сопровождающие развитие данной отрасли – созидательно-разрушительную и дифференцирующую функции.

Также весьма распространена ситуация, когда увеличивающиеся турпотоки ведут к ухудшению экологической ситуации, загрязнению местности, значительному увеличению образования отходов. Поэтому развитие туристической отрасли должно происходить с четким соблюдением принципов устойчивого развития, иначе уже в среднесрочной перспективе отрасль начнет генерировать больше отрицательных, чем положительных эффектов, и ее рост станет самой основной проблемой.

Созидательно-разрушительная функция возникает в связи с тем, что в процессе создания туристической инфраструктуры реализуется

³² Внутренний российский туризм-2023: новые горизонты. Исследование Агентства стратегических инициатив. 2023. с. 10

созидательный аспект, но нередко создание инфраструктуры производится с нарушениями, разрушает экосистему, а иногда ее возведение производится в тех местах, которые сами по себе представляют природную достопримечательность.



Рисунок 1.7 – Функциональная роль туристической отрасли в экономике региона³³

³³ Составлено автором по результатам исследования

Дифференцирующая функция воплощается через поляризацию и коммерциализацию интересов различных групп населения, возрастанием роли неквалифицированного труда, а также через повышение рисков возникновения конфликтов между местным населением и туристами.

В связи с этим формирование региональной концепции развития туристической сферы должно происходить с обязательным учетом повестки устойчивого развития, которая будет способствовать устранению деструктивных функций туризма, и включать в себя концепцию экологического планирования, учет менталитета местных жителей и специфики социально-экономического развития, а также принципы формирования качественного туризма. Это позволит устранить дисбаланс между удовлетворением растущих потребностей туристов и ограниченным количеством природных, социальных, экономических ресурсов принимающей стороны.

В конце первого квартала 2024 года Президентом страны была обозначена необходимость заложить средства на развитие туристической отрасли не в федеральный бюджет на 2025-2027 годы, а в перспективный финансовый план сразу на шесть лет, таким образом, за этот период отрасль должна будет получить более 400 миллиардов рублей бюджетного финансирования на свое развитие. Для эффективного использования выделяемых ресурсов в текущем году уже готовятся программные инструменты – разработан проект федеральных круглогодичных курортов "Пять морей и озеро Байкал" и реализуется обновление национального проекта "Туризм и индустрия гостеприимства".

Как свидетельствуют данные, импульсов в настоящее время для развития внутреннего туризма много - более чем в четыре раза увеличилось число туристов, посетивших Дагестан, вдвое вырос турпоток в Республику Алтай, в Адыгею и Ленинградскую область, поэтому до 2030 года поставлены амбициозные задачи увеличения числа ежегодных путешествий по стране (до 140 миллионов). В прошлом году жители страны совершили 78 миллионов внутренних турпоездов, что на 21% больше показателей 2022

года. Вложения частных инвесторов тоже увеличились и составили более 800 миллиардов рублей, что на треть больше уровня 2022 года, а объем средств размещения вырос на 10%³⁴. Все это подтверждает высокую деловую и инвестиционную активность отрасли в новых экономических условиях и подтверждает ее возможность выступить в качестве драйверов регионального развития. Особенные перспективы отрываются для регионов ЮФО и СКФО – здесь отмечается наибольший приток туристов, а по результатам анализа данных за 2023 год северокавказские регионы оказались интереснее для туристов, чем даже Краснодарский край (рис. 1.8).

Для того, чтобы туристическая отрасль смогла стать для регионов отправной точкой роста пространственного развития, вклад внутреннего туризма в ВВП страны должен вырасти вдвое - до 5%. Включение данных параметров развития в долгосрочную стратегию на федеральном уровне позволит региональному туристическому бизнесу получить важные ориентиры и выстраивать свои инвестиционные программы на длительную перспективу.

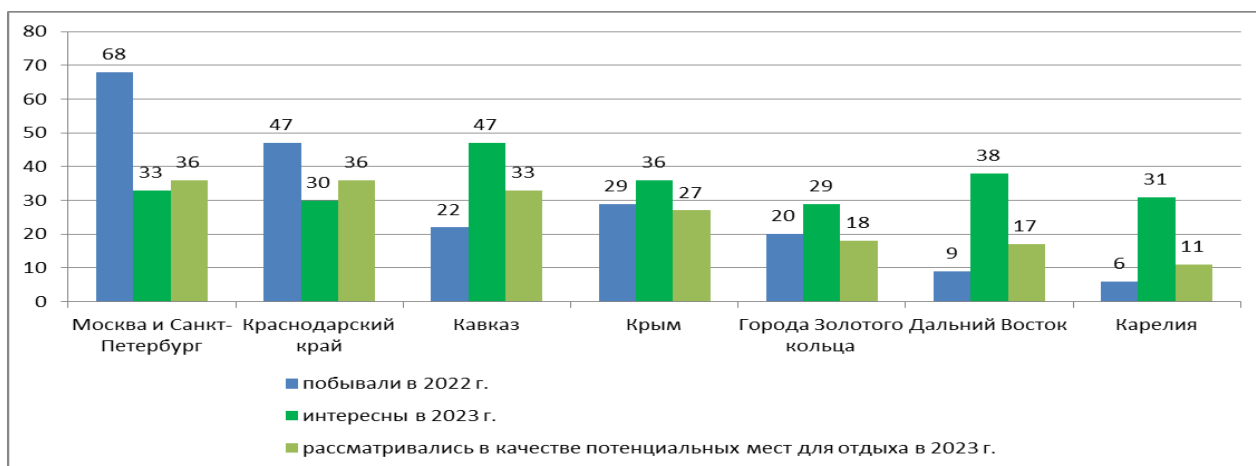


Рисунок 1.8 – Наиболее привлекательные для россиян регионы для отдыха в 2022-2023 гг., %³⁵

Для регионов принципиальным фактором превращения туризма в точку роста является устранение проблемы сезонности туристических

³⁴ Кузьмин В. Путин: Уже в этом десятилетии вклад внутреннего туризма в ВВП должен вырасти вдвое// Российская газета. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rg.ru/2024/03/28/na-moria-v-rossiiu.html> Дата обращения: 26.03.2024

³⁵ Составлено автором по данным исследования «Внутренний российский туризм-2023: новые горизонты». Исследование Агентства стратегических инициатив. 2023. с. 11

потоков, поэтому акцент делается на создании круглогодичных курортов на морских побережьях Краснодарского и Приморского краев, в Санкт-Петербурге, в Крыму, Дагестане, Калининградской и Запорожской областях. Так как развитие курортных территорий требует одновременного повышения их транспортной доступности и модернизации коммунальной и инженерной инфраструктуры, регионам ежегодно будут выделяться средства в размере 250 миллиардов рублей инфраструктурных бюджетных кредитов, при этом две трети задолженности можно будет списать при условии, что они будут направлены на развитие инфраструктуры и поддержку инвестиций.

В заключении отметим, что если период санкционных ограничений негативно сказался на развитии реального сектора экономики, то для туристической отрасли в настоящее время открылись новые возможности, которые должны быть использованы в самое ближайшее время. В связи с этим целесообразно рассматривать те инструменты отраслевого развития, которые будучи примененными на уровне регионов, дадут достаточно быстрый положительный эффект и обеспечат устойчивые темпы социально-экономического развития. Одним из таких перспективных инструментов является региональный отраслевой кластер, который в данном случае будет выступать в качестве рычага сбалансированного развития территории, фактора обеспечения экономической независимости региона и инструмента повышения качества жизни его населения.

1.3 Специфические особенности функционирования региональной экономики при формировании туристических кластеров

Процессы пространственно-территориального развития Российской Федерации подразумевают необходимость и целесообразность создания в регионах отраслевых кластеров, в том числе и туристическо- рекреационной направленности. Формирование туристического кластера представляет собой сложный процесс, который в случае его успешного осуществления позволяет

устранить дисбаланс социально-экономического развития между регионами и между различными слоями населения, а также обеспечить устойчивый рост региональной экономики. Основой создания туристических кластеров является объединение регионов, обладающих высоким туристическим потенциалом и возможность дальнейшего создания на их основе нескольких туристических макрокластеров, особенно если данные кластеры объединены общей транспортной инфраструктурой и обладают схожими рекреационными характеристиками.

На сегодняшний день понятие туристского кластера закреплено в федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и представляет собой особую форму территориальной организации предприятий, которые принимают участие в производстве комплексного туристического продукта. В самом широком понимании кластер всегда рассматривается как система, способствующая созданию на территории регионов инновационной среды, в рамках которой повышается конкурентоспособность каждого участника кластера и происходит развитие регионов в целом. В более узком понимании с позиции микроэкономики кластер представляет собой сочетание предприятий, которые объединены пересекающимися интересами и общностью основных задач и, возможно, даже единым управленческим аппаратом, реализующим в рамках данной территории уникальный продукт. Если рассматривать специфику туристического кластера, то фактически он представляет собой комплекс концентрированных в регионе взаимосвязанных организаций, которые взаимодополняют деятельность друг друга и за счет создания синергетических эффектов усиливают свои конкурентные преимущества, что благоприятно сказывается на повышении туристических потоков в конкретные туристические локации.

Цель деятельности туристического кластера заключается в разработке высококонкурентного туристического продукта и формировании грамотно разработанной концепции туристического развития региона, а также

экономической оценке результатов от реализации отраслевой кластерной концепции на территории региона, за счет чего такой кластер становится самостоятельной дестинацией, а регион, в котором он развивается - основной целью путешествия туристов. Особенностью туристического кластера является то, что все его участники имеют общую целевую аудиторию и на всех них распространяется единое правило «зонтичного» бренда, то есть привлекая внимание туристов один раз и завоевывая их симпатию к региону, регион обеспечивает себе устойчивость туристических потоков в будущем, так как туристы возвращаются на курорт снова, а все предприятия кластера воспринимаются как единая система, функционирующая под эгидой уникального регионального туристического бренда.

В процессе формирования туристического кластера разрабатывается общая концепция туристического проекта, а также для каждого вида бизнеса предусматривается создание отдельных концепций, которые будут включены в общую концепцию кластерного развития региона и будут одинаково и выгодны всем его участникам. Уникальность функционала туристического кластера заключается в так называемом сотрудничестве конкурентов, в рамках которого партнеры объединяют свои ресурсы для совместного ведения деятельности и добиваются за счёт этого общих целей, но при этом юридически остаются автономными.

Туристический кластер формируется за счет пяти основных элементов:

- наличия в регионе ключевых товаров - уникальных туристических продуктов, свойственных именно этой территории и обладающих высокой конкурентоспособностью по сравнению с аналогичными туристическими программами и продуктами других регионов;
- использования специфических ресурсов, которые есть только в данном кластере и которые могут стать для туристов определяющим фактором выбора именно данного региона для поездки;

- применения технологий, которые используются в ходе создания туристической инфраструктуры, а также в процессе разработки индивидуализированных туристических продуктов;

- разработки специализированных услуг, представляющих собой уникальный набор туристических программ, которые опять же свойственны только данной территории;

- конечных потребителей, то есть туристов, которые делают свой выбор в отношении выбора того или иного места отдыха, причем количество этих потребителей будет напрямую зависеть от эффективности использования четырех групп вышеприведенных элементов.

На рисунке 1.9 представлена схема формирования модели создания туристического кластера с точки зрения стейкхолдерского подхода, так как в туристическом кластере, как ни в каком другом сильно влияние двух групп стейкхолдеров: потребителей продукции регионального кластера-туристов, которые являются основными инвесторами в экономику региона и принимают самое непосредственное участие в формировании регионального туристического бренда и местного населения, которое выступает в качестве производителя большого количества туристических услуг, и также формирует имидж региона в глаза туристов.

В связи с тем, что эти две группы стейкхолдеров очень активно коммуницируют между собой в ходе реализации кластером своих целей, для туристического кластера является целесообразным создание управленческой группы или координатора кластера, которые будут разрабатывать способы и методики регулирования и контроля данных коммуникационных процессов. Также необходимо отметить огромную роль региональных органов власти, которые должны заботиться о создании для туристов максимального комфортного общественного пространства и гарантировать безопасность, так как буквально одна ситуация, связанная, например, с хищением вещей или криминогенным поведением местных жителей, может нанести серьезный удар по репутации региона. Стоит также отметить и необходимость

ужесточения санитарно-гигиенических норм, известно, например, что многие туристы не рассматривают Абхазию в качестве места для отдыха в связи с чрезвычайно низким качеством питьевой воды.

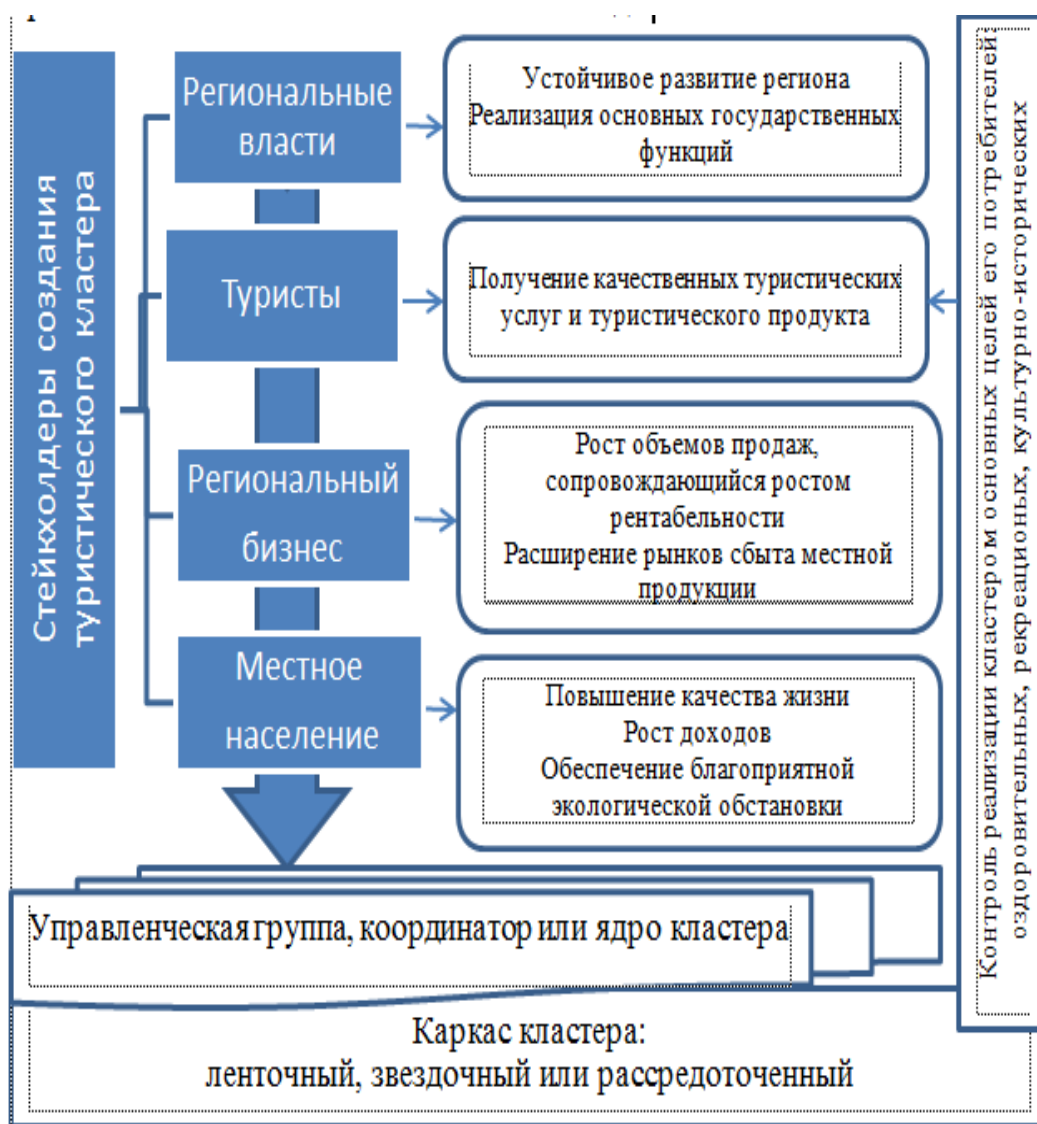


Рисунок 1.9 - Стейкхолдерский подход к формированию туристического кластера в структуре региональной экономики³⁶

Поскольку среди ученых нет определенного мнения по поводу того, что представляет собой кластер, то и к созданию модели туристического кластера существуют совершенно разные подходы. Например, туристический кластер может восприниматься как совокупность компаний, которые взаимодействуют в процессе создания нового туристического продукта и предоставления туристических услуг в определенных географических

³⁶ Составлено автором по результатам исследования

границах. При этом основной целью кластера является формирование конкурентоспособного туристического продукта, формирующего высокий финансовый результат для всех его участников. При таком подходе в качестве «ядра» кластера рассматривается не одна компания-лидер отрасли или группа предприятий, а в принципе туристические ресурсы как совокупность природных, ресурсных исторических, культурных достопримечательностей региона. На основе возможности использования этих ресурсов туристические фирмы разрабатывают свои собственные программы и предложения для туристов, а объединяющим звеном выступает инфраструктура, которая предоставляет услуги питания, размещения, развлечения для туристов.

Специфика туристического кластера также дополняется традиционными для каждого региона социальной системой – торговлей, медицинским обслуживанием, деятельностью финансовых институтов и инженерной инфраструктурой. Если рассматривать модель туристического кластера как структуру, которая активно взаимодействует с институциональным пространством, то сюда также следует включить и экономические условия, социокультурный и политический факторы, а также природный капитал.

Также для определения туристического кластера и его роли в экономике региона можно использовать системный подход, согласно которому туристический кластер представляет собой локализованную туристическую систему, состоящую из организаций в сфере туристических услуг и смежных отраслей, деятельность которых дополняется различными вспомогательными организациями. В этом случае их совместная деятельность приводит к усилению индивидуальной конкурентоспособности каждого из участников кластера и дополняется специализацией вида деятельности предприятий-участников, которая впоследствии и обеспечивает возникновение синергетического эффекта.

Также кластерная туристическая структура может рассматриваться с позиции создания добавленной стоимости и представляет собой цепочку каналов сбыта, предоставления транспортных услуг, средств размещения, предприятий питания, средств развлечения и потребления комплексной туристической услуги, производители которых объединяются на условиях кооперации и конкуренции в целях получения более высоких финансовых результатов и локальных преимуществ, которые в свою очередь благоприятно отражаются на экономическом развитии региона. На каждом этапе формирования цепочки каналов сбыта формируется добавленная стоимость, размер которой определяется исходя из востребованности и ценности данной услуги/продукта для туристов. При этом неравномерность распределения добавленной стоимости может создать существенную проблему для позиционирования турпродукта как конкурентоспособного. В качестве примера можно привести формирование цены на путевки на зарубежные курорты, стоимость которых практически на 50% состоит из стоимости билетов на перелет и связанных с ними сборов.

Хотя во многих определениях и подходах к формированию модели туристического кластера напрямую не указана роль, которую они играют в развитии региональной экономики, исходя практически из всех определений становится очевидно, что туристический кластер может при успешной реализации своих основных программ стать локомотивом экономического роста региона и выступить в качестве эффективного инструмента взаимодействия между региональными предприятиями для повышения инвестиционной активности всех его участников. Те эффекты, которые получает регион в результате работы кластера на его территории, обусловлены тем, что кластер позволяет создать глубокие технологические кооперации между всеми предприятиями, даже не являющимися его участниками, каждое из которых активно позиционируется в цепочке формирования добавленной стоимости и ее накопления.

Для определения роли туристического кластера в системе региональной экономики необходимо провести типологию действующих на определенной территории кластеров, исходя из функциональных и иерархических их признаков. Функциональные признаки позволяют определить особенности функционирования и специализацию кластера, отражают место кластера в структуре региональной экономики и приоритетность его поддержки и финансирования для органов государственной власти.

К функциональным признакам кластера относятся ресурсные и деятельностные факторы. Ресурсные факторы подразумевают определение особенностей природного, культурно-исторического, трудового и финансового потенциала региона, а также наличие необходимой туристической инфраструктуры. Данные признаки в дальнейшем определяют специализацию туристического кластера и необходимость создания в регионе каких-либо дополнительных предприятий, которые будут соответствовать специфике предоставляемых услуг, например, для развития сельского туризма, лечебно-оздоровительной спецификации региона или смещении акцентов на развитие событийного туризма.

Деятельностные факторы создаются при непосредственном участии человека и обеспечивают конкурентоспособность туристической деятельности за счёт «искусственного» создания туристических продуктов. Пример отдельных стран и регионов показывает, что деятельностные факторы могут создать неповторимый облик региона и те туристические достопримечательности или услуги, которые сами по себе будут привлекать туристов (например, в рамках развития гастротуризма или шоппинг-туров). Таким образом, регион может не обладать ресурсными факторами, но при этом только деятельностных факторов может быть достаточно для того, чтобы регион стал популярным местом для посещения туристов. Также такими факторами могут стать технологические ноу-хау, специфические

знания, навыки или промыслы, которые обуславливают специализацию территории и повышают интерес к ней со стороны внешних туристов.

Однако в то время как туризм является источником дохода для регионального бизнеса и населения, способствует формированию новых рабочих мест, развитию территории и стимулирует развитие социально-экологической инфраструктуры, то есть выступает как естественный катализатор регионального развития, неконтролируемое развитие туризма и хаотичное появление новых туристических продуктов и услуг, может наносить серьёзный ущерб окружающей среде и приводить к разрушению культурно-исторического наследия, провоцируя возникновение на данной территории конфликтов и снижая потенциал развития туризма в данном регионе в средне- и долгосрочной перспективе. Поэтому необходима разработка таких программных документов или концепций отраслевого развития, которая учитывает, что применительно к данной сфере деятельности территория региона является базовым ресурсом, обеспечивающим всем участникам туристического кластера дополнительные конкурентные преимущества, которые не могли бы быть созданы в отрыве от данного региона. Это ещё раз подчёркивает необходимость включения в туристический кластер представителей органов государственной власти, а также регулирования отрасли со стороны регионального законодательства, так как большая концентрация туристических предприятий тоже носит отрицательный характер ввиду их деструктивного воздействия на естественные экосистемы региона. В то же время многие туристы воспринимают туристический регион через призму естественной природной среды и высокого уровня экологического благополучия, что особенно актуально для субъектов СКФО.

В связи с вышеобозначенной проблемой роль туристических кластеров в региональной экономике будет во многом определяться качеством институциональной среды региона. Как мы уже отмечали, воздействие туристического кластера на экономику региона может быть, как позитивным,

так и негативным, при этом при хаотичном развитии отрасли воздействие негативных факторов может стать преобладающим и нивелировать все усилия позитивные эффекты, которые генерируются кластером. В связи с этим подготовка институциональной среды должна стать базовым условием создания в регионе туристического кластера и обусловить положительную роль, которую он будет играть в региональной экономике. В этом случае со стороны региональных органов власти является важной подготовка нормативно-правовой базы и алгоритмов регулирования для развития трёх видов институтов - институтов государства, институтов права и институтов гражданского общества, которые могут быть объединены в единый механизм, регулирующий организационно-правовые условия функционирования участников кластера, взаимосвязанных с ними смежных отраслей и потребителей.

Поскольку задачей любого кластера с точки зрения влияния его на региональную экономику является улучшение имиджа региона и повышения его инвестиционной привлекательности, то огромную роль играет развитие институтов предпринимательства, которое подразумевает высокий уровень развития деловой этики в регионе, поиск новых способов и комбинации использования экономических ресурсов в регионах для получения доступных и качественных туристических продуктов и поддержание между всеми участниками кластера здоровой конкуренции, для того чтобы туристические продукты соответствовали требованиям туристов по принципу «цена-качество»³⁷. В свою очередь институты науки образования отвечают за процессы генерирования инноваций, развитие технопарков и научных центров, которые также могут выступить в качестве объектов для туристического посещения, а также предполагают тесное сотрудничество с предпринимательским сектором в целях разработки инновационных

³⁷ Швец Ю. Ю. Институциональные основы реализации инновационного потенциала региона путем кластеризации туризма// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. — №3 (43). Номер статьи: 4306. Дата публикации: 16.07.2015. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/4306/>

способов продвижения туристических продуктов и создания уникальных туристических услуг, подготовки кадров, отвечающих потребностям современного туристического бизнеса. Таким образом, сбалансированное развитие региональной экономики будет зависеть от активности всех участников кластера.

Анализ специфических особенностей формирования концепции туристического кластера в региональной экономике позволяет установить, что создание кластера на базе одной отрасли может привести к формированию моноотраслевой специализации региона, которая при грамотном управлении не провоцирует возникновение проблем, связанных с акцентом на развитии только одной сферы региональной экономики. В то же время допущенные ошибки при разработке кластерной концепции развития территории могут привести к повышенной зависимости экономики региона от туризма, вследствие чего будет наблюдаться экономический спад в других отраслях и происходить разбалансировка экономики. Если туристическая отрасль развивается бессистемно и созданный кластер со временем становится лишь формальным образованием, существующим лишь в программных документах, то это достаточно быстро приводит к росту цен на местные ресурсы и повышению темпов инфляции, а в среднесрочной перспективе – к возникновению серьезных диспропорций в региональной экономике, росту безработицы, ухудшению экологической обстановки.

Именно поэтому в качестве важнейшей особенности формирования концепции туристических кластеров в экономике российских регионов необходимо обозначить задачи достижения устойчивости функционирования отрасли, означающей, что концепция кластерного развития должна в обязательном порядке быть дополнена концепцией устойчивого регионального развития, а анализ регионов с точки зрения туристической привлекательности должен производиться исходя из оценки ESG-критериев.

«Роль туристических кластеров в процессах устойчивого регионального развития сложно переоценить, потому что туризм уже сам по

себе как направление деятельности способствует достижению таких устойчивых целей как: 1) бизнес, имеющий ориентацию на прибыльность (экономическая подсистема устойчивого развития); 2) работа над улучшением экологической обстановки в регионе ввиду необходимости обеспечения благоприятных условий для туристов (экологическая подсистема устойчивого развития); 3) развитие системы социальных гарантий через обеспечение занятости населения в отрасли, подготовку необходимых отрасли высококвалифицированных сотрудников, повышение доходов населения в различных отраслях региональной экономики за счет увеличения притока туристов, и т.д. (социальная подсистема устойчивого развития региона)»³⁸. Таким образом, основной целью создания туристического кластера должно стать максимально быстрое и эффективное достижение задач устойчивого развития региона, чему способствует реализация целей туристического кластера, представленных на рисунке 1.10.

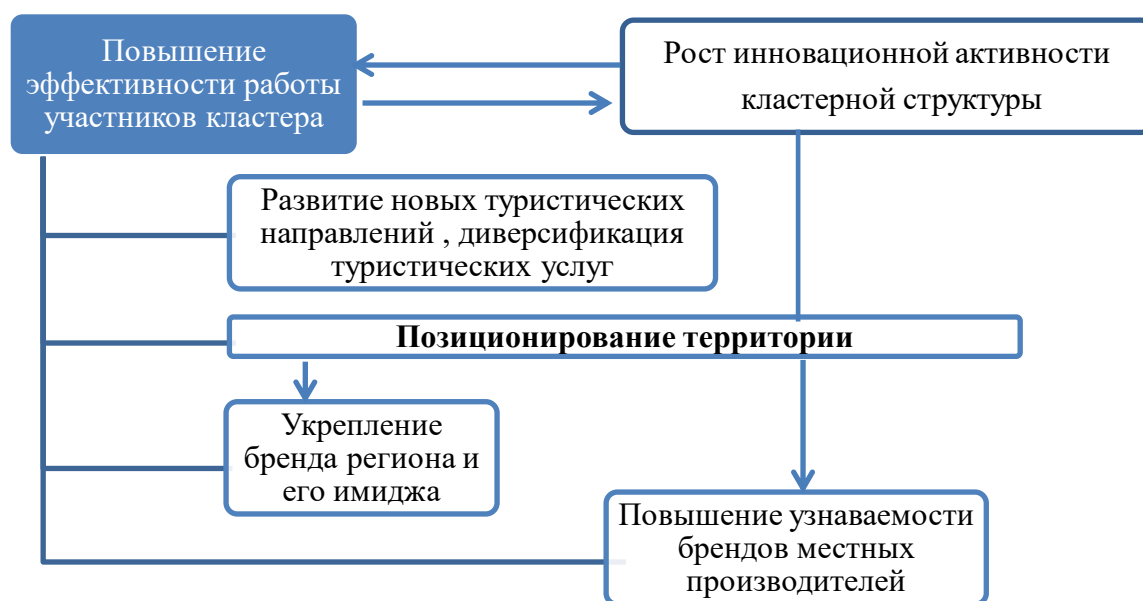


Рисунок 1.10 - Взаимосвязь цели и задач формирования туристического кластера в экономике региона³⁹

³⁸ Лапин А. С. Исследование роли туристических кластеров в обеспечении устойчивого развития региона // Экономические науки. 2024. № 3. с. 235-241.

³⁹ Составлено автором по результатам исследования

С учетом данных целей можно произвести идентификацию задач создания и развития туристических кластеров, опирающихся на учет повестки устойчивого развития и учитывающих необходимость достижения целей ESG-стратегий региона.

В таблице 1.3 осуществлена систематизация задач туристического кластер (ТК) через призму выполнения функций экономического, социального и экологического характера, и каждая из данных групп сопоставлена с соответствующими задачами устойчивого регионального развития.

Таблица 1.3 – Идентификация устойчивых целей туристического кластера в экономике региона ⁴⁰

Функции кластера Влияние на...	Экономические	Социальные	Экологические
развитие экономической подсистемы устойчивого развития региона	Приток инвестиций в региональную экономику Возможность развития для представителей МСБ, входящих в ТК (при высоком уровне развития ТК – распространение данного эффекта на все предприятия региона)	Развитие региональной инфраструктуры	Внедрение экологических инноваций (НДТ) предприятиями региона
	<i>Пополнение регионального бюджета за счет увеличения объема налоговых отчислений → рост объемов субсидирования социальных и экологических программ – <u>количественная оценка мультипликативного эффекта от развития туристического кластера</u></i>		
развитие социальной подсистемы устойчивого развития региона	Обеспечение занятости населения, рост доходов и уровня заработных плат Укрепление межрегионального сотрудничества людей и регионов	Высокая дифференциация услуг ТК делает отдых доступным практически для каждой категории населения, так как «эффект масштаба» и высокая конкуренция	Способствует укреплению здоровья и, соответственно, росту человеческого капитала, что благоприятно сказывается на производительности труда

⁴⁰ Составлено автором по результатам исследования

Продолжение таблицы 1.3			
		способствуют снижению цен при сохранении должного качества туристических услуг	
развитие экологической подсистемы устойчивого развития региона	Необходимость поддержания благоприятной экологической обстановки стимулирует региональный бизнес к внедрению «зеленых» технологий, которые в свою очередь способствуют снижению затрат и выстраиванию устойчивых цепочек поставок	Расширение кругозора туристов и обеспечение интеллектуального развития, повышение экологической ответственности и осознанности	Активизация со стороны государства и бизнеса мероприятий, направленных на обеспечение благоприятной экологической ситуации Рост экологических рейтингов региона
		Улучшение условий жизни населения – достижение основной цели регионального развития	

Исходя из данных таблицы 1.3 можно сделать вывод о том, что стратегической целью туристического кластера должно быть формирование устойчивой региональной структуры, которая обеспечивает разработку и реализацию востребованных туристических продуктов, а также формирование вокруг туристической отрасли уникальных компетенций и разветвленной партнерской межотраслевой сети, с помощью которой все участники кластера, в первую очередь, и все предприятия региона, во вторую очередь, могут получать положительные экономические эффекты, а в регионе увеличится эффективность достижения социальных и экологических целей. При этом и на уровне региона в целом, и на уровне каждого хозяйствующего субъекта реализуются задачи повышения конкурентоспособности на межрегиональном и внешнем рынках.

Многие российские регионы на сегодняшний день обладают уже достаточными предпосылками к формированию туристических кластеров, а в ряде из них уже есть самоорганизованные кластеры, не имеющие еще официального статуса, но при этом обладающие всеми необходимыми

признаками кластерной структуры. Причем еще для ряда из них даже не требуются серьезные инвестиционные вложения, но при этом не хватает институциональной и организованной основы для того, чтобы такой кластер смог заработать де-юре.

В связи с этим в алгоритме создания туристического кластера с учетом необходимости достижения целей сбалансированного устойчивого регионального развития, обязательно должны быть предусмотрены такие этапы как:

- определение самых привлекательных туристических услуг, туристических направлений и продуктов для туриста;
- рассмотрение возможностей развития экотуризма, как направления, не требующего высоких капиталовложений и основывающегося на ознакомлении туристов с природными достопримечательностями;
- идентификация «точек роста» внутри кластерной структуры и предприятия, выступающего в качестве «ядра» кластера или принятие решения о целесообразности работы по модели бескорневого кластера⁴¹;
- разработка комплексной документации туристического кластера;
- подготовка технико-экономического обоснования участия в инвестиционном проекте для частных инвесторов и государства;
- расчет экономического, социального и экологического эффекта для региона в результате функционирования кластера;
- расчет бюджетной эффективности для региональных органов власти в случае привлечения бюджетных средств к финансированию инвестиционных проектов в туристической сфере;
- разработка финансовой модели кластера для последующей реализации программ, направленных на активизацию инвестиционной деятельности в отрасли и регионе;

⁴¹ Канаев А. С., Зорина Н. М., Киреевкова З. А., Предбанникова О. И. Возможности развития и управления туризмом в России: влияние социально-экономических факторов и типов интеграций между участниками на формирование моделей кластеров // Инновации и инвестиции. 2023. №7. с. 380-383

- функциональное зонирование территории кластера с учетом реализуемых на территории региона видов туризма⁴².

