

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РЕГИОНАХ ПРИБАЙКАЛЬЯ: РОЛЬ СОТРУДНИЧЕСТВА КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ¹

Статья посвящена исследованию сотрудничества в туристской сфере как признака и фактора развития туристских кластеров. На основе результатов интервью представителей туристского бизнеса, образования и власти проведен анализ развития туристских кластеров, направлений и наиболее распространенных форм сотрудничества их участников в двух регионах Прибайкалья (Иркутская область и Республика Бурятия). Результаты исследования свидетельствуют о том, что по сравнению с европейской практикой направления сотрудничества российских предприятий туристской сферы с другими экономическими агентами менее разнообразны. Некоторые признаки формирования кластера, основанного на сотрудничестве, найдены в Республике Бурятия, но в Иркутской области они отсутствуют, хотя оба региона выступают объектами целого ряда национальных и региональных программ развития туристских кластеров.

Ключевые слова: туристский кластер, межфирменные отношения, сотрудничество, оз. Байкал

Введение

В России уделяется большое внимание развитию туристских кластеров, что находит свое отражение в Концепции долгосрочного социально-экономического развития и в стратегиях развития отдельных регионов. Согласно федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», на уровне субъектов РФ проводятся мероприятия по стимулированию развития более 23 туристских кластеров на территориях с уникальными природными ресурсами и природными ландшафтами, а также имеющим богатое историко-культурное наследие.

Как показывают теоретические и эмпирические зарубежные исследования, политика смещения приоритетов от поддержки отдельных предприятий к поддержке эффективных взаимосвязей между участниками сферы рекреации и туризма оправданна. Взаимодействие в туристском кластере приводит к возникнове-

нию положительных эффектов в силу наличия пространственной концентрации производства, а также активного взаимовыгодного сотрудничества между участниками цепочки создания ценности туристского продукта. Однако разработка и реализация государственных мероприятий по стимулированию создания и развития туристских кластеров и оценка их эффективности во многом зависят от типа существующих взаимоотношений между участниками.

В данной статье излагаются результаты эмпирического исследования, посвященного выявлению и оценке наличия взаимовыгодного сотрудничества между участниками туристской сферы как признака существования туристских кластеров в регионах Прибайкалья.

1. Содержание понятия и признаки туристского кластера

В отечественной теории и практике последних лет достаточно интенсивно обсуждается тема кластерного подхода как эффективного инструмента долгосрочного развития туризма, что способствует повышению конкурентоспособности и обеспечению устойчивого

¹ © Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. Текст. 2014.

развития территорий. Вместе с тем специалистами до сих пор не выработано единого, полного и непротиворечивого определения понятия «туристский кластер»¹. Многоаспектность существующих определений туристского кластера (ТК), присутствующую в отечественной и зарубежной научной литературе, можно представить следующими подходами к содержанию данного понятия.

В рамках первого подхода ТК рассматривается как эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы (Бени, 2003 [28], Кропинова, Митрофанова, 2009 [13], Саак, Жертовская, 2011 [21]).

В рамках второго подхода ТК трактуется как современный институт, сочетающий систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и внешним окружением (Родригес, 2001 [43], Кизим и др., 2010 [13], Морозова, 2011 [17]).

Представители третьего подхода определяют ТК как популяцию определенного вида экономических объектов, имеющую определенный ареал распространения на территории (Капон, 2004 [30], Пидгурская, 2006 [19], Ферейра, 2009 [32], Гуриева, Созиева, 2009 [7], Кружалин, Шабалина, 2009 [14], Александрова, 2010 [2]).

В рамках четвертого подхода² ТК рассматривается как механизм регионального управления, нацеленный на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития (Новелл, 2006 [42], Дворцов, 2008 [10], Петрова, Клевченков, 2010 [18]).

В рамках пятого подхода ТК определяется как региональная туристско-рекреационная система (Монфорт, 2000 [40], Зиглинд, 2005 [46], Винокурова, 2007 [4], Лыскова, Лукьяненко, 2009 [16], Бойко, 2011 [3]).

Представляется, что в наибольшей степени сущность ТК отражает пятый подход (хотя и присутствующие в его рамках определения требуют некоторого уточнения), поскольку в его рамках есть указание на туристско-рекреационную систему, что предполагает, в числе прочего, взаимодействие между участниками ТК.

¹ Также используются термины «туристско-рекреационный кластер», «туристический кластер», в мировой научной общественности чаще употребляется «туристский кластер» или «*tourismcluster*».

² Первые четыре подхода выделены на основе существующих теоретических подходов к содержанию понятия «кластер» (Романова, Лаврикова, 2008 [20]).

По нашему мнению, для уточнения содержания понятия «туристский кластер» целесообразно определить перечень необходимых и достаточных признаков (характеристик) кластера применительно к туристской сфере деятельности, позволяющий сформулировать определение ТК, которое бы выделяло его из совокупности сопредельных понятий.

