

Научная статья

Original article

УДК 338.48:332.1

doi: https://doi.org/10.55186/2413046X_2026_11_6_79

edn: (присваивается редакцией)

**СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И СТРУКТУРНАЯ ДЕКОМПОЗИЦИЯ
ДЕФИНИЦИИ «ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР»
SEMANTIC ANALYSIS AND STRUCTURAL DECOMPOSITION OF THE
DEFINITION OF «TOURIST CLUSTER»**



Мардахаев Максим Биняминович, аспирант, кафедры экономики региона, отраслей и предприятий, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, E-mail: maxim@mardakhaev.ru

Mardakhaev Maxim Binyaminovich, graduate student, full-time Department of economy, of region, industries and enterprises, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

Аннотация. В статье приведены результаты исследований понятийного аппарата туристского кластера как организационно-экономической категории. Несмотря на широкое распространение кластерного подхода в теории и практике управления туристской отраслью, в научной литературе в настоящее время отсутствует единая трактовка данного понятия. Цель настоящего исследования – на основе контен-анализа дефиниций уточнить сущностные характеристики и элементный состав туристского кластера. В ходе исследования были использованы методы семантического анализа, структурного анализа, кабинетного исследования, контент-анализа, сравнительного анализа. Предлагается уточненное определение туристского

кластера, базирующееся на выделение таких существенных признаков как сетевая форма кооперации участников сервисной цепочки, общая конкурентная логика и ориентация на создание цепочки ценности туристского продукта. Обозначены структурные элементы кластера и характер взаимосвязей между ними. Разработана авторская структурная модель туристского кластера, включающая семь ключевых элементов, объединенных в четыре уровня: координирующий, обеспечивающий, центральный, обслуживающий. Представленные результаты исследования позволили проиллюстрировать ряд методических проблем, а именно: отождествление правовой и организационно-экономической трактовки кластера, необоснованное кластера к туристской дестинации или особым экономическим зонам. В настоящее время на законодательном уровне понятие туристского кластера не закреплено, в программных документах оно носит преимущественно инфраструктурный характер, что как следствие и приводит к терминологической путанице со стороны многих авторов. Результаты исследования могут выступать в качестве теоретического базиса для идентификации кластерных образований в туристской сфере региона и разработки соответствующих мер государственной поддержки.

Abstract. The article presents the results of a study of the conceptual apparatus of a tourism cluster as an organizational and economic category. Despite the widespread use of the cluster approach in the theory and practice of tourism industry management, a unified interpretation of this concept is currently lacking in the scientific literature. The purpose of this study is to clarify the essential characteristics and elemental composition of a tourism cluster based on a content analysis of definitions. The study utilized methods of semantic analysis, structural analysis, desk research, content analysis, and comparative analysis. A refined definition of a tourism cluster is proposed, based on the identification of such essential features as a network form of cooperation between participants in the service chain, a common competitive logic, and a focus on creating a value chain

for a tourism product. The structural elements of the cluster and the nature of the interrelations between them are identified. A proprietary structural model of a tourism cluster has been developed, including seven key elements combined into four levels: coordinating, supporting, central, and servicing. The presented research results illustrate a number of methodological issues, namely: the conflation of legal and organizational-economic interpretations of clusters, and the unjustified association of clusters with tourist destinations or special economic zones. Currently, the concept of a tourism cluster is not enshrined in law; in policy documents, it is primarily infrastructural in nature, leading to terminological confusion among many authors. The research results can serve as a theoretical basis for identifying cluster formations in the region's tourism sector and developing appropriate government support measures.

Ключевые слова: туристский кластер; структурная декомпозиция; региональный туризм, модель туристского кластера

Keywords: tourism cluster; structural decomposition; regional tourism, tourism cluster model

Введение

Туристическая отрасль выступает одним из драйверов социально-экономического развития региона, при этом кластерный подход признан одним из эффективных инструментов повышения конкурентоспособности региональных туристских систем. Исследованию проблематики туристических кластеров посвящены работы таких авторов, как Рудченко В. Н. [1], Рубцова Н. В.[2], Нюренбергер Л. Б., Мальгин А. В., Петренко Н. Е.[3], Melissidou S., Papageorgiou A., Papayiannis D., Varcassos S., Fundenau D, Badele S.C. и др. Несмотря на множество публикаций, посвященных туристским кластерам, отсутствует единое понятие.