Для обоснования целесообразности создания в регионе туристического кластера рекомендуется использовать таблицу SWOT-анализа, позволяющую определить преимущества и недостатки обеспечения устойчивого развития региона на основе выбора в качестве драйвера роста кластера туристической направленности (табл. 1.4).

Таблица 1.4 – SWOT-анализ организации туристического кластера в целях обеспечения устойчивого развития экономики региона⁴³

Преимущества	Недостатки
Наличие у региона выгодного географического положения можно использовать в качестве уникального конкурентного преимущества Работа кластера предполагает создание большего количества рабочих мест Активизируется развитие малого и среднего бизнеса Снижается внутренняя миграция за счет обеспечения занятости населения на своей же территории Являясь приоритетной, отрасль расширяется и при этом сохраняет свою экологическую направленность Большая часть связанных отраслей активно развивается, обслуживая увеличивающиеся туристические потоки	Необходимость высоких капиталовложений в создание объектов туристической инфраструктуры (при этом при оказании определенных видов услуг или турпродукты инвестиции могут требоваться в очень небольшом объеме, например, - экотуризм) Нехватка квалифицированных кадров Небольшая консолидация участников даже в рамках де-юре работающих кластеров Необходимость разработки качественной маркетинговой стратегии, чем пренебрегают многие кластеры Сезонность предоставления туристических услуг (зависит от региона и типа кластера) Несоответствие цены и качества услуг по сравнению с зарубежными аналогичными туристическими продуктами
Возможности	Риски
Формирование общеизвестного регионального бренда, который уже сам по себе привлекает новых туристов Для большей части регионов возможно такое выстраивание туристического календаря, которое будет в значительной степени способствовать преодолению проблемы сезонности формирования турпотоков Улучшение инфраструктуры для населения	Снижение покупательской способности и рост цен в отрасли как на размещение туристов, так и на транспортные услуги Неравномерность турпотоков и сезонный характер могут сделать для некоторых регионов невозможным использование туристического кластера как инструмента обеспечения устойчивости региона Снижение интереса к историко-культурному и природному наследию

⁴² Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. Актуализация подходов к районированию и зонированию туристских территорий для целей пространственного планирования и проектирования туристской деятельности // Географический вестник = Geographical bulletin. 2022. № 4(63). с. 135-148.

⁴³ Лапин А. С. Исследование роли туристических кластеров в обеспечении устойчивого развития региона // Экономические науки. 2024. № 3. с. 235-241.

Продолжение таблицы 1.4	
<p>региона</p> <p>Приоритезация экологических программ</p> <p>Для депрессивных регионов – возможность значительно улучшить социально-экономическое положение</p> <p>Повышение образованности населения</p> <p>Рост человеческого капитала, повышение качества жизни населения за счет повышения доступности туристических продуктов</p> <p>Развитие экотуризма, максимально способствующего поддержанию благополучной экологической обстановки</p>	<p>Ухудшение экологической ситуации, вырождение небольших населенных пунктов, служащих «перевалочными» пунктами турпотоков</p> <p>Слабая заинтересованность в развитии туристических кластеров «на местах», непонимание основных преимуществ работы в рамках кластера со стороны представителей органов региональной власти</p>

Обязательным условием формирования туристических кластеров должно стать создание специальной системы оценки их эффективности для того, чтобы предотвратить как случаи нецелевого использования выделенных ресурсов при реализации крупных проектов на основе ГЧП, так и для ограничения поддержки так называемых «мифических» кластеров, работа которых декларируется официально, хотя в реальности в них отсутствуют необходимые элементы и условия.

Роль туристического кластера в реализации задач устойчивого развития региона будет определяться тем, к какому виду относится данный кластер: наибольшие положительные эффекты на устойчивые процессы развития оказывают «живые» кластеры, в которых достигнут высокий уровень кооперации между участниками, в то время как эффект от «потенциального» кластера будет намного меньше, так как его участники еще не наладили кооперационные связи⁴⁴. Кластер, управляемый органами власти, который формируется на основе дирижисткой модели, может превратиться в «живой» кластер, однако нередки ситуации, когда все заканчивается на начальных этапах инициации данного проекта.

С точки зрения выполнения задач устойчивого развития самым перспективным нам представляется использование кооперационного

⁴⁴ Вертинская Т. С., Клицунова В. А. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси. Минск: Библиотека сельского туризма, 2014. с. 11-12, 52 с.

подхода, поскольку в этом случае можно говорить о максимальном вовлечении всех участников в процессы кластерообразования. Также может стать перспективным и предпринимательский подход, когда инициатором кластера становится коммерческая структура или отдельный предприниматель, который берет на себя функции управления кластером и его продвижения. Возможность реализации такого подхода доказывают примеры создания таких популярных и высокобюджетных туристических объектов как парк Галицкого (Краснодарский край), Лога-парк и парк «Малинки» (Ростовская область), каждый из которых также способствует реализации задач устойчивого развития, так как функционирование данных объектов связано с выполнением соответствующих ESG-задач.

Таким образом, регионы, в которых не созданы подходящие условия для развития кластеров, показывают невысокие темпы социально-экономического развития, и даже могут характеризоваться как депрессивные. Высокая актуальность формирования туристических кластеров на сегодняшний день объясняется тем, что для отечественной отрасли созданы практически «парниковые» условия в связи с недоступностью многих традиционных зарубежных курортов и серьезным подорожанием путевок в те, которые остались доступными для российских туристов. Поэтому у российских регионов появляется шанс развить свои рекреационные, природные или историко-культурные ресурсы и использовать их для повышения устойчивости региональной экономики.

ГЛАВА 2. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ ЮГА РОССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ОТРАЖАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

(на материалах СКФО и ЮФО)

2.1. Выявление базовых тенденций развития региональной экономики при кластеризации туристической отрасли в период санкционных ограничений

Отраслевая кластеризация российской региональной экономики в современных условиях становится инструментом для стратегического развития и наращивания экономических ресурсов, которые возможно будет направить на поддержание устойчивости экономики российских регионов. Приоритезация отдельных отраслей в экономике региона, взаимосвязь регионального пространства, экономических агентов, отраслевой направленности экономики нашла отражение в исследовании Ф. Перру «Экономическое пространство: теория и применение» еще в 1950 г. Учёный предлагает сосредоточиться на отраслях, движущих экономику, т.е. на отраслях, представляющих «полюсы роста».⁴⁵ Такие отрасли характеризуются тем, что привлекают, аккумулируют, направляют экономические ресурсы, тем самым, создавая в экономике региона мультипликативный эффект.

В этой связи, целесообразно выделить такую в последние годы особо значимую отрасль для Юга России как туристическую. В туризме в России в настоящее время задействованы более 200 тысяч предприятий по 50 ОКВЭД. Суммарно они формируют 4% ВВП России, а расходы граждан на внутренний туризм и отдых в последние годы растут и составляют 9% в структуре расходов бюджета домохозяйства. Развитие туристической отрасли в региональной экономике влечёт за собой активизацию более 50

⁴⁵ Perroux F. Economic space: theory and applications // Quarterly Journal of Economics. – 1950. – Vol.64. – pp. 89–104.

отраслей и направлений (по данным СберАналитики)⁴⁶, в частности, объектов инфраструктуры, торговли, развлечений, транспорта, питания и др.

В настоящее время экономический блок региональных правительств особое внимание уделяет агрегированию аналитики туристического рынка для определения его влияния на экономику региона, поскольку обеспечение конкурентоспособности региональной экономики напрямую связано с выделением отраслей-драйверов регионального развития, а для Юга России таковой является туристическая отрасль. В этой связи оценка процессов кластерообразования и их влияния на экономику Юга России представляется необходимой и создаст эмпирическую основу для разработки предложений по трансформации регионального экономического пространства на основе кластеризации туристической отрасли.

Отличительной чертой туристического кластера от всех других форм организации туризма является его социально-культурная, экологическая и экономическая устойчивость, которые обеспечивают участникам кластера высокие адаптационные характеристики, позволяющие достаточно легко приспособливаться к изменениям внешней среды. Объясняется это, в частности, уникальными чертами туристического кластера:

- вместо конкуренции между участниками кластера формируется функциональная взаимодополняемость;
- для создания уникального туристического продукта регион не обязательно должен обладать природными рекреационными ресурсами, так как туристический ресурс (продукт) может быть создан искусственно (в отечественной практике пока нет примера, который полностью бы соответствовал этому критерию, однако среди самых ярких примеров за рубежом – это Диснейленд);
- туристический кластер активно взаимодействует с окружающей средой, которая создает кластеру конкурентные преимущества, но и кластер

⁴⁶Туризм – важнейший мультипликатор роста экономики Юга и СКФО / <https://expertsouth.ru/articles/turizm-vazhneyshiy-multiplikator-rosta-ekonomiki-yuga-i-skfo/> (дата обращения 25.07.2024)

должен вести свою деятельность таким образом, чтобы поддерживать благоприятное экологическое положение региона.

Данные факторы формируют устойчивые конкурентные преимущества туристического кластера и обеспечивают устойчивость региональной экономики, за счет чего отрасль оказывается одной из немногих, которая с успехом преодолевает негативное влияние санкционных ограничений и даже использует их для собственного развития. Геополитические изменения и санкционные ограничения привели к серьезной структурной трансформации туристической отрасли, но вместе с тем заложили достаточно хорошие предпосылки для кластеризации туристической сферы России и обусловили целесообразность создания кластерных структур в данной отрасли как инструментов обеспечения устойчивости регионов.

В 2022 году ещё нельзя было однозначно утверждать, что антироссийские санкции стимулировали развитие внутреннего туризма, - в тот период произошло достаточно быстрое перераспределение туристических потоков, и те туристы, которые не поехали в Европу, отправились в Турцию, Объединённые Арабские Эмираты и другие страны (более чем 30%), и лишь 20% выбрали путешествие внутри страны. По итогам 2023 существенного снижения количества поездок за рубеж не только не произошло, но и увеличилось на 35%, случилось лишь перераспределение туристических потоков (рис. 2.1).

Таким образом, можно отметить, что при сохранении примерно таких же параметров внешней среды, количество туристов, выбирающих внутренний туризм, на ближайшие годы примерно определено, и именно исходя из этих цифр необходимо выстраивать стратегии развития туристической отрасли и прогнозировать темпы ее кластеризации.

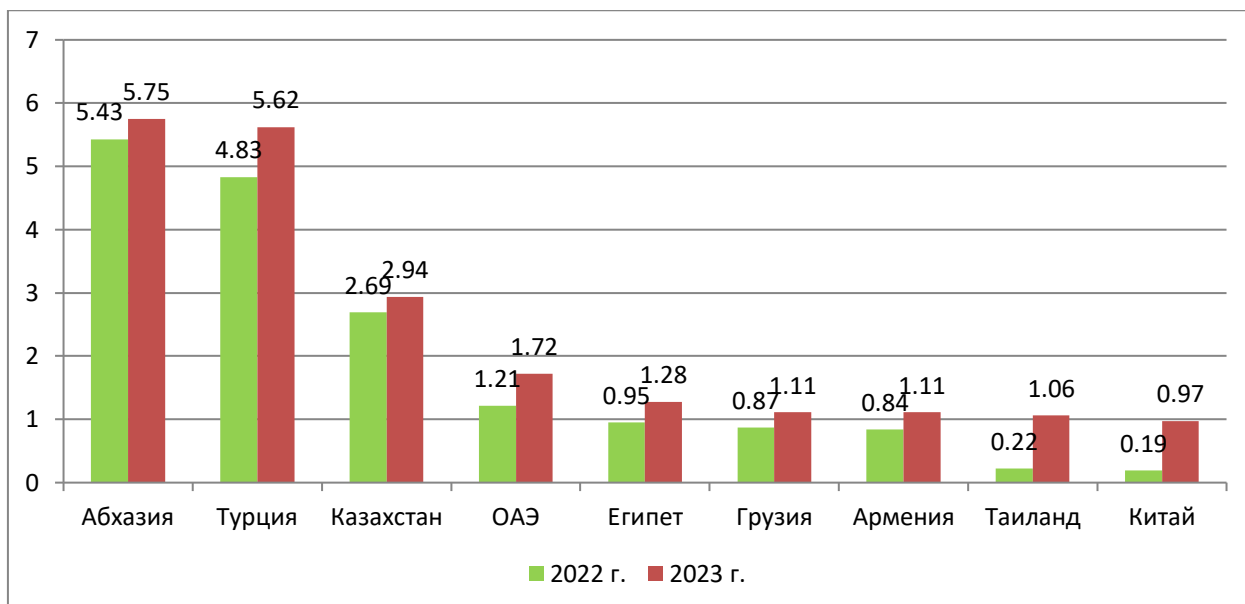


Рисунок 2.1 – Количество пересечений границы со всеми целями поездок в 2022-2023 гг., млн⁴⁷

Как видно по данным рисунка 2.2. в южнороссийских регионах наблюдается достаточно серьезная диспропорция объемов турпотока, что должно быть учтено в региональных стратегиях развития туризма в регионе.

При этом существенно отличаются данные даже в тех регионах, которые имеют приблизительно одинаковые природно-рекреационные ресурсы, что указывает на потенциал таких территорий как туристических регионов. Поскольку регионы Юга России можно рассматривать с точки зрения перспектив формирования туристического макрокластера, то целесообразно представить такие статистические показатели сразу по двум федеральным округам, так как формирование многих туристических маршрутов будет предусматривать перемещение туристов и использование объектов инфраструктуры сразу в нескольких регионах СКФО и ЮФО в рамках одной поездки.

⁴⁷ Составлено автором по источнику: «ФСБ отчиталась о поездках россиян за границу в 2023 году»// РБК. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/05/02/2024/65bcde169a79475d81d18dab> Дата обращения: 04.04.2024

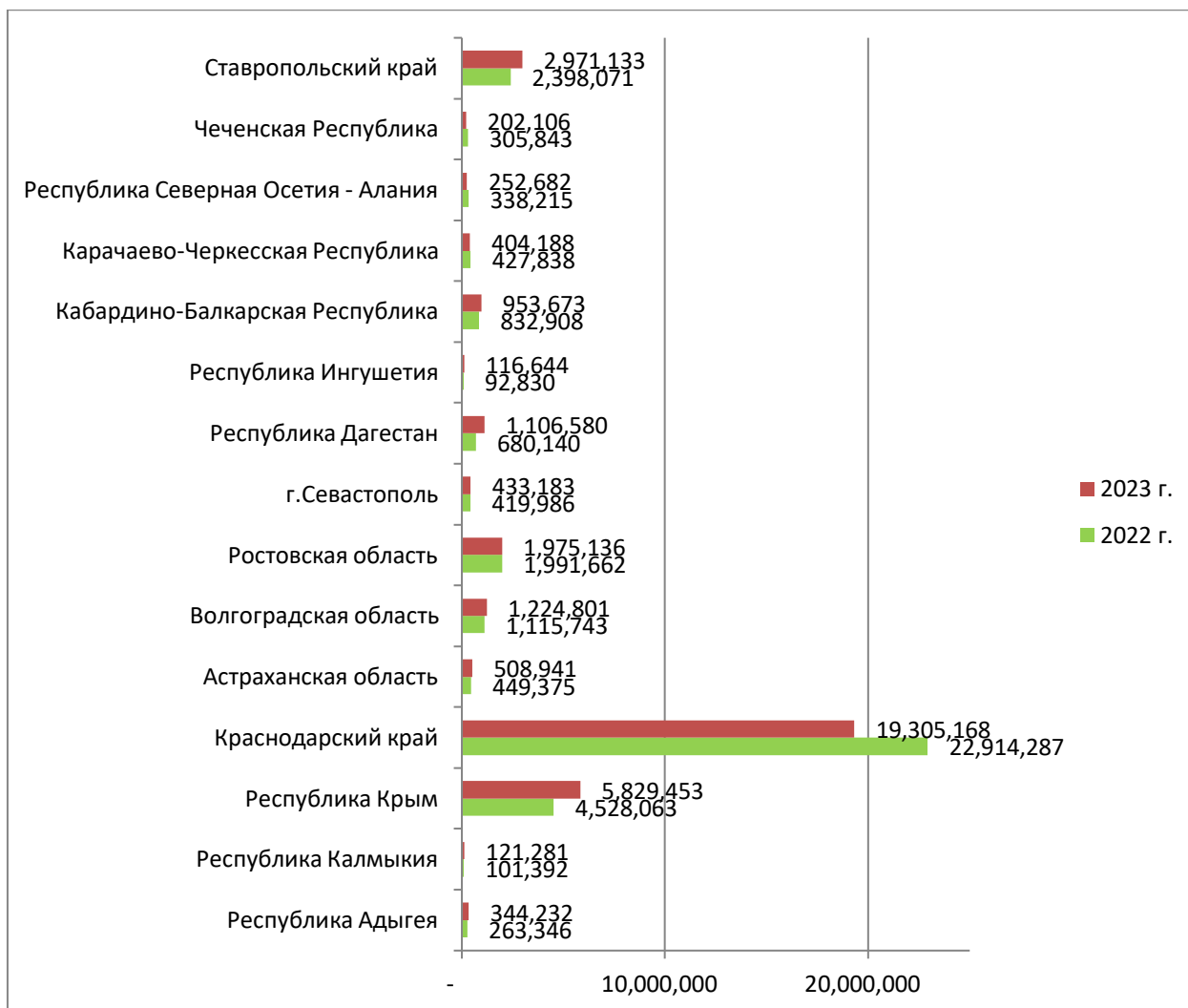


Рисунок 2.2 – Оценка туристического потока в 2022-2023 гг., количество поездок⁴⁸

Для решения проблемы выравнивания турпотока и его распределении между регионами (речь идет, конечно, не о равномерном распределении, а, скорее о максимальном вовлечении туристов в туристические программы других регионов, даже если в качестве места пребывания определен один конкретный регион), использование инструментов кластеризации подходит как нельзя лучше, так как в этом случае ядром кластера может выступить самый успешный с точки зрения развития отрасли регион как драйвер развития близлежащих территорий. Если сравнивать динамику развития внутреннего туризма по сравнению с доковидным периодом, то по итогам 2022 года можно сделать вывод о том, что общий объем туристических

⁴⁸ Составлено автором на основе данных Росстата

потоков возрос на 5-10%, то есть на данный момент отрасль характеризуется ростом показателей деловой активности, что является важным фактором успешного становления и развития отраслевых кластеров.

Вместе с тем, нужно обратить внимание на методические аспекты кластеризации сферы туризма в регионах, например, касающиеся того, что стратегия развития внутреннего туризма была принята еще в 2019 году, когда отрасль не испытывала на себе давления ни санкций, ни ограничений пандемийного периода и его последствий. В 2021 году стала действовать государственная программа развития туризма, которая в некоторой степени учитывала аспекты связанные с развитием отрасли в период ковидных ограничений, но уже в 2022 году появились новые существенные факторы влияния, которые не были учтены ни в одном документе развития отрасли.

Если же рассматривать предпосылки формирования в туристической отрасли региональных кластеров, которые существовали еще до введения санкций, то можно отметить, что для развития внутреннего туризма уже были созданы экономические и инфраструктурные предпосылки, и туристический сектор постепенно переходил от стадии зарождения к стадии формирования. Это связано с тем, что туристическая ниша является маргинальным бизнес-направлением и дает достаточно высокую рентабельность, а основной фактор, определяющий ее успешность, покупательская способность населения – хоть и волатилен в краткосрочном периоде и подвержен влиянию социально-экономических факторов, но в динамике увеличивается. Такой вывод достоверно подтверждается данными, приведенными на рисунке 2.2: несмотря на рост инфляции и инфляционных ожиданий, рост геополитической напряженности и сопутствующих ей социальных рисков, турпотоки практически во всех регионах ЮФО и СКФО возросли.

Идея о кластерном развитии туристической отрасли РФ начинает наиболее активно развиваться с момента проведения сочинской Олимпиады и Чемпионата мира по футболу, после которых в регионах остался

достаточно большой комплекс объектов, соответствующих требованиям мирового уровня к туристическим объектам и позволяющим вывести регионы на новый уровень обслуживания туристов.

Логистические факторы, к которым в период санкционных ограничений стали относиться затрудненное международное авиасообщение и существенное удорожание всех видов перемещения также обусловили повышенный интерес туристов к внутреннему туризму и стимулировали появление новых форматов отдыха, например, такого направления как глемпинг, который развивается во многих регионах, а соответственно не подразумевает больших затрат на дорогу. Вместе с тем глемпинг является достаточно дорогостоящим видом отдыха и по своим характеристикам он схож с полноценным отелем, но его отличие в том, что объекты размещения находятся в живописном, как правило, заповедном месте. Строительство глемпинговых центров не требует столь масштабных инвестиций в инфраструктуру, так как сама их суть предусматривает минимизацию связей с внешним миром и, соответственно, объектов инфраструктуры, и в то же время не нарушает ландшафт и естественную экосистему, что соответствует повестке устойчивого регионального развития. Базовым фактором конкурентоспособности для данного вида туристической деятельности является размещение в экологически благополучном месте с естественными природными красотами, поэтому глемпинг, с нашей точки зрения, может также стать базовым направлением развития туристического кластера региона.

Появление новых форматов отдыха обусловило то, что в отрасли начал повышаться уровень конкуренции, что создало для субъектов туристического бизнеса новые условия функционирования и сформировало рыночные условия для появления в отрасли конкуренции, обеспечивающей установление оптимальных соотношений между ценой предоставляемых туристических услуг и их качеством. Диверсификация туристических продуктов и программ и конкурентная среда внутри отрасли - значимые

предпосылки формирования туристических кластеров, поскольку именно в кластере наиболее эффективно может быть реализован конкурентный подход к размещению предприятий одной и той же отрасли, сопровождающийся установлением устойчивых коммуникационных связей между ними. Специфика такой конкурентной борьбы внутри регионального туристического кластера будет заключаться в том, что в основном конкурируют друг с другом не средства размещения или досуга, а туристические продукты и программы.

Поскольку настоящее исследование связано с изучением роли туристических кластеров в региональной экономике, в работе не будут рассматриваться те негативные последствия, которые могут случиться под воздействием санкционных ограничений на сферу выездного туризма, так как в данном случае он не влияет на развитие региональной экономики, разве что в негативном аспекте, поскольку «отвлекает» часть туристических потоков на зарубежные курорты. Наша задача - выделить те отрицательные последствия, которые оказывают санкции и геополитические факторы на функционирование отрасли внутреннего туризма, к ним относятся:

1. Закрытие части воздушного пространства страны;
2. Запрет лизинга воздушных судов;
3. Повышение рисков присутствия в некоторых регионах, для которых туристическая отрасль – одна из важнейших бюджетообразующих статей;
4. Недостаток комплектующих для ремонта и модернизации транспортных средств;
5. Увеличение стоимости внутренних туров.

Особое внимание необходимо уделить последнему пункту, так как конкуренция с зарубежными курортами практически исчезла, а выявившиеся в результате этого проблемы многих регионов, связанные с нехваткой мест размещения и недостатком туристической инфраструктуры для обслуживания увеличивающихся туристических потоков, ограничивают рост конкурентоспособности отрасли. На фоне этого у регионов с хорошо

развитой туристической инфраструктурой происходит необоснованное повышение цен, что нарушает баланс «цена/качество», а у ряда регионов с еще только формирующимся туристическим направлением отсутствует мотивация к повышению качества своих туристических продуктов, так как в краткосрочной, а возможно и среднесрочной перспективе, для них действуют «тепличные» условия: минимальная конкуренция на фоне растущего спроса.

Поэтому, изучая влияние санкционных ограничений на создание предпосылок для активной кластеризации туристического сектора в российских регионах, можно выделить двоякий аспект: с одной стороны сохранение ограничений для выезда за границу на протяжении длительного периода времени создает условия для колоссального роста спроса на внутренний туризм и дальнейшее развитие туристического сектора, но с другой стороны внешнеторговые санкции и уход иностранных компаний, деятельность которых прямо или косвенно была связана с обслуживанием туристической отрасли, что создает в среднесрочном и долгосрочном периоде барьеры развития и обуславливает возникновение новой группы геополитических, производственных и технологических рисков для туристической отрасли.

Отметим, что проведение полноценного анализа влияния на отрасль санкционных ограничений ограничивается тем, что важнейший показатель развития отрасли - объём туристического потока стал рассчитываться на уровне регионов РФ только в 2022 году, то есть уже в тот период, когда действовали санкции и геополитические события существенно влияли на формирование туристических потоков внутри страны, например, в части выезда туристов в Республику Крым, поэтому существующая на данный момент статистическая база не дает возможности сравнить изменение турпотоков с допандемийным периодом, что ограничивает аналитическую составляющую нашего исследования и вынуждает ориентироваться лишь на самые общие оценки и другие показатели развития туристической отрасли.

Оценки развития туризма в целом по РФ показывают, что если рассматривать те ограничения, которые коснулись транспортной доступности внутреннего туризма, то косвенный эффект от санкций сказался на следующих направлениях:

- ограничение транспортной доступности;

- сложности в обслуживании транспортных средств. В настоящее время проблема дефицита решается с помощью параллельного импорта, но это удорожает ремонт транспортных средств, а новые ограничения все больше препятствуют поступлению в РФ товаров, купленных с помощью схем параллельного импорта;

- уход с российского рынка известных туристических агрегаторов и социальных сетей, через которые осуществлялись быстрые коммуникации между туристами и гостиничным бизнесом. Так, блокировка социальной сети Instagram⁴⁹ стала проблемой для многих компаний, которые осуществляли здесь продвижение своих продуктов, в особенности это коснулось небольших гостевых домов и отелей, которые являлись субъектами малого бизнеса и осуществляли свою рекламу именно через такие платформы. Сервис для бронирования Booking также был закрыт, что привело не только к потере гостиницами самого популярного канала привлечения клиентов, но и к срыву бронирований. Тем не менее, с негативным влиянием данного фактора достаточно легко и быстро справились - появились новые российские аналоги сервисов для бронирования - Суточно.Ру, Островок, Яндекс путешествия, многие компании перевели значительную часть своей аудитории в Telegram. В дальнейшем создание на базе туристического кластера цифровой платформы будет способствовать развитию региональных туристических брендов и упрощенному доступу туристов к самой полной информации о средствах размещения, достопримечательностях, рекреационных возможностях каждого региона.

*Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории РФ

Если рассматривать совокупный эффект, оказываемый санкциями на российскую индустрию гостеприимства, то можно отметить превалирующий характер положительных факторов над негативными, и хотя темпы роста турпотока на некоторое время после введения санкционных ограничений снижались, но тем не менее достаточно быстро восстановились и более того, - в некоторых регионах, которые до этого характеризовались низкими темпами развития туристической сферы, были сформированы достаточно хорошие условия для создания полноценного туристического кластера. В будущем эффекты от санкционных ограничений могут оказаться более негативными, чем те, которые проявляются в настоящее время, что также обуславливает необходимость формирования туристических кластеров в регионах и будет способствовать более успешному преодолению негативных явлений и решению проблем вследствие получения ряда синергетических и мультипликативных эффектов, которые возникают только благодаря деятельности кластера.

По итогам 2023 года туристическая отрасль показала хорошую динамику, что в частности, было обусловлено реализацией мероприятий по развитию туризма и внедрением целого комплекса мер государственной поддержки отрасли⁵⁰, в том числе формирование предпосылок к кластеризации туристско-рекреационных особых экономических зон.

Создание туристических кластеров в национальной экономике началось еще в 2011 году, но только в 2019 году оно приобрело достаточно масштабные размеры, и в общей сложности государственной поддержкой того или иного рода смогли воспользоваться 317 объектов. Финансовая поддержка отрасли со стороны государства представлена на рисунке 2.3.

⁵⁰ План мероприятий по развитию туризма в России до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 19.08.22 № 2321-р//Консультант Плюс

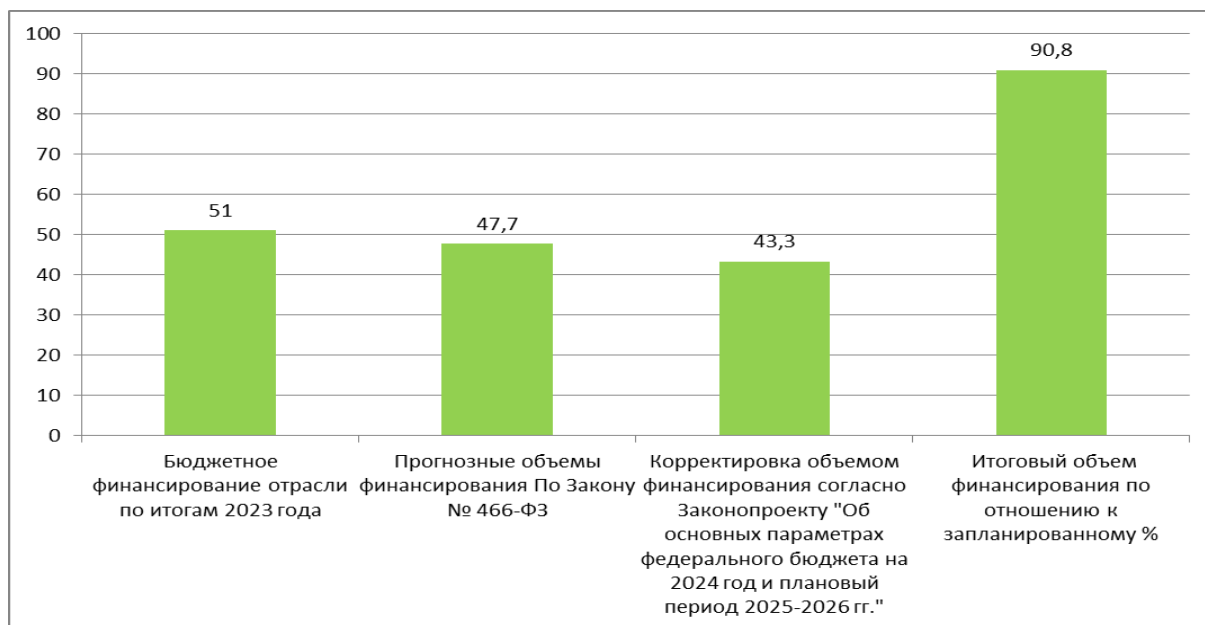


Рисунок 2.3 - Бюджетные ассигнования на финансовое обеспечение реализации НП «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2024 году⁵¹, млрд руб.

Несмотря на то, что для строительства инфраструктурных объектов должны были привлекать частных инвесторов, но запланированные показатели внешних частных инвестиций так и не были достигнуты, например, в 2020 году объём привлечения внебюджетных средств составил 78%, а в 2021 году 83% от запланированных значений.

Также в результате анализа эффективности использования выделенных финансовых средств было выяснено, что они нередко использовались без достижения конечного результата. Тем не менее, нецелевой характер использования средств означает, что в рамках оценки работы туристических кластеров должна быть прежде всего решена проблема оценки эффективности их деятельности, как с точки зрения улучшения финансово-экономического состояния участников кластера и роста турпотока, так и с точки зрения обеспечения бюджетной эффективности тех кластерных проектов для реализации которых были привлечены бюджетные средства.

⁵¹ Составлено автором по данным аналитической записки Совета Федерации РФ «Об основных параметрах проекта федерального закона «О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов»»

Однако эксперты говорят о том, что в целом кластерный подход к развитию туристической отрасли в российских регионах себя оправдал, что доказывается успешной работой ряда туристических кластеров, демонстрирующих значительный прирост количества туристов в кластере по сравнению с динамикой роста туристического потока в регионе (рис 2.4).