Перечень достаточных признаков позволит определить ТК как специфический вид кластера в группе прочих, например, промышленного, сельскохозяйственного, научного и др. Наша точка зрения в определенной мере совпадает с мнением ряда как отечественных (Александрова, 2007 [1], Винокурова, 2007 [4], Кропинова, Митрофанова, 2009 [13], Лыскова, Лукьяненко, 2009 [16]), так и зарубежных специалистов (Джонс, 2003 [37], Йордаш, 2010 [35], Шольц, 2011 [44]). Они отмечают, что ТК присущи не только общие признаки кластеров, но также и специфические признаки, обусловленные особенностями функционирования туристской сферы. Наша точка зрения совпадает с мнением М.Ю. Шерешевой (2010) [25], которая, обобщив имеющиеся разработки в этой области, выделила четыре характерные черты кластера как формы межорганизационного сетевого взаимодействия:

1) наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями;

2) общая культурная и социальная среда: суть признака заключается в установлении особых взаимоотношений между участниками кластера, которые формируют общую культурную и социальную среду, кооперируясь в одном или разных, но связанных между собой процессах. В рамках межфирменной кооперации присутствуют две основные формы взаимоотношений: партнерство (*partnering*) и сотрудничество (*collaboration*). Партнерство — вертикальные взаимоотношения с субъектами рынка на различных уровнях цепочки создания и распределения ценности туристского продукта. Сотрудничество — горизонтальные взаимоотношения организаций, находящихся на одном уровне цепочки создания и распределения ценности туристского продукта, включая конкурентов и тех, кто стремится к сотрудничеству для достижения обоюдной выгоды;

3) отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах);

4) сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера.

Изучение имеющихся исследований позволило нам выделить два дополнительных признака, относящихся к перечню достаточных характеристик (признаков) для определения сущности ТК:

1) наличие туристских ресурсов¹ на географической территории локализации межорганизационной сети;

2) присутствие в кластере потребителей туристских продуктов².

Таким образом, перечень необходимых и достаточных признаков ТК как формы межотраслевого взаимодействия включает в себя следующие положения: наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах); сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера; наличие туристских ресурсов; присутствие в кластере потребителей туристских продуктов, которые в совокупности являются основой для уточнения понимания сущности ТК как формы межотраслевого взаимодействия.

Изложенное позволяет предложить следующее определение ТК: туристский кластер — это стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской дестинации, которая обладает определенным набором необходимых и достаточных признаков, как то наличие группы географически сконцентрированных предприятий, прежде всего, типичных для туристской сферы, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; особая отраслевая специализация; присутствие среди акторов государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ, потребителей туристских продуктов.

¹ Под туристскими ресурсами мы понимаем совокупность природно-климатических, социокультурных и инфраструктурных факторов, используемых при производстве туристского продукта для удовлетворения потребностей человека в процессе и в целях туризма (Даниленко, 2008 [8]).

² Туристский продукт состоит из множества компонентов, которые могут быть как осязаемыми, так и неосязаемыми. Осязаемые туристские продукты — товары: еда и напитки, размещение, транспорт, сувениры, произведения искусств. Неосязаемые туристские продукты — услуги: нахождение в местах проживания, достопримечательности, развлечения, экскурсии (Драчева, 2010 [26]).

2. Исследование туристских кластеров в России и за рубежом: накопленные свидетельства

Изучению ТК в настоящее время посвящено значительное число исследований российских и зарубежных авторов. Однако большая часть публикаций (особенно российских) носит сугубо теоретический концептуальный характер.

Эмпирические исследования функционирования и развития ТК проводились такими зарубежными учеными, как Смит (1989) [48], Монфорт (2000) [40], Макиавелли (2001) [39], Родригес (2001) [43], Бени (2003) [28], Нордин (2003) [41], Новелли (2006) [42], Юзбасиоглу (2011) [49] и другими авторами, а также специалистами Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Поскольку туризм во второй половине XX в. развивался преимущественно в развитых странах, то эмпирические исследования развития ТК «географически привязаны» в основном к странам Европейского союза и Северной Америки. Намного меньше подобных работ относится к развивающимся странам, особенно Азиатского региона. Исключением являются исследования ТК в Китае, Тайланде, Турции, где туризм выступает одной из ключевых сфер национальной экономики.

Среди исследований, посвященных практике функционирования и развития ТК в России, можно отметить работы Т.Х. Созаевой (2008) [23], Ю.Ю. Морозовой (2011) [17], А. Лобкина (2011) [15], А.И. Зырянова, С.Э. Мышлявцева (2012) [11], И.П. Савченко (2012) [22], Т.А. Шевченко (2012) [24], Л.К. Гуриевой, Т.Г. Курскиева (2012) [6] и др. Изучение данных исследований позволяет констатировать, что в основном они носят описательный характер и отражают пространственную концентрацию и количественную характеристику входящих в кластер субъектов. Эмпирические исследования, посвященные изучению межорганизационных взаимодействий между субъектами российских ТК, отсутствуют.