Исследователи по-разному определяют понятие кластера, его структуру, границы, критерии идентификации. В одних работах кластер рассматривается через призму нормативно-правового поля, в других – через

отождествление с особой экономической зоной. На законодательном уровне также в настоящее время не закреплено данное понятие, при этом в подзаконных актах оно трактуется преимущественно с позиции инфраструктурной составляющей, что с одной стороны сужает содержание дефиниции «туристский кластер», а с другой приводит к отождествлению (некоторыми авторами) кластера с туристской дестинацией. Это создает предпосылки для терминологической путаницы и требует теоретического уточнения.

Цель настоящего исследования – на основе контен-анализа дефиниций уточнить сущностные характеристики и элементный состав туристского кластера.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

- провести семантический анализ существующих определений туристского кластера;
- выявить и систематизировать основные методические проблемы, связанные с интерпретацией понятия;
- определить базовые структурные элементы туристского кластера.

Новизна исследования заключается в разграничении понятий туристского кластера и смежных категорий: дестинации, особой экономической зоны.

Методы

В качестве методов исследования использованы: кабинетный анализ, контент-анализ, сравнительный анализ и синтез, семантический и структурный анализ.

Результаты

Адаптируя кластерный подход к туристической отрасли, проанализируем дефиницию «туристический кластер» и его ключевые элементы (таблица 1).

Таблица 1. **Контент-анализ понятия «туристический кластер»**
(составлено автором)

Источник/ Автор	Определение туристического кластера	Ключевые элементы
Концепция ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма РФ (2019-2025гг.)» [4]	Сосредоточение на определенной территории предприятий и организаций, интегрированных в одну логистическую схему и занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью смежной с туризмом и рекреационными услугами.	- Территориальные границы; - единая логистическая схема; - полный цикл формирования туристского продукта.
Закон Удмуртской Республики № 51-РЗ от 22.07.2020 «О некоторых вопросах развития туризма и туристской деятельности в Удмуртской Республике» [5]	Сосредоточение на территории (части) муниципального образования или нескольких МО предприятий и организаций, интегрированных в одну логистическую схему и занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью смежной с туризмом и рекреационными услугами.	- Локация определяется МО; - единая логистическая схема; - полный цикл формирования туристского продукта.
Fundenau D, Badele S. С., 2012 г. [6]	Совокупность туристических достопримечательностей, предприятий, учреждений, которые прямо или косвенной участвуют в туризме и сосредоточены на определенной локации. Накопление ресурсов, достопримечательностей, инфраструктуры, оборудования, сервисных компаний, других поддерживающих секторов, административного органа власти, чьи интегрированные и скоординированные действия позволяют предоставлять услуги клиентам.	- Участвуют в туризме; - ограничены локацией.
Kachniewska M., 2013 г. [7]	Форма вертикальной интеграции вокруг темы или местного продукта. Для обеспечения качества туристического продукта необходима кооперация. Сеть компаний, клиентов, поставщиков, ресурсов, образовательных и финансовых институтов и других субъектов, объединенных общей конкурентной логикой элементов вокруг локального туристского продукта и его качества.	- Интеграция и кооперация; - качество тур продуктов; - совокупность организаций и институтов; - конкуренция.
Рубцова Н. В., 2014 г. [2]	Стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской дестинации, которая	- Межорганизационная сеть;