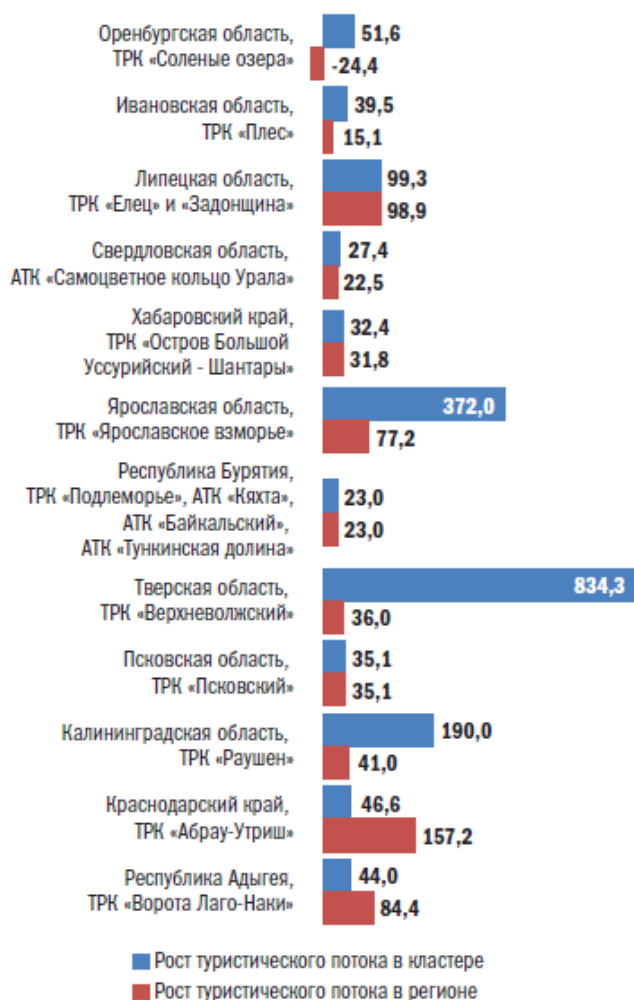


Рисунок 2.4 – Влияние показателя туристического потока в кластере на рост показателей в регионе в 2022 г.⁵², тыс. поездок

В 2023 году Министерством экономического развития совместно с представителями турбизнеса были определены стратегии развития туристической отрасли до 2030 года, что решило проблему использования достаточно устаревших целей и инструментов, которые были заложены в Стратегии развития отрасли еще допандемийного периода. Для

⁵² Штогрин С. И. Господдержка туристической отрасли оказалась своевременной // Счетная палата. 2022. № 6

туристического бизнеса появились новые меры государственной поддержки, например, освобождение туроператора от уплаты НДС, льготное кредитование на строительство парков развлечений и горнолыжной инфраструктуры, а также были оптимизированы механизмы предоставления ряда уже существующих мер поддержки.

Кроме того, были внесены системные изменения в процедуры контроля работы туристической отрасли, в частности был разработан механизм мониторинга цен на отдых и апробирована методология мониторинга стоимости туристических продуктов, что направлено на создание рабочих инструментов учета динамики цен, которые будут использоваться для принятия управленческих решений.

Это является особо важным в тот момент, когда конкурентоспособность отечественной туристической отрасли возрастает на фоне практически полного отсутствия альтернативных для основной массы населения вариантов отдыха, и ряд представителей туристического бизнеса может устанавливать неадекватные цены на предоставляемые ими туристические услуги. Поэтому основной проблемой, решению которой нужно будет уделять особое внимание в процессе создания туристического кластера, является установление соответствия цены и качества номерного фонда, уровня сервиса и инфраструктуры.

Формирование туристического кластера намного повысит адаптационные характеристики отрасли, проявление которых в данном сегменте можно наблюдать уже в настоящее время, например, помимо роста предложения по традиционным направлениям туризма и разработки новых туристических продуктов в ответ на возросшее количество туристических потоков, во многих регионах развиваются новые маршруты промышленного туризма. На фоне растущего спроса у бизнеса появляется возможность повышения рентабельности, и соответственно, реинвестирования средств.

Кроме того, реализация проектов внутри кластера будет способствовать значительному приращению туристического потенциала

региона, поэтому меры поддержки туризма, например, активного участия государства в реализации таких инфраструктурных проектов на основе механизмов ГЧП будут способствовать значительному притоку инвестиций отрасли и обеспечивать ей определенную финансовую устойчивость, а также решать ряд социально-экономических проблем региона. Например, создание туристического рекреационного кластера в Анапе будет являться наиболее значимым проектом для Краснодарского края; формирование территории опережающего развития и свободного порта «Владивосток» на Дальнем Востоке будет способствовать росту туристических потоков в этот регион; значительного роста туристов ожидают от работы нового туристического рекреационного кластера «Остров Фортов» в Кронштадте, а также «Большого Урала» в Уральском регионе и всесезонного курорта Манжерок в Сибири. Одна из основных задач кластера – обеспечить региону постоянные туристические потоки вне зависимости от сезона.

Существенным фактором в развитии туристических кластеров является то, что несмотря на все геополитические и экономические проблемы у населения сохраняется повышенный спрос на услуги внутреннего туризма, но при этом высокий спрос и ограниченные возможности инфраструктуры приводят к росту стоимости отдыха внутри страны, поэтому, как ожидается, по итогам 2024 года произойдет большее смещение турпотоков в эконом-сегмент. В случае же рассмотрения более дорогостоящих туров, при прочих равных, туристы, скорее всего, будут отдавать предпочтение отдыху за рубежом в дружественных странах. Например, отдых в Крыму в 5* отеле в середине июля 2024 г. на 4 человек (2 взрослых и 2 детей) обойдется в 163 - 212 тыс. руб (отель Пальмира, Ялта), отдых в Анапе в начале июня 2024 года – 190-250 тыс. руб (отель Алеан), что сопоставимо со стоимостью путевки в Турцию или Египет в отель такого же класса. Это еще раз возвращает нас к уже обозначенной проблеме ценообразования в отрасли в период санкционных ограничений вследствие монополизации российского туристического рынка. При этом путевка в другую страну включает в себя

перелет, страховку, трансфер до отеля. В случае же с путевкой в российский отель в стоимость заложено только проживание по системе «все включено».

В досанкционный период многие туристы предпочитали отдых за рубежом именно благодаря более справедливому соотношению цены и качества. Если рассматривать среднесрочные риски для развития российского туристического сектора, то он заключается в том, что рано или поздно, но границы для российских туристов будут открыты, и, если к этому времени отечественный туристический рынок не будет предлагать соответствующие по качеству и более низкие по цене услуги, расцвет отрасли будет недолгим. Поэтому в рамках формирования кластера особое внимание должно быть уделено проблемам установления адекватных механизмов ценообразования и снижению себестоимости, которая влияет на цену на туристические продукты. Решение данной проблемы должно быть скоординировано с основными задачами обеспечения устойчивости отрасли и самого региона, на территории которого будет работать туристический кластер.

Данные факторы обусловили целесообразность выделения основных предпосылок актуализации тенденций кластеризации туристической отрасли в условиях санкционных ограничений с учётом основных аспектов устойчивого развития, которые оказывают благоприятное влияние и на отрасль, и на экономику региона. Рассматривая основные предпосылки и получаемые от функционирования туристического кластера эффекты, можно отметить, что многие из них по своей сути совпадают с основными принципами устойчивого развития, и соответствует тем эффектам, которые должен получить регион в результате достижения соответствующих стратегических целей. Как мы уже указывали ранее, основные функции туристического кластера и эффекты, которые он генерирует в результате своего функционирования, обуславливают отсутствие противоречия со стратегией устойчивого развития региона, дополняют её и способствуют более эффективной реализации ESG-целей. На рисунке 2.5 обозначены базовые предпосылки кластерного развития туризма в условиях санкционных

ограничений, а также определены основные индикаторы, которые позволяют судить об эффективности реализации данных предпосылок.



Рисунок 2.5 – Предпосылки формирования туристических региональных кластеров в период санкционных ограничений⁵³

Таким образом, базовыми тенденциями развития туристических региональных кластеров в период санкционных ограничений стали рост спроса на туристические услуги внутри страны, активизация инвестиционной деятельности в туристической отрасли, как со стороны государства, так и со стороны частных инвесторов, сопровождающаяся совершенствованием институциональной среды для создания более комфортных условий функционирования кластеров. Тенденции кластеризации туристической

⁵³ Составлено автором по результатам исследования

отрасли во многом связаны с реализацией того потенциала развития данного сектора, который возрос в результате действия приведенных выше предпосылок: геополитических, экономических, социальных и инфраструктурных.

Именно от этих факторов будут зависеть перспективы отрасли и темпы реализации кластерных проектов в ближайшем будущем, и так как предсказать развитие ситуации в геополитическом пространстве сложно, то субъекты туристического бизнеса должны учитывать все варианты развития событий и осуществлять сценарное планирование своей деятельности.

Кроме того, успешность развития туристического кластера будет во многом определяться глобальными трендами цифровизации, что делает необходимой оценку уровня известности кластера на интернет-ресурсах, анализ количества запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе, количества публикаций и сообщения в СМИ как индикатора продвижения туристического потенциала региона в информационном пространстве. Для обычного туриста в настоящее время деятельность туристических кластеров является малоизвестной, как например, и сетевые ресурсы, с помощью которых можно искать информацию о месте отдыха: яркий пример - мобильное приложение «Турист», которое создано в Ростовской области для поиска туристических объектов и средств размещения. Таким образом, у туристического кластера появляются большие возможности популяризации региона и его рекреационных ресурсов с помощью цифровых технологий.

2.2. Анализ проблем и перспектив формирования туристических кластеров в региональной экономике Юга России

Туристический кластер имеет большое значение для развития любого региона или муниципального образования, так как способствует решению ряда социальных проблем своей территории.

Реализация имеющегося у российских регионов туристического потенциала возможна только в том случае, если к решению проблем, которые

сдерживают развитие отрасли и формирование кластеров, будет применен системный и комплексный подход. Если рассматривать в целом все проблемы, связанные с процессами кластерообразования в туристической отрасли, то можно обозначить пять основных проблем:

1. Отсутствие надежной и оперативной информационной базы, которая описывает основные результаты деятельности кластеров, характеризует состав его участников и их уникальные характеристики, ход реализации кластерных инвестиционных проектов, а также содержание и концепцию развития кластерных образований. Изучение сайтов, существующих туристических или предполагаемых к созданию (потенциальных) туристических кластеров, показывает, что многие из них либо устарели, либо сформированы частично в рамках публикации информации лишь по отдельным участникам кластера. Одним из лучших примеров в настоящее время может являться сайт Кавказ.РФ, косвенно описывающий деятельность туристического кластера СКФО (так как там курорты представлены скорее в качестве отдельных элементов управления, находящихся под управлением данной структуры), каждый курорт имеет отдельный сайт⁵⁴, но в целом по деятельности кластера и результатах его работы, достигнутых показателях эффективности информации нет, хотя на сайте Кавказ.РФ дан подробный перечень всех резидентов кластера с их краткой характеристикой⁵⁵. При этом для инвесторов сформирован ряд достаточно привлекательных инвестиционных предложений в рамках отдельных видов туризма – «коробочных решений» по открытию мест общественного питания, строительству глэмпингов, очистке воды и т.д.

Косвенно о вкладе туристических кластеров в регион можно судить по динамике роста валовой добавленной стоимости туристической индустрии в валовом региональном продукте (табл. 2.1). Однако, такие данные не дают

⁵⁴ <https://veduchi-resort.ru> – сайт ВТРК «Ведучи» в Чеченской Республике, <https://resort-arkhyz.ru> – сайт ВТРК «Архыз» в Карачаево-Черкесской Республике, <https://resort-elbrus.ru> – сайт ВТРК «Эльбрус» в Кабардино-Балкарской Республике и т.д.

⁵⁵ <https://кавказ.рф/investproekty/rezidenty-oez/> - официальный сайт Кавказ.РФ

полное представление об эффектах, генерируемых кластером, и о возможном влиянии на развитие туристической сферы региона других факторов, а также публикуются с существенным опозданием (данные за 2023 год будут сформированы только в 1 квартале 2025 года).

Анализ таблицы позволяет нам сравнить долю участия туристической сферы в экономике регионов в постпандемийный, пандемийный период и спустя год, после начала СВО.

Таблица 2.1 – Доля валовой добавленной стоимости туристической индустрии в валовом региональном продукте регионов СКФО и ЮФО, %⁵⁶

Регион РФ	2019	2020	2021	2022	Прирост в 2022 г. к 2019 г.
В среднем по РФ	3,0	2,6	2,6	2,6	-0,4
Центральный ФО	3,4	2,8	3,3	3,3	0,3
Северо-Западный ФО	3,4	2,7	2,4	2,4	-1
Южный ФО	4,7	4,1	4,3	4,0	-0,7
Республика Адыгея	3,3	2,6	2,6	2,9	-0,4
Республика Калмыкия	1,6	1,5	2,0	2,1	0,5
Республика Крым	7,7	7,3	8,4	6,1	-1,6
Краснодарский край	7,1	5,9	6,1	5,4	-1,7
Астраханская область	1,7	2,0	1,7	1,8	0,1
Волгоградская область	2,2	1,8	2,4	2,3	0,1
Ростовская область	2,8	2,4	2,3	2,5	-0,3
г. Севастополь	5,1	4,2	4,8	4,7	-0,4
Северо-Кавказский ФО	5,7	4,6	4,5	4,7	-1
Республика Дагестан	7,0	6,0	5,9	6,9	-0,1
Республика Ингушетия	3,5	3,3	4,0	4,1	0,6
Кабардино-Балкарская Республика	3,9	3,4	3,6	3,5	-0,4

⁵⁶ Составлено автором по результатам исследования

Продолжение таблицы 2.1					
Карачаево-Черкесская Республика	3,8	3,6	4,2	3,7	-0,1
Республика Северная Осетия-Алания	3,8	3,3	3,5	3,3	-0,5
Чеченская Республика	4,8	4,0	4,4	4,3	-0,5
Ставропольский край	6,1	4,4	3,9	3,8	-2,3
Приволжский ФО	2,3	2,1	1,9	2,0	-0,3
Уральский ФО	1,7	1,6	1,4	1,4	-0,3
Сибирский ФО	2,3	2,0	2,1	2,1	-0,2
Дальневосточный ФО	3,0	2,5	2,5	2,6	-0,4

По данным таблицы 2.1 можно утверждать, что наблюдается отрицательная динамика в отношении снижения доли туристической отрасли в экономике подавляющего большинства регионов РФ, причем чем приоритетней была отрасль для региона, тем большее падение было зафиксировано в этот период (Краснодарский край, Республика Крым). Положительная стабильная динамика фиксируется лишь в одном регионе СКФО – Республике Ингушетия. Стоит отметить, что доля туристической отрасли в ВРП в принципе довольно невысока даже в регионах с хорошо развитыми туристическими брендами.

2. Невысокое качество обслуживания и недостаточный уровень сервиса, возникающее из-за того, что различные сектора туристической индустрии не соответствуют международным стандартам обслуживания, а значит часть туристов, для которой было привычно отдыхать за рубежом с соответствующим сервисным обслуживанием, переориентировавшись на отечественные курорты, не будет удовлетворена уровнем обслуживания и будет каждый раз выбирать новые места отдыха, пока не найдет тот регион, в котором уровень сервиса и уровень туристической индустрии будет соответствовать их высоким требованиям. Для решения этой проблемы необходима, прежде всего, подготовка квалифицированных кадров, которая

обеспечит доведение уровня сервиса до высоких международных стандартов, а также внедрение в объектах размещения и на туристических объектах особенных алгоритмов работы с туристами и применение индивидуального подхода к каждой группе туристов согласно их целям отдыха.

3. Недостаточное использование местных природных рекреационных ресурсов. Эта проблема связана с тем, что существует достаточно большое количество неосвоенных территорий для развития туристических кластеров, то есть на территории российских регионов есть ряд природных объектов, которые обладают рекреационным потенциалом, красивым ландшафтом, высокими показателями экологического благополучия, но экскурсионные маршруты туда не проработаны, отмечается недостаток или полное отсутствие инфраструктуры, что не позволяет большей части туристов добраться до данной достопримечательности или разместиться поблизости.

4. Отсутствие необходимых объемов частных инвестиций в туристические объекты и недостаток бюджетного финансирования в те проекты, которые связаны с реализацией масштабных инфраструктурных проектов. Часто это связано с неэффективной деятельностью региональных властей по привлечению частного капитала. Такая ситуация складывается в связи с тем, что инвесторы не видят перспективности участия в дорогостоящих инфраструктурных проектах, а также недостаточной проработкой механизмов государственно-частного партнерства. Согласно основным показателям развития туристической индустрии, объемы инвестирования в основной капитал возрастают и увеличивается сальдированный финансовый результат туристических организаций.

Таблица 2.2. – Основные показатели деятельности организаций туриндустрии в 2019-2022 гг.⁵⁷

Наименование статистических показателей	2019	2020	2021	2022	Изменение 2022 к 2019 гг.
Средняя численность работников, чел.	1 179 697	1 146 426	1 161 860	1 137 170	-42 527
Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб.	54 185	52 985	59 234	66 420	12 235
Оборот, млрд руб.	3 041,1	1 950,4	2 960,0	3 007,5	-33,6
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	359,5	350,4	386,2	593,2	233,7
Наличие основных фондов на конец года по остаточной балансовой стоимости ²	3 121,8	2 057,9	2 107,2	2 587,7	-534,1
Ввод новых основных фондов, млрд руб.	425,9	288,3	288,7	315,1	-110,8
Степень износа основных фондов, %	36,8	41,0	40,2	41,3	4,5
Число прибыльных организаций	85 062	76 320	86 096	82 383	-2 679
Число убыточных организаций	26 812	37 527	27 945	26 265	-547
Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	4 879,3	5 212,4	7 130,5	5 476,8	597,5
Прибыль, млрд руб.	353,6	254,6	483,0	653,7	300,1
Убыток, млрд руб.	180,1	471,4	233,1	441,9	261,8
Сальдированный финансовый результат, млрд руб.	173,5	-216,8	249,8	211,8	38,3

Но позитивные тенденции проходят на фоне достаточно большого количества негативных изменений, нейтрализовать которые возможно за счет создания синергетического эффекта с помощью формирования кластеров:

- привлечения большего числа сотрудников в отрасль и устранения симптомов «кадрового голода»;
- повышения деловой активности и наращивания оборотов;

⁵⁷ Составлено автором по результатам исследования

- модернизации и реконструкции основных фондов, изношенность которых в настоящее время увеличивается, а ввод в эксплуатацию новых снижается;

- увеличения числа прибыльных организаций и, соответственно, рост количества более привлекательных объектов для инвестиционных вложений.

Решение проблемы достаточности объемов инвестирования лежит в области активизации механизмов финансирования туристического кластера, - создание новых финансовых продуктов может быть инициировано как государством, так как крупными банками страны. Также, по примеру Кавказ.РФ, управляющей компанией кластера могут предлагаться инвесторам к реализации готовые бизнес-проекты с доказанной высокой рентабельностью, принимать участие в которых можно путем предоставления как долевого, так и долгового финансирования.

5. Недостаточное позиционирование многих регионов как привлекательных туристических центров. Формирование туристического кластера должно начинаться с создания концепции брендинга территории, иначе регион, который в принципе обладает высоким туристическим потенциалом, большинством туристов может даже не рассматриваться как привлекательный туристический объект.

Прогнозирование социально-экономического развития региона, а также планирование устойчивых целей его развития в обязательном порядке должно предполагать разработку мероприятий, направленных на решение проблем формирования туристической отрасли как одной из возможностей диверсифицировать экономику региона⁵⁸.

Поэтому с целью создания комфортной туристической среды всё чаще предполагается использование комплексного подхода на основе процессов кластеризации. Перспективами создания туристического кластера является то, что он представляет собой открытую и эластичную концепцию развития

⁵⁸ Основы туризма : учебник / коллектив авторов ; под ред. Е. Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014 — 384 с., с. 21-22

региона, и обеспечивает устойчивое развитие своих участников, для которых созданы достаточно невысокие барьеры для входа и выхода, формирующие прекрасные условия для функционирования малого и среднего бизнеса, являющегося фундаментом сбалансированного развития региональной экономики.

Основные проблемы туристических кластеров чаще всего концентрируются внутри основных элементов кластера:

- туристических ресурсов (проблемы рационального использования);
- состояния туристической инфраструктуры (проблема недостатка или высокой изношенности);
- туристических продуктов (проблема отсутствия уникальных продуктов, неадекватности соотношения «цена/качество», объективного роста цены вследствие повышения себестоимости);
- транспортной логистики (низкое качество дорожной инфраструктуры, высокая стоимость цен на авиа и ж-д билеты, для некоторых регионов – недоступность использования определенных видов транспорта).

Если рассматривать организационные и методологические проблемы развития кластеров, то в качестве одной из основных проблем следует указать проблему определения «ядра» кластера, вокруг которого объединяются между собой остальные участники и которое обеспечивает создание эффективной системы коммуникаций между ними. При этом, для промышленного кластера региона процедура определения лидера отрасли гораздо проще, - вокруг самого крупного предприятия концентрируются его контрагенты, покупатели и поставщики, смежные отрасли и т.д. В то же время в регионе с высокоразвитой туристической индустрией уже функционирует достаточно большое количество крупных предприятий, обычно представленных средствами размещения, каждое из которых могло бы выступить в качестве «ядра» кластера, но у них отсутствует мотивация к вхождению в кластер, так как они функционируют автономно друг от друга, а конкурентная борьба между ними достаточно сильна, что создаст проблему

очень высокого уровня конкуренции внутри кластера, нивелирующего выгоды от коммуникационных связей. Поэтому с точки зрения кластерного развития туристической отрасли, целесообразно выделение административного центра, который занимается управлением кластером, по примеру того, как это сделано в рамках корпорации Кавказ.РФ, осуществляющей управление всеми крупными туристическими комплексами в разных субъектах СКФО.

Для большинства кластеров, которые только в последние несколько лет стали активно развиваться, проблемой является размещение групп туристов, так как во многих регионах преобладают коллективные средства размещения (санатории, пансионаты), и наблюдается недостаток малых гостиниц и отелей уровня 4-5 звёзд на фоне возрастающих туристических потоков. Создание коллективных средств размещения должно инициироваться местными властями, но при этом с нашей точки зрения нет необходимости задействования здесь механизмов государственного-частного партнёрства, так как данные проекты не являются инфраструктурными, не характеризуются высокой социальной значимостью для региона, но в то же время являются достаточно привлекательными для частных инвестиций ввиду их большой маржинальности на фоне невысокой рисковости, так как спрос на туристические услуги стабилен даже в условиях повышения цен (рис. 2.6).

Поэтому задачей государства является инициация активной инвестиционной деятельности путем создания благоприятного инвестиционного климата и подходящих для инвесторов условий для быстрой окупаемости их капитальных вложений.

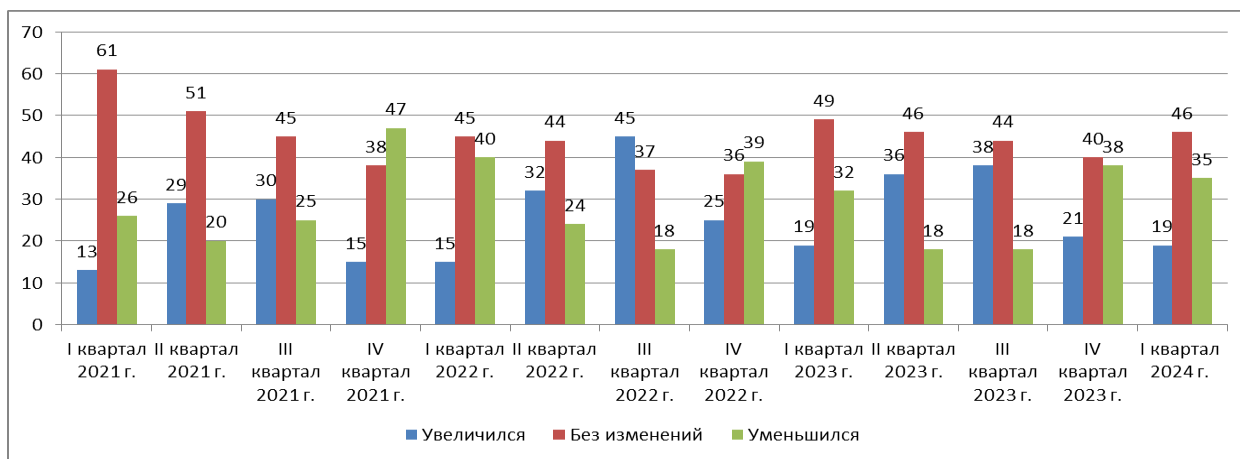


Рисунок 2.6 – Оценка спроса на услуги внутреннего туризма в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, в % от общего числа обследованных туристических организаций⁵⁹

Как показывают данные за 2019-2021 год, в общем объеме финансирования кластерных проектов в туристической отрасли удается достичь достаточно сбалансированных значений между частными и государственными инвестициями (рис. 2.7.)

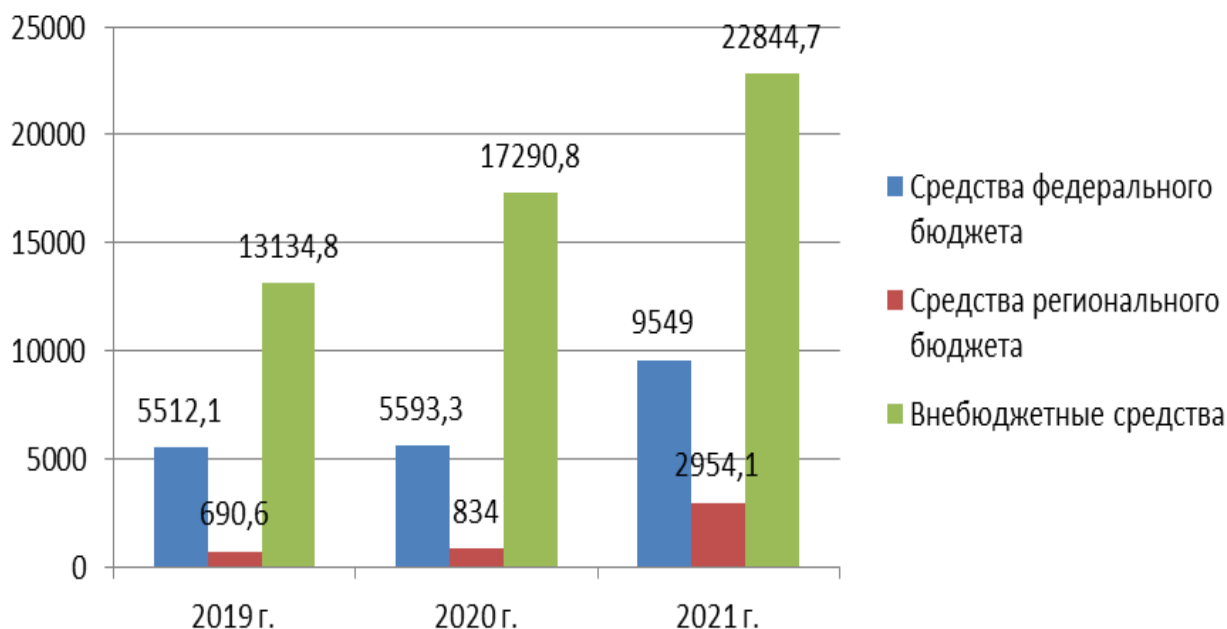


Рисунок 2.7 – Источники финансирования объектов инфраструктуры туристических кластеров в 2019-2021 гг., млн руб.⁶⁰

⁵⁹ Составлено автором по данным Росстата

⁶⁰ Бюллетень Счетной палаты РФ. Внутренний туризм. 2022. № 4. с. 22

Таким образом, развитие туристической среды в региональных кластерах связано с наличием четырех основных проблем, решение которых путем кластеризации отрасли будет более быстрым и эффективным:

- отсутствие простой и понятной навигации по туристическим объектам и туристическим проектам, что не позволяет получить о кластере полную информацию и принять решение об отдыхе или инвестировании в кластерные проекты, соответственно, для отдыхающих и инвесторов;

- недостаток гостиничного фонда и мест кратковременного отдыха туристов, расположенных рядом с известными достопримечательностями, которые достаточно удалены от основных населенных туристических пунктов, что естественно снижает их привлекательность в глазах туристов в том случае, если поблизости нет средств размещения;

- плохое качество дорожной инфраструктуры, под которой мы понимаем, как качество трасс, наличие и ценовую доступность платных дорог, так и отсутствие парковок, и различные элементы придорожной инфраструктуры (заправки, туалеты, мотели, кафе и т.д.);

- отсутствие единой системы стандартизации предоставления туристических услуг, что не позволяет установить единые критерии оценки туристических объектов.

Проблемы формирования и развития туристических кластеров можно решить, применяя соответственно разные модели кластерообразования. Первая модель использовалась Федеральным агентством по туризму (упразднено в 2022 году) и получила название инфраструктурной – включает реализацию глобального инвестиционного проекта и формирование туристического кластера в регионе фактически приравнивается к созданию современной инфраструктуры, которая призвана решить задачи размещения туристов и обеспечения их рекреационных и культурно-познавательных потребностей.

При реализации данной модели приоритет отдается инфраструктурным проектам стоимостью более 1 млрд. руб., которые реализуются на принципах

государственно-частного партнерства. Стимулирование инвесторов здесь происходит с помощью льготного кредитования и использования различных механизмов субсидирования процентных ставок. Данная модель актуальна для развития тех туристических кластеров, которые создаются в регионах с большим рекреационным потенциалом и подходящими природными ресурсами, но не пользующихся высокой популярностью у туристов вследствие отсутствия всей необходимой инфраструктуры и слабой узнаваемости туристического бренда региона. Через создание туристической инфраструктуры государство «дает сигнал» о том, что считает данный объект перспективным как для отдыха, так и для инвестирования.

Вторая модель реализуется региональными центрами кластерного развития и направлена на поддержку малого и среднего предпринимательства в туристической отрасли. Данная модель носит название синергетической, и концепция ее реализации предполагает внутрикластерное взаимодействие предприятий, которые занимаются разработкой и продвижением туристического продукта и бизнеса в смежных областях деятельности. В этом случае участники кластера, в отличие от инфраструктурной модели, объединены общими экономическими интересами, они взаимодействуют более активно, у них существуют единые механизмы координации и кооперации участников, а также они получают определенные синергетические эффекты, заключающиеся в повышении экономической эффективности каждого своего участника, то есть с точки зрения своей эволюционной обусловленности и мотивированности участников такая модель является более целесообразной для применения в тех регионах, где участники туристического бизнеса осознают выгоды от присутствия в кластере и сами заинтересованы в его создании.

Проблемы развития кластеров нередко обусловлены применением при их формировании либеральной или дирижистской модели. Сложностей, связанных с привлечением частного инвестиционного капитала, у кластеров, созданных по либеральной модели, гораздо меньше, а коммуникационные и

операционные связи между участниками – более устойчивые. Объясняется это тем, что формирование кластера в рамках данной модели происходит естественным путем, оно является эволюционно обусловленным этапом развития туристической сферы региона, и соответственно все участники уже характеризуются достаточной степенью эффективности и инвестиционной привлекательности.

Если же туристический кластер создается по инициативе федеральных или региональных органов власти, то он обладает всеми признаками дирижистской модели, региональная власть принимает достаточно активное участие в его формировании и процедура создания кластера жестко регламентирована. У этой модели есть свои определенные преимущества, связанные с тем, что, как правило, государство берет на себя основную роль в создании инфраструктуры, и четко контролирует сроки создания инфраструктурных объектов или других объектов кластерной инициативы, которая получает бюджетную поддержку. Но кластер, созданный таким способом, может столкнуться с проблемой неготовности участников предпринимать усилия для его развития и низкой степенью осознанности относительно выгод ведения своей деятельности в рамках кластера. Такая модель заложена в основу формирования Северо-Кавказского туристического кластера, который на данный момент в большей степени представляет собой объединение курортов, чем полноценный кластер – об этом свидетельствует список его участников, практически полностью состоящий из достаточно крупных туристических баз, центров, коттеджных поселков и комплексов.

В настоящее время большинство туристических кластеров российских регионов характеризуются одним и тем же набором проблем обеспечения эффективности их деятельности и системы оценки - отсутствием внутрикластерных стандартов качества; недостатком инструментов формирования, развития и продвижения собственного туристического бренда; низкой интегрированностью в кластеры образовательных

учреждений, которые могли бы заниматься подготовкой наиболее востребованных кадров для кластера. Все это обусловлено тем, что многие кластеры находятся только в стадии формирования, поэтому у них нет даже предприятия-«ядра» кластера, которое взяло бы на себя организационные и управленческие функции, а отсутствие управляющего центра, в свою очередь, приводит к отсутствию инструментов координации действий, слабой проработанности маркетинговой и ценовой политики. Поэтому в лучшем случае участники кластера могут координировать свою деятельность в рамках формирования годового плана мероприятий и утверждения бюджета на принципах софинансирования.

Проблемой создания туристических кластеров по инфраструктурному типу, является то, что здесь очень высока доля государства в финансировании инвестиционных проектов, а значит в течение всего периода функционирования кластера остается актуальным вопрос о целевом характере использования бюджетных средств и достижении показателей бюджетной эффективности. В связи с этим важно не допускать такой ситуации, когда кластер превращается в формальное объединение, существующее лишь в программных документах, и приобретает черты «мифического» кластера, участники которого на самом деле функционируют полностью автономно друг от друга и не объединены системой коммуникационных и кооперационных связей.

Логика системного подхода к построению туристического кластера предполагает, что в каждом из них должен быть одинаковый набор элементов кластерной агломерации – отраслевые предприятия, которые нуждаются в облегченном доступе к ресурсам и инвестициям, органы местного самоуправления, фирмы-инноваторы, IT-организации, которые обеспечивают кластер информацией и компании, предоставляющие сопутствующие услуги и способствующие выполнению базовыми компаниями их основных функций. Кроме того, системный подход предполагает, что кластер рассматривается не как «застывшая» структура, а

постоянно изменяющаяся система, которая включает все больше и больше участников и развивается с учетом основных этапов жизненного цикла, свойственных любому хозяйствующему субъекту.