Вместе с тем, среди факторов развития ТК особое место занимает сотрудничество между субъектами туристской сферы [29, 38, 45, 47]. Зарубежные специалисты приводят значительное число доказательств положительного влияния межфирменного сотрудничества на функционирование ТК. Хороший обзор имеющихся работ представлен Церер (2010) [50]. Результаты исследования Хилал (2010) [33] подтверждают важность и силу взаимосвязи субъектов туристской сферы в осуществлении творческих проектов, создании новых продуктов и процессов. В работе Эркус (2008) [31] по-

Таблица 1

Показатели туристской сферы регионов Прибайкалья

Показатели туристской сферы	Иркутская область			Республика Бурятия		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	241	271	203	218	282	301
Число туристских фирм (туроператоры и турагенты)	129	202	158	38	38	57
Численность обслуженных лиц, тыс. чел.	74708	141416	166081	38743	33524	41445
Объем туристско-рекреационных услуг, млн руб.	4128,6	4555,5	4681,7	1448,3	1658,3	1683,0
Количество туристов на 1000 чел. населения	30,6	58,2	68,5	40,0	34,5	42,7
Среднее количество турпакетов, реализованных населению одним туристским предприятием	1168,5	1868,7	1230,1	207,0	134,1	236,5
Объем туристско-рекреационных услуг на душу населения, руб/чел.	85,3	101,2	113,5	74,7	83,5	121,5
Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, включая специальные, чел/ место	76,8	32,1	36,3	77,7	27,4	31,6

казана важность взаимосвязей между субъектами туристской сферы для повышения производительности туристских фирм и кластеров. При этом исследователями Бенгстон, Кук (1999) [27] было продемонстрировано, что вертикальные и горизонтальные отношения между субъектами в сфере туризма могут, тем не менее, характеризоваться конкуренцией и конфликтами. Таким образом, отношения между субъектами туристской сферы могут быть разнонаправленными.

Наше исследование направлено на выявление свидетельств кооперации и сотрудничества между субъектами туристской сферы в двух регионах России, обладающих существенным потенциалом для развития туризма и ТК. В ходе исследования мы попытаемся ответить на вопрос: является взаимодействие субъектов туристской сферы на ограниченной территории свидетельством формирования ТК, или же их близкое размещение порождает положительные внешние эффекты, не являющиеся результатом кластерного взаимодействия в сфере туризма. Иными словами, можно ли рассматривать межорганизационное взаимодействие между субъектами туристской сферы как косвенное свидетельство существования (признак) ТК.

3. Межорганизационное взаимодействие между субъектами туристской сферы Прибайкалья

Цели и методы исследования. Целью нашего исследования является выявление форм и характера сотрудничества между участниками сферы рекреации и туризма в Прибайкалье (Иркутская область и Республика Бурятия) как необходимого признака развития ТК.

Регионы, в которых проводилось исследование — Иркутская область и Республика Бурятия

— расположены по обе стороны акватории оз. Байкал. Оба региона обладают уникальными природными ресурсами и ландшафтами, а также богатым историко-культурным наследием. Это позволяет говорить о данных регионах как о сходных территориях во многом с одинаковыми условиями функционирования туристской сферы. На территориях обоих регионов осуществляется государственная поддержка развития туризма — образованы особые экономические зоны туристического типа (ОЭЗ «Ворота Байкала» — Иркутская область и ОЭЗ «Байкальская гавань» — Республика Бурятия), что предполагает создание благоприятных условий для организации туристического, спортивного, рекреационного и других видов бизнеса, формирования ТК. Некоторая статистика, характеризующая туристскую сферу в данных регионах, представлена в таблице 1.

Таким образом, на данных территориях в явном виде присутствуют следующие необходимые и достаточные признаки ТК: наличие типичных для туристской сферы группы географически сконцентрированных предприятий; особая отраслевая специализация; присутствие среди акторов государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ; присутствие потребителей туристских продуктов.

Вместе с тем, мы не можем говорить о присутствии на данных территориях необходимого признака ТК — общей культурной и социальной среды, то есть взаимоотношений в различных формах между субъектами туристской сферы. Для того чтобы выявить его наличие на территориях Прибайкалья, мы провели серию интервью (экспертный опрос) с руководителями предприятий — участников потенциальных ТК. Объектами исследования выступали

представители туристского бизнеса (туристских организаций (туроператоры и турагенты) и средств размещения (гостиницы, отели, базы отдыха, пансионаты и т. д.)), сферы образования и органов региональной и муниципальной власти. Период исследования: февраль — июнь 2013 г. Всего было опрошено 63 респондента, из них 43 — руководители предприятий сферы туризма, остальные — представители региональных властей, образовательных и научных учреждений. Репрезентативность результатов в масштабах рассматриваемых регионов Прибайкалья обеспечивалась следующими характеристиками выборочной совокупности:

- по направлению «власть» были опрошены руководители (или их заместители) регионального (г. Иркутск) и республиканского (г. Улан-Удэ) агентств по туризму, а также руководители отделов по туризму муниципальных образований (г. Иркутск и г. Улан-Удэ) — 6 респондентов;

- по направлению «образование» были опрошены представители профильных кафедр (заведующие кафедрами и сотрудники) вузов: г. Иркутск (5 вузов) и г. Улан-Удэ (3 вуза) — 14 респондентов.