	обладает определенным набором необходимых и достаточных характеристик как то: наличие географически сконцентрированных предприятий, прежде всего типичных для туристской сферы, объединенных прямыми и обратными связями; общая культура и социальная среда; особая отраслевая специализация; присутствие среди акторов государственных и частных институтов, владельцев туристических ресурсов, как экономических благ, потребительских туристских продуктов.	- географическая концентрация; - среди акторов государственные и частные институты; - общая культурная и социальная среда; - отраслевая специализация; - туристические ресурсы и потребители, туристических продуктов.
Melissidou S., Parageorgiou A., Papayiannis D., Varcassos S., 2016 г.. [8]	Группа компаний и учреждений, связанных с туристическим продуктом или группой продуктов, которые пространственно сконцентрированы, имеют горизонтальные и вертикальные связи	- Связь через туристский продукт; - пространственная концентрация и кооперация.
Рудченко В. Н., 2016 г. [1]	Социально-экономический комплекс предприятий различных сфер, сконцентрированных на территории туристского региона.	- Предприятия из разных отраслей; - взаимосвязь всех предприятий в кластере.
Распоряжение Совета Министров Республики Крым № 774-р от 28.06.2019 г. [9]	Совокупность организаций, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах	- Взаимодействие; - географические границы; - развитие туристского продукта.
Муқанов А.Х., Муталиева М. Л., Жаркенова Б.Р., 2023 г. [10]	Совокупность хозяйствующих, регулирующих и исследовательских субъектов, которые имеют прямые и обратные связи между собой (устойчиво взаимодействуют между собой) и функционируют в пределах границ географического пространства, в рамках создания ценности туристского продукта. Ядро кластера - крупное якорное предприятие.	- Географическая локализация; - постоянные и устойчивые связи; - конкурентные преимущества; - вовлеченность в процесс создания ценности туристского продукта; - общая социально-культурная среда функционирования.
Лапин А.С., 2024 [11]	Форма функционирования туристско-рекреационных особых экономических зон. Территория с особым экономико-правовым режимом хозяйствующих субъектов, что определяет специфику работы бизнеса и органов региональной власти, создает уникальные конкурентные преимущества для развития экономики региона, обеспечения устойчивости и	- ОЭЗ, специфика взаимодействия; - конкурентные преимущества.

	сбалансированности взаимодействия всех региональных подсистем.	
Волошинова М.В., Кучумов А.В., Еримичева П.Ю., 2025 г. [12]	Сложные межотраслевые структуры, которые выстраиваются на основе взаимодействия элементов, заинтересованных в создании общего продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - Задачи совместного проектирования, реализации, эксплуатации; - межотраслевые структуры; - создание общего продукта; - кооперация.
Рудченко В. Н., 2016 г. [1]	Социально-экономический комплекс предприятий различных сфер, сконцентрированных на территории туристского региона.	<ul style="list-style-type: none"> - Предприятия из разных отраслей; - взаимосвязь всех предприятий в кластере.
Нюренбергер Л.Б., Мальгин А.В., Петренко Н.Е., 2023 г. [3]	Рассматривают туристический кластер через совокупность характеристик.	<ul style="list-style-type: none"> - Совокупность объектов и субъектов туристской инфраструктуры; - структурность и взаимосвязанность; - кооперация и совместное использование ресурсов и инфраструктуры; - общая цель – удовлетворенность потребностей туристов и повышение конкурентоспособности территории.

Fundenau D, Badele S. С. в качестве ключевых целей туристского кластеры выделяют такие как: инновация и диверсификации, рост конкурентоспособности, качество туристического сервиса; сотрудничество, продвижение региона как точки притяжения, налаживание связей, тематические группы, обучение с целью совершенствования региональной цепочки создания стоимости в сфере туризма, участие в международных выставках, международное сотрудничество [4]. Авторы утверждают, что конкурентоспособность туристического направления определяется четырьмя основными компонентами с учетом влияния микро- и макросреды:

– квалификационные детерминанты (местоположение, транспортная доступность, безопасность, стоимость);

- управление развитием туризма в регионе (управление ресурсами, маркетинг, организационная и информационная поддержка, сервис);
- ключевые ресурсы и аттракторы (физико-географические особенности, культура, история, рыночные связи, разнообразие видов деятельности, специальные мероприятия и туристическая инфраструктура);
- поддерживающие факторы и ресурсы (инфраструктура, доступность, вспомогательные ресурсы и деловой климат).

Kachniewska M. полагает, что в состав туристического кластера должны входить: аттракции, транспорт, размещение, рестораны, розничная торговля, поддерживающие услуги, местные власти, НКО, бизнес-инфраструктура, университеты, участники НИОКР. В качестве обязательных характеристик туристического кластера Kachniewska M. выделяет: географическое пространство, развитая инфраструктура, критическая масса диверсифицированных участников туркластера, кооперация, сеть формальных и неформальных связей, системный подход к созданию и развитию туристской дестинации, масштабируемость, синергетический эффект, инновационность, системность, новые технологии, доступ к финансированию, координирующий актор.