В связи с этим стоит указать и то, что каждый этап жизненного цикла кластера характеризуется специфическими проблемами и ограничениями. Так, на первом этапе, который называется агломерацией, происходит идентификация комплементарных и потенциально способных к эффективному взаимодействию экономических субъектов туристической рекреационной сфере, в ходе чего возникает множество вопросов, связанных с отсутствием единой системы оценки готовности как региона, так и отдельных предприятий к кластеризации, и отсутствию четкого алгоритма, направленного на последовательную реализацию всех этапов кластерообразования, в результате чего многие кластеры надолго остаются потенциальными кластерами, «мифическими» кластерами, или в лучшем случае – зарождающимися кластерами, начальная стадия развития которых растягивается на многие годы.

На втором этапе возникновения кластера происходит организационно-оформленное взаимодействие участников агломерации. Именно по прошествии данных двух этапов работа государственных органов власти и региональных инициаторов создания кластера в регионах как правило заканчивается, и кластер начинает развиваться естественным образом. Если к данному моменту у участников не появляется осознание выгод от присутствия в кластере, а координирующий орган не поддерживает мотивацию участников, то реального эффекта от функционирования таких кластеров не наблюдается и как таковой кластер не существует. Яркий пример реализации данных проблем – это провальная реализация регионами в 2017 году программ развития туристических кластеров в результате нецелевого использования бюджетных средств, их растраты - из 44 туристических кластеров полностью созданы были только два - «Самоцветное кольцо Урала» в Свердловской области и «Кезеной-Ам» в

Чеченской Республике. Учитывая, что все проекты финансировались на 100% из федерального бюджета, можно прийти к заключению о том, что эти деньги были растрочены без положительного результата⁶¹.

На третьем этапе жизненного цикла кластера происходит расширение взаимодействия членов кластера и вовлечение новых участников, а также эффективное формирование бренда кластера и его идентификации с регионом присутствия. Данный этап с нашей точки зрения является определяющим, так как именно на этапе активного расширения кластера и реализации базовых для кластера инвестиционных проектов, обнаруживаются основные проблемы в его работе. Эксперты сходятся во мнении, что основной причиной срыва сроков реализации кластерных программ является слабая концептуальная проработка проектов, так как развитие туристических кластеров - это очень долгий и сложный проект, в то время как реально подготовленные проекты производят впечатление недоработанности и в большей степени напоминают рекламные брошюры курорта, чем инвестиционные предложения.

В дальнейшем, на втором-третьем этапе жизненного цикла кластера ошибки на стадии бизнес-планирования проявляются явно и как минимум приводят к срыву сроков реализации, причем средства из федерального бюджета уже потрачены, а вот со стороны частных инвесторов обязательства не выполнены, поэтому получается, что при потраченных государственных средствах результат не выполнен и инфраструктура не создана. Все это определяет необходимость устранения проблемы недостаточной отлаженности механизмов выделения бюджетных средств, а также недоступности дешевых долгосрочных кредитов для предприятий отрасли. Здесь специалисты приводят пример, что даже девелоперские проекты вводятся часто с опозданием из-за срывов финансирования, слабой организации строительного процесса или неверной оценки инвестиционного

⁶¹ Меркачева Е. Регионы провалили программу создания туристических кластеров [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2017/12/22/regiony-provalili-programmu-sozdaniya-turisticheskikh-klasterov.html> Дата обращения: 09.04.2024

бюджета, а с кластерными проектами организация процесса намного сложнее, так как они более масштабные и процесс их реализации сопровождается большими рисками, которые нередко осознаются частными инвесторами только в ходе реализации проекта⁶².

Поэтому если у туристического кластера не будет точной системы оценки его эффективности и общедоступной отчетности, которая позволяет судить о перспективности вхождения в данный кластер в качестве участника и получаемых эффектах, то развитие кластера может заметно затормозиться. К таким оценкам можно отнести: создание кластера=рост турпотока, создание кластера=увеличение количества занятых на предприятиях туротрасли и смежных отраслей, создание кластера=рост реальных доходов населения.

На четвертом этапе количество участников кластера достигает критической массы, они обрастают устойчивыми бизнес-связями не только в регионе базирования, но и за его пределами, поэтому в случае успешности функционирования данного кластера на пятом этапе происходит его трансформация в другую интеграционную форму с качественным изменением механизмов функционирования. Таким образом, кластер может разрастаться и становиться макрокластером, постепенно «вбирая» в себя близлежащие более мелкие туристические кластеры и отдельные туробъекты. При прочих равных жизненный цикл развития туристического кластера следует за жизненным циклом укрупненной туристической дестинации (рис. 2.8).

⁶² Крюков Д., Пастушин А. Ростуризм обвинили в срыве программы по созданию туристических кластеров//РБК. 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/15/06/2017/59426c999a794739a9c1c5de> Дата обращения: 10.04.2024

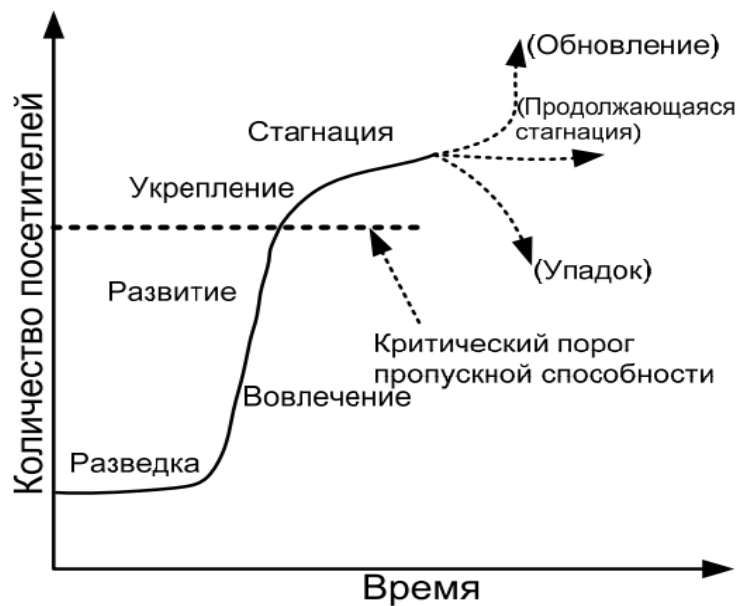


Рисунок 2.8 – Жизненный цикл развития туристской дестинации ⁶³

Все вышеуказанные нами проблемы позволяют свести воедино основные факторы, способствующие кластеризации туристической отрасли в российских регионах, и рассмотреть их через призму жизненных циклов туристических дестинаций и кластеров, обозначить основные проблемы, которые присущи каждому этапу развития туристического кластера, предложить пути решения, а главное - определить оценочные индикаторы, с помощью которых можно судить об эффективности реализации того или иного этапа развития туристического кластера (таблица 2.3).

⁶³ Гончарова Н.А., Кирьянова Л.Г. Управление жизненным циклом дестинации // Известия ТПУ. 2011. №6. с. 52-58

Таблица 2.3 – Типология проблем кластеризации туристической отрасли в экономике российских регионов через призму этапов жизненного цикла туристических дестинаций и кластеров⁶⁴

Этапы жизненного цикла	Преобладающая роль государства при реализации				
	Дирижистской модели		Либеральной модели		
Дестинации	Разведка Вовлечение	Развитие	Укрепление	Стагнация	Упадок Стагнация Обновление
			Достижение критического уровня участников		
кластера	Агломерация	Развитие	Расширение	Зрелость	Трансформация
Проблемы	1. Недостаточная освоенность природных рекреационных ресурсов	1. Отсутствие информационной базы	1. Невысокий уровень обслуживания и низкий уровень сервиса		
	1. Отсутствие инфраструктуры	2. Недостаток средств размещения	2. Отсутствие единой системы стандартизации качества туристических услуг		
	2. Сложности выявления «якорного» предприятия	3. Сложности привлечения частных инвестиций и долгосрочного заемного финансирования	-	1. Отсутствие системы оценки успешности кластера и влияния турпотоков на развитие экономики региона	
		4. Слабое позиционирование регионального туристического бренда		-	
Пути решения проблем	1. Картографическое и экспедиционное исследование местности с нанесением объектов достопримечательностей на карту, например, с помощью оффлайн-карт MAPS.ME	1. Создание простых и понятных информационных ресурсов (сайтов, мобильных приложений) и их популяризация через известные платформы	1. Тесное взаимодействие туристического кластера с образовательными учреждениями, совместное формирование образовательных программ по соответствующим профилям деятельности.		

⁶⁴ Составлено автором по результатам исследования

	2. Реализация региональных программ создания туристической инфраструктуры с привлечением бюджетного финансирования, а также развитие видов туризма, не требующих серьезных вложений в инфраструктуру	2. Формирование привлекательных инвестиционных предложений и «коробочных» решений для частных инвесторов	2. Разработка единой системы менеджмента качества для участников туристического кластера, оптимизация действующих стандартов.		
	3. Финансово-экономический анализ предприятий региона, со стороны региональных органов власти-создание системы мотивации для потенциального «якорного» предприятия	3. Улучшение инвестиционного климата региона		1. Формирование единой системы базовых индикаторов, позволяющих оценить роль туристического кластера в: <ul style="list-style-type: none"> - улучшении финансово-экономического состояния его участников; - ускорении темпов роста региональной экономики; - повышении качества жизни населения региона 	
	-	4. Создание модели управления брендом региона, направленной на повышение его туристической привлекательности путем разработки и реализации маркетинговой стратегии позиционирования региона	-		
Базовые оценочные индикаторы для каждого этапа жизненного цикла	Индекс предпринимательской уверенности (качественный показатель, определяется Росстатом)	Структура финансирования проектов кластера, в %	Динамика изменения количества участников кластера	Коэффициент ввода в действие основных фондов и коэффициент износа основных средств	Позиции региона в рэнкинге по устойчивому развитию туризма
	Число потенциальных участников кластера, шт.	Финансовая устойчивость кластера (балльная оценка финансовой устойчивости всех участников)	Изменение места региона в Национальном туристическом рейтинге	Оценка удовлетворенности туристов (качественный показатель, получаемый в ходе анкетирования и интервьюирования)	Объемы привлеченного кластером финансирования, в том числе за счет эмиссии «зеленых» ценных бумаг
	Финансово-экономическое состояние «ядра» кластера (рентабельность, деловая активность)	-	Изменение турпотока в кластере/изменение турпотока в регионе Доля туристической отрасли в ВРП		Уровень цифровизации кластера

Если говорить о проблемах формирования туристических кластеров именно для регионов Северного Кавказа, то здесь можно обозначить ряд специфических черт, которые могут замедлить процесс кластерообразования или привести к невозможности создания полноценно функционирующих кластеров. Во-первых, это достаточно сложная социально-экономическая обстановка в регионе, обусловленная низкими доходами населения и достаточно большим разрывом доходов между наиболее и наименее обеспеченными слоями населения.

Во-вторых, это пассивность малого бизнеса, который является классической основой бизнес-модели туризма как сферы деятельности и придает кластеру необходимую гибкость, динамичность развития и широкую диверсифицированность туристических услуг. Многие инвесторы также указывают на то, что инвестирование в туристическую отрасль Северного Кавказа осложняется отсутствием необходимого баланса между рисками и доходностью, что делает вложения в регион менее привлекательными по сравнению с аналогичными проектами в других субъектах РФ.

В-третьих, в Национальном рейтинге регионов РФ по степени развитости туризма одним из основных индикаторов является уровень криминальной обстановки, в связи с чем регионы Северного Кавказа по этому критерию не могут рассматриваться как привлекательные по причине высокого уровня криминогенности.

Даже несмотря на увеличение туристических потоков в Дагестан в последние два года - это один из немногих примеров того, когда Северо-Кавказский регион в течение достаточно ограниченного периода времени привлекает большое количество туристов. Несмотря на создание в регионах СКФО масштабной инфраструктуры всесезонных горнолыжных курортов, они все еще характеризуются неустойчивой системой формирования спроса и большой волатильностью турпотоков. Кроме того, региону присущ очень большой кадровый дефицит в туристической отрасли, поэтому возникает необходимость формирования таких механизмов развития, которые

способствовали бы преодолению кадровых ограничений и обеспечивали динамичное функционирование кластера на основе максимального использования имеющегося рекреационного потенциала и достаточно большого трудового потенциала, который в данном случае необходимо трансформировать именно в кадровый потенциал.

В связи с этим нам представляется целесообразной реализация структурной модели межкластерного взаимодействия туристического кластера СКФО, где выделены специфические компоненты, которые отличают предлагаемую нами структуру кластера от традиционных схем поэлементного состава туристических кластеров (рис. 2.9).

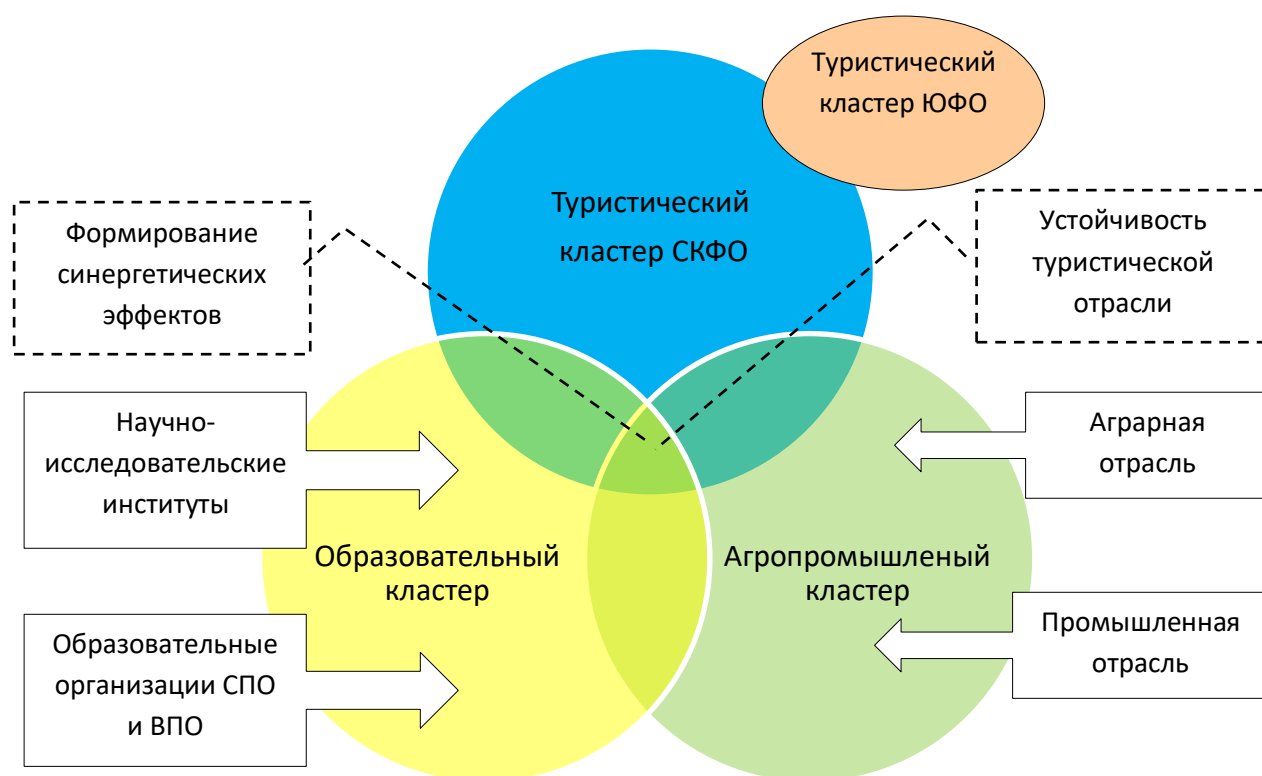


Рисунок 2.9 – Структурная модель межкластерного взаимодействия туристического кластера СКФО и ЮФО⁶⁵

⁶⁵ Составлено автором по результатам исследования

Поскольку каждый региональный отраслевой кластер проходит традиционные стадии жизненных циклов, этап роста и стагнации в случае успешного развития кластера переходит в этап качественной трансформации, который применительно к туристическим кластерам означает расширение туристских дестинаций внутри укрупняющихся кластерных структур, что логично приводит к объединению (возможно, частичному), туристических кластеров. В связи с этим представленный на рисунке туристический кластер СКФО может расширяться за счет интеграции с кластером ЮФО, там более, что как мы уже отмечали ранее, для этого существуют как территориально-рекреационные, так и инфраструктурные предпосылки. Таким образом, синергетический эффект получают не только резиденты кластера, но и региональные экономики обоих федеральных округов, и, фактически, мультипликативный эффект удваивается.

Поэтому с нашей точки зрения для преодоления проблем, которые сопровождают развитие и формирование туристических кластеров в Северо-Кавказских регионах РФ, необходимо снять два основных ограничения - это кадровый дефицит и изменение приоритетных отраслей развития региона, что возможно сделать с помощью грамотного использования инструментария программно-целевого подхода. Для этого в программных документах развития необходимо сделать акцент на развитии образовательной сферы региона в рамках подготовки студентов соответствующих специальностей, что будет создавать полноценный источник кадровых ресурсов для туристического кластера региона. Кроме того, необходимо пересмотреть акценты на развитие аграрного производства как основной приоритетной отрасли регионов СКФО.

Представляется целесообразным формирование нескольких видов кластеров, два из которых будут вспомогательными по отношению к основному: основным кластером будет туристический, а два вспомогательных кластера будут представлены образовательным и агропромышленным. Так, на основе различных агропромышленных

направлений можно предлагать новые туристические продукты, выстраивать новые экскурсионные маршруты и предлагать новые виды туризма, такие как гастротуризм, экологический и сельский туризм⁶⁶. Данный подход позволит получать дополнительные синергетические эффекты в рамках межкластерного взаимодействия как участникам кластеров, так и экономике региона в виде формирования устойчивой модели регионального развития.

2.3. Использование программно-целевого подхода для развития экономики российских регионов при формировании туристических кластеров

Особенность применения программно-целевого подхода к становлению и развитию кластеров заключается в том, что все разрабатываемые проекты должны иметь целевую ориентацию, а участники – четко представлять свои задачи в рамках следования к основной цели общей для всех участников кластера. На рисунке 2.10 приведены этапы применения программно-целевого подхода к обеспечению отраслевого развития регионального кластера и обозначены основные инструменты его реализации.

Регулирование деятельности кластеров посредством данного подхода позволяет организовать и упорядочить деятельность участников кластера, подчинить их действия логике кластерного развития и придать всем мероприятиям и методам развития кластера программный характер. Это систематизирует работу предприятий кластера в отношении достижения необходимых для всех синергетических эффектов, а также облегчает процедуры мониторинга хода всех бизнес-процессов, контроль использования финансовых ресурсов и уровень достижения поставленных целей, представленные через систему индикативных показателей.

⁶⁶ Коростелев Д.Г., Мочальников В.Н. Механизм развития туристско-рекреационного кластера в регионах Северного Кавказа // Евразийский научный журнал. 2015. №8. с. 35-46



Рисунок 2.10 – Программно-целевой подход к процедуре формирования и развития туристического кластера в региональной экономике⁶⁷

Ожидаемое состояние туристического кластера выражается как «совокупность взаимосвязанных элементов, которые представляют собой систему целеполагания программно-целевого подхода и включают стратегические и тактические цели и задачи, а также цели и задачи, устанавливаемые на уровне региональных министерств и ведомств,

⁶⁷ Составлено автором по результатам исследования

управляющих организаций кластера, отвечающих за его эффективное развитие»⁶⁸.

В рамках проведения настоящего исследования нами предложена схема, описывающая использование инструментария программно-целевого подхода для развития туристического кластера в российских регионах как метода управления региональной экономикой и повышения ее устойчивости за счет приоритизации развития туристического сектора в тех регионах, для которых данная отрасль может выступить в качестве драйвера экономического роста.

Таким образом, в соответствии со спецификой проводимого исследования, представляется наиболее целесообразным рассмотрение программно-целевого подхода как формы государственного регулирования туристической отрасли и процессов кластерообразования в ней на основе регулирования отдельных социально-экономических процессов региона, создания привлекательного инвестиционного климата и обеспечения благоприятной экологической обстановки на основе отраслевых целевых программ, являющихся инструментом регулирования, мотивации и стимулирования процессов кластеризации в регионе. Именно благодаря программной разработке в регионе активизируются процессы поиска оптимальных способов сочетания целей развития и имеющихся туристско-рекреационных ресурсов на основе применения механизмов кластеризации экономики. В научной среде на сегодняшний день наблюдается единство мнений относительно того, что программно-целевой метод является наиболее эффективным инструментом реализации региональной социально-экономической политики⁶⁹.

Классический алгоритм создания и реализации целевой программы подразумевает 5 основных этапов. На первом этапе разработки происходит

⁶⁸ Бизин С.В. Применение программно-целевого подхода в организации и управлении досуговой деятельности детей и подростков в регионе // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Том 13. – № 8. – С. 3117-3136

⁶⁹ Васецкая Н.О. Программно-целевое управление как инструмент финансовой реализации федеральных целевых программ // Экономика науки. 2019. № 5. с. 160-169

определение проблем развития региона и ограничения на пути развития или образования кластера, ставятся конкретные задачи и происходит их декомпозиция. После этого необходима разработка обоснования применения программно-целевого метода для решения выявленных проблем, а также подготовка комплекса мероприятий и системы распределения региональных ресурсов. Завершается данный этап согласованием программы со всеми заинтересованными лицами - стейкхолдерами.

На втором этапе происходит оценка потенциала реализации данной программы, в ходе которой осуществляется подготовка критериев сравнительной оценки эффективности различных программ, применяемых на данном этапе для решения выявленных проблем, и выбор той программы, которая способна дать максимальный эффект.

На третьем этапе происходит инициация данной программы, то есть принятие необходимых законодательных и нормативных актов, согласно которым будет потом осуществляться управление кластерным развитием и конкретными его проектами, оптимизация или совершенствование уже имеющихся инструментов регионального управления для решения выявленных проблем. В рамках данного этапа происходит создание управляющего органа, отвечающего за эффективность реализации программы.

Четвертый этап заключается в непосредственной реализации комплекса запланированных мероприятий, в ходе которого производится регулярная оценка эффективности реализации программы, и в случае выявления каких-либо проблем в ее функционировании и недостаточной эффективности, осуществляется оперативная корректировка отдельных аспектов программы. Завершается процесс создания и реализации целевой программы оценкой результатов, что предполагает анализ эффективности реализованной

программы согласно заранее установленной системе критериев оценки и подготовкой отчета по результатам исполнения программы⁷⁰.

Предложенный нами на рисунке 2.10 программно-целевой подход к процедуре формирования и развития туристического кластера предполагает использование традиционной модели, но в то же время содержит ряд специфических этапов и черт. После этапа определения стратегической цели необходимо оценить потенциал и подготовить программу развития регионального кластера с помощью использования соответствующих программных инструментов реализации. Все это осуществляется с применением инструментария стратегического планирования. На рисунке 2.10 представлены основные программные инструменты реализации программно-целевого подхода к формированию туристического кластера, подразумевающие использование как федеральных законопроектов, так и региональных стратегий, и программ развития туристической отрасли и непосредственно самих кластеров. Только после определения и разработки конкретных программных инструментов, например, утверждения региональной программы развития туристического кластера и подготовки конкретных инвестиционных программ и проектов, которые будут реализовываться внутри кластера, идентифицируются механизмы и способы его развития, а также разрабатываются оценочные индикаторы, с помощью которых определяется эффективность применения каждого программного инструмента.

Обратим внимание, что первые три этапа - разработка стратегической цели, оценка потенциала кластера и формирование программы его развития - реализуются в рамках стратегического планирования, и подразумевают разработку ограниченного набора (до 5) ключевых показателей эффективности, для чего можно использовать методику КРІ и формировать

⁷⁰ Панеш К.М. Эффективные инструменты и методы оценки программно-целевого подхода к управлению экономикой региона / К.М. Панеш, С.А. Хатукай, Э.Б. Бабалян // Международный научно-исследовательский журнал. — 2022. — №8 (122). — URL: <https://research-journal.org/archive/8-122-2022-august/10.23670/IRJ.2022.122.36> (дата обращения: 10.04.2024). — DOI: 10.23670/IRJ.2022.122.36

заключение о достижении туристическим кластером основной цели его развития - повышении уровня жизни населения за счет активизации развития туристической отрасли и получении ряда синергетических эффектов, благоприятно сказывающихся на темпах экономического роста региональной экономики.

Для оценки эффективности применения тех или иных механизмов реализации проектов туристического кластера и инициации конкретных инвестиционных проектов применяется такая система оценки как бюджетирование, ориентированное на результат, с применением более частных и узкоспециализированных показателей, позволяющих контролировать ход реализации кластерных проектов в режиме реального времени, и в случае прогнозируемого несоответствия фактических показателей планируемому, - принимать своевременные меры для корректировки экономических, социальных или экологических результатов, которые должны быть получены в ходе реализации проекта.

С учётом того, что развитие подавляющего большинства туристических кластеров на данный момент не обходится без финансирования из регионального или федерального бюджета, обязательным условием применения программно-целевого подхода является разработка системы индикативных показателей, позволяющих определять бюджетную эффективность кластерных инициатив и проектов, инвестиционную привлекательность кластерных проектов для частных инвесторов (срок окупаемости, соотношение риска и доходности, ставки рентабельности и т.д.), а также включающих в себя количественно измеримые результаты положительного воздействия туристического кластера на региональную экономику.

Наибольшей эффективности использования программно-целевого метода можно достичь в том случае, если он будет интегрироваться с системно-агломерационным подходом, так как только в этом случае туристический кластер может восприниматься как особая система,

включающая различные по природе элементы – население, местные органы власти, региональное бизнес-сообщество, что обуславливает эмерджентность внутрикластерной среды, способствующей эффективному информационному обмену и обмену опытом оптимизации издержек⁷¹. Таким образом, согласно системно-агломерационному подходу модель туристического кластера будет включать в себя территорию региона с его природно-рекреационным потенциалом, вокруг которого будут выстраиваться связующие элементы, образующие многофакторные связи внутренней среды кластера – экономические, пространственно-логистические, социально-культурные, информационные, ресурсные, институциональные, технико-производственные. Внутренние элементы туристического кластера включают: туристическую инфраструктуру, рынок труда, поставщиков туристических продуктов и их конкурентов и непосредственных потребителей – туристов, а к внешним элементам – законодательную, экономическую, технологическую, социокультурную и геополитическую среду, изменения в которой напрямую влияют на функционирование элементов кластера и их качественное состояние.

Согласно программно-целевому подходу определение туристического потенциала региона в Российской Федерации подразумевает оценку перспектив развития различных видов туризма и разработку индивидуальных для каждого региона траекторий развития туристической инфраструктуры, которая учитывает климатические условия, особенности географического положения территории, а также разный уровень их финансовой обеспеченности.

Повышение результативности кластерного подхода для развития региона и его туристической отрасли подразумевает оптимизацию процедур отбора инвестиционных проектов в ходе начальных процедур создания кластеров, а также учета при этом приоритетных видов туризма, которые

⁷¹ Кошечев Д. А., Третьякова Е. А. Феномен индустриального кластера: системно-агломерационный подход // Журнал экономической теории. 2020. Т. 17. № 2. с. 451-465, с. 460-461

соответствуют требованиям национальной программы развития туризма. В связи с этим необходимым является формирование стратегического географического каркаса, в который войдут самые перспективные туристические инвестиционные проекты региона. Данный подход даст возможность сконцентрировать усилия на поддержке тех инвестиционных проектов, где есть высокий потенциал развития того или иного вида туризма и также наблюдается положительная динамика туристических потоков, что весьма актуально в условиях ограниченного количества ресурсов как федерального и регионального бюджетов, так и у частных инвесторов.

В отсутствие применения программно-целевого подхода действия федеральных органов власти и органов местного самоуправления по созданию туристических кластеров будут характеризоваться разрозненностью действий, а также размытием границ ответственности непосредственных исполнителей, что приведет к бессистемности принятия решений, а также неэффективному и нецелевому использованию бюджетных средств и значительному снижению инвестиционных ресурсов, привлеченных из внебюджетных источников.

В программных документах обычно рассматривается несколько вариантов развития событий - инерционный, оптимальный и амбициозный вариант, что можно применить и для оценки перспектив развития туристических кластеров. Согласно инерционному варианту, финансирование туристической отрасли останется на прежнем уровне, развитие туристических кластеров будет происходить по менее эффективной дирижистской модели. При таком варианте развития событий рост вклада туризма в валовый внутренний продукт составит до 4,14%.

Оптимальный вариант развития событий предполагает, что в структуре источников финансирования доля внебюджетных средств будет постоянно возрастать и к концу 2025 года будет превышать объемы вложений из федерального бюджета примерно в 5 раз. В рамках реализации данного варианта усилия по созданию кластеров будут сконцентрированы на

поддержке инвестиционных проектов с высоким потенциалом развития. По этому сценарию возможно будет достигнуть таких темпов роста туризма, которые будут в два раза превышать темпы роста валового внутреннего продукта.

В рамках оптимального варианта возможна полноценная реализация кластерного подхода и обеспечение быстрых темпов развития межрегиональных туристических маршрутов, а также расширение мер поддержки инвестиционной деятельности в рамках реализации концессионных соглашений и применения механизмов государственно-частного партнерства. Также данный вариант предполагает стимулирование инвестиционной активности в туристическом кластере с помощью механизмов субсидирования из федерального бюджета и с помощью расширения программ льготного кредитования, предоставляемого финансовыми организациями.

Амбициозный вариант реализации программно-целевого подхода к развитию туристических кластеров предполагает увеличение объемов финансирования как со стороны федерального и регионального бюджета, так и со стороны частных инвесторов. Особое внимание будет уделяться эффективному применению проектного подхода для развития приоритетных направлений туризма. Однако реализация амбициозного варианта возможна в том случае, если финансово-экономическое состояние Российской Федерации значительно улучшится, в противном случае реализации такого плана приведет к большой нагрузке на федеральный бюджет РФ.

В таблице 2.4 приведены значения объемов финансирования Федеральной целевой программы по основным вариантам развития событий и функциональным направлениям. С нашей точки зрения, для каждой из задач программы должны быть установлены один-два показателя, которые предполагают возможность оценки эффективности уровня достижения данной задачи, в противном случае оценить результативность федеральной целевой программы будет невозможно, что приведет к снижению

эффективности использования программно-целевого подхода для решения задач, связанных с оптимизацией развития региональных туристических кластеров.