- по направлению «бизнес» осуществлялся экспертный опрос, экспертами выступали руководители предприятий туристской сферы: руководители туристских предприятий (туроператоров и турагентов) — 23 респондента, руководители средств размещения — 20 респондентов.

Рабочие документы для проведения опроса разрабатывались для каждого вида субъектов взаимоотношений (бизнес, власть, образование). Сценарий интервью с представителями туристского бизнеса включал вопросы о типе и масштабах сотрудничества между предприятиями, взаимодействии предприятий с региональными и местными властями, учреждениями сферы образования), формах поддержки, полученной участниками ТК. Сценарий интервью с представителями региональных и местных властей предполагал оценку государственной политики, направленной на развитие туризма в регионе, включал вопросы об оценке наличия кластера в регионе, формах поддержки предприятий. Сценарий интервью с представителями образовательных (научных) учреждений охватывал вопросы о востребованности выпускников, направлениях и масштабах сотрудничества с туристскими предприятиями, качестве образования, развитости и роли кластеров в регионе и мерах их развития. Сценарий интервью и рабочие документы

(опросные листы) были разработаны таким образом, чтобы все интервьюируемые участники взаимоотношений высказали свое мнение по схожему перечню вопросов.

Гипотезы, подлежащие проверке в ходе эмпирического исследования, состояли в следующем.

Гипотеза 1. Туристские предприятия Иркутской области в меньшей степени готовы к совместной деятельности, раскрытию информации и отношениям, рассчитанным на долгосрочное сотрудничество, нежели предприятия Республики Бурятия. Поэтому перечень форм сотрудничества, формирующих ТК в Иркутской области, может оказаться более ограниченным по сравнению с Республикой Бурятия.

Гипотеза 2. Предприятия туристской сферы регионов Прибайкалья не видят целесообразности в активном сотрудничестве с органами государственной власти и образовательными учреждениями, что может означать, что планы государства по развитию кластеров не опираются на готовность предприятий к взаимному сотрудничеству.

Гипотеза 3. Источники проблем на пути межфирменной кооперации и построения взаимоотношений различны в двух рассматриваемых регионах.

Подтверждение гипотез 1–3 свидетельствовало бы об отсутствии ТК, построенных на основе сотрудничества в регионах Прибайкалья, и о присутствии некоторых форм взаимодействия субъектов туристской сферы, обусловленных их территориальной концентрацией.

Сотрудничество с партнерами по бизнесу. Полученные данные свидетельствуют, что у предприятий сферы рекреации и туризма Прибайкалья присутствует ориентация на взаимоотношения с партнерами, находящимися в том же регионе — такую оценку дали 56 % руководителей туристских предприятий Иркутской области и 86 % — Республики Бурятия (рис. 1). Это может рассматриваться как косвенное свидетельство наличия признака взаимодействия между субъектами туристской сферы в рамках конкретной туристской дестинации. Однако география размещения основных партнеров по бизнесу субъектов туристской сферы Прибайкалья не ограничивается одним регионом: большая часть респондентов отметила, что их основные партнеры расположены также в других регионах России и за рубежом (рис. 1)¹.

¹ Хотя выявление ключевых компетенций опрошенных компаний не входило в задачи исследования, представ-