Рудченко В. Н. в своих исследованиях ставит задачи определения структурных элементов туристического кластера и его оценки как элемента туристской системы. Автор утверждает, что элементами туристического кластера являются предприятия различных отраслей. При этом выделяют такие виды, как дискретный, инновационный, региональный, искусственный, процессный, стихийный. С нашей точки зрения, данное утверждение не совсем верное, так как указанные характеристики относятся не к виду кластеров, а к типу кластеров (по способам формирования, масштабу, отраслевой специализации). Вид туристического кластера определяется по таким ключевым критериям как специфика туристских ресурсов и

доминирующего туристского продукта (музейный, экологический, санаторно-курортный, этнографический и т.д.).

Рубцова Н.В. выделяет пять подходов к толкованию дефиниции туристический кластер: как к территориальной форме обеспечения конкурентных преимуществ туристской сферы; как к формализованному институту с формализованными и неформализованными связями между участниками и внешней средой; как к механизму регионального управления; как к региональной туристско-рекреационной системе; как к популяции определенного вида экономического вида в конкретном территориальном ареале [2].

Melissidou, S., Papageorgiou, A., Papayiannis, D., Varcassos, S. рассматривают кластеры как эффективный инструмент управления и маркетинга туристских дестинаций. Авторы отмечают, что применительно к туристическим кластерам сам подход кластерного анализа необходимо адаптировать с учетом особенностей туристической деятельности, агломераций, функциональной взаимодополняемости, кооперативных отношений и конкуренции между участниками. Melissidou S., Papageorgiou A., Papayiannis D., Varcassos S. утверждают, что в состав туристического кластера включают следующие элементы: туристические достопримечательности, выступающие центрами притяжения; совокупность компаний предоставляющих туристические услуги; сопутствующая инфраструктура; компания и учреждения, предоставляющие информацию и финансовый капитал; ассоциации; государственные органы власти, оказывающие влияние на туристические агломерации. Важно отметить, что авторы демонстрируют связь туризма и локального регионального развития через взаимосвязь потребляемого продукта и территории, подчеркивая необходимость измерения трех ключевых компонент устойчивого развития территории «среда – общество – экономика».

Нюренбергер Л.Б., Мальгин А.В., Петренко Н.Е. обобщают существующие подходы и характеристики туристско-рекреационных кластеров, опираясь на нормативные и авторские определения, но при этом не формулируют своего определения. Интерес вызывает то, что авторами вводится понятие туристско-рекреационных «доминант» - очагов активности роста, формирующихся в точках концентрации уникальных объектов и пересечения туристских маршрутов [3]. Нюренбергер Л.Б., Мальгин А.В., Петренко Н.Е. связывают определение кластера с ОЭЗ и пространственно-территориальной организацией, практически не уделяя внимание внутренней сервисной структуре кластера.

Муканов А.Х., Муталиева М.Л., Жаркенова Б.Р. рассматривая особенности туристических кластеров не только выделяют их основные признаки, но и утверждают, что единым связующим звеном для всех субъектов именно туристического кластера, формирующим его принципиальное отличие от иных видов кластеров (промышленных, производственных и т.д.) является туристический маршрут и соответствующий ему туристический поток.

Интерес вызывает работа Волошиновой М.В., Кучумова А.В., Еримичева П.Ю., где особое внимание уделяется формам взаимодействия участников туристических кластеров (по статусу, по субординации, по расположению, по характеру взаимодействия). Авторы делают акцент на институциональной среде туристического кластера и вводят понятие «институт конкурентного сотрудничества», при этом разделяя внутренних и внешних агентов кластера через их функции.

Лапин А.С. исследует вопросы становления туристических кластеров, при этом фактически отождествляет туристический кластер с особой туристско-рекреационной экономической зоной, объединяющей стейкхолдеров и их ресурсы для достижения стратегических целей развития региона. С нашей точки зрения, данное положение имеет методологическую

неточность. Если рассматривать туристический кластер, сформированный на принципах самоорганизации по инициативы самих субъектов хозяйственной деятельности – подход «снизу-вверх», то для них стратегические цели и приоритеты регионального развития не являются первостепенными, тогда как приобретение «нечестного конкурентного преимущества» по отношению к другим участникам туристической отрасли в пределах географической границы кластера и за его пределами, как инструмента обеспечения устойчивости и маржинальности, носит первостепенный характер. При подходе «сверху-вниз», когда кластер формируется на принципах государственно-частного партнерства и органы исполнительной власти выступают как элемент кластера, а именно стимулирующий, координирующий и контролирующий орган (в качестве одного из участников управляющей организации кластера или в качества центра кластерного развития) предложенная Лапиным А.С. формулировка может рассматриваться как частично корректная, но требующая дополнения.