Таблица 2.4 – Прогнозные объемы финансирования ФЦП "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)" и целевые индикаторы эффективности финансирования⁷²

Задачи программы	Объем финансирования, всего	В том числе		
		фед. бюджет	рег. бюджет	частные инвестиции
Инерционный вариант				
Задача 1 "Комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры туристских кластеров по приоритетным видам туризма", млн руб.	87186,62	21521,6	5346,67	60318,36
Целевой индикатор - доля вклада кластеров, созданных в рамках Программы, в валовую добавленную стоимость туристической индустрии – 38,33% к 2025 г. (косвенная оценка)				
Задача 2 "Развитие отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма, формирующих кадровый потенциал для комплексного решения проблем качества туристских услуг", млн руб.	519,17	416,5	102,67	-
Целевой индикатор - рост индекса качества услуг (больше показателей 2019 г., конкретные значения не установлены) <i>Вспомогательный индикатор</i> - доля специалистов индустрии туризма, прошедших повышение квалификации и переподготовки кадров, от общего количества занятых – 6,7% в 2025 г.				
Задача 3 "Развитие инфраструктуры продвижения туристского продукта Российской Федерации и повышение информированности о нем на мировом и внутреннем туристских рынках", млн руб.	9744,77	2443	602,24	6699,53
Целевой индикатор - прирост вклада туризма в валовый внутренний продукт Российской Федерации к плановому 2018 году – 18,86% в 2025 г.				
Задача 4 "Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив через механизм субсидирования и грантовой поддержки", млн руб.	439,04	137,2	-	301,84

⁷² Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)"// СПС Консультант Плюс

Продолжение таблицы 2.4				
Целевой индикатор - объем привлеченных средств из внебюджетных источников финансирования на реализацию инвестиционных проектов в сфере туризма – 9,62 млрд. руб. к 2025 г.				
Задача 5 "Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления туристской отрасли", млн руб.	30	30	-	-
Целевой индикатор - количество новых туристических маршрутов с интеграцией объектов туристической инфраструктуры кластеров, созданной в рамках Программы – не менее 15 к 2025 г				
Оптимальный вариант				
Задача 1 "Комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры туристских кластеров по приоритетным видам туризма", млн руб.	174654,39	43785,66	10793,89	120074,84
Целевой индикатор - доля вклада кластеров, созданных в рамках Программы, в валовую добавленную стоимость туристической индустрии – не менее 60% к 2025 г. (косвенная оценка)				
Задача 2 "Развитие отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма, формирующих кадровый потенциал для комплексного решения проблем качества туристских услуг", млн руб.	1308,84	1050	258,84	-
Целевой индикатор - рост индекса качества услуг (больше показателей 2019 г., конкретные значения не установлены) <i>Вспомогательный индикатор</i> - доля специалистов индустрии туризма, прошедших повышение квалификации и переподготовки кадров, от общего количества занятых – 19,6% в 2025 г.				
Задача 3 "Развитие инфраструктуры продвижения туристского продукта Российской Федерации и повышение информированности о нем на мировом и внутреннем туристских рынках", млн руб.	6878,19	3031	747,19	3100
Целевой индикатор - прирост вклада туризма в валовый внутренний продукт Российской Федерации к плановому 2018 году – 74,79% в 2025 г.				
Задача 4 "Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив через механизм субсидирования и грантовой поддержки", млн руб.	204086	20690	-	183396
Целевой индикатор - объем привлеченных средств из внебюджетных источников финансирования на реализацию инвестиционных проектов в сфере туризма – 56,3 млрд. руб. к 2025 г.				
Задача 5. "Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры	710	710	-	-

Продолжение таблицы 2.4				
управления туристской отрасли", млн руб.				
Целевой индикатор - количество новых туристических маршрутов с интеграцией объектов туристической инфраструктуры кластеров, созданной в рамках Программы – не менее 15 к 2025 г				
Амбициозный вариант				
Задача 1 "Комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры туристских кластеров по приоритетным видам туризма", млн руб.	232470,45	58280	14367,02	159823,43
Целевой индикатор - доля вклада кластеров, созданных в рамках Программы, в валовую добавленную стоимость туристической индустрии – не менее 80% к 2025 г. (<u>косвенная оценка</u>)				
Задача 2 "Развитие отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма, формирующих кадровый потенциал для комплексного решения проблем качества туристских услуг", млн руб.	4199,97	2880	709,97	610
Целевой индикатор - рост индекса качества услуг (больше показателей 2019 г., конкретные значения не установлены) <i>Вспомогательный индикатор</i> - доля специалистов индустрии туризма, прошедших повышение квалификации и переподготовки кадров, от общего количества занятых – 49,9% в 2025 г.				
Задача 3 "Развитие инфраструктуры продвижения туристского продукта Российской Федерации и повышение информированности о нем на мировом и внутреннем туристских рынках", млн руб.	64394,37	49172,51	12121,86	3100
Целевой индикатор - прирост вклада туризма в валовый внутренний продукт Российской Федерации к плановому 2018 году – 92,27% в 2025 году				
Задача 4 "Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив через механизм субсидирования и грантовой поддержки", млн руб.	375300	110930	-	264370
Целевой индикатор - объем привлеченных средств из внебюджетных источников финансирования на реализацию инвестиционных проектов в сфере туризма – 64,18 млрд. руб. к 2025 г.				
Задача 5 "Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления туристской отрасли", млн руб.	580	580	-	-
Целевой индикатор - количество новых туристических маршрутов с интеграцией объектов туристической инфраструктуры кластеров, созданной в рамках Программы – не менее 15 к 2025 г				

Анализ таблицы 2.4 показывает, что наблюдается определенное несоответствие разработанной системы целевых индикаторов тем задачам, которые определены для достижения основной цели развития внутреннего туризма. Например, для оценки некоторых задач целевые индикаторы можно использовать лишь косвенно, т.е. напрямую они не будут отражать степень решения конкретной задачи. Так, в качестве одного из целевых индикаторов программы установлен «объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения», причем выражается он в миллионах рублей, таким образом, обычное повышение стоимости средств размещения будет приводить к росту данного показателя, но это необязательно будет означать, что произошел количественный прирост средств размещения или осуществлен капитальный ремонт, или модернизация гостиницы.

Если же рассматривать возможности оценки эффективности реализации первой задачи, связанной с комплексным развитием туристкой и обеспечивающей инфраструктуры, то можно увидеть, что среди предлагаемых базовых индикаторов нет подходящих инструментов для оценки. То же самое касается и оценки выполнения второй задачи, связанной с развитием отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов. Решение данной задачи нужно рассматривать с учетом того, что повышение квалификации специалистов индустрии туризма не является самоцелью, а основной целью является повышение качества сервиса, предоставляемых туристических услуг и удовлетворенности туристов качеством обслуживания. В то же время целевой показатель, который мог бы быть приемлемым для проведения такой оценки, - «рост индекса качества услуг» не имеет конкретных значений, а в документе лишь указано, что он должен превышать показатели 2019 года.

Такая же проблема оценивания характерна и для пятой задачи, предполагающей создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления туристической отрасли, то есть, скорее всего, здесь имеется ввиду применение передовых технологий,

которые обеспечивают более эффективное управление элементами туристической индустрии и упрощают коммуникации между участниками отрасли туристического кластера. В качестве индикаторов оценки здесь могли бы выступить темпы цифровизации отрасли, количество информационных сайтов о туристической отрасли региона и активность их посещения, количество разработанных мобильных приложений, знакомящих туристов с достопримечательностями региона, количество их скачиваний и т.д. Но в то же время никаких подобных индикаторов программой не предусмотрено.

В связи с этим представляется необходимой оптимизация инструментария развития региональных туристических кластеров и пересмотр оценки эффективности реализации федеральных и региональных целевых программ с точки зрения приведения в соответствие с поставленными задачами и критериями оценки уровня их выполнения.

Таким образом, реализация основной стратегической цели развития региональной экономики лежит в плоскости межрегионального взаимодействия, путём объединения экономических ресурсов для создания основы в виде отраслевых кластеров, обеспечивающих устойчивость экономики и возможность роста её конкурентоспособности. Особую роль в рамках решения этой задачи играет использование программно-целевого подхода, когда все разрабатываемые проекты должны иметь согласованную с экономической стратегией региона целевую ориентацию, а участники кластера четко представлять свои задачи в рамках следования основной цели. Кроме того, важно выделить индикаторы, которые характеризуют прирост экономических показателей в результате кластеризации флагманских отраслей региональной экономики. Применительно к туристической отрасли это: доля вклада кластеров в валовую добавленную стоимость туристической индустрии; рост индекса качества услуг в туристической отрасли в экономике региона; прирост вклада туризма в валовый внутренний продукт Российской Федерации; объем привлеченных средств из внебюджетных

источников финансирования на реализацию инвестиционных проектов в сфере туризма; количество новых туристических маршрутов с интеграцией объектов туристической инфраструктуры кластеров в экономику региона.

Следовательно, важно учесть указанные показатели при разработке конкретных программных инструментов, например, региональной программы создания кластера, соответствующей «дорожной карты» и подготовке инвестиционных программ и проектов, которые будут реализоваться внутри него, идентификации механизмов и способов кластерообразования, а также параметров, с помощью которых определяется эффективность применения каждого программного инструмента в направлении общеэкономического развития региона.

ГЛАВА 3. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

3.1 Алгоритмизация механизма создания кластеров туристической отрасли в региональном экономическом пространстве Юга России

Особое значение в региональном экономическом развитии приобретает определение последовательности действий относительно кластеризации регионального пространства, выделения основных элементов кластерообразования и стимулирования, таким образом, отраслей – «полюсов экономического роста». Обеспечение структурных преобразований в региональной экономике возможно только в случае усиления локальных конкурентных преимуществ, аккумуляирования инвестиционных ресурсов для решения задач региональной социально-экономической политики и формирование в её рамках отдельного блока – кластерной политики, которая будет направлена на создание целевых стратегических ориентиров в ключевых отраслях региональной экономики и обозначении алгоритмов и путей развития кластеров в региональном экономическом пространстве.

Кластеризация как инструментарий региональной экономики даёт возможность синхронизации частных и государственных экономических интересов, способствует распределению рисков и использованию экономического и отраслевого потенциала региона для достижения мультипликативного эффекта.

Растущий интерес со стороны органов региональной власти к решению задачи встраивания кластерообразования в экономическую систему региона, необходимость повышения устойчивости региональных экономик, стимулирования инвестиционной активности, развития межрегиональных связей приводит к целесообразности уточнения элементного состава кластера, а также обоснования и алгоритмизации механизма формирования и

развития региональных туристических кластеров как особых экономических зон, способствующих росту экономики Юга России.

Поэлементный состав кластера, вокруг которого будет формироваться его организационная структура, представлен на рисунке 3.1. Как мы видим, все взаимосвязи внутри кластера строятся вокруг кластерного ядра, которое активно взаимодействует с экономической средой кластера и преобразует кластерные ресурсы экономики региона с помощью соответствующей инфраструктуры в кластерные эффекты (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Основные элементы туристического кластера, необходимые для алгоритмизации механизмов его формирования и развития⁷³

Среда кластера представлена основной и косвенной, в свою очередь взаимодействующими с поставщиками ресурсов для кластера и потребителями его продукции, то есть туристами. Эффективное

⁷³ Составлено автором по результатам исследования

использование кластерных ресурсов позволяет достигать синергетических эффектов для всех участников кластера за счет создания уникальных туристических продуктов и специфических конкурентных преимуществ туристического бренда конкретного региона. Косвенная среда кластера отвечает за сопутствующие элементы развития, такие как формирование высококвалифицированных трудовых ресурсов, развитие научного и инновационного потенциала, а также продвижение кластерного бренда. В процессе такого взаимодействия выстраиваются содержательные и творческие коммуникации между участниками кластера, а в процессе взаимодействия кластерного ядра, сопутствующих элементов развития и поставщиков ресурсов по поводу формирования, распределения и использования кластерных ресурсов возникают процессуальные коммуникации.

Сами туристы принимают самое активное участие в создании имиджевых коммуникаций для кластера, причем в определенный момент времени наступает такой эффект, когда региональный брендинг в большей степени зависит от потребителей туристических продуктов («сарафанное» радио, отзывы на популярных туристических сервисах, ролики блогеров), чем от проведения маркетинговых предприятий, направленных на продвижение бренда, которые реализуют сами участники кластера. Также можно заметить ещё одну цепочку коммуникаций - это коммуникации между поставщиками ресурсов, инфраструктурой региона и самого кластера и институциональной средой, которая собственно и является косвенной средой воздействия на кластерное ядро и сопутствующие ему элементы развития.

Большое разнообразие туристических кластеров обуславливает разнообразие методологий их построения, поэтому важным условием создания результативного алгоритма формирования туристического кластера является его разработка с возможностью последующей верификации, что особенно важно, если под кластерные проекты привлекаются бюджетные

средства. В таблице 3.1 представлен разработанный нами алгоритм формирования кластера.

Таблица 3.1 - Алгоритмизация механизма формирования и развития региональных туристических кластеров⁷⁴

1. Разработка типологии туристических кластеров и её внедрение в программно-целевой инструментарий развития экономики региона	
2.1. Составление перечня туристических «маркеров»	2.2. Формирование самостоятельных туристических дестинаций
3. Выявление зарождающихся и потенциальных кластеров в региональной экономике (наличие структур, где наблюдаются все признаки кластерных коммуникаций и процессов)	
4. Выделение туристических точек роста - «ядра» кластера	
5. Анализ потенциала развития кластера в рамках рационального использования природно-рекреационного, культурно-исторического и инфраструктурного потенциала	
6. Создание мультиатрибутивных туристических продуктов	6.1. Идентификация уникальных конкурентных преимуществ на основе «концепции ежа»
	6.2. Разработка дорожной карты развития туристического кластера, которая включает: а) базовые туристические продукты и услуги; б) уникальные туристические продукты и услуги
	6.3. Определение специализация кластера или наоборот, ставка на создание диверсифицированного портфеля туристических услуг
7.1. Расширение диапазона межотраслевых связей	7.2. Разработка организационной структуры и структуры управления туристическим кластером
8. Формирования устойчивой цепочки создания добавленной стоимости продуктов туристического кластера	8.1. Формирование регионального бренда с использованием идей социально-этического маркетинг в целях обеспечения устойчивого развития региона
	8.2. Разработка и адаптация образовательных программ со стороны поставщиков туристических ресурсов и образовательных учреждений, учитывающая спрос на отраслевом рынке труда в формировании востребованных работодателями компетенций
	8.3. формирование устойчивых процессуальных коммуникаций «производители туристических услуг – турагенты и туроператоры – туристы» (устойчивая цепочка поставок)
	8.4. формирование содержательных коммуникаций «партнер-партнер», «ядро кластера-предприятия-спутники»
	8.5. построение экономико-социальных коммуникаций «кластер-регион-население»

⁷⁴ Составлено автором по материалам исследования

Продолжение таблицы 3.1	
	8.6. Формирование совокупности инфраструктурных элементов (сопровождает все этапы жизненного цикла кластера, так как объекты туристической инфраструктуры нуждаются в постоянной модернизации и расширении)
	8.7. Определение источников финансирования туристического кластера
9. Разработка системы индикативных показателей для превентивной оценки развития туристического кластера	
10. Цифровизация отдельных элементов кластерной структуры	
11. Контроль развития кластера по системе финансово-экономических, социально-экономических, экологических и ESG-параметров	

Основой результативной реализации алгоритма формирования туристического кластера является высокая степень ответственности инициаторов создания кластера перед предприятиями-спутниками, составляющими большую часть его участников. Также необходимо учитывать, что туристический кластер может входить в особую экономическую зону или территорию опережающего развития. В отдельных случаях, когда кластер имеет, например, инфраструктурный «рукотворный» характер (как мы указывали выше, туристов «притягивают» уникальные инфраструктурные объекты развлекательного характера), есть смысл изменить последовательность этапов в предложенном алгоритме и создание кластера начать с нейминга и формирования первичного визуального облика бренда. При этом следует учитывать, что алгоритм будет меняться и в том случае, если создание кластеров идет полностью по либеральной модели. Если кластеры формируются «стихийно», то последовательность реализации всех этапов будет выстраиваться по-другому, равно как и в случае формирования кластера сугубо на основе дирижистской модели, тогда, первым этапом может стать создание дорожной карты развития в регионе туристической отрасли, после чего будет принято решение о применении такого инструмента интенсификации ее развития как кластеризация.

Корректность применяемого алгоритма формирования кластера определяется получаемыми эффектами мультипликативности, т.е. наличием свойств эмерджентности (в кластере появляются новые туристические

продукты и формируются новые бизнес-процессы) и синергичности (система имеет более высокую эффективность, чем суммарная эффективность участников, которая была бы получена в ходе их функционирования вне кластера).

Разработанный алгоритм связан с первой, второй и третьей стадиями развития кластеров, которые соответствуют этапам зарождения и официального оформления, роста туристического кластера в экономике региона и выполнению таких кластерных функций в области отраслевого экономического развития как:

- проектирование экономических отношений в туристическом кластере;
- расширение экономических связей в целях оптимизации цепочки потребительских ценностей и преобразования разрозненных туристических продуктов и программ в уникальные дестинации;
- создание новой организационно-управленческой структуры кластера в экономике региона.

Приведенная на рисунке 3.1 схема взаимодействия между участниками кластера образует макро- и микросреду функционирования кластера, принципы формирования которых закладываются на третьем и седьмом этапе разработанного нами алгоритма. Разработка инфраструктуры предполагает анализ внешней и внутренней среды кластера как существенных факторов влияния на деятельность каждого его участника:

- оценку институционально-правовых условий,
- оценку эколого-социо-экономических условий;
- SWOT и PEST-анализ;
- прогноз спроса на отдельные виды туристических продуктов;
- определение рисков развития кластера с учетом геополитических и макроэкономических факторов, а также с учетом появления похожих туристических дестинаций со сходными характеристиками.

Первые этапы предложенного нами алгоритма связаны с предварительной оценкой условий региона для создания туристического кластера, поэтому после определения актуальности и целесообразности его создания, необходимо уделить внимание составлению типологических характеристик всех потенциально возможных к созданию на данной территории видов туристических кластеров. Для того чтобы еще на начальных этапах формирования кластера определить тот программный инструментарий развития туристической отрасли в регионе, который планируется задействовать для создания кластерных структур и активизации инвестиционной деятельности в нем, необходимо определить основные виды возможных кластеров.

В ходе формирования типологии в одну группу объединяются кластеры, которые имеют единые тенденции и закономерности развития, что будет способствовать, кроме получения конкретных практических эффектов, устранению методологических проблем, связанных с применением программных средств поддержки со стороны органов федеральной и региональной власти. В связи с этим на самом первом этапе предложенного нами алгоритма необходимо:

- определить уровень развития кластера в регионе, то есть является ли кластер потенциальным (между предполагаемыми участниками пока нет коммуникационных связей или они крайне слабые), зарождающимся (между потенциальными участниками связи уже фиксируются либо есть устойчивые цепочки взаимосвязей) или начальный (представители туротрасли осознают выгоды от участия в кластере и выступают инициаторами его создания или кластер уже даже имеет оформление де-юре);

- проанализировать имеющийся потенциал развития туристической отрасли с точки зрения наличия в регионе естественных и искусственных факторов туристической привлекательности, таких как культурно-исторический, природно-рекреационный, событийный и инфраструктурный потенциал;

- оценить существующую на сегодняшний день динамику туристических потоков;
- определить имеющийся уровень диверсификации туристических продуктов и услуг;
- оценить возможные масштабы развития кластера по количеству потенциальных участников и территориальной локализации (региональный, межрегиональный, макрокластер) и потенциал формирования туристических брендов-коллабораций;
- выбрать кластерную модель - либеральная, дирижистская или смешанная, по принципам которой будет создаваться и функционировать данный кластер.

На втором этапе происходит определение возможной территории деятельности кластера и идентификация туристических дестинаций, что эффективно можно реализовать на основе предварительно подготовленного перечня туристических маркеров, характеризующих регион как курорт, обладающий уникальными для туриста характеристиками⁷⁵.

На практике встречается достаточно часто, что между субъектами региональной экономики определенных отраслей уже существуют достаточно устойчивые коммуникационные и координационные связи, которые являются базовым фактором образования кластеров, однако данный кластер еще не имеет юридического оформления, в то время как предание статуса де-юре могло бы обеспечить ему большую эффективность как с точки зрения привлечения новых инвесторов, в том числе и в лице государства, так и с позиции расширения ассортимента продукции или услуг и привлечения новых клиентов и потребителей. Поэтому на третьем этапе алгоритма имеет смысл проанализировать наличие в регионе таких взаимосвязей между субъектами туристической отрасли и выявить де-факто работающие кластеры.

⁷⁵ Голубков С. А. Социокультурные институты города как маркеры // Полифония городских пространств. Философско-культурологические теории и хронотопия: сб. науч. статей / под ред. Е. Бурлиной. Самара: Медиа-книга, 2014. Т. 1. С. 100-104.

На четвертом этапе среди всех потенциально возможных участников кластера необходимо выделить «точек роста», которые могли бы стать ядром кластера или якорными предприятиями, служащими для других участников и для экономики региона локомотивами развития. Даже если на первом этапе при разработке типологии кластеров, было выявлено, что в регионе целесообразно сделать ставку на развитие, например, природно-рекреационного потенциала, это не означает что все остальные виды туристических потенциалов не следует развивать, поэтому на следующем этапе необходимо установить состояние инфраструктуры туристической отрасли, а также возможность диверсификации туристических продуктов за счёт расширения культурно-исторического или событийного туризма.

Очередной этап связан с созданием мультиатрибутивного туристического продукта, в рамках которого в кластере определяются как базовые туристические продукты, которые свойственны многим кластерам, но без наличия, которых кластер не сможет привлекать туристов, а также уникальные конкурентные преимущества, для определения и реализации которых мы предлагаем дорожные карты и так называемую «концепцию ежа». «Концепция ежа» подразумевает, что компания должна заниматься тем видом деятельности, который у него получается лучше всего, потому что в этом случае компания приобретает несомненные конкурентные преимущества на своем, пусть и узкоспециализированном рынке⁷⁶, и в то же время будет являться своеобразным монополистом, так как качество её услуг будет намного выше, чем у всех остальных. Данную концепцию может применить и туристический кластер, выявив у себя такие туристические программы или туристические услуги, реализация которых в других кластерах невозможна, или возможна с заметно более низким уровнем сервиса или качества оказания данных услуг.

⁷⁶ Коллинз Д. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2022. 320 с.

Определение базовых и уникальных туристических продуктов, и услуг позволяет идентифицировать специализацию кластера или, наоборот, рассматривать туристический кластер как высоко диверсифицированный, способный предложить туристу самые разнообразные виды туризма и самый широкий набор туристических услуг.

На седьмом этапе происходит непосредственно формирование самого кластера, связанное с расширением диапазона межотраслевых связей и повышением устойчивости уже существующих между участниками кластера коммуникативных связей, что позволяет по итогу создать организационную структуру кластера и структуру управления им, необходимую для реализации его основного функционала.

Самый содержательный этап предложенного алгоритма - это восьмой, в ходе которого осуществляется формирование устойчивой цепочки создания добавленной стоимости внутри кластера, что подразумевает работу с многочисленными кластерными ресурсами, к которым относятся трудовые и природно-рекреационные ресурсы, финансовые, инфраструктурные ресурсы и т.д. Отличительной чертой данного этапа является то, что в процессе его формирования задействуются: маркетинговая политика кластера, заключающаяся в формировании и продвижении регионального туристического бренда; кадровая политика, которая предполагает тесную взаимосвязь основных работодателей с туристической отрасли с образовательными учреждениями в ходе подготовки и адаптации образовательных программ под потребности современной туристической отрасли. На этом же этапе реализуется большое количество процессуальных и экономико-социальных коммуникаций, которые связывают в единую устойчивую цепочку всех субъектов кластера - поставщиков ресурсов, производителей туристических услуг, турагентов, туроператоров, туристов, а также население региона, от которого во многом зависит формирование и позиционирование регионального туристического бренда во внешнем пространстве.

В ходе образования устойчивых цепочек создания добавленной стоимости туристического продукта осуществляется и формирование совокупности инфраструктурных элементов, которые в большем или меньшем масштабе создаются в течение всего периода деятельности кластера. На этапе стагнации развития кластера темпы создания инфраструктуры могут замедлиться или вовсе прекратиться, но в случае, если кластер не исчезает, а продолжает свое функционирование в более расширенном варианте путем преобразования и трансформации, процессы модернизации инфраструктурного пространства активизируются.

Важным моментом является и определение источников финансирования туристического кластера, особенно в том случае, если его создание осуществляется по смешанной или либеральной модели, так как для успешной реализации всех запланированных мероприятий необходимо достаточно точно знать располагаемое количество ресурсов, которые в этом случае могут быть привлечены в основном только от внешних частных инвесторов.

Вне зависимости от того, привлечено финансирование из внешних источников или основным инвестором кластера является государство, эффективная работа кластера и целевое использование денежных средств возможно только в том случае, если еще на этапе подготовки к созданию кластера будет разработана корректная система индикативных показателей, которые позволяют оценить эффективность реализации основных кластерных мероприятий, а также эффект для каждого участника кластера. В этом случае, как мы уже отмечали, должно быть учтено, что ряд участников кластера работают на отраслевом рынке уже давно, а некоторые появляются именно в связи с процедурой учреждения кластера, соответственно для каждой из этих категорий должны быть предусмотрены свои группы оценочных показателей.

С реализацией многих вышеописанных этапов формирования механизмов функционирования и развития кластера связаны процессы

цифровизации отдельных элементов кластерных структур, например, продвижения регионального бренда, разработки дорожной карты, идентификации уникальных конкурентных преимуществ, и, конечно же, построения эффективных коммуникаций с потребителями туристических услуг. Разработка направлений цифровизации туристического сектора напрямую связана с процессами кластерообразования, поскольку использование двух данных инструментов направлено на достижение единой цели - создания и продвижения туристических брендов региона, а также увеличения туристических потоков в конкретные регионы страны, которые делают акцент на развитии своей туристической индустрии.

В рамках создания регионального туристического кластера появляются новые возможности для организации локального цифрового «общения» с туристами и создания цифровых и офлайн площадок для продвижения товаров местных производителей, - именно с этой точки зрения использование мобильных приложений и карт навигации дает большие возможности, так как предприятия могут самостоятельно добавлять и редактировать свои данные, рекламировать турпродукты и услуги. Например, в Ростовской области было разработано мобильное приложение «Турист», которое позволяет узнать о всех достопримечательностях региона, а также построить собственные маршруты, а его дальнейшая доработка позволит включить сюда также и финансовую составляющую – оплату туров, сравнение цен и получение кэшбеков. Развитие цифровых технологий в туристическом кластере региона позволит минимизировать транзакционные издержки как непосредственно самих туристов при выборе необходимых туристических продуктов, так и самих участников кластера, так как в этом случае создание сайтов и цифровых платформ будет происходить на совместных организационных и финансовых началах.

Цифровизация туристического кластера может подразумевать и использование технологии блокчейна, которая позволит искать данные о покупках туристических услуг в едином цифровом пространстве и

осуществлять защищенные финансовые сделки по покупке туров и других турпродуктов, что будет способствовать реализации индивидуального подхода со стороны каждого участника процесса оказания услуг, и возможность предоставления только тех услуг, которые реально востребованы со стороны туристов, а также предугадывать их потребности и персонализировать туристические предложения.

В качестве еще одной формы цифровизации туристического кластера можно выделить проектирование «самодеятельных» туров, в рамках которых туристы самостоятельно осуществляют планирование своих туристических поездок, не прибегая к помощи посредников. Этому способствует также и развитие автомобильного туризма, который является в настоящее время не только наиболее популярным и востребованным способом передвижения туристов, но и представляет собой отдельную типологическую характеристику туристической деятельности⁷⁷.

Влияние цифровых технологий на инновационную активность туристического кластера сложно переоценить, так как сфера их применения достаточно широкая:

- используются при управлении продажами туристических услуг;
- применяются для обеспечения комфортной окружающей среды и безопасности;
- способствуют продвижению туристического продукта;
- оптимизируют основные бизнес-процессы туристического кластера за счет совместного применения передовых цифровых технологий⁷⁸.

Для успешного использования цифровых технологий в туристическом кластере, прежде всего, необходимо определить его цифровой потенциал, и на основе полученных результатов создать или усовершенствовать условия

⁷⁷ Макарова Ю.В., Кононов А.Ю., Удовенко Н.Г. Методические подходы к анализу автомобильного туризма в Российской Федерации // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. Т. 15, № 1. с. 39-51., с. 42 DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.24866/WSU/2949-1258/2023-1/039-051>.

⁷⁸ Хамирзова С.К., Кумпилова А.Р., Калашникова С.В., Хачемизова Э.А. Направления цифровой трансформации индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях // Вопросы инновационной экономики. 2023. Том 13. № 4. С. 2283-2296. – doi: 10.18334/vines.13.4.119939., с. 2284

для внедрения цифровых трансформационных процессов. В рамках кластера обеспечить цифровой переход туристической отрасли на более высокие ступени развития легче, так как именно за счет кластерных эффектов достигается полноценный и высокоэффективный информационный обмен, и оптимизация бизнес-процессов создания, продвижения и продажи туристических продуктов, что само по себе приводит к популяризации туристических направлений региона и совершенствует процедуры брендизации территории. Большое количество маркетинговых инструментов, которые были основаны на цифровых технологиях, обусловило изменение парадигмы туристического бизнеса, в первую очередь, за счет сокращения офлайн-агентских продаж и количества обращений к туроператорам, их заменило использование цифровых хабов.

В настоящее время цифровые технологии могут способствовать более эффективной работе туристического кластера за счёт применения:

- технологии Big Data для хранения, анализа и обработки большого объема данных, формируемых кластером;
- технологий цифрового маркетинга, который повышает эффективность продаж и конкурентоспособность туристического кластера;
- технологий кибербезопасности - блокчейна, который обеспечивает конфиденциальность корпоративных данных и личных данных туристов, посещающих курорты туристического кластера, и гарантирующий надежность, прозрачность и достоверность заказов, бронирований и платежей;
- электронных путевок, которые дают возможность туристам осуществлять покупку туров через единую систему бронирования.

Разработка цифровых платформ может выступать в качестве основы реализации потенциала туристического кластера⁷⁹. Ядром цифровой платформы туристического кластера будут являться непосредственно сами

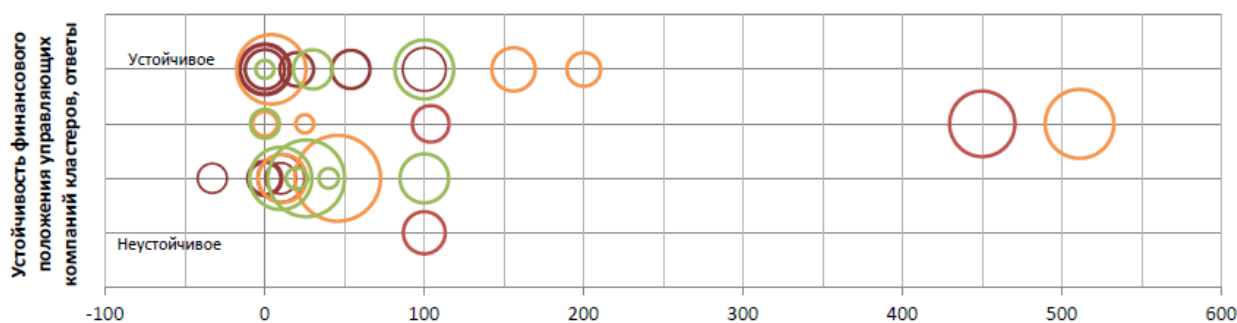
⁷⁹ Боголюбов В. С., Боголюбова С. А. Потенциал использования цифровых платформ в туризме//Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 4. с. 156-162, с. 157

цифровые технологии, играющие основную роль в повышении устойчивости туризма и самого кластера, разработке оптимизационных решений, направленных на минимальное использование невозобновляемых природных ресурсов и максимальное задействование экологических, социальных и культурных преимуществ данного региона для подготовки новых или совершенствования традиционных туристических продуктов и маршрутов на основе принципов ESG-развития.

Завершить процедуру алгоритмизации механизма формирования и развития туристических кластеров рекомендуется формированием системы контроля развития кластера, которая будет включать в себя оценку по финансово-экономическим, социально-экономическим, экологическим и устойчивым параметрам развития. В отличие от девятого методологического этапа, в рамках которого происходит создание системы индикативных показателей, данный этап имеет прикладной характер и характеризуется цикличностью, так как осуществляется в течение всего времени функционирования кластера. Если же в процессе функционирования кластера выявляются какие-либо серьезные системные сбои, то в этом случае происходит возврат ко второму этапу данного алгоритма и осуществляется пересмотр туристических маркеров и выявленных дестинаций с точки зрения корректности их определения, а далее рассматривается каждый из предложенных этапов с точки зрения выявления ошибок при их реализации.

Особую важность приобретает оценка финансового состояния участников отрасли, так как именно финансово-экономические показатели в дальнейшем будут служить базой для сравнения эффективности присутствия в кластере всех его участников. Внешнему эксперту провести такой анализ достаточно сложно, так как подобная информация не раскрывается, а каждый курорт представляет собой большую совокупность более мелких участников, поэтому анализ финансово-экономического положения по полному кругу предприятий пока не представляется возможным. Можно лишь дать какие-то оценки, полученные на основе обобщенной информации о деятельности всех

российских кластеров. Например, можно отметить, что кластеры со смешанным финансированием характеризуются большей финансовой устойчивостью (рис. 3.2).



Прирост бюджетов управляющих компаний кластеров с момента их выбора в качестве органов управления кластерами к настоящему времени, %

Рисунок 3.2 – Устойчивость финансового положения управляющих компаний кластеров⁸⁰

С учетом этого является интересным рассмотрение возможности реализации оценочного этапа алгоритма для участников формирующегося туристического кластера СКФО, объединенных под эгидой корпорации Кавказ.РФ. В него входят всесезонные туристско-рекреационные комплексы: Эльбрус, Ведучи, Мамисон, Каспийский Прибрежный кластер, Армхи и Цори, но при этом данный кластер находится в стадии проектирования и в настоящее время объединение данных курортов на сайте корпорации называется «Туристические объекты, созданные с участием Кавказ.РФ».

Нами была проанализирована отчетность ряда доступных с точки зрения финансовой информации представителей туристического рекреационного комплекса Мамисон, расположенного в Республике Северная Осетия Алания, в результате чего мы увидели, что на этапе зарождения кластера, который часто предполагает возникновение новых предприятий, оценить результаты работы действительно не представляется возможным ввиду того, что большей частью компаний еще не начата

⁸⁰ Абашкин В., Куценко Е., Исланкина Е.. Трансформация модели финансирования кластеров в России// Институт статистических исследований и экономики знаний. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2018. с. 24

полноценная деятельность, несмотря на то, что юридически они функционируют уже не первый год (табл. 3.2.).

Таблица 3.2 – Анализ основных показателей экономической деятельности предприятий, входящих в состав ТРК «Мамисон» по итогам 2023 г., тыс. руб.⁸¹

Компания	Материальные внеоборотные активы	Финансовые активы, включая дебиторскую задолженность	Долгосрочные заемные средства	Расходы	Выручка
ООО «Мамисон» - разработка строительных проектов	340 748	590 813	998 455	5954	0
ООО «Комплексное управление объектами гостеприимства «Мамисон»	244	259 030	2 394	399	-512
ООО «Мамисон Трэвел»	-	376	-	40 425	434
ООО «Мамисон» Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания	-	10	-	-	-
ООО «Всесезонный туристско- рекреационный кластер «Мамисон»»	-	42	176	21	-39
ООО «Талисман Мамисон» - деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания	-	27 703	27 992	144	-144

Таким образом, многие компании ТРК «Мамисон» находятся фактически в инвестиционной или прединвестиционной фазе, которые сопровождаются масштабированием затрат и убытками в первые годы своего функционирования. Единственная прибыльная компания из проанализированных – это туристическое агентство, которое функционирует с 2021 года и пока, очевидно, осуществляет свою деятельность без привязки к региональному кластеру, но вместе с тем способно стать одним из составляющих ядра будущего туристического кластера СКФО. Результативность же работы других компаний можно будет оценить уже в рамках работы кластера, в течение 3-5 лет с начала его функционирования и

⁸¹ Составлено автором по материалам исследования

официального открытия курорта «Мамисон», которое запланировано на 2024-2025 гг.