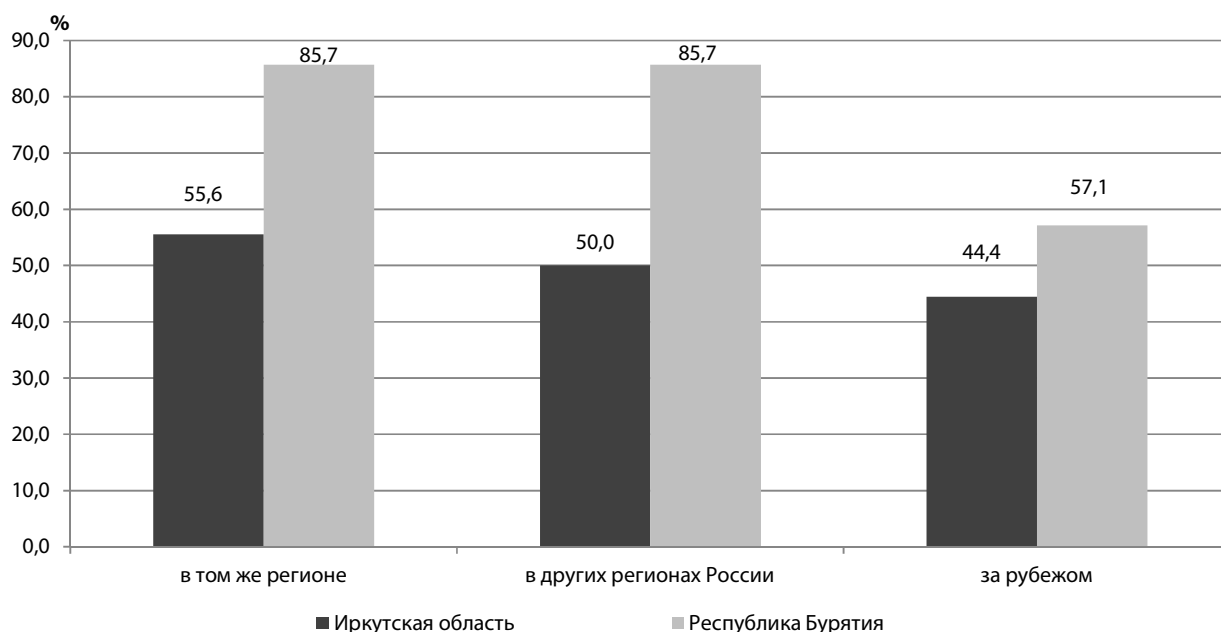


Рис. 1. Размещение основных партнеров в сфере туризма в Иркутской области и Республике Бурятия

В рамках интервью обнаружено много свидетельств сознательного сотрудничества между предприятиями туристской сферы. На вопрос о готовности предоставить дополнительные возможности своим партнерам большинством экспертов были отмечены следующие варианты ответов: предоставление скидок (31 % — Иркутская область и 86 % — Республика Бурятия); изменение состава или качества предоставляемых услуг (55 % — Иркутская область и 71 % — Республика Бурятия); пересмотр условий платежей (42 % Иркутская область и 29 % Республика Бурятия). Таким образом, у субъектов туристской сферы обоих регионов присутствует готовность к сотрудничеству.

Легкость смены партнеров по бизнесу отмечает большая часть экспертов (представителей бизнеса) Республики Бурятия — 57,1 %, с ними согласны только 39 % экспертов из Иркутской области. Большая часть экспертов из Иркутской области отмечают наличие затруднений, возникающих при смене партнеров по бизнесу — 55,6 %, с ними согласны 28,6 % экспертов из Республики Бурятия. Тем не менее, взаимоотношения с партнерами у предприятий туристской сферы обоих регионов выглядят доста-

точно устойчивыми и, что также важно, географически сконцентрированными.

Результаты исследования позволили выявить распространенность неформальных отношений в туристской сфере регионов — их наличие отмечают все эксперты из Республики Бурятия и 90,3 % экспертов Иркутской области. Большинство экспертов согласны с тем, что неформальные отношения необходимы для успешного сотрудничества (39 % в Иркутской области и 57 % в Республике Бурятия) и урегулирования нестандартных ситуаций (52 % и 29 % соответственно), традиционными для туристской сферы их назвали 29 % экспертов Республики Бурятия.

Таким образом, в обоих регионах наблюдаются признаки достаточно устойчивых межфирменных связей между субъектами туристской сферы. При этом в Республике Бурятия они являются скорее проявлением неформальных контактов между расположенными в географической близости предприятиями, в то время как в Иркутской области — результатом взаимозависимости в процессе предоставления туристских услуг.

Сотрудничество с конкурентами. Сотрудничество с конкурентами является отличительной особенностью кластера, когда, несмотря на соперничество за ресурсы и конечных потребителей, компании находят возможности для взаимовыгодной кооперации, повышающей эффективность всех участников отношений. Заметим, что это верно только для кластера в понимании сотрудничества. На рис. 2 представлена информация о формах сотруд-

ленные данные по двум рассматриваемым регионам, на наш взгляд, являются сопоставимыми поскольку респондентами практически в равной пропорции выступали как представители туристских компаний, так и средств размещения. Кроме того, согласно имеющейся статистике, подавляющее число туристских компаний Прибайкалья являются турагентскими компаниями, поэтому можно условно считать, что их ключевые компетенции отличаются несущественно.