Следует отметить, что отождествление туристического кластера с особыми экономическими зонами характерно и для ряда других научных работ. В работе Нюренбергера Л.Б., Мальгина А.В., Петренко Н.Е. приводится следующая трактовка туристического кластера: «совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению Правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых Правительством РФ» [3]. Это определение приводится со ссылкой на нормативно-правовые акты, в частности на Постановление Правительства о ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма РФ» (2011-2018 гг.) и Концепцию ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма РФ» (2019-2025гг.), но при этом авторы отмечают, что туристический кластер - сложная многосубъектная гибкая система, которая может включать ОЭЗ, но не ограничиваться ими.

Отметим, что туристско-рекреационная ОЭЗ - это инструмент государственной политики, а туристско-рекреационный кластер – форма организации взаимодействия хозяйствующих субъектов и иных стейкхолдеров на территории, которая может включать ОЭЗ, но не сводиться к ней. Во многом причиной отождествления туристского кластера с ОЭЗ является то, что это два проектных инструмента в формате ГЧП, где государство финансирует создание инфраструктуры, а частные инвесторы – туристические объекты.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать вывод, что туристический кластер как система обладает признаками нескольких систем: локализован в пространстве, обеспечивает взаимодействие заинтересованных сторон, формируется в рамках ФЦП или региональных целевых программ. К базовым принципам туристического кластера помимо вышеупомянутых (характерных для любого типа кластеров) целесообразно отнести: комплементарность услуг (размещение – питание – лечебный туризм/событийный туризм и т.д.); динамичность цепочки за счет появления новых сервисов (онлайн-платформы, MICE туризм, экотуризм); самоорганизацию через ассоциации, НКО, кооперативы в туризме.

Также в результате систематизации и структурирования результатов исследования считается важным выделить 7 обязательных элементов туристского кластера (рис. 1), а именно:

- ядро кластера – ключевые производители туристского продукта [3,4,10];
- обслуживающие предприятия – питание, транспорт, досуг, розничная торговля [1,4,6];
- обеспечивающая инфраструктура – инженерная, дорожная, коммунальная, ИКТ [3-5];
- образовательные и исследовательские учреждения – подготовка кадров, НИОКР, аналитика [7,10];

- финансовые институты – банки, инвестиционные фонды, страховые компании [7];
- органы исполнительной власти и институты развития – нормативное регулирование, поддержка, продвижение [2, 6, 11];
- единая логистическая схема и/или кооперационные связи [4, 5, 8,12]



Рисунок 1. Структурная модель туристского кластера (составлено автором)

В предлагаемой структурной модели туристского кластера выделяются два типа кооперационных связей, а именно вертикальные связи – отражают интеграцию участников вдоль создания цепочки ценности туристского продукта (от обеспечения ресурсами через ядро кластера к сервисным предприятиям); горизонтальные связи – характеризуют взаимодействие участников кластера на одном уровне (обмен ресурсами, компетенциями, пакетные предложения и т.д.) Ядро туристского кластера является единственным элементом, в котором одновременно присутствуют и активно реализуются два типа кооперационных связей. Вертикальные связи внутри ядра обеспечивают формирование себестоимости и ценности туристского продукта и выстраиваются вдоль цепочки создания турпродукта. Горизонтальные связи внутри туристского ядра возникают между равноправными участниками одного функционально типа и направлена на совместное расширение ассортимента, координацию загрузки и обмен туристским потоком. Сочета горизонтальных и вертикальных кооперационных связей придает кластеру свойство целостной сетевой структуры, что и отличает его от пространственной концентрации предприятий.