В связи с этим разработка индикаторов оценки будет в значительной степени зависеть от типологических признаков кластеров, а при оценке зарождающихся кластеров, очевидно, что использование финансово-экономических показателей нецелесообразно. Поэтому до того, как кластер начинает принимать первых посетителей, индикаторы оценки фактически сводятся к сопоставлению плана/факта выполненных работ и уровню соответствия реально достигнутых результатов проекту строительства и календарному графику проведения работ, что необходимо учесть при разработке 9 этапа предложенного нами алгоритма.

Совсем другая ситуация наблюдается в уже действующих комплексах, например, нами была проанализирована работа комплекса «Ведучи». Здесь доступных для анализа участников представлено мало, однако сразу можно идентифицировать предприятие, которое могло бы претендовать на роль якорного - ООО «Ведучи» и оценить финансовые результаты его деятельности как положительные, имеющие явную тенденцию к росту, хотя объемы выручки ранее у компании были выше, ее деятельность была убыточной, в то время как по итогам 2023 года был получен положительный финансовый результат (табл. 3.3.). На примере этой компании целесообразно будет оценивать эффект от вхождения в кластер, так как ее деятельность ведется еще с 2012 года, и экономическая эффективность в разные годы была достаточно вариабельной, но показатели рентабельности продаж всегда оставались отрицательными, в результате чего изменения основных финансовых показателей до и после вхождения в кластер могут стать достаточно показательными. Также сайт данного курорта уже в настоящее время имеет достаточно хорошую инфографику, а в СМИ и на базе отдельных турагентов уже запущены процессы брендизации туристических продуктов данного курорта.

Таблица 3.3 – Основные финансово-экономические показатели ООО «Ведучи» в 2019-2023 гг., тыс. руб.⁸²

Показатель	2023	2022	2021	2020	2019
Выручка	21 333	-	8	32 040	217 871
Себестоимость продаж	-	-	-	-193 653	-209 967
Валовая прибыль (убыток)	21 333	-	8	-161 613	7 904
Прибыль (убыток) от продаж	-767	-1 274	-973	-164 606	-7 337
Чистая прибыль (убыток)	53 524	6 870	2 904	-142 754	-7 561
Рентабельность продаж, %	-3.6	-	-12162,5	-513.8	-3.4
Рентабельность собственного капитала, %	87	22	25	-196	-10
Рентабельность активов, %	5,8	1	0,9	-110,6	-6,9
Коэффициент автономии	0,09	0,04	0.05	-0.1	0,71
Коэффициент текущей ликвидности	3,4	2,9	70	1	4,1

Таким образом, при составлении системы оценочных показателей для анализа эффективности работы кластера, должна в обязательном порядке учитываться стадия жизненного цикла кластера и уровень его развития, а также классификационные группы участников кластера, которые также должны быть идентифицированы с точки зрения длительности работы на отраслевом рынке, так как в зависимости от этого будут применяться разные оценочные показатели.

Проведенная алгоритмизация механизма формирования и развития туристических кластеров в региональном экономическом пространстве закладывает методологическую основу для подготовки дорожной карты развития туристических кластеров ЮФО и СКФО с учетом перспектив экономической коллаборации туристических брендов региона, интеграции и цифровизации экосистем и бизнес-процессов туристической отрасли в межрегиональном пространстве на основе формирования новых производственно-сбытовых цепочек,

⁸² Составлено автором по материалам исследования

3.2. Рекомендации по подготовке дорожной карты развития экономики Юга России при формировании межрегиональных туристических кластеров (на материалах ЮФО и СКФО)

«Дорожная карта» создания туристического кластера представляет собой своеобразный бизнес-план развития территории с опорой на туристическую отрасль, в связи с чем предполагаемые мероприятия должны соответствовать достижению основных задач туристического кластера и проходить в строгом соответствии с разработанным алгоритмом формирования кластера. Дорожная карта становится практическим воплощением региональной стратегии развития туристического кластера и отрасли в целом, поэтому перед ее созданием также будут определены детерминанты развития и ожидаемые результаты реализации кластерных мероприятий. В алгоритмы формирования дорожной карты должны быть органично вписаны организационные и институциональные механизмы кластера.

Всю программу мероприятий в рамках «дорожной карты» можно подразделить на пять основных групп:

- организационные связи;
- развитие кооперационных связей;
- технологическую модернизацию;
- развитие трудового и кадрового потенциала;
- формирование эффективных интеграционных связей с внешней средой.

«Дорожная карта» может быть разработана и для уже действующих кластеров с целью повышения их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Формирование межрегионального туристического кластера основано на интеграции туристического потенциала нескольких близлежащих (соседних) регионов, обладающих как схожими ресурсными и социально-

экономическими характеристиками, так и уникальными туристическими продуктами, что позволяет с одной стороны организовать эффективные «здоровые» конкурентные отношения, а с другой, продвигать туристические продукты в рамках одного бренда межрегионального кластера.

В результате межрегиональной интеграции туристических кластеров ЮФО и СКФО должно произойти перераспределение характерных для туристической отрасли рисков, а также во многом упростится логистика и уменьшатся транспортные издержки как участников кластера, так и самих туристов. И хотя кластеризация СКФО пока несет скорее декларативный характер, уже в настоящее время существует значительный задел для создания здесь полноценного туристического кластера, который по объективным территориальным причинам может быть расширен и в рамках межрегионального кластера за счет Краснодарского края и Республики Адыгея с дальнейшим расширением его до охвата Ростовской области и Республики Крым, что позволит значительно оптимизировать затраты и распределить инфраструктурные риски между большим количеством участников. Масштабизация кластера будет приводить к получению высоких мультипликативных эффектов.

Также в ходе анализа дорожных карт развития туристических кластеров российских регионов мы выявили и другой подход к её составлению с точки зрения идентификации основных этапов:

- формирование благоприятной бизнес-среды для развития туризма;
- туристическая идентификация региона;
- реализация маркетинговой стратегии продвижения туристического кластера;
- непосредственный запуск инвестиционных кластерных проектов.

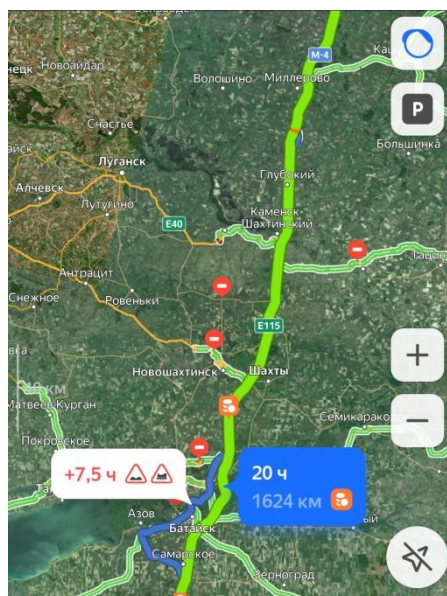
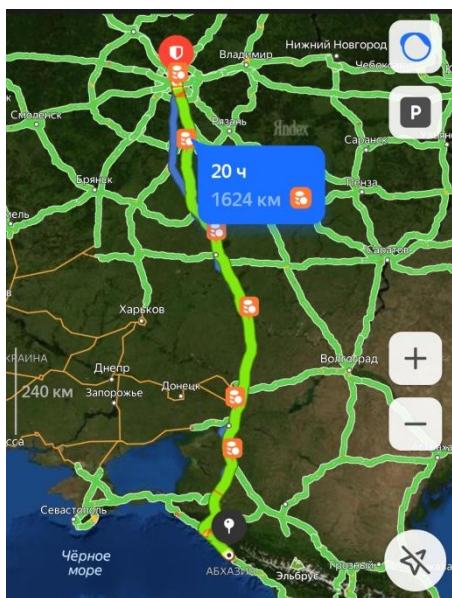
У всех проанализированных нами дорожных карт есть существенный недостаток - они описывают в большей степени план мероприятий по развитию туристической отрасли в целом, но при этом содержат очень мало кластерной специфики и описания мероприятий, направленных именно на

описание процедур становления и развития кластера. Поэтому обязательными мероприятиями дорожной карты развития туристического кластера первоначально должно стать проведение стратегических сессий и заседаний рабочих групп с привлечением ведущих турфирм, владельцев средств размещения, потенциальных инвесторов, общественных инициативных групп, в ходе которых для всех участников будет создана система целеполагания и выявлены, те эффекты, которые каждый из них хочет получить в результате кластерного взаимодействия. На основе этого уже и будет выстраиваться план мероприятий, содержащий описание конкретных действий, направленных на развитие отраслевого кластера, а не в целом всей туристической отрасли региона.

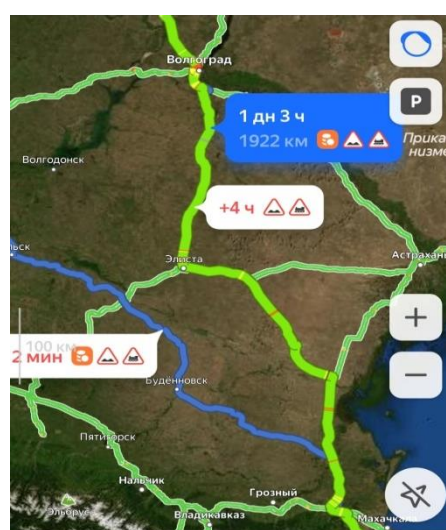
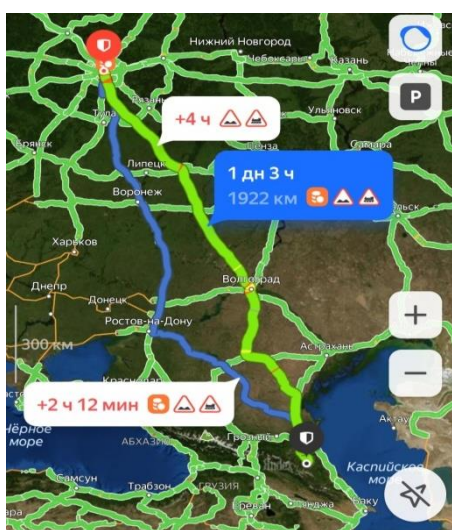
Проведение SWOT-анализа позволяет выбрать фокус-группы кластерного управления и регионального брендинга, т.е. создания информационно-туристического портала с указанием всех туристических возможностей региона, после чего целесообразна разработка паспорта социально-экономического пространственного положения, предусматривающего развитие туристической инфраструктуры региона. Далее можно приступать к реализации программ развития при участии муниципальных органов власти и частных инвесторов. Создание дорожных карт позволит уточнить и систематизировать совместную реализацию мероприятий бизнесом и органами региональной власти.

С учетом этого, мы предлагаем собственную разработку «дорожной карты» создания межрегионального туристического кластера, которая основана на объединении туристических ресурсов и туристического потенциала сразу нескольких регионов, которые входят в состав ЮФО и СКФО, так как данные регионы связаны мощной транспортной инфраструктурной компонентой в виде автомобильных дорог, придорожного сервиса и культурных объектов. Такая взаимосвязь хорошо прослеживается на примере традиционного маршрута передвижения туристов из

Центральной России к Чёрному морю (рис. 3.3) или на курорты Северного Кавказа (например, Дагестан).



Маршрут передвижения на автомобиле «Москва- Сочи» с детализацией движения по Ростовской области



Маршрут передвижения на автомобиле «Москва- Дербент» с детализацией движения по Волгоградской области и Республике Калмыкия

Рисунок 3.3 - Традиционный маршрут передвижения туристов из Центральной России к Черному морю⁸³

Как мы видим, маршрут к конечным точкам предполагает передвижение по территории Ростовской области, Волгоградской области, Республике Калмыкия, а также в некоторых других вариантах построения маршрута – по территории Ставропольского края. Каждый из данных

⁸³ Составлено автором по результатам исследования

регионов обладает большим набором уникальных туристических продуктов и достопримечательностей, не говоря уже о сувенирной или сельскохозяйственной продукции, которые можно купить во время остановок по дороге. Кроме того, существуют и достаточно известные туристические точки, которые используются туристами не просто в качестве места отдыха во время длительной дороги, а рассматриваются в качестве самостоятельных туристических объектов, посещение которых можно совместить с отдыхом на черноморском побережье. Так, например, большой популярностью пользуется парк Лога и озеро Эльдорадо в районе Каменск-Шахтинского, которые каждый год привлекают большие количества туристов в летний сезон, а парк Лога во многом имеет черты всесезонного туристического объекта. У данных туристических объектов есть большой потенциал роста, особенно в условиях существенного развития внутреннего туризма, однако, здесь не хватает даже средств размещения, не говоря уже о более высоком уровне туристического сервиса. Вместе с тем, в рамках создания межрегионального кластера и включения данных территорий в единую концепцию развития южных курортов, каждый туристический объект получил большую известность у туристов, что в свою очередь способствовало активизации инвестиционной деятельности.

Таким образом, составленная нами «дорожная карта» развития межрегиональных туристических кластеров в ЮФО и СКФО (табл. 3.4) предполагает формирование устойчивых интеграционных связей между туристическими объектами в разных южнороссийских регионах и создание нескольких туристических программ, которые предполагали бы посещение туристами во время одной поездки сразу большого количества туристических объектов и регионов, что с одной стороны разнообразило бы путешествие отдыхающих и оптимизировало их транспортные затраты, а с другой стороны позволило бы каждому региону успешно развиваться за счет формирования уникальных туристических продуктов и активизации туристической посещаемости.

Таблица 3.4 - «Дорожная карта» развития межрегиональных туристических кластеров в экономике ЮФО и СКФО⁸⁴

Вид мероприятий	Цель реализации	Ответственные структуры
1. Разработка стратегии развития межрегионального кластера и создание рамочных условий для всех участников	Интеграция стратегий социально-экономического развития регионов и региональных стратегий развития туризма с основными кластерными концепциями, а также при наличии – стратегиями развития уже существующих кластеров	Региональные органы власти Управляющие компании кластера Крупнейшие представители туристического бизнеса из каждого региона
2. Создание экспертного совета кластера	Контроль работы кластера и организация деятельности его участников в целях обеспечения устойчивого роста и масштабизации кластера для получения мультипликативных эффектов для региональной экономики	Региональные органы власти Крупнейшие представители туристического бизнеса из каждого региона Представители малого и среднего бизнеса Население – через общественных представителей
3. Включение в кластер участников и документальное закрепление их участия	Создание устойчивых цепочек связей между региональными предприятиями ЮФО и СКФО, укрепление внутрикластерных и кооперационных связей	Управляющие компании кластера Потенциальные участники кластера Региональные органы власти
4. Отбор проектных идей и распределение функциональных ролей в кластере (размещение, оздоровление, транспорт, экскурсии и т.д.)	Разработка базовых и уникальных туристических продуктов, и программ. Выстраивание туристических маршрутов локального и регионального направления, предусматривающих максимальных охват туристических достопримечательностей и регионов. Разработка программы снижения антропогенной нагрузки в пиковые сезоны. Разработка концепции сбалансированного экологического развития территорий как базового элемента устойчивости туристических территорий.	Региональные органы власти Участники кластера Население – при реализации кластерных проектов, имеющих значительный социальный или экологический эффект, финансирование которых возможно при финансовой поддержке государства
5. Формирование инфраструктуры кластера, в том числе цифровой	Проектирование и запуск инвестиционных инфраструктурных проектов. Формирование цифровой экосреды кластера	Участники кластера Представители разных отраслей региональной экономики в качестве подрядчиков и исполнителей работ Федеральные и региональные органы власти в случае

⁸⁴ Составлено автором по результатам исследования

Продолжение таблицы 3.4		
		необходимости финансовой и/или организационной поддержки строительства масштабных инфраструктурных объектов IT-отрасль регионов
6. Составление перечня межкластерных инициатив	Создание общей цели для всех участников, приоритизация кластерных проектов в целях координации мер финансовой поддержки. Разработка уникальных туристических программ, подразумевающих реализацию на территории сразу нескольких регионов ЮФО и СКФО (речной туризм, велотуризм, конный туризм, горный туризм, индустриальный туризм)	Региональные органы власти ЮФО и СКФО Управляющие компании кластера Участники кластера
7. Реализация мероприятий, направленных на обеспечение роста кадрового потенциала	Обеспечение занятости населения, удовлетворение потребности отрасли в кадрах с востребованными компетенциями, повышение уровня сервиса туристической индустрии. Увязывание местного менталитета и традиций с ожиданиями туристов	Образовательные учреждения региона Участники кластера – потенциальные работодатели Региональные органы власти Федеральные органы власти в рамках выделения бюджетных мест на те направления подготовки, которые для региона являются приоритетными и в которых отмечается «кадровый голод»
8. Создание «дружественной» внешней среды кластера и брендизация территорий ЮФО и СКФО в качестве «межрегионального туристического южнороссийского кластера»	<i>Локальная</i> – получение прибыли на уровне субъектов экономической деятельности ЮФО и СКФО за счет возросшего потока и повышения известности местной продукции за пределами кластера. <i>Кластерная</i> – социально-экономический рост территорий и рост бюджетных доходов. <i>Отраслевая</i> – рост объемов производства в смежных отраслях экономики.	Региональные органы власти Участники кластера IT-отрасль регионов путем создания единой для регионов ЮФО и СКФО цифровой платформы для туристов и для инвесторов

Отдельно стоит отметить, что на этапе формирования «дружественной» внешней среды и брендинга регионов, цифровизация отрасли должна осуществляться как минимум на уровне самостоятельного продвижения участниками кластера своей продукции и услуг на медиаплощадках

(например, дать существенный толчок событийному туризму можно уже только за счет одних публикаций контента на видео-сервисах – так, ролики ансамбля Asa Style Ensemble (Сборная Северного Кавказа) или Астемира Апанасова набирают миллионы просмотров, и, соответственно, проведение фестивалей с их участием уже может стать значимым фактором привлечения туристов в северокавказские регионы).

Кроме того, мы считаем, что формирование межрегионального кластера дает большую возможность развития местных производств, - сувенирная продукция пищевой, косметической, легкой промышленности через туристов распространяется по территории всей России, и если она отличается высоким качеством или уникальными характеристиками, потребители начинают искать возможности ее приобретения, а локальные производители, выходя на маркетплейсы типа Озона или Вайлдберриз, могут организовать сбыт своей продукции по всей стране и больше не зависеть от фактора сезонности и объемов туристического потока. Межрегиональный кластер позволяет распространить свой «зонтичный» бренд на все товары и услуги, выпускаемые или предоставляемые местными производителями.

Иногда концепция развития кластера может серьезно измениться с точки зрения организации межкластерного взаимодействия. Можно привести пример из практики кластеризации отрасли Уральского федерального округа, когда специалистами УрФУ была осуществлена экспертиза концепции развития территории кластера «Большая Сысерть», в результате чего было обнаружено, что разработанный программный документ не соответствует основным принципам и характеристикам аналитического документа стратегического планирования, а также был обоснован некорректный выбор вида туризма, на который был сделан основной упор при развитии кластера. Экспертами было рекомендовано развивать событийный туризм вместо горнолыжного, которому сложно конкурировать с горнолыжными комплексами Челябинской и Свердловской областей.

Возвращаясь к вопросу основных предпосылок, способствующих развитию туризма на Юге России и обосновывающих целесообразность создания межрегионального туристического кластера ЮФО и СКФО, можно выделить следующие:

1. Рост внутреннего туризма - в последние годы наблюдается достаточно стабильный рост доходов населения, что соответственно приводит и к большей востребованности различных туристических программ и, в принципе, к большей активизации туристической деятельности, т.е. туристы начинают ездить в путешествия чаще и готовы тратить на это большие денежные суммы. Оказывает влияние и общая геополитическая обстановка, соответственно, частные инвестиции во внутренний туризм возрастают.

2. Активное развитие новых видов туризма, например, эко-туризма, который изначально не предполагает больших объемов инвестиций в создание туристического объекта, но при этом уже имеет большую популярность среди тех туристов, которые предпочитают отдых на природе и ознакомление с естественными ландшафтами и историческими достопримечательностями. При этом такой вид туризма является практически универсальным, так как доступен всем категориям населения.

3. Южные регионы всегда славились достаточно большим турпотокom, но в новых экономических условиях он еще больше возрос вследствие того, что туристы по финансовым или идеологическим соображениям переориентировались с более популярных ранее стран для отдыха, таких как Турция, ОАЭ, Египет и т.д. на отечественные черноморские курорты.

4. Многократно возросла популярность и локального туризма, суть которого заключается в том, что турист не выезжает за пределы своего региона или путешествует в соседний регион, что опять же особо актуально для жителей Юга России, в связи с возможностью организации «туров выходного дня».

5. Существенный толчок к развитию туристических объектов на Северном Кавказе был дан вследствие того, что традиционные туристические районы, например, такие как Краснодарский край оказались перегружены, и туристы начали рассматривать возможность отдыха в менее загруженных и не менее красивых регионах, например, Республике Дагестан.

Огромным преимуществом Северо-Кавказских регионов является их всесезонность как туристических объектов, то есть посещение природных ландшафтов и достопримечательностей возможно практически в любое время года. Если говорить о более узком спектре туристических услуг, то в летний период это может быть отдых на море, а в зимний - отдых на горнолыжных курортах, которые в настоящее время активно создаются в Северо-Кавказских республиках, а часть – уже успешно функционирует и пользуется большой популярностью.

Особенностью формирования туристического кластера Северного Кавказа может стать также и то, что ментальные границы Северного Кавказа включают в себя практически весь южно-российский регион, то есть и Краснодарский край, и Ростовскую область, что способствует взаимному продвижению и формированию общего регионального бренда для всех курортов Юга России⁸⁵. Это в свою очередь положительно сказывается на имидже регионов Северного Кавказа и процессах их брендизации, поскольку более развитые в туристическом плане курорты как бы «передают» часть своей популярности близлежащим регионам.

Сложно переоценить роль туристической отрасли в развитии наиболее депрессивных регионов страны, часть из которых представлена субъектами СКФО и ЮФО. В данной ситуации развитие туристической отрасли могло бы выступить в качестве драйвера роста для региональных экономик, и способствовать выравниванию социально-экономического положения со

⁸⁵ Ткачева Т. А. Туристский образ Северного Кавказа в представлениях населения России // Наука. Инновации. Технологии. 2018. №4. с. 77-90, с. 82

среднероссийскими значениями⁸⁶. Формирование туристического межрегионального кластера позволит в этом случае оптимизировать связи между различными туристическими объектами и отраслями, обслуживающими туристические потоки, а также способствовать возникновению значимых синергетических эффектов для каждого из участников кластера.

Результатом формирования туристического кластера может стать создание уникального туристического бренда регионов ЮФО и СКФО, который станет привлекательным для частных инвесторов. И, несмотря на то, что на первых порах такие кластеры чаще всего имеют характер дирижистской модели, то есть процессы их создания и первые этапы развития находятся под жёстким контролем государства, и часто сама инициатива создания кластера тоже принадлежит не субъектам хозяйствования, а государственным органам власти, в течение нескольких лет подобные кластерные структуры при использовании грамотно выстроенных механизмов развития способны перейти к самоорганизационной форме существования, выйти из-под влияния государственных структур и функционировать уже на основе создания «ядра» кластера-лидера отрасли, который будет объединять вокруг себя большое количество компаний малого и среднего бизнеса, занимающегося обслуживанием возросших туристических потоков.

Для разработки дорожной карты развития межрегиональных туристических кластеров в ЮФО и СКФО на этапах зарождения, создания и ранних стадиях развития с нашей точки зрения целесообразно использовать модульный подход, активно применяемый в программировании, так как это даст возможность территориям СКФО определить основные драйверы экономики региона и сосредоточить организационные и финансовые ресурсы на решении первоочередных задач кластеризации, поэтапно реализуя

⁸⁶ Скибин С. А. Кластерные образования как инструменты межрегиональной интеграции на уровне федерального округа / Экономика и экология территориальных образований. 2022. Т. 6, № 2. с. 19-24, с. 20

уникальную концепцию развития туристического потенциала Северного Кавказа. Это позволит более эффективно перераспределять частные и бюджетные инвестиции в объекты туристической инфраструктуры и получать детализированные и точные оценки достижения результатов в рамках каждого разрабатываемого туристического модуля. Кроме того, применение модульного подхода обеспечивает определенную устойчивость системы, так как проблемы и ограничения реализации в рамках одного модуля никак не будут сказываться на возможности успешной реализации другого.

В Стратегии развития туризма в Северо-Кавказском федеральном округе до 2035 года (далее – Стратегия) обосновывается, что туризм до сих пор еще не стал привлекательной сферой для инвесторов ввиду его достаточно низкой рентабельности и того, что туристическая инфраструктура, имеющаяся на сегодняшний день, в большинстве своем отличается высокой степенью износа⁸⁷, что предполагает необходимость осуществления больших объемов инвестиционных вложений в ее модернизацию и приведения в соответствие с требованиями самых взыскательных туристов. Пока такая инфраструктура не будет подготовлена нельзя рассчитывать на то, что туристические объекты будут характеризоваться высоким уровнем прибыльности, т.к. стоимость таких объектов размещения будет ниже, чем в современных отелях и пансионатах. Сегодня на Северном Кавказе работает 9 горнолыжных комплексов с большим количеством канатных дорог и протяженными трассами, но при этом среди всех них только несколько зон характеризуются наибольшим развитием - это «Архыз» в Карачаево-Черкесии, «Эльбрус» в Кабардино-Балкарии, «Ведучи» в Чечне и «Армхи» в Ингушетии, в то время как остальные комплексы не характеризуются большой популярностью ни среди инвесторов, ни среди туристов.

⁸⁷ Строев В. В., Магомедов М. Д., Алексейчева Е. Ю. Развитие туризма в Северо-Кавказском федеральном округе // Вестник университета. 2023. № 7. с. 121-127, с. 124

Одной из основных задач создания туристического кластера на Северном Кавказе должно стать выравнивание туристического потока в течение года, что позволит привлекать инвестиции в экономику регионов на постоянной основе, нивелируя проблему сезонности и, соответственно, проблемы падения инвестиционной и деловой активности в регионе, которые прежде всего сказываются на представителях малого бизнеса и семейных предприятиях, которых в туристической отрасли южнороссийских регионов очень большое количество.

По мнению Министерства экономического развития РФ и государственной корпорации КАВКАЗ.РФ, достижению этой задачи будет способствовать обеспечение всесезонности курортов Северного Кавказа, для чего необходимо расширение летней инфраструктуры, а также спектра предлагаемых услуг и повышение уровня сервиса⁸⁸. Практически всегда точкой притяжения туристов на подобных курортах становятся канатные дороги со смотровыми площадками, т.к. они также имеют всесезонный характер. Зимой и ранней весной горнолыжные курорты пользуются большим спросом для туристов, но сохранение большого турпотока круглый год - это достаточно сложная задача, но вполне выполнимая если при этом эффективно развивать всю близлежащую инфраструктуру: не только места размещения, но и трекинговые маршруты, которые можно будет предложить вниманию тех гостей, которые свою туристическую программу рассматривают в первую очередь как оздоровительную. Также для повышения популярности курортов, которые изначально не являются всесезонными можно практиковать событийный туризм, приуроченный к проведению каких-либо интересных для туристов спортивных мероприятий, культурных программ, исторических реконструкций, фестивалей и т.д. Формирование туристического кластера в СКФО позволяет создать инфраструктуру горнолыжных курортов, которая в дальнейшем может

⁸⁸ Тегетаева О. Р., Гасиева З. П., Тадгаева В. В. Структурный анализ и возможности реализации туристско-рекреационного потенциала Северо-Кавказского Федерального округа// Экономические науки. 2022. № 9. с. 65-71, с. 66

использоваться для самых разных мероприятий и за счет этого окупаться. Также она должна быть дополнена тематическими парками, оборудованными пешеходными, велосипедными и конными маршрутами со смотровыми площадками.

Повышение экономической эффективности туристических объектов и развития индустрии отдыха в южнороссийских и северокавказских регионах невозможно без достаточной диверсификации региональных туристических предложений, поэтому для того чтобы развивать как морские, так и горнолыжные курорты в рамках создания туристического кластера необходимо предусмотреть разработку концепций летнего и зимнего отдыха. Для этого в первую очередь следует осуществить SWOT-анализ региона и его туристической отрасли, идентифицировать наличие конкретных рекреационных услуг, выделив из них уникальные, имеющиеся только в данном регионе/кластере, определить их тематическую направленность, особенности позиционирования и разработать уникальные летние и зимние туристические предложения.

Концепция формирования межрегионального туристического кластера ЮФО и СКФО в обязательном порядке должна предусматривать устойчивость самой туристической отрасли, которая будет здесь развиваться, так как устойчивость туристических потоков можно фактически приравнять к устойчивости самого региона, особенно для ряда субъектов СКФО. Данный подход опять же возвращает нас к вопросу рассмотрения необходимости развития всесезонности туристических маршрутов, которая может быть обеспечена за счёт развития экологического и сельского туризма, например, в ЮФО и СКФО функционирует большое количество фермерских хозяйств, среди которых есть пасеки, форелевые, виноградарские хозяйства и традиционные осетинские пивоварни - все эти объекты можно сделать основой для создания перспективных территорий сельского туризма.

Разработка дорожной карты развития туристического кластера также должна подразумевать формирование уникальных маршрутов, которые

объединяют посещение объектов агротуризма, национальных парков и заповедников, что будет в свою очередь способствовать не только увеличению инвестирования в конкретные объекты туристического кластера и конкретные местные предприятия, но и способствовать популяризации идеи эко-туризма и развитию малого бизнеса в каждом из регионов, которые будут объединены общей концепцией устойчивого развития внутри единого туристического кластера⁸⁹.

Важным этапом формирования дорожной карты межрегионального туристического кластера является организация правильного маркетинга территории, активного позиционирования и продвижения бренда регионов Северного Кавказа как универсальных курортов как в летний, так и в зимний период, для чего можно во многом применить опыт территорий ЮФО. Для этого необходимо использовать имидж территории Северного Кавказа как региона с хорошей экологией, экохозяйствами и большим количеством долгожителей, что позволит привлечь туристов, которые хотят пройти на отдыхе оздоровительные процедуры и укрепить своё здоровье. Кроме того, появляется возможность кооперации курортов Северного Кавказа с курортами Черноморского побережья - в этом случае мы можем говорить о значительном расширении туристического кластера и формировании его в межрегиональном формате за счет создания единого транспортного коридора и туристического маршрута, тем более что наличие ментальных границ Северного Кавказа позволяют рассматривать большую часть территорий в качестве единого туристического мега-кластера Юга России.

В основе применения при формировании кластера модульных решений лежит принцип минимизации связей между различными его модулями. Таким образом, достигается необходимая инверсия управления, в рамках которой каждый кластер может принять к разработке только необходимые для него модули, поскольку их реализация не зависит друг от друга. То, что

⁸⁹ Бабосюк А. В. Региональные туристические кластеры, условия и этапы их создания // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. №2-1. с. 9-12

детали модуля не влияют друг на друга, дает важное преимущество кластерам, развивающимся по либеральной модели, так как у них появляется возможность на начальном этапе своего развития произвести приоритизацию задач и сосредоточиться на реализации одного или двух ключевых направлений.

Применение модульных решений при разработке механизмов функционирования туристического кластера позволяет организовать поэтапную разработку туристического продукта и создание уникального туристического предложения с учётом специфики территории. Использование функциональных моделей южнороссийских территорий будет способствовать созданию архитектурного кода, базирующегося на уникальных преимуществах рекреационного потенциала данных территорий.

На рисунке 3.4 приведена схема, отражающая основные модульные решения, которые целесообразно использовать при формировании кластера и на начальных этапах его развития, а также на этапах масштабизации его деятельности или расширения путем межрегионального взаимодействия⁹⁰. Как видно модульные решения применяются на втором этапе формирования кластера, в рамках которого собственно и происходит процесс создания архитектуры туристического кластера.

В модульном программировании предусмотрено три типа реализации проектов, два из которых вполне можно распространить и на механизм создания туристического кластера.

Во-первых-это фабричный метод, который предполагает, что для создания модуля внутри кластера берутся некие эталонные образцы, объединяющие общие черты большей части кластеров. Между модулями не существует прямого взаимодействия, а при их доработке каждый модуль дополняется уникальными характеристиками данного кластера. Этот подход можно использовать при разработке алгоритмов создания туристических

⁹⁰ Захарова Е. Н., Абесалашвили М. З., Кидакоева М. Р. Межрегиональное взаимодействие в туристской сфере и его институциональное обеспечение // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. №6. с. 32-38, с. 34

карт на специализированных цифровых платформах или при строительстве объектов глэмпинга.



Рисунок 3.4 – Применение модульных решений в процессе формирования межрегионального туристического кластера ЮФО и СКФО⁹¹

Во-вторых, для создания туристических кластеров также можно использовать и сервисный метод, предусматривающий создание общего интерфейса, на базе которого осуществляется взаимодействие модулей. Например, два независимых друг от друга модуля - разработка сборника дизайн-кодов и создание придорожной инфраструктуры могут на определенном этапе своей реализации начать взаимодействие, то есть вся

⁹¹ Составлено автором по результатам исследования

создаваемая в будущем инфраструктура данного типа в рамках туристического кластера может разрабатываться на основе унифицированного набора дизайн-кодов.