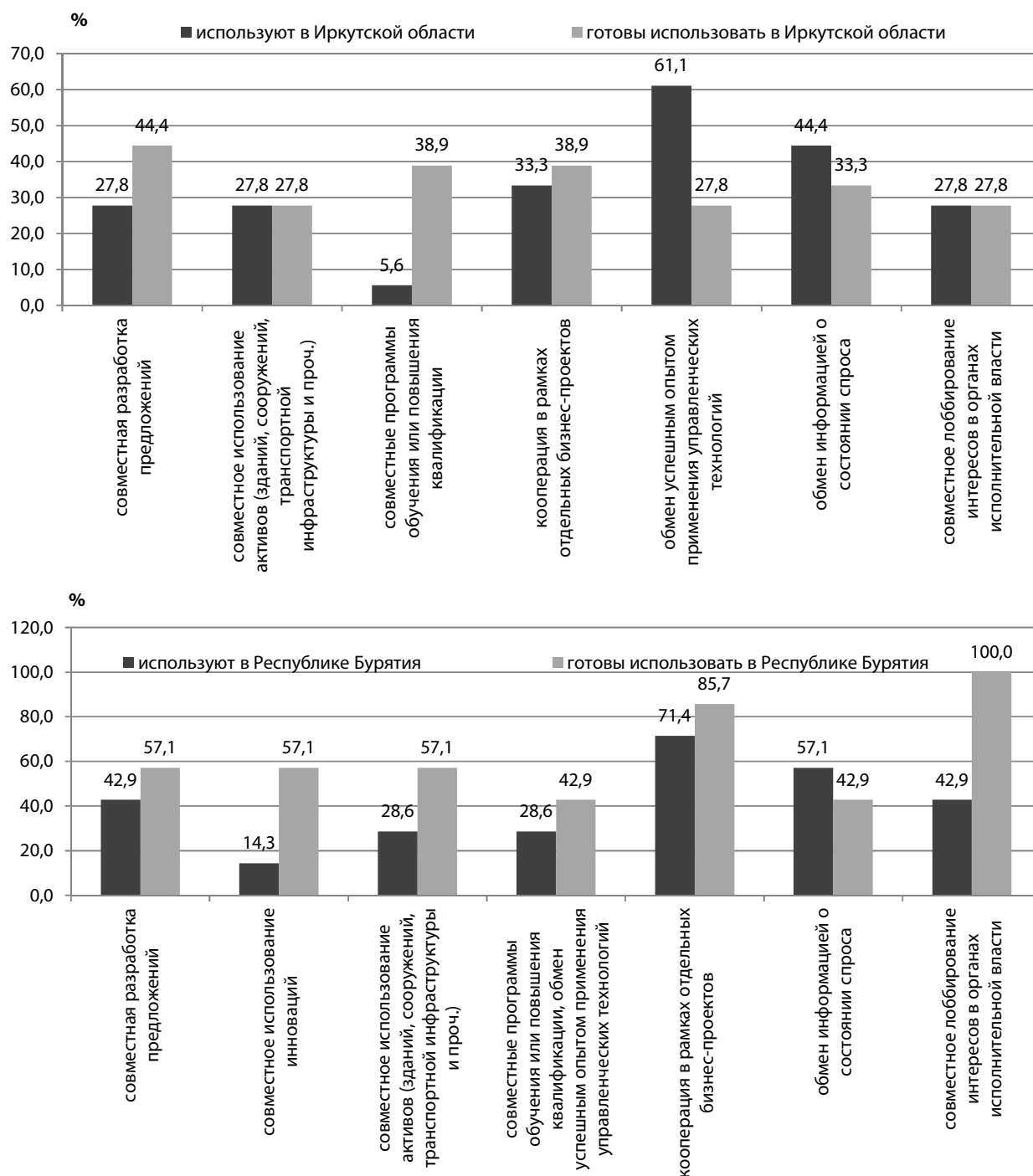


Рис. 2. Формы сотрудничества с конкурентами, которые предприятия туристской сферы используют или готовы использовать, в Иркутской области и Республике Бурятия

ничества с конкурентами, которые предприятия туристской сферы используют или готовы использовать. Гипотетически все виды кооперации рассматриваются респондентами как возможные в обоих регионах, включая обмен информацией о технологии производства, совместное использование инноваций, совместные программы обучения и повышения квалификации персонала. На практике, однако, всестороннее сотрудничество отсутствует — до-

минирует фактор конкуренции, что особенно заметно в Иркутской области, где кооперация ограничивается обменом успешным опытом применения управленческих технологий, информацией о состоянии спроса и разработкой совместных предложений. В Республике Бурятия кооперация между конкурентами выше.