Выводы

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- некоторые исследователи, обращаясь к законодательным актам путают правовую категорию и организационно-экономическую, что приводит к сужению определения кластера и не затрагивает его рассмотрение как сетевой форм взаимодействия акторов и создания цепочки ценности услуг;
- отдельные авторы отождествляют понятие туристской дестинации и туристского кластера, что методологически некорректно, так как несмотря на их взаимосвязь данные категории имеют различную сущность. Туристская дестинация – это географическое пространство, привлекательное для

туристов и обладающее соответствующей инфраструктурой, в то время как туристский кластер – это форма экономической интеграции хозяйствующих субъектов. Дестинация может существовать вне кластера, а кластер не может существовать без дестинации;

– большинство российских работ фокусируются на алгоритмах формирования кластера, а не на содержательной структуре кластеров [1, 11,13]

– многие авторы практически не уделяют внимание внутренней сервисной структуре кластера;

– для ряда других научных работ характерно отождествление туристического кластера с особыми экономическими зонами.

Таким образом, проведенный контент-анализ иллюстрирует, что в отечественной и зарубежной науке отсутствует единый методологический подход к определению туристского кластера, а имеющиеся трактовки либо сужают дефиницию до правовой категории, либо расширяют и отождествляют с дестинацией или особой экономической зоной, недостаточное внимание уделяется внутренней сервисной структуре кластера.

Под туристским кластером предлагается понимать сетевую форму организационной кооперации хозяйствующих субъектов, пространственно сконцентрированных в границах туристской дестинации, объединенных общей конкурентной логикой и устойчивыми прямыми и обратными связями, функционирующих в рамках единой сервисной цепочки создания ценности туристского продукта при координирующей роли органов исполнительной власти и институтов развития.

Устранение данных противоречий требует дальнейшей теоретической проработки категорийного аппарата и формирования системной модели туристского кластера, отражающей его состав и взаимосвязи, с учетом механизмов создания и реализации туристского продукта. Представленные

результаты формируют теоретический базис для дальнейших эмпирических исследований туристского кластера в регионе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Рудченко, В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2016. №4 (41). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-v-turizme-osobennosti-klassifikatsii-protsess-formirovaniya-i-metody-otsenki> (дата обращения: 13.03.2026).
2. Рубцова, Н.В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход // Вестник ТГЭУ. 2014. №3 (71). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-model-turistskogo-klastera-istoriya-voprosa-i-sovremennyy-podhod> (дата обращения: 02.04.2026).
3. Нюренбергер, Л. Б. Региональные туристско-рекреационные кластеры: подходы к формированию и развитию / Л. Б. Нюренбергер, А. В. Мальгин, Н. Е. Петренко // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 9. – С. 3443-3454. – DOI 10.18334/epp.13.9.118728
4. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 N 872-р (ред. от 11.07.2019) «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)»» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/18eb24005fd062573c142fb7f98769137ce7d974/
5. Закон Удмуртской Республики от 22 июля 2020 г. N 51-РЗ «О некоторых вопросах развития туризма и туристской деятельности в Удмуртской Республике». URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/udmurtia/1404857/>
6. Fundenau, D., Badele, S C. The cluster, strategic model of competitiveness in tourism//Analele Universitat din Craiova. Seria: Stiinte Economice. 2012. Vol. 2. P. 166-173. – URL: <https://feaa.ucv.ro/AUCSSE/0042v2-022.pdf>

7. Kachniewska Magdalena Towards the Definition of a Tourism Cluster // Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation. 2013. Vol. 9, Issue 1, P. 33-56. <https://doi.org/10.7341/2013913>
8. Melissidou, S., Papageorgiou, A., Papayiannis, D., Varcassos, S. Tourism cluster as a potentially effective tool for local development and sustainability // Journal of Tourism Research. 2016. Vol. 9. P. 1-12. URL: <https://jotr.eu/index.php/volume9/75-melissidou>
9. Распоряжение Совета Министров Республики Крым № 774-р от 28.06.2019г «Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым». URL: <https://rk.gov.ru/documents/ae8be9d3-c0a8-41b7-9cb2-1cec88193fe>
10. Mukanov, A., Mutaliyeva, L., and Zharkenova, B. Features and Signs of Modern Tourist Clusters». Economic Series of the Bulletin of L.N. Gumilyov ENU, no. 2, Jan. 2023, pp. 262-73, <https://bulecon.enu.kz/index.php/main/article/view/207>.
11. Лапин, А.С. Развитие туристско-рекреационных кластеров на основе программно-целевых методов управления // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 2. С. 42–49. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-2-42-49>
12. Волошинова, М.В., Кучумов, А.В., Еремичева, П.Ю. Институциональная среда туристских кластеров: роль конкуренции и партнёрства // ЭВ. 2025. №1 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-sreda-turistskih-klasterov-rol-konkurentsii-i-partnyorstva> (дата обращения: 18.09.2025).
13. Портал делового туризма Ростовской области. – URL: <https://meetindonland.ru/about>