Первый модуль - исследования и аналитика - включает в себя визуально - ландшафтный анализ, GIS-аналитику, SWOT-анализ и анализ градостроительных документов. В рамках реализации второго модуля, который является основным, реализуется разработка уникальной кластерной концепции и концепции проектирования туристической инфраструктуры⁹². Данный модуль предполагает разработку стратегии развития территории, формирование туристических предложений, функциональное зонирование⁹³ и создание уникального архитектурного продукта, создающего особые конкурентные преимущества именно для данного кластера и для данного региона⁹⁴, поэтому каждый субъект ЮФО и СКФО может выработать для себя специфический набор туристических программ, которые могут быть реализованы только на этой территории. На третьем этапе осуществляется создание финансовой модели туристического кластера, включающей определение рентабельности, технико-экономическое обоснование, построение сервисной модели и общей экономической модели туристического кластера.

На сегодняшний день кластерный подход можно считать наиболее целесообразным инструментом развития туристической отрасли для северокавказских регионов России. Это объясняется как преимуществами самих кластерных структур при организации развития региональной экономики за счет повышения ее конкурентоспособности и возможности быстро адаптироваться к современным реалиям, так и особенностями социально-экономического положения регионов ЮФО и СКФО, для которых

⁹² Магомедова П. Н. Разработка и реализация туристических проектов как инструмента развития внутреннего туризма // Региональные проблемы преобразования экономики. 2022. №10 (144). с. 106-114, с. 108

⁹³ Bahaire T., Elliot-White M. The application of geographic information systems in sustainable tourism planning: a review // Journal of Sustainable Tourism. 1999. vol. 7, no. 15. P. 9-177, с. 28

⁹⁴ Баликоев А. А., Гаджиев У. М. Формирование инновационных архитектурных форм в туристических кластерах// Инновации и инвестиции. 2022. №10. с. 216-219, с. 218

кластерный путь развития в новых экономических условиях является наиболее доступным и эффективным за счет возможности реализации крупных инфраструктурных проектов или внедрения инноваций путем объединения усилий многих представителей туристической отрасли и смежных отраслей. Кластерный подход даст толчок развитию малого бизнеса, который традиционно в большой доле присутствует в цепочках создания стоимости туристических продуктов ЮФО и СКФО, придающих уникальность туристическому кластеру этого региона. Применение же модульных решений в рамках кластерной концепции развития туристической отрасли будет способствовать более четкой алгоритмизации процессов образования кластерных структур, последовательному прохождению этапов от «начального» до «высокого» уровня развития кластера и разработке достоверной системы оценки тех синергетических эффектов, которые генерирует кластер для своих участников и для экономики региона в целом.

3.3. Определение потенциальных изменений структуры региональной экономики на основе оценки эффективности и устойчивости функционирования туристических кластеров

Оценка эффективности деятельности туристического кластера на сегодняшний день является весьма актуальным вопросом, что связано как с достаточно большими объемами инвестирования бюджетных средств в отрасль, так и с достаточно активной кластеризацией туризма в российских регионах. Вопросы оценки эффективности деятельности данного вида кластеров изучаются большим количеством ученых и отраслевых специалистов, что привело к тому, что в научном сообществе возникло сразу несколько подходов к методологии оценки их эффективности в экономике региона.

Один из подходов предполагает учет показателей эффективности и результативности развития туристической отрасли на основе оценки общего

туристического потока, количества внутренних туров и установления зависимости изменения данных показателей от наличия в регионе действующих кластеров. В этом случае значения сравниваются до того, как в регионе появился туристический кластер с теми значениями, которые были получены после его организации. Данный подход предполагает, что туристический кластер и его деятельность оценивается в рамках всего регионального социально-экономического подкомплекса. Второй подход более близок к субъектному подходу, так как предполагает оценку показателей эффективности каждого отдельного участника кластера.

Согласно третьему подходу целесообразно применять элементы двух вышеназванных подходов, поэтому для оценки используется анализ возникающих синергетических эффектов и влияния, которое они оказывают как на экономику регионов в целом, так и на отдельные отрасли региона и участников кластерных взаимоотношений по отдельности. Согласно данному подходу синергетический эффект можно оценить с помощью показателей⁹⁵:

- «прогнозируемого прироста общей численности туристов, которые пользуются услугами туристического кластера;
- прогнозируемого прироста общего дохода туристического кластера как совокупности всех его участников;
- прогнозируемого прироста налоговых поступлений в региональный муниципальный бюджет».

Существует и такая точка зрения согласно которой базовыми показателями эффективности являются финансовые показатели, поэтому оценивать эффект, оказываемый кластером на экономику региона и на его участников, предлагается только на основе финансовых показателей: объема ВВП, выручки, уровня собираемости налогов, уровня затрат, количества прибыльных и убыточных предприятий, объема инвестиций и т.д. Согласно другой точке зрения туристический кластер целесообразно разделить на

⁹⁵ Блинов О.А., Шумакова О.В., Нардин Д.С., Нардина С.А. Оценка эффективности функционирования агротуристического кластера Омской области // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 11-3. – С. 549-552

отдельные компоненты, формирующие внутреннюю среду кластера - туристический потенциал региона, культурно-историческое наследие, туристическую инфраструктуру, трудовые ресурсы, экономические показатели развития региона, особенности кластера и доступную среду для лиц с ограниченными возможностями (что очень важно для формирования имиджа кластера и реализации устойчивых целей), а далее каждому из этих показателей присваиваются свои критерии оценки, которые носят как качественный, так и количественный характер. Например, для оценки эффективности развития туристического потенциала оценивается наличие и состояние природных объектов и природоохранных территорий, а для оценки эффективности работы туристической инфраструктуры применяются показатели достаточности инфраструктуры гостеприимства или транспортной инфраструктуры⁹⁶.

При оценке эффективности деятельности туристических кластеров целесообразно, с нашей точки зрения, применять субъектно-объектный подход, предполагающий, что кластер рассматривается как совокупность объектов управления (туристических дестинаций с их возможной разбивкой по конкретным инфраструктурным объектам) и субъектов управления, представленных участниками кластера (предприятия, формирующие ядро кластера, компании смежных отраслей, региональные органы власти, образовательные учреждения, местное население и непосредственно сами туристы) (рис. 3.5).

Такой подход дает возможность предложить комплексный подход к оценке деятельности туристического кластера, так как, с одной стороны, формируется система оценки эффективности реализуемых внутрикластерных проектов, а с другой, появляется возможность оценить кластерные эффекты для каждой группы участников, так как критерии оценки для коммерческого сектора и, например, региональных органов власти будут разные.

⁹⁶ Гизатуллина О.М. Экономический инструментарий формирования и развития регионального туристско-рекреационного кластера// Экономические науки. 2022. № 9. с. 230-233

микропредприятий, самозанятых и даже предпринимателей, работающих неофициально, так как именно они зачастую предоставляют значительный спектр туристических, транспортных, экскурсионных услуг, производят и реализуют самую разнообразную сувенирную продукцию, что придает туристическому бренду региона свойственную только ему уникальность.

Именно с этими представителями туристической отрасли наиболее близко и часто контактируют туристы, и именно малый бизнес в немалой степени формирует туристический облик региона. Поэтому в предложенной нами схеме в отдельную группу выделен крупный бизнес кластера, а отдельно рассматривается группа представителей малого бизнеса и микропредприятий, которые к тому же нередко функционируют в формате «семейного дела».

Суть предлагаемого нами подхода к оценке эффективности деятельности туристического кластера заключается в том, чтобы производить оценку исходя из трех групп оценочных показателей: ключевых показателей, индикативных показателей и экспертных оценок, которые применяются в зависимости от того, на оценку какого субъекта или объекта управления они направлены. Такое разграничение связано с тем, что туристический кластер является многокомпонентной социально-экономической структурой, включающей в себя большое разнообразие элементов региональной экономики, оценивать которые по единому критерию невозможно.

В связи с этим для оценки объекта управления предлагается использовать ключевые показатели и их целевые значения, которые чаще всего представлены в виде определенной доли, отражающей уровень достижения поставленной цели. Целевым значением ключевого показателя обычно является значение, выраженное в процентах. Для оценки результативности деятельности субъектов управления кластера, с нашей точки зрения, целесообразнее использовать индикативные показатели, которые в практике регионального и муниципального контроля чаще всего

используется для мониторинга деятельности, наблюдения за ходом осуществления основных мероприятий и процессов, идентификации проблем, возникающих при их осуществлении, а также определении причин их возникновения и возможности их устранения.

Отметим, что и для ряда объектов и субъектов управления туристического кластера эффективным будет использование экспертных оценок⁹⁸ в том случае, когда достоверные определения количественных критериев на основе официальной статистической информации получить невозможно, а субъективность экспертных оценок носит положительный, а не отрицательный характер. Например, оценивать успешность создания и формирования туристического бренда региона должны не органы государственной власти, и не рейтинговые агентства на основе таких показателей как представленность региона в СМИ, количество публикаций с упоминанием туристического кластера и т.д., а непосредственно пользователи туристических услуг, то есть сами туристы, оценочные суждения которых, безусловно, имеют субъективный характер, но иная система оценки здесь невозможна, так как именно исходя из их суждений и отзывов о своем туристическом опыте и будет складываться туристический облик кластера.

Также можно использовать достаточно большое количество макроэкономических показателей, которые будут характеризовать развитие региональной экономики под влиянием кластерных эффектов, однако на практике невозможно разграничить синергетический кластерный эффект от влияния других факторов, не связанных с деятельностью кластера, поэтому в данном случае наиболее эффективными станут экспертные оценки. Одним из наиболее популярных таких показателей, которые формируются Росстатом, является индекс предпринимательской уверенности, позволяющий оценить уверенность региональных предприятий в завтрашнем дне, и фактически

⁹⁸ Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. Сравнительный анализ туристских кластеров в регионах Прибайкалья: роль сотрудничества как фактора развития// Экономика региона. 2014. № 2. с. 115-130; Абабкова М. Ю., Васильева О. О. Методические аспекты оценки эффективности межфирменного взаимодействия в туристском кластере// Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 1. с. 5-12

отражающий уровень их доверия региональным и федеральным органам власти, удовлетворенность институциональной средой и уровнем инвестиционного климата в регионе. Кроме того, в ходе такого интервьюирования могут быть выявлены конкретные проблемы регионального уровня, которые препятствуют динамичному развитию туристической отрасли, поэтому важность проведения такого исследования сложно переоценить.

Достижение мультипликативных эффектов кластером во многом зависит от уровня коммуникационных и координационных связей между его участниками, поэтому в рамках экспертных оценок субъектов управления кластера важно проанализировать степень интенсивности взаимосвязей между участниками туристического кластера. Например, для современного туристического кластера очень важна цифровая компонента, так как туристы все чаще предпочитают покупку туров и составление туристических программ онлайн, а также заблаговременное ознакомление с местными достопримечательностями и составление собственных экскурсионных маршрутов.

Чем привлекательнее будет представлен туристический кластер в цифровом пространстве, тем больше вероятности, что туристы предпочтут посещение именно этой территории. Кроме того, формирование цифровой экосистемы для самих участников туристического кластера позволяет им повысить уровень коммуникационных связей друг с другом, и эффективнее осуществлять финансовые сделки, маркетинговые исследования обмениваться опытом и работать над совместным продвижением бренда туристического кластера.

Вышеприведенная аргументация обосновывает необходимость составления нескольких систем оценки для анализа эффективности деятельности кластера, в связи с чем нами были разработаны параметрические характеристики для оценки ряда объектов и субъектов управления туристическим кластером. В рамках оценки влияния кластерных эффектов на объекты управления представляется необходимым обозначить в

качестве одного из важнейших объектов туристические дестинации, поскольку именно они являются объектом прямого воздействия кластерной политики региона (табл. 3.5), и рассмотреть показатели, определяющие устойчивое развитие кластера с точки зрения четырех составляющих устойчивого развития: экономической (Econ); социальной (S); экологической (Ecol); государственного управления (G).

Таблица 3.5 – Ключевые показатели оценки эффективности деятельности кластера как туристической дестинации в региональной экономике⁹⁹

Наименование показателя	Характеристика показателя	Устойчивость какой подсистемы кластера характеризует	Использование показателя для оценки эффективности других объектов ТК
Рост вклада туристической отрасли в ВРП региона ($GRP_{тк}$)	Характеризует успешность развития кластера и его положительное влияние на экономику региона. В качестве целевого значения может быть установлен показатель желаемого уровня, например, 9% ВРП приходится на туристическую отрасль.	Econ	Региональная экономика
Доля средств федерального и регионального бюджета в общем объеме инвестиционных вложений в кластере (ER)	показатель финансовой независимости кластера, приближен как показателю коэффициента автономии, поэтому оптимальным может считаться значение 50/50 или 60/40 внебюджетных_бюджетных средств в экономику кластера	Econ, G	Региональная экономика
Динамика изменения туристического потока, тыс. чел (ΔTF)	Определяется прирост показателя каждого года по отношению к предыдущему и базисному году. Значение сравнивается с целевым критерием, установленным региональной Стратегией развития туристического кластера (например, +10% к уровню каждого предыдущего года)	Econ, S	Туристический бренд
Объем частных инвестиций, изменения в динамике лет (ΔI)		Econ	Туристический бренд Региональная экономика
Прирост количества занятых в туристическом кластере (ΔEm)		S	Региональная экономика

⁹⁹ Составлено автором по результатам исследования

Продолжение таблицы 3.5			
Рост спроса на эко-программы и экологические виды туризма, также экологическую инфраструктуру (умные дома, гостиницы, кемпинги и глэмпинги) (Decol)	Необходимо рассчитывать, прежде всего, количество программ и купленных туров, а не их стоимость, так как стоимость может возрасти и за счет этого будут получена ложная оценка о росте спроса, хотя расти будет только стоимость турпродукта. В рамках данного критерия, наоборот, важна доступность эко-туризма для широких слоев населения, поэтому анализируется показатель «количество приобретенных туров/туристических программ/ путевок». Целевое значение, например, прирост на 5% каждый следующий год.	S, Ecol	Туристический бренд
Оценка предпринимательской уверенности, инвестиционного климата, в том числе качества институциональной среды (PMI)	Анализ производится исходя из рейтингов инвестиционного климата региона и институционального управления в регионе, подготовленных независимыми рейтинговыми агентствами, но в обязательном порядке должен быть дополнен экспертными оценками представителей туристического бизнеса кластера. Целевое значение – вхождение региона в топ-30 регионов по уровню инвестиционного климата/качества институциональной среды	G	Региональная экономика
Положительная динамика уменьшения количества выбросов в атмосферу (индекс качества воздуха AQI и индекса атмосферы TAQI), образование несанкционированных свалок (Kcti), доля отходов направленных на переработку (Rec).	Оценивается совокупность результатов в области улучшения состояния окружающей среды. При этом учитывается не количество экологическим мероприятий, реализованных участниками кластера или местными органами власти, а конкретный результат. Например, могут быть установлены следующие целевые значения: AQI, TAQI → превышение медианных значений рейтинга городов → выход на лидирующие позиции с пороговым значением TAQI ≈ до 12,1 ¹⁰⁰ Kcti ¹⁰¹ → min с шагом сокращения на 25% каждый год с полной ликвидацией таких объектов к 2027 году Rec → max с шагом увеличения на 15% доли перерабатываемых отходов с переходом на циркулярную экономику к 2030 году	G, Ecol	Туристический бренд Региональная экономика

¹⁰⁰ Рейтинг 170 городов России по качеству воздуха [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://taqi.strelka-kb.com> Дата обращения: 2.05.2024

¹⁰¹ Методология расчета показателя «количество несанкционированных свалок отходов»). Приложение N 1 к приказу Федеральной службы по надзору в сфере природопользования от 02.02.2021 N 31// СПС Консультант Плюс

Данные показатели можно оценивать, как по отдельности, так и в совокупности путем присвоения каждому показателю определенных баллов в зависимости от достижения целевого значения: целевое значение достигнуто - 1 балл, достигнуто частично – 0,5 баллов, не достигнуто или степень выполнения целей незначительна – 0 баллов. Также очевидно, что для разных видов туристических кластеров все показатели будут иметь неравнозначное значение. Для кластеров, организованных по дирижистской модели достаточно долгий период времени не будет стоять вопрос о его выходе на самофинансирование, поэтому показатель финансовой независимости не будет иметь принципиальное значение. Например, организация туристического кластера в регионах Северного Кавказа всегда шла при значительной бюджетной поддержке и в данной ситуации имело значение целевое использование бюджетных средств, но не приоритетное привлечение частного капитала. В то же время, например, для активно развивающегося Каспийского прибрежного кластера остро встают вопросы ликвидации мусорных свалок и всеобщего загрязнения бытовыми отходами, что на фоне возросшего потока туристов представляет большие риски для туристического развития территории. На эту проблему уже не первый год обращают внимание не только СМИ¹⁰², ученые¹⁰³, местный бизнес и население региона¹⁰⁴, но и туристы, оставляющие многочисленные комментарии о высокой замусоренности популярных туристических мест и наличии канализационных стоков непосредственно в море, вблизи городских пляжей¹⁰⁵. Безусловно, такая ситуация – это огромные риски для региона, который делает ставку на туристическую отрасль как на драйвер

¹⁰² Саадуева У. Пора серьезно задуматься. Отходы «завоевывают» новые территории Дагестана// Аргументы и факты. 2020 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dag.aif.ru/society/pora_seryozno_zadumatsya_othody_zavoyovyayut_novye_territorii_dagestana Дата обращения: 02.05.2024

¹⁰³ Замусоренный Самур: РГО изучила экологическую ситуацию на юге Дагестана// РИА Дербент. 2021 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://riaderbent.ru/zamusorenniy-samur-rgo-izuchila-ekologicheskuyu-situatsiyu-na-yuge-dagestana.html> Дата обращения: 02.05.2024

¹⁰⁴ «Не тащите гору к Магомеду» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://etokavkaz.ru/ekologiya/netashchite-goru-k-magomedu> Дата обращения: 02.05.2024

¹⁰⁵ Например, Дагестан. Пляжи Каспийского моря [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://youtu.be/za9mIBItDPQ?si=sa3Uwinr6erDjmYw> Дата обращения: 02.05.2024

экономического развития. Это актуализирует в рамках разработки методики оценки эффективности деятельности кластера присвоение каждому показателю определенных весов (w_i), которые будут обозначать приоритетные для данного кластера направления развития и первоочередные проблемы, требующие решения. В связи с этим формула комплексной оценки эффективности деятельности туристического кластера как самостоятельной туристической дестинации может приобрести следующий вид (задействованы показатели из таблицы 3.5):

$$\sum E_{tk} = GRP_{tk} * w_i + ER * w_i + TF * w_i + I * w_i + Em * w_i + Decol * w_i + PMI * w_i + TAQI * w_i + Kcti * w_i + Rec * w_i + \dots + x_{tk} * w_i \quad (3.1)$$

где x_{tk} – дополнительные значимые для данного туристического кластера ключевые показатели эффективности.

Рассмотрим алгоритм оценки эффективности работы кластера в региональной экономике на примере Каспийского прибрежного кластера (табл. 3.6), но при этом обозначим, что приведенная оценка является приблизительной, так как на данный момент не существует стандартизированных форм отчетности, которые бы содержали информацию о деятельности того или иного кластера, поэтому формируемая аналитика в этой сфере часто носит несистемный характер.

Тем не менее, нам удалось найти в СМИ со ссылкой на официальные источники некоторые показатели о прогнозах работы кластера, в других же случаях мы использовали обобщенные оценки развития туристической отрасли Республики Дагестан или среднеотраслевые показатели в целом по РФ.

Таблица 3.6 – Алгоритм оценки ключевых показателей эффективности деятельности туристического кластера в региональной экономике (на примере Каспийского прибрежного кластера)¹⁰⁶

Показатели	Целевой индикатор к 2025 г.	Фактическое значение	Балл	Вес показателя (экспертная оценка)	Итоговый балл
Рост вклада туристической отрасли в ВРП	8%	6% ¹⁰⁷	0,5	0,8	0,4
Доля государственных средств в кластерные проекты	≥ 50%	14,1% (12 млрд. руб.) ¹⁰⁸	1	0,8	0,8
Динамика изменения туристического потока относительно показателя прошлого года	+30%	+16,6% ¹⁰⁹	0,5	1	0,5
Доля частных инвестиций	≤ 50%	85,9 % (68 млрд. руб.) ¹¹⁰	1	0,7	0,7
Рост спроса на эко-турпрограммы	20%	40% ¹¹¹	1	1	1
Индекс предпринимательской уверенности	10%	12% ¹¹²	1	0,9	0,9
Выбросы в атмосферу (TAQI)	10,4	16,3 ¹¹³	0,5	1	0,5
Итоговая оценка (из 6 баллов)					4,8

В отличие от ключевых показателей, важность которых может отличаться для разных кластеров, значимость достижения индикативных

¹⁰⁶ Составлено автором по результатам исследования

¹⁰⁷ Составлено по данным Росстата

¹⁰⁸ Объем частных инвестиций в Каспийский кластер оценили в 70 млрд//РБК-Кавказ. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://kavkaz.rbc.ru/kavkaz/freenews/6605b8039a794755956558e4> Дата обращения: 06.05.2024

¹⁰⁹ Каниев Р. Турпоток в Дагестане по итогам 2023 года увеличился на 17%// Республиканское информационное агентство. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://riadagestan.ru/news/tourism_events/turpotok_v_dagestane_po_itogam_2023_goda_uvelichilsya_na_17/ Дата обращения: 06.05.2024

¹¹⁰ Свыше 760 млн рублей направят в 2023 году в Дагестане на проекты в сфере туризма [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/svyshe-760-mln-rubley-napravyat-v-2023-godu-v-dagestane-na-proekty-v-sfere-turizma> Дата обращения: 06.05.2024

¹¹¹ Экологический туризм в Дагестане набирает все большую популярность [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/ekologicheskij-turizm-v-dagestane-nabiraet-vse-bolshuyu-populyarnost> Дата обращения: 06.05.2024

¹¹² Кораблева А. Лето в своей стране// Эксперт. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZjHoU56gTieKp_wz Дата обращения: 06.05.2024

¹¹³ Рейтинг городов по качеству воздуха на основе TAQI [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://taqi.strelka-kb.com> Дата обращения: 06.05.2024

показателей приблизительно одинакова. Можно обозначить базовый индикатор – рост туристического потока, но его качественного прироста не добиться без соответствующего роста других показателей – развития инфраструктуры, увеличения средств размещения, повышения качества сервиса и т.д. Поэтому данные показатели априори следует рассматривать как равнозначные, но указывая при этом на то, что их достижение не является самоцелью, а необходимо для привлечения в кластер большего количества туристов и их «удержания» в качестве постоянных отдыхающих из сезона в сезон.

Если система оценки эффективности деятельности кластера с точки зрения объектов управления обнаруживает довольно тесную связь ключевых показателей (например, прирост частных инвестиций в кластер характеризует эффективность как созданных туристических дестинаций, так и в целом результативность реализуемой региональными органами власти экономической политики), то с точки зрения субъектов управления наблюдается другая ситуация. В связи с этим в таблице 3.7 нами приведены индикативные показатели, которые целесообразно использовать для оценки эффективности деятельности каждого участника экономических отношений в кластере.

Часть индикаторов является практически универсальными критериями оценки поставленных целей, так как характеризует эффективность работы всех или подавляющего большинства участников экономических отношений туристического кластера.

Таблица 3.7 – Индикативные показатели оценки эффективности деятельности субъектов туристического кластера в экономике региона¹¹⁴

Индикатор	Предприятия ядра кластера	Компании смежных отраслей	Региональные органы власти	IT-сектор	Образовательные учреждения	Население
Рост доходов в экономике региона, определяемых увеличением туристического потока, млн руб.	+	+	+			+
Увеличение количества средств размещения в сопоставлении с количеством туристов, чел/место	+					
Объем туристических услуг, млн руб.	+					+
Прозрачность механизма финансирования инфраструктуры, экспертная оценка по критериям верификации	+	+	+			
Количество работников, занятых в туристическом кластере, чел	+	+			+	+
Рост кадрового потенциала региона, кол-во выпускников по соответствующим направлениям подготовки: «Сервис», «Туризм»	+				+	
Рост количества проданных туров, шт	+			+		
Эффективность коммуникаций между участниками кластера, экспертная оценка	+	+		+	+	
Формирование узнаваемого туристического бренда, экспертная оценка	+	+	+	+	+	+
Повышение уровня туристических услуг и гостиничного сервиса, экспертная оценка	+	+			+	+

Важнейшим показателем развития кластера является повышение экономической эффективности всех его субъектов, которые в свою очередь оказывают позитивное воздействие на развитие как внекластерных структур,

¹¹⁴ Составлено автором по результатам исследования

так и всего экономического пространства региона. Например, базовым индикатором может стать рост доходов, который наблюдается вследствие увеличения туристического потока, что приводит к росту деловой активности туристических предприятий, а также увеличению их выручки и прибыли; улучшению финансовых результатов компаний смежных отраслей, которые также достаточно активно сотрудничают с туристической сферой региона; рост доходов регионального бюджета, который получает их в форме налоговых отчислений компаний туристической индустрии; рост доходов населения, который выражается в увеличении заработных плат и доходов от предпринимательской деятельности. Есть и достаточно специфические показатели, например, такие как увеличение количества средств размещения, так как они будут отражать эффективность работы только санаториев, отелей, гостиниц и гостевых домов и т.д., и будут свидетельствовать об их планах масштабирования своей деятельности и наращивании основных фондов.

Как мы уже обозначали выше, деятельность туристических кластеров в подавляющем большинстве случаев связана с получением тех или иных объемов государственной поддержки, поэтому весьма актуальным показателем становится прозрачность механизмов финансирования инфраструктуры. Значимым социальным показателем будет являться количество занятых в туристическом кластере, так как этот показатель определяет престижность работы в данной отрасли, свидетельствует о приемлемом уровне зарплат, стабильном росте туристического кластера, сопровождающегося повышением роли отрасли в экономике региона.

Следует обратить внимание и на такой индикатор как формирование узнаваемого туристического бренда, который переключается с аналогичным ключевым показателем, рассматриваемым выше. Формирование регионального бренда туристического кластера с одной стороны, зависит от каждого субъекта управления, а с другой стороны, является определяющей характеристикой успешного развития каждого участника кластера, поэтому

данный показатель можно рассматривать и как индикативный показатель субъектов кластерных отношений, и как целевой индикатор и ключевой показатель эффективности для оценки объектов управления туристического кластера.

Таким образом, задача трансформации регионального экономического пространства с ракурса кластеризации композиционно решается путём определения двух основных составляющих: оценки эффективности кластеров, которые уже функционируют в региональной экономике и кластеров, которые потенциально возможно создать для придания импульса развития экономической системы. При этом обе указанные составляющие необходимо учитывать при алгоритмизации механизма формирования региональных туристических кластеров, т.е. определении порядка действий в рамках кластерообразования и изменения структуры региональной экономики, путём выполнения таких кластерных функций в области отраслевого экономического развития как: проектирование экономических отношений; расширение экономических связей в целях оптимизации цепочки потребительских ценностей; создание новой организационно-управленческой структуры кластера в экономике региона. Важно также отметить, что разработка «дорожной карты» будет способствовать синхронизации действий при объединении экономических ресурсов ЮФО и СКФО в рамках развития межрегиональных кластеров и влечёт мультипликативный эффект в экономике регионов. Экономическая оценка деятельности кластеров основывается на использовании субъектно-объектного подхода с выделением соответствующих экономических показателей, использование которых создаёт аналитический базис для представления результатов функционирования кластера и его роли в экономическом развитии региона.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Достиженные в ходе проведения исследования результаты характеризуются следующими пунктами научной новизны:

1. Уточнены направления экономического регионального развития с учётом структурного содержания модели создания туристического кластера на основе стейкхолдерского подхода.

В рамках развития региональной экономики цель деятельности туристического кластера заключается в разработке высококонкурентного туристического продукта и формировании грамотно разработанной концепции туристического развития региона, а также экономической оценке результатов от реализации отраслевой кластерной концепции на территории региона, за счет чего такой кластер становится самостоятельной дестинацией, а регион, в котором он развивается - основной целью путешествия туристов. Особенностью туристического кластера является то, что все его участники имеют общую целевую аудиторию и на них распространяется единое правило «зонтичного» бренда, то есть привлекая внимание туристов один раз и завоевывая их симпатию, регион обеспечивает себе устойчивость туристических потоков в будущем, так как туристы возвращаются на курорт снова, а все предприятия кластера воспринимаются как единая система, функционирующая под эгидой уникального регионального туристического бренда.

В процессе формирования туристического кластера разрабатывается общая концепция туристического проекта, а также для каждого вида бизнеса предусматривается создание отдельных концепций, которые будут включены в общую концепцию кластерного развития региона и будут одинаково выгодны всем его участникам. Уникальность функционала туристического кластера заключается в так называемом сотрудничестве конкурентов, в рамках которого партнеры объединяют свои ресурсы для совместного

ведения деятельности и добиваются за счёт этого общих целей, но при этом юридически остаются автономными.

В диссертационном исследовании представлена схема формирования модели создания туристического кластера с точки зрения стейкхолдерского подхода, так как в туристическом кластере, как ни в каком другом сильно влияние двух групп стейкхолдеров: потребителей продукции регионального кластера-туристов, которые являются основными инвесторами в экономику региона и принимают самое непосредственное участие в формировании регионального туристического бренда и местного населения, которое выступает в качестве производителя большого количества туристических услуг и формирует имидж региона в глаза туристов.

В связи с тем, что эти две группы стейкхолдеров очень активно коммуницируют между собой в ходе реализации кластером своих целей, для туристического кластера является целесообразным создание управленческой группы или координатора кластера, которые будут разрабатывать способы и методики регулирования и контроля данных коммуникационных процессов. Необходимо отметить огромную роль региональных органов власти, которые должны заботиться о создании для туристов максимально комфортного общественного пространства и гарантировать безопасность, так как буквально одна ситуация, связанная, например, с хищением вещей или криминогенным поведением местных жителей, может нанести серьезный удар по репутации региона.

В целом же туристическая отрасль, особенно на данном этапе развития, сопровождающегося с одной стороны монополизацией национального туристического рынка, а с другой стороны усложнением экономической обстановки, нуждается в дополнительных инструментах развития, в качестве которых может выступить кластерная форма самоорганизации, так как «выжить» в одиночку представителям туристического бизнеса будет достаточно тяжело. На смену трендам глобализации пришли тренды глокализации, подразумевающие сохранение и усиление региональных

различий, что является достаточно выгодным для туристической индустрии, так как идея глокализации заключается в поддержке местных различий, выгодных для продвижения товаров, технологий, идей. На этом фоне внедрение кластерного подхода к оказанию туристических услуг будет способствовать укреплению конкурентных позиций каждого из участников отрасли за счет того, что кластерной структуре становится намного легче удовлетворить возрастающие требования современных туристов. Кроме того, при разрозненной работе представителей туристического бизнеса невозможно получить эффект синергии, который направлен на снижение затрат бизнеса, упрощенное формирование каналов дистрибуции и повышение качества предоставляемых услуг.

Специфика туристического кластера также дополняется традиционными для каждого региона социальной системой – торговлей, медицинским обслуживанием, деятельностью финансовых институтов и инженерной инфраструктурой. Если рассматривать модель туристического кластера как структуру, которая активно взаимодействует с институциональным пространством, то в неё следует включить экономические условия, социокультурные и политические факторы, а также природный капитал.

Для определения туристического кластера и его роли в экономике региона можно использовать системный подход, согласно которому туристический кластер представляет собой локализованную туристическую систему, состоящую из организаций в сфере туристических услуг и смежных отраслей, деятельность которых дополняется различными вспомогательными организациями. В этом случае их совместная деятельность приводит к усилению индивидуальной конкурентоспособности каждого из участников кластера и дополняется специализацией вида деятельности предприятий-участников, которая впоследствии и обеспечивает возникновение синергетического эффекта.

2. Обоснованы концептуальные возможности устойчивого регионального развития, путём определения соответствия экономических, социальных и экологических функций задачам туристического кластера.

Анализ специфических особенностей формирования концепции туристического кластера в региональной экономике позволяет установить, что создание кластера на базе одной отрасли может привести к формированию моноотраслевой специализации региона, которая при грамотном управлении не провоцирует возникновение проблем, связанных с акцентом на развитии только одной сферы региональной экономики. В то же время допущенные ошибки при разработке кластерной концепции развития территории могут привести к повышенной зависимости экономики региона от туризма, вследствие чего будет наблюдаться экономический спад в других отраслях и происходить разбалансировка экономики. Если туристическая отрасль развивается бессистемно и созданный кластер со временем становится лишь формальным образованием, существующим в программных документах, то это достаточно быстро приводит к росту цен на местные ресурсы и повышению темпов инфляции, а в среднесрочной перспективе – к возникновению серьезных диспропорций в региональной экономике, росту безработицы, ухудшению экологической обстановки.