Компании кооперируются в рамках отдельных бизнес-проектов, осуществляют совмест-

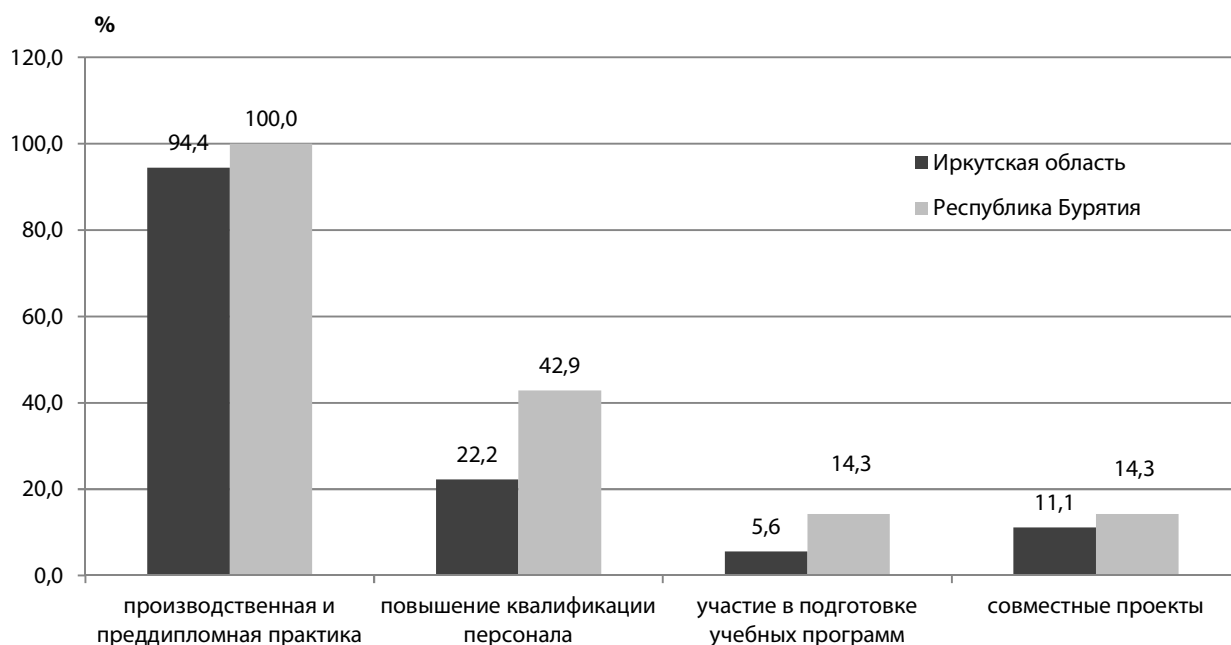


Рис. 3. *Формы сотрудничества предприятий туристской сферы с образовательными учреждениями в Иркутской области и Республике Бурятия*

ную разработку предложений, используют совместные программы обучения и повышения квалификации персонала, обмениваются информацией о состоянии спроса и успешным опытом применения управленческих технологий, лоббируют интересы в органах исполнительной власти.

Различия в развитости кооперации между конкурентами в рассматриваемых регионах можно объяснить состоянием конкуренции. При оценке уровня конкуренции в отрасли большая часть респондентов Иркутской области отметили, что работают в условиях высокой конкуренции — 72 %, тогда как большинство экспертов Республики Бурятия (71 %) оценили конкуренцию в отрасли как среднюю.

Сотрудничество с образовательными учреждениями. Локализация учебных учреждений, выпускники которых привлекаются к работе на предприятиях туристской сферы, в регионах не очень высокая (рис. 3): 47 % представителей туристских предприятий Иркутской области отметили, что доля сотрудников их организаций, которые являются выпускниками региональных учебных заведений (готовящих кадры для сферы рекреации и туризма), составляет менее 50 %. В Республике Бурятия такую оценку дали 67 % представителей компаний. Однако 35 % руководителей предприятий туристской сферы Иркутской области отмечают, что выпускники региональных учебных заведений, готовящих кадры для сферы туризма, составляют более 80 % их сотрудников, в Республике Бурятия с этим согласны только

17 % опрошенных. Таким образом, географическая концентрация связей между бизнесом и образованием слабая, при этом она в большей степени характерна для Республики Бурятия.

Удовлетворенность руководителей компаний уровнем подготовки выпускников образовательных учреждений средняя: соответствие качества высшего образования потребностям компании отметили 41 % респондентов Иркутской области и 34 % респондентов Республики Бурятия. Руководители туристских предприятий отмечают ряд пробелов в подготовке выпускников: отсутствие знаний в области использования компьютера и программного обеспечения, географии, завышенные самооценки и требования к работодателю, низкий уровень языковой подготовки, отсутствие практических навыков.

Вместе с тем, представители сферы образования оценивают качество своих учебных планов подготовки достаточно высоко — 81 % опрошенных представителей образования считают, что учебные планы соответствуют потребностям предприятий сферы туризма на 70 % и более. Расхождения оценок в определенной мере свидетельствуют о неразвитости взаимодействия (несогласовании целей действий) между представителями бизнеса и образования.