References

1. Rudchenko, V.N. Klastery` v turizme: osobennosti klassifikacii, process formirovaniya i metody` ocnki // Obshhestvo. Sreda. Razvitie (Terra Humana). 2016. №4 (41). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-v-turizme->

osobnosti-klassifikatsii-protsess-formirovaniya-i-metody-otsenki (data obrashheniya: 13.03.2026).

2. Rubczova, N.V. Konceptual'naya model' turistskogo klastera: istoriya voprosa i sovremennyj podxod // Vestnik TGE`U. 2014. №3 (71). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-model-turistskogo-klastera-istoriya-voprosa-i-sovremennyy-podhod> (data obrashheniya: 02.04.2026).

3. Nyurenberger, L. B. Regional'ny'e turistsko-rekreacionny'e klastery: podxody k formirovaniyu i razvitiyu / L. B. Nyurenberger, A. V. Mal'gin, N. E. Petrenko // E`konomika, predprinimatel'stvo i pravo. – 2023. – T. 13, № 9. – S. 3443-3454. – DOI 10.18334/epp.13.9.118728

4. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 05.05.2018 N 872-r (red. ot 11.07.2019) «Ob utverzhdenii Konceptcii federal'noj celevoj programmy` «Razvitie vnutrennego i v`ezdnoogo turizma v Rossijskoj Federacii (2019 - 2025 gody`))» . URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/18eb24005fd062573c142fb7f98769137ce7d974/

5. Zakon Udmurtskoj Respubliki ot 22 iyulya 2020 g. N 51-RZ «O nekotoryx voprosax razvitiya turizma i turistskoj deyatel'nosti v Udmurtskoj Respublike». URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/udmurtia/1404857/>

6. Fundenau, D., Badele, S C. The cluster, strategic model of competitiveness in tourism//Analele Universitat din Craiova. Seria: Stiinte Economice. 2012. Vol. 2. P. 166-173. – URL: <https://feaa.ucv.ro/AUCSSE/0042v2-022.pdf>

7. Kachniewska Magdalena Towards the Definition of a Tourism Cluster // Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation. 2013. Vol. 9, Issue 1, P. 33-56. <https://doi.org/10.7341/2013913>

8. Melissidou, S., Papageorgiou, A., Papayiannis, D., Varcassos, S. Tourism cluster as a potentially effective tool for local development and sustainability // Journal of Tourism Research. 2016. Vol. 9. P. 1-12. URL: <https://jotr.eu/index.php/volume9/75-melissidou>

9. Rasporyazhenie Soveta Ministrov Respubliki Kry`m № 774-r ot 28.06.2019g «Ob utverzhdenii strategii razvitiya turisticeskogo klastera Respubliki Kry`m». URL: <https://rk.gov.ru/documents/ae8be9d3-c0a8-41b7-9cb2-1cecb88193fe>
10. Mukanov, A., Mutaliyeva, J., and Zharkenova, B. Features and Signs of Modern Tourist Clusters». Economic Series of the Bulletin of L.N. Gumilyov ENU, no. 2, Jan. 2023, pp. 262-73, <https://bulecon.enu.kz/index.php/main/article/view/207>.
11. Lapin, A.S. Razvitie turistsko-rekreacionny`x klasterov na osnove programmno-celevy`x metodov upravleniya // Gosudarstvennoe i municipal`noe upravlenie. Ucheny`e zapiski. 2024. № 2. S. 42–49. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-2-42-49>
12. Voloshinova, M.V., Kuchumov, A.V., Eremicheva, P.Yu. Institucional`naya sreda turistskix klasterov: rol` konkurencii i partnyorstva // E`V. 2025. №1 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-sreda-turistskih-klasterov-rol-konkurencii-i-partnyorstva> (data obrashheniya: 18.09.2025).
13. Portal delovogo turizma Rostovskoj oblasti. – URL:<https://meetindonland.ru/about>

© М. Б. Мардахаев, 2026. *Московский экономический журнал*, 2026, № 6.