Именно поэтому в качестве важнейшей особенности формирования концепции туристических кластеров для российских регионов необходимо обозначить задачи достижения устойчивости функционирования отрасли, а это означает, что концепция кластерного развития должна в обязательном порядке быть дополнена концепцией устойчивого регионального развития, а анализ регионов с точки зрения туристической привлекательности должен производиться исходя из оценки ESG-критериев.

В диссертационном исследовании осуществлена систематизация задач туристического кластера через призму выполнения функций экономического, социального и экологического характера, и каждая из данных групп

сопоставлена с соответствующими задачами устойчивого регионального развития.

Рассматривая основные предпосылки и получаемые от функционирования туристического кластера эффекты, можно отметить, что многие из них по своей сути совпадают с основными принципами устойчивого развития и соответствуют тем эффектам, которые должен получить регион в результате достижения соответствующих стратегических целей. Как мы уже указывали ранее, основные функции туристического кластера и эффекты, которые он генерирует в результате своего функционирования, обуславливают отсутствие противоречия со стратегией устойчивого развития региона, дополняют её и способствуют более эффективной реализации ESG-целей.

Базовыми тенденциями развития туристических региональных кластеров в период санкционных ограничений стали рост спроса на туристические услуги внутри страны, активизация инвестиционной деятельности в туристической отрасли, как со стороны государства, так и со стороны частных инвесторов, сопровождающаяся совершенствованием институциональной среды для создания более комфортных условий функционирования кластеров. Тенденции кластеризации туристической отрасли во многом связаны с реализацией того потенциала развития данного сектора, который возрос в результате действия приведенных выше предпосылок: геополитических, экономических, социальных и инфраструктурных.

3. Определены базовые индикаторы среди региональных экономических показателей, которые отражают проблемы кластеризации в региональной экономике в соответствии с этапами жизненного цикла кластера.

В работе определены основные факторы, способствующие кластеризации туристической отрасли в экономике российских регионов, которые рассмотрены через призму жизненных циклов туристических

дестинаций и кластеров, обозначены основные проблемы, которые присущи каждому этапу развития туристического кластера, предложены пути их решения и определены оценочные индикаторы, с помощью которых можно судить об эффективности реализации того или иного этапа развития туристического кластера.

Если говорить о проблемах формирования туристических кластеров именно для регионов Северного Кавказа, то здесь можно обозначить ряд специфических черт, которые могут замедлить процесс кластерообразования или привести к невозможности создания полноценно функционирующих кластеров. Во-первых, это достаточно сложная социально-экономическая обстановка в регионе, обусловленная низкими доходами населения и достаточно большим разрывом доходов между наиболее и наименее обеспеченными слоями населения.

Во-вторых, это пассивность малого бизнеса, который является классической основой бизнес-модели туризма как сферы деятельности и придает кластеру необходимую гибкость, динамичность развития и широкую диверсифицированность туристических услуг. Многие инвесторы также указывают на то, что инвестирование в туристическую отрасль Северного Кавказа осложняется отсутствием необходимого баланса между рисками и доходностью, что делает вложения в регион менее привлекательными по сравнению с аналогичными проектами в других субъектах РФ.

Наконец, в Национальном рейтинге регионов РФ по степени развитости туризма одним из основных индикаторов является уровень криминальной обстановки, в связи с чем регионы Северного Кавказа по этому критерию не могут рассматриваться как привлекательные по причине высокого уровня криминогенности.

Даже несмотря на увеличение туристических потоков в Дагестан в последние два года - это один из немногих примеров того, когда Северо-Кавказский регион в течение достаточно ограниченного периода времени привлекает большое количество туристов. Несмотря на создание в регионах

СКФО масштабной инфраструктуры всесезонных горнолыжных курортов, они все еще характеризуются неустойчивой системой формирования спроса и большой волатильностью турпотоков. Кроме того, региону присущ очень большой кадровый дефицит в туристической отрасли, поэтому возникает необходимость формирования таких механизмов развития, которые способствовали бы преодолению кадровых ограничений и обеспечивали динамичное функционирование кластера на основе максимального использования имеющегося рекреационного потенциала и достаточно большого трудового потенциала, который в данном случае необходимо трансформировать в кадровый потенциал.

В связи с этим представляется целесообразной реализация структурной модели межкластерного взаимодействия туристического кластера СКФО, где выделены специфические компоненты, которые отличают предлагаемую нами структуру кластера от традиционных схем поэлементного состава туристических кластеров.

Представляется целесообразным формирование нескольких видов кластеров, два из которых будут вспомогательными по отношению к основному: основным кластером будет туристический, а два вспомогательных кластера будут представлены образовательным и агропромышленным. Данный подход позволит получать дополнительные синергетические эффекты в рамках межкластерного взаимодействия как участникам кластеров, так и региональной экономике.

В работе схематично представлен поэлементный состав кластера, вокруг которого будет формироваться его организационная структура. Все взаимосвязи внутри кластера строятся вокруг кластерного ядра, которое активно взаимодействует со средой кластера и преобразует кластерные ресурсы с помощью соответствующей инфраструктуры в кластерные эффекты. Среда кластера представлена основной и косвенной, в свою очередь взаимодействующими с поставщиками ресурсов для кластера и потребителями его продукции, то есть туристами. Косвенная среда кластера

отвечает за сопутствующие элементы развития, такие как формирование высококвалифицированных трудовых ресурсов, развитие научного и инновационного потенциала, а также продвижение кластерного бренда. В процессе такого взаимодействия выстраиваются содержательные и творческие коммуникации между участниками кластера и возникают процессуальные коммуникации в процессе взаимодействия кластерного ядра, сопутствующих элементов развития и поставщиков ресурсов по поводу формирования, распределения и использования кластерных ресурсов.

4. Разработаны предложения по трансформации пространственного развития Юга России при создании межотраслевого и межрегионального туристического кластера ЮФО и СКФО с использованием дорожного картирования.

Большое разнообразие туристических кластеров обуславливает разнообразие методологий их построения, поэтому важным условием создания результативного алгоритма формирования туристического кластера является его разработка с возможностью последующей верификации, что особенно важно, если под кластерные проекты привлекаются бюджетные средства. На основе алгоритмизации механизма формирования и развития региональных туристических кластеров разработана «дорожная карта» создания межрегиональных туристических кластеров в ЮФО и СКФО, которая предполагает формирование устойчивых интеграционных связей между туристическими объектами в разных южнороссийских регионах.

Для разработки дорожной карты на этапах зарождения, создания и ранних стадиях развития межрегиональных туристических кластеров в ЮФО и СКФО целесообразно использовать модульный подход, применяемый в программировании, так как это даст возможность территориям СКФО определить основные драйверы региональной экономики и сосредоточить организационные и финансовые ресурсы на решении первоочередных задач кластера, поэтапно внедряя уникальную концепцию реализации туристического потенциала Северного Кавказа. Такой подход позволит более

эффективно перераспределять частные и бюджетные инвестиции в объекты туристической инфраструктуры и получать детализированные и точные оценки достижения результатов в рамках каждого разрабатываемого туристического модуля. Кроме того, применение модульного подхода обеспечивает определенную устойчивость экономической региональной системы, так как проблемы и ограничения реализации в рамках одного модуля никак не будут сказываться на возможности успешной реализации другого.

5. Сформированы рекомендации по развитию экономики Юга России с точки зрения совершенствования системы оценивания её эффективности и роли туристических кластеров в экономике региона за счет модификации оценочных показателей.

При оценке эффективности деятельности туристических кластеров в экономике региона целесообразно, с нашей точки зрения, применять субъектно-объектный подход, предполагающий, что кластер рассматривается как совокупность объектов управления (туристических дестинаций с их возможной разбивкой по конкретным инфраструктурным объектам) и субъектов управления, представленных участниками кластера (предприятия, формирующие ядро кластера, компании смежных отраслей, региональные органы власти, образовательные учреждения, местное население и непосредственно сами туристы).

Суть предлагаемого нами подхода к оценке эффективности деятельности туристического кластера заключается в том, чтобы производить оценку исходя из трех групп оценочных показателей: ключевых показателей, индикативных показателей и экспертных оценок, которые применяются в зависимости от того, на оценку какого субъекта или объекта управления они направлены. Такое разграничение связано с тем, что туристический кластер является многокомпонентной социально-экономической структурой, включающей в себя большое разнообразие элементов региональной экономики, оценивать которые по единому

критерию невозможно.

В связи с этим для оценки объекта управления предлагается использовать ключевые показатели и их целевые значения, которые чаще всего представлены в виде определенной доли, отражающей уровень достижения поставленной цели. Целевым значением ключевого показателя обычно является значение, выраженное в процентах. Для оценки результативности деятельности субъектов управления кластера, с нашей точки зрения, целесообразнее использовать индикативные показатели, которые в практике регионального и муниципального контроля чаще всего используются для мониторинга деятельности, наблюдения за ходом осуществления основных мероприятий и процессов, идентификации проблем, возникающих при их осуществлении, а также определении причин их возникновения и возможности их устранения.

Отметим, что для ряда объектов и субъектов управления туристическим кластером эффективным будет использование экспертных оценок в том случае, когда достоверные определения количественных критериев на основе официальной статистической информации получить невозможно, а субъективность экспертных оценок носит положительный, а не отрицательный характер.

В рамках оценки влияния кластерных эффектов на объекты управления представляется необходимым обозначить в качестве одного из важнейших объектов туристические дестинации, поскольку именно они являются объектом прямого воздействия кластерной политики региона, и рассмотреть показатели, определяющие устойчивое развитие кластера с точки зрения четырех составляющих устойчивого развития: экономической (Econ); социальной (S); экологической (Ecol); государственного управления (G). В связи с этим автором предложена формула комплексной оценки эффективности деятельности туристического кластера как самостоятельной туристической дестинации. Алгоритм использован для оценки эффективности работы Каспийского прибрежного кластера.

В отличие от ключевых показателей, важность которых может отличаться для разных кластеров, значимость достижения индикативных показателей приблизительно одинакова. Можно обозначить базовый индикатор – рост туристического потока, но его качественного прироста не добиться без соответствующего роста других показателей – развития инфраструктуры, увеличения средств размещения, повышения качества сервиса и т.д. Если система оценки эффективности деятельности кластера с точки зрения объектов управления обнаруживает довольно тесную связь ключевых показателей для оценки, например, прирост частных инвестиций в кластер характеризует эффективность как созданных туристических дестинаций, так и в целом результативность реализуемой региональными органами власти экономической политики, то с точки зрения субъектов управления наблюдается другая ситуация. В связи с этим в работе приведены индикативные показатели, которые целесообразно использовать для оценки эффективности деятельности каждого участника кластерных отношений в экономике региона.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)//СПС Консультант Плюс
2. Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)"// СПС Консультант Плюс
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р// СПС Консультант Плюс
4. Распоряжение Правительства РФ от 07.03.2019 № 369-р «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Северо-Кавказского округа до 2035 года (ред. от 17.12.2021) // СПС Консультант Плюс
5. Абашкин В., Куценко Е., Исланкина Е. Трансформация модели финансирования кластеров в России // Институт статистических исследований и экономики знаний. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2018. с. 24
6. Аванесов А. Г., Аванесова Е.А. Перспективы развития туризма Северного Кавказа в период экономической нестабильности // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народных хозяйством). -2021. - № 3(59). - С. 121-127.
7. Аликаева М.В., Гурфова Р.В., Кетова Ф.Р., Оборин М.С. Оценка качества туристских услуг: теория, методология, практика. М.: ИКЦ «Эксперт», 2023. 118 с.
8. Аналитика МТС: Каспий обогнал Черное море по приросту турпотока в 2023 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dagestan.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-regione/2024-03-05/analitika-mts-kaspij-obognal-chnoe-more-po-prirostu-turpotoka-v-2023-godu> Дата обращения: 22.04.2024

9. Аналитическая записка Совета Федерации РФ «Об основных параметрах проекта федерального закона «О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов»
10. Артеменко О.Н. Региональный туризм как инструмент развития территории // Russian Journal of Economics and Law. 2013. №2. с. 11-17
11. Асланов, Д. И., Голубова, М. И., Петрив, А. А. Современное состояние и перспективы развития туризма на Северном Кавказе // Фундаментальные исследования. 2017. № 3. С. 95-99.
12. Атлас экономической специализации регионов России / В. Л. Абашкин, Л. М. Гохберг, Я. Ю. Ефферин и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 264 с., с. 33
13. Ашхотов В. Ю. Отраслевые драйверы устойчивого развития региональной экономики: методология исследования, оценка и инструментарий позиционирования. Диссертация на соискание степени д.э.н. по специальности 08.00.05 (региональная экономика) Кисловодск. 2009. и т.д.
14. Бабосюк А. В. Региональные туристические кластеры, условия и этапы их создания// Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. №2. с. 9-12
15. Баликоев А. А., Гаджиев У. М. Формирование инновационных архитектурных форм в туристических кластерах // Инновации и инвестиции. 2022. №10. с. 216-219
16. Баранова О. А. Особенности определения понятия «кластер» // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2018. №14. с. 278-280
17. Барашок И. В., Деркачева Л. Н. Концепт этно-экологического туризма в российской практике // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т.16. №5. С. 48-55.
18. Бельгисова К.В., Белозор Л.И. К вопросу об эффективности развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 2 (26). С. 102-107.

19. Бизин С.В. Применение программно-целевого подхода в организации и управлении досуговой деятельности детей и подростков в регионе // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Том 13. № 8. С. 3117-3136
20. Блинов О.А., Шумакова О.В., Нардин Д.С., Нардина С.А. Оценка эффективности функционирования агротуристического кластера Омской области // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-3. С. 549-552
21. Боголюбов В. С., Боголюбова С. А. Потенциал использования цифровых платформ в туризме//Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 4. с. 156-162, с. 157
22. Буранов И. Завтра автотуриста // Коммерсант. 2023. № 243. с. 4
23. Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм. Учебное пособие / Кнорус, 2018. - 73 с.
24. Бюллетень Счетной палаты РФ. Внутренний туризм. 2022. № 4. с. 22
25. Васецкая Н.О. Программно-целевое управление как инструмент финансовой реализации федеральных целевых программ// Экономика науки. 2019. № 5. с. 160-169
26. Вертинская Т. С., Клицунова В. А. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси. Минск: Библиотека сельского туризма, 2014. 52 с.
27. Внутренний российский туризм-2023: новые горизонты. Исследование Агентства стратегических инициатив. 2023. с. 11
28. Гаджикеримов М.Р., Кривцов И.В. Роль туризма в развитии сельских территорий СКФО // Вопросы науки и образования. 2019. №7 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-turizma-v-razvitii-selskih-territoriy-skfo> (дата обращения: 06.05.2024).
29. Газимагомедов Р.К. Современная региональная промышленная политика: кластерный подход. РАН. Институт мировой экономики и

международных отношений. М. 2005. Диссертация на соискание ученой степени д.э.н., специальность 08.00.05

30. Гизатуллина О.М. Экономический инструментарий формирования и развития регионального туристско-рекреационного кластера // Экономические науки. 2022. № 9. с. 230-233

31. Голубков С. А. Социокультурные институты города как маркеры // Полифония городских пространств. Философско-культурологические теории и хронотопия: сб. науч. статей / под ред. Е. Бурлиной. Самара: Медиа-книга, 2014. Т. 1. С. 100-104.

32. Гончарова Н.А., Кирьянова Л.Г. Управление жизненным циклом дестинации // Известия ТПУ. 2011. №6. с. 52-58

33. Гостева Л. Ф., Серeda Н.Д. Туризм как фактор экономического развития региона // Региональная экономика: теория и практика. 2008. №15. с. 88-94

34. Дагестан. Пляжи Каспийского моря [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://youtu.be/za9mIBItDPQ?si=sa3UwinrberDjmYw> Дата обращения: 02.05.2024

35. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. Сравнительный анализ туристских кластеров в регионах Прибайкалья: роль сотрудничества как фактора развития // Экономика региона. 2014. № 2. с. 115-130;

36. Ершова Е.Ю., Огаркова И.В., Ершов Ю.В. Тенденции развития индустрии туризма в Северо-Кавказском федеральном округе // Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. №5 (91). с. 36-43

37. Жерукова А.Б., Байсултанова Л.Б., Тенова З.Ю., Анищенко Е.А., Кулюшина Н.Е. Формирование и развитие институциональной модели развития туризма на примере СКФО // Финансовые рынки и банки. 2022. №9. с. 9-15

38. Замминистра экономического развития: туризм - это драйвер развития региональных экономик. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс] Режим доступа:

https://www.economy.gov.ru/material/news/zamministra_ekonomicheskogo_razvitiya_turizm_eto_dravver_razvitiya_regionalnyh_ekonomik.html Дата обращения: 3.08.2024

39. Замусоренный Самур: РГО изучила экологическую ситуацию на юге Дагестана// РИА Дербент. 2021 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://riaderbent.ru/zamusorenniy-samur-rgo-izuchila-ekologicheskuyu-situatsiyu-na-yuge-dagestana.html> Дата обращения: 02.05.2024

40. Захарова Е. Н., Абесалашвили М. З., Кидакоева М. Р. Межрегиональное взаимодействие в туристкой сфере и его институциональное обеспечение // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. №6. с. 32-38, с. 34

41. Зуева М. М. Сущность взаимосвязи туристского и интеллектуального потенциалов // Молодой ученый. 2012. № 4 (39). с. 129-132.

42. И. Рукавишников: Динамика развития индустрии туризма во многом зависит от внедрения современных цифровых решений. Официальный сайт Совета Федерации Федерального собрания РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://council.gov.ru/events/news/152893/> Дата обращения: 10.04.2024

43. Инвестиционный портал Северо-Кавказского федерального округа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://investkavkaz.ru/about>. Дата обращения: 05.05.2024

44. Какие меры приняли власти Дагестана для развития туризма в республике в 2023 году? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://dagpravda.ru/novosti/kakie-mery-prinya-li-vlasti-dagestana-dlya-razvitiya-turizma-v-respublike-v-2023-godu/> Дата обращения: 05.05.2024

45. Канаев А. С., Зорина Н. М., Киреевкова З. А., Предбанникова О. И. Возможности развития и управления туризмом в России: влияние социально-экономических факторов и типов интеграций между участниками

на формирование моделей кластеров // Инновации и инвестиции. 2023. №7. с. 380-383

46. Каниев Р. Турпоток в Дагестане по итогам 2023 года увеличился на 17%// Республиканское информационное агентство. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://riadagestan.ru/news/tourism_events/turpotok_v_dagestane_po_itogam_2023_goda_uvelichilsya_na_17/ Дата обращения: 06.05.2024

47. Кантемирова М. А., Чеджемов С. Р. Факторы развития гостиничного сектора в регионе (на примере Республики Северная Осетия-Алания)// Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 4. № 1. С. 105-109.

48. Коваленко А. А., Александров В. В. Оценка природно-ресурсного потенциала Северо-Кавказского федерального округа для развития экологического туризма // Успехи современного естествознания. 2013. № 3. С. 114-116

49. Коваленко Д. И., Вазагов В. М. Концептуальные основы формирования механизма инвестиционной привлекательности региональных социально-экономических систем // Экономические науки. 2017. № 150. с. 42-46.

50. Коков Н. С., Хачев М. М., Пилова Ф. И., Бозиев М.Т. Особенности инновационного развития туристической отрасли региона// Индустриальная экономика. 2022. №5. с. 554-557

51. Колесников А. М., Хазалия Н. А. Анализ эволюции понятия «кластер». Подходы к классификации// Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 4. с. 19-25, с. 21.

52. Коллинз Д. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2022. 320 с.

53. Кораблева А. Лето в своей стране // Эксперт. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZjHoU56gTieKp_wz Дата обращения: 06.05.2024

54. Коростелев Д.Г., Мочальников В.Н. Механизм развития туристско-рекреационного кластера в регионах Северного Кавказа // Евразийский научный журнал. 2015. №8. с. 35-46.

55. Кощеев, Д. А. Проектирование туристских кластеров: системно-агломерационный подход : монография / Д.А. Кощеев, О.Ю. Исопескуль. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 326 с.

56. Кощеев Д.А., Третьякова Е.А. Феномен индустриального кластера: системно-агломерационный подход // Журнал экономической теории. 2020. Т. 17. № 2. с. 451-465, с. 460-461.

57. Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. Актуализация подходов к районированию и зонированию туристских территорий для целей пространственного планирования и проектирования туристской деятельности // Географический вестник = Geographical bulletin. 2022. № 4(63). с. 135-148.

58. Крутик А.Б. Мультипликативный эффект в развитии теории туризма // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2011. №3.

59. Крюков Д., Пастушин А. Ростуризм обвинили в срыве программы по созданию туристических кластеров//РБК. 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/15/06/2017/59426c999a794739a9c1c5de> Дата обращения: 10.04.2024

60. Кузьмин В. Путин: Уже в этом десятилетии вклад внутреннего туризма в ВВП должен вырасти вдвое// Российская газета. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rg.ru/2024/03/28/na-moria-v-rossiiu.html> Дата обращения: 26.03.2024

61. Кластерный подход к использованию туристского потенциала региона: монография. - Петропавловск-Камчатский: Издательство: «Дальневосточный филиал ФГБОУ ВО «Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации», 2018 г. - 299 с.

62. Кулова М.Р., Хосаева З.Х., Габараева М.Р. Тенденции развития туризма в Северо-Кавказском федеральном округе // Теория и практика общественного развития. 2023. № 12. С. 271-279.

63. Лапин А. С. Трансформация функциональной роли туристических кластеров в рамках концепции устойчивого регионального развития // Сборник статей по итогам международной научно-практической конференции «СИСТЕМНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ – ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ». Екатеринбург: АМИ, 2024. с. 117

64. Лапин А. С. Исследование роли туристических кластеров в обеспечении устойчивого развития региона // Экономические науки. 2024. № 3. с. 235-241.

65. Лапин А.С. Туристический кластер Северного Кавказа как новая точка роста внутреннего туризма // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2024. N2. С. 106-114.

66. Лапин А.С. Туристические кластеры Южного региона: индикаторы и тенденции // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2022. №7 (146). С. 23-27. 0,7 п.л.

67. Легконогова А.С., Барабошкина О.В. Актуальные проблемы развития туристского кластера на территории муниципальных образований // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 4-1

68. Литвинова Т.В. Формирование кластеров как направление инновационного развития экономики региона. Кубанский государственный технологический университет. Краснодар, 2011. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н., специальность 08.00.05.
<http://www.dissercat.com/content/formirovanieklasterov-kak-napravlenie-innovatsionnogo-razvitiya-ekonomiki-regiona>

69. Литвяк Б.И., Александров В.В. Экологический туризм как фактор реструктуризации региональной экономики//Успехи современного естествознания. 2005. № 3. с. 41-43

70. Магомедова П.Н. Разработка и реализация туристических проектов как инструмента развития внутреннего туризма // Региональные проблемы преобразования экономики. 2022. №10 (144). с. 106-114

71. Макарова Ю.В., Кононов А.Ю., Удовенко Н.Г. Методические подходы к анализу автомобильного туризма в Российской Федерации // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. Т. 15, № 1. с. 39-51., с. 42 DOI: <https://doi.org/>. <https://doi.org/10.24866/WSU/2949-1258/2023-1/039-051>.

72. Маршалл А. Принципы экономической науки. -М., 1993. - 218 с.

73. Меркачева Е. Регионы провалили программу создания туристических кластеров [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2017/12/22/regiony-provalili-programmu-sozdaniya-turisticheskikh-klasterov.html> Дата обращения: 09.04.2024.

74. Методология расчета показателя «количество несанкционированных свалок отходов». Приложение N 1 к приказу Федеральной службы по надзору в сфере природопользования от 02.02.2021 N 31// СПС Консультант Плюс.

75. Миноранский В. А., Тимофеев Ю. В. XI фестиваль экологического туризма «Воспетая степь» // Изв. вузов. Сев.-Кавк. регион. Естеств. науки. 2023. № 3. с. 147-151.

76. Морозова Н.Н. Деловой туризм как социально-экономический инструмент инновационного развития региона // Advanced Engineering Research (Rostov-on-Don). 2012. №3 (64), с. 94-101 и т.д.

77. Научно-популярный туризм [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://наука.рф/initiatives/nauchno-populyarnyy-turizm/> Дата обращения: 16.03.2024.

78. Национальный туристический рейтинг — 2023 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://design.hse.ru/news/3338> Дата обращения: 06.04.2024.

79. Не тащите гору к Магомеду [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://etokavkaz.ru/ekologiya/ne-tashchite-goru-k-magomedu> Дата обращения: 02.05.2024.

80. Новикова Н.Г., Лебедев К.А., Лебедева О.Е. Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2016. №2. с. 15 – 20

81. Объем частных инвестиций в Каспийский кластер оценили в 70 млрд//РБК-Кавказ. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://kavkaz.rbc.ru/kavkaz/freenews/6605b8039a794755956558e4> Дата обращения: 06.05.2024

82. Основы туризма: учебник / коллектив авторов ; под ред. Е. Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014 — 384 с., с. 21-22.

83. Панеш К. М. Эффективные инструменты и методы оценки программно-целевого подхода к управлению экономикой региона / К.М. Панеш, С.А. Хатукай, Э.Б. Бабалян // Международный научно-исследовательский журнал. — 2022. — №8 (122). — URL: <https://research-journal.org/archive/8-122-2022-august/10.23670/IRJ.2022.122.36> (дата обращения: 10.04.2024). — DOI: 10.23670/IRJ.2022.122.36.

84. Панферова Н. Дагестан бьет рекорды, но вряд ли сможет наращивать турпоток с прежней скоростью [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ratanews.ru/news/general/dagestan-bet-rekordy-no-vriad-li-smozet-narashhivat-turpotok-s-preznei-skorostiu> Дата обращения: 20.04.2024.

85. Первый морской: почему курорт на Каспии составит конкуренцию Кубани// Кубань РБК. 2023 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/14/12/2023/657ab2c09a7947fc0c114671> Дата обращения: 26.03.2024.

86. План мероприятий по развитию туризма в России до 2035 года. Распоряжение Правительства РФ от 19.08.22 № 2321-р//Консультант Плюс.

87. Прайс В. Кластерная политика. - М. : Дело, 1996.- 341 с.

88. Регионы и города России как туристские территории: условия и перспективы устойчивого развития: Сборник статей и кейсов / Под науч. ред. д.э.н., проф. М.Ю. Шерешевой. — М.: Экономический факультет МГУ, 2020 – 186 с.

89. Рейтинг городов по качеству воздуха на основе TAQI [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://taqi.strelka-kb.com> Дата обращения: 06.05.2024.

90. Романюк Я.Е. Роль туристско-рекреационного комплекса в социально-экономическом развитии региона // Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы. 2022. №. 31. с. 83–89

91. Росстат впервые оценит вклад туризма в экономику регионов [Электронный ресурс] Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/01/25/906372-rosstat-vpervie-otsenit> Дата обращения: 22.03.2024.

92. Рысаева М. А. Российский туризм в условиях западных санкций и ограничений: реалии, тренды, перспективы. Гостиничное дело. 2022. № 9. с. 34-41.

93. Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ. М.: НРА, ESG-лаборатория МГУ. 2023. 29 с.

94. Саадиева У. Пора серьёзно задуматься. Отходы «завоёвывают» новые территории Дагестана// Аргументы и факты. 2020 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://dag.aif.ru/society/pora_seryozno_zadumatsya_othody_zavoyovuyayut_novye_territorii_dagestana Дата обращения: 02.05.2024

95. Сафонова А. А., Самарина В. П. Методика изучения пространственного туристического кластера// Фундаментальные исследования. 2016. № 12 (часть 1). С. 220-225.

96. Свыше 760 млн рублей направят в 2023 году в Дагестане на проекты в сфере туризма [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/svyshe-760-mln-rublej-napravyat-v-2023-godu-v-dagestane-na-proekty-v-sfere-turizma> Дата обращения: 06.05.2024

97. Семенова Е.А., Новоселова Н.Н., Хубулова В.В. Цифровая платформа как основа развития социально-экономической системы (на примере туристической отрасли Северо-Кавказского региона) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 8. № 1. 2022. с. 49-61

98. Семенова Е.А., Оранчук А.М., Харсиева Т.А. Роль государственной поддержки в развитии курортной дестинации Северного Кавказа // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - Т. 6, № 3, 2020. С. 14-25.

99. Ситкевич Д.А., Куек С.Е. Влияние санкций на динамику российского туристического рынка // Экономическое развитие России. 2023 Том 30. № 8. С. 66-76.

100. Скибин С.А. Кластерные образования как инструменты межрегиональной интеграции на уровне федерального округа / Экономика и экология территориальных образований. 2022. Т. 6, № 2. С. 19-24.

101. Строев В.В., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Развитие туризма в Северо-Кавказском федеральном округе // Вестник университета. 2023. № 7. С. 121—127.

102. Тавбулатова З. К., Галазова С. С. Территории и кластерная политика// Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. № 2-1. С. 233-237.

103. Татуев А. А., Тарасов Н. А. Необходимость формирования экономических кластеров регионального развития // Пространство экономики. 2012. №2-3. С. 116-121.

104. Тегетаева О. Р., Гасиева З. П., Тадтаева В. В. Структурный анализ и возможности реализации туристско-рекреационного потенциала Северо-Кавказского Федерального округа // Экономические науки. 2022. № 9. С. 65-71.

105. Титова К. Большие планы: как будет развиваться туризм в России до 2035 года// РБК. 2023 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/635bc11b9a79477ff93ecfbc?from=copy>
Дата обращения: 27.03.2024

106. Ткачева Т. А. Туристский образ Северного Кавказа в представлениях населения России // Наука. Инновации. Технологии. 2018. №4. С. 77-90.

107. Трансформация внутреннего туризма: научные основы и инновационные подходы [Электронный ресурс]: монография. – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 78 с.). - Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2023. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/monograph_271023.pdf.

108. Формирование и развитие туристских кластеров в новой реальности: монография. колл. авторов под ред. Т.П. Розановой, Р.Ю. Стыцук. – Москва: КНОРУС, 2023. – 192 с.

109. Фролова Е. В., Рябова Т. М., Рогач О. В. Подготовка кадров как фактор развития туристической отрасли в РФ // Перспективы науки и образования. 2019. № 5 (41). с. 503-516.

110. ФСБ отчиталась о поездках россиян за границу в 2023 году// РБК. 2024 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/05/02/2024/65bcde169a79475d81d18dab> Дата обращения: 04.04.2024

111. Хамирзова С.К., Кумпилова А.Р., Калашникова С.В., Хачемизова Э.А. Направления цифровой трансформации индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях // Вопросы инновационной экономики. 2023. Том 13. № 4. С. 2283-2296. – doi: 10.18334/vines.13.4.119939.

112. Цепилова Е. С., Давыдович А. Р., Сыркова И. С. Туристско-рекреационные кластеры в развитии туризма и индустрии гостеприимства в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т.17. №6. С. 36-48.

113. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19, вып. 1. с. 59-64. DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>

114. Шаститко А.Е. Кластеры как дискретная институциональная альтернатива управления транзакциями // Научные исследования экономического факультета // Электронный журн. 2009. 1. С. 26-43

115. Швец Ю. Ю. Институциональные основы реализации инновационного потенциала региона путем кластеризации туризма// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. — №3 (43). Номер статьи: 4306. Дата публикации: 16.07.2015. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/4306/>

116. Штогрин С.И. Господдержка туристической отрасли оказалась своевременной [Электронный ресурс] Режим доступа: // <https://ach.gov.ru/news/gospodderzhka-turisticheskoy-otrasli> Дата обращения: 03.05.2024.

117. Экологический туризм в Дагестане набирает все большую популярность [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/ekologicheskij-turizm-v-dagestane-nabiraet-vse-bolshuyu-populyarnost> Дата обращения: 06.05.2024.

118. Туризм – важнейший мультипликатор роста экономики Юга и СКФО [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://expertsouth.ru/articles/turizm-vazhneyshiy-multiplikator-rosta-ekonomiki-yuga-i-skfo/> Дата обращения 01.05.2024

119. Parto S. Innovation and Economic Activity: An Institutional Analysis of the Role of Clusters in Industrializing Economies [Electronic resource] // Journal of economic issues. – 2008. - Vol. XLII No. 4. EBSCO Publishing, 2009.

120. Perroux F. Economic space: theory and applications // Quarterly Journal of Economics. 1950. Vol.64. Pp. 89–104.

121. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. N.Y.: The Free Press, 1990, Palgrave Tenth Edition, 1998 - 855 p.
122. Young, LE 1995, Technology parks and clusters of firms, Kiev, p. 127
123. <https://кавказ.рф/investproekty/rezidenty-oez/> - официальный сайт Кавказ.РФ.
124. <https://pokrovland.ru> – сайт туристического кластера «Покровский край».
125. <https://veduchi-resort.ru> – сайт ВТРК «Ведучи» в Чеченской Республике, <https://resort-arkhyz.ru> – сайт ВТРК «Архыз» в Карачаево-Черкесской Республике, <https://resort-elbrus.ru> – сайт ВТРК «Эльбрус» в Кабардино-Балкарской Республике и т.д.
126. <https://welcometoural.ru> – сайт туристического кластера в ведении АНО Управляющая компания Туристско-рекреационными кластерами Свердловской Области.
127. <https://expertsouth.ru/articles/turizm-vazhneyshiy-multiplikator-rosta-ekonomiki-yuga-i-skfo/> - сайт ЭкспертЮГ.