Более глубокий анализ ответов респондентов показал, что сотрудничество предприятий туристской сферы с образовательными учреждениями носит преимущественно традиционный характер — привлечение студентов в каче-

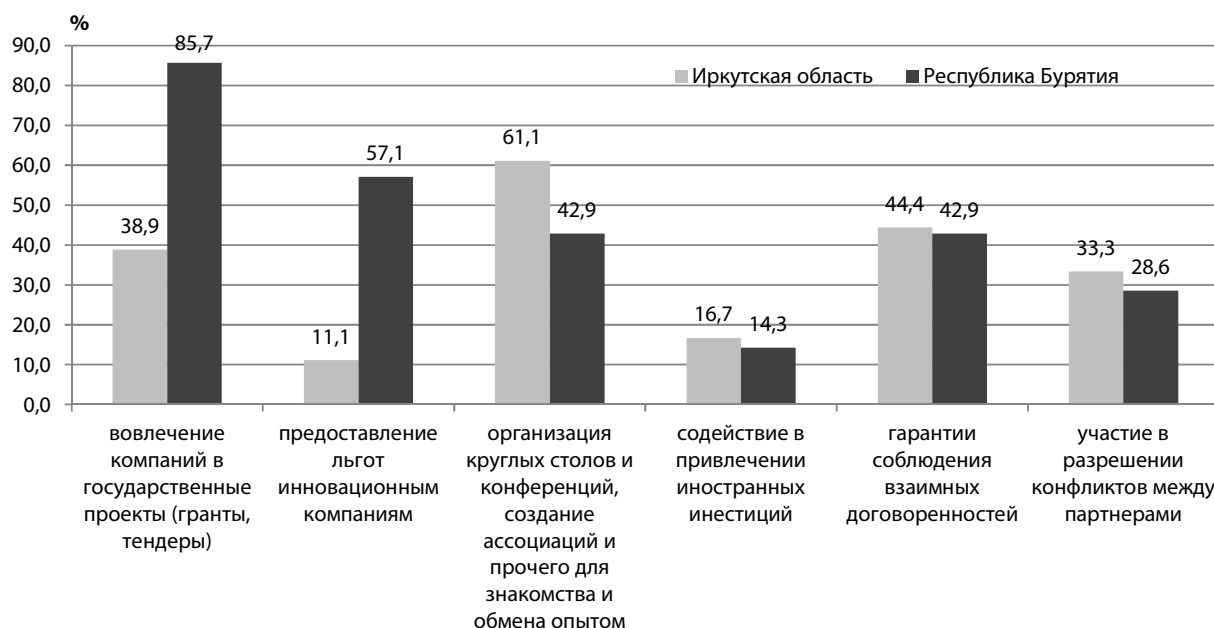


Рис. 4. Меры государственной поддержки, в которых нуждаются предприятия туристской сферы в Иркутской области и Республике Бурятия

стве наемных работников на период прохождения производственной или преддипломной практики, наличие курсов повышения квалификации сотрудников (рис. 3).

Взаимодействие с учебными заведениями с целью адаптации учебных программ к своим потребностям осуществляет незначительное число опрошенных предприятий туристской сферы. Кроме того, представители образовательных учреждений обоих регионов упоминают об осуществлении совместных проектов. В целом результаты интервью свидетельствуют о том, что сотрудничество между предприятиями туристской сферы и образовательными учреждениями в рассматриваемых регионах развито не очень активно. Обе стороны осознают, что существует большой потенциал для развития и углубления этих отношений, и демонстрируют заинтересованность в кооперации.

Взаимодействие с региональными органами исполнительной власти. Эффективность государственной политики, направленной на развитие туризма в регионе, эксперты двух регионов оценивают неоднозначно. В Иркутской области эффективной ее считают 26 % представителей туристского бизнеса, 33 % представителей сферы образования и 9 % представителей исполнительной власти региона. В Республике Бурятия положительные оценки намного выше: 57 % экспертов со стороны бизнеса, 75 % — образования и 100 % — власти удовлетворены государственной политикой, направленной на развитие туризма в регионе.

Необходимость обсуждать напрямую с региональными властями проблемы развития бизнеса отмечают 83 % респондентов Иркутской области и 71 % Республики Бурятия. Лично знакомы с руководителями органов исполнительной власти в регионе, ответственными за разработку и проведение политики в области развития туризма, 44 % и 91 % респондентов соответственно. С основными задачами экономической политики региональных органов исполнительной власти и стратегическими планами развития специализации региона знакомы 56 % и 100 % респондентов Иркутской области и Республики Бурятия соответственно.

В целом эта информация свидетельствует о том, что взаимодействие предприятий с региональными органами власти в Иркутской области весьма слабое, тогда как в Республике Бурятия оно явно выражено.

Мерами государственной поддержки, в которых нуждаются предприятия туристской сферы, были названы: вовлечение компаний в государственные проекты, организация круглых столов и конференций, создание ассоциаций и прочего для знакомства и обмена опытом. Более 40 % респондентов обоих регионов указали на целесообразность привлечения государства в качестве гаранта соблюдения взаимных договоренностей; примерно третья часть опрошенных видит его в качестве модератора при разрешении конфликтов (рис. 4).

Приоритетными мерами государственной политики повышения эффективности взаи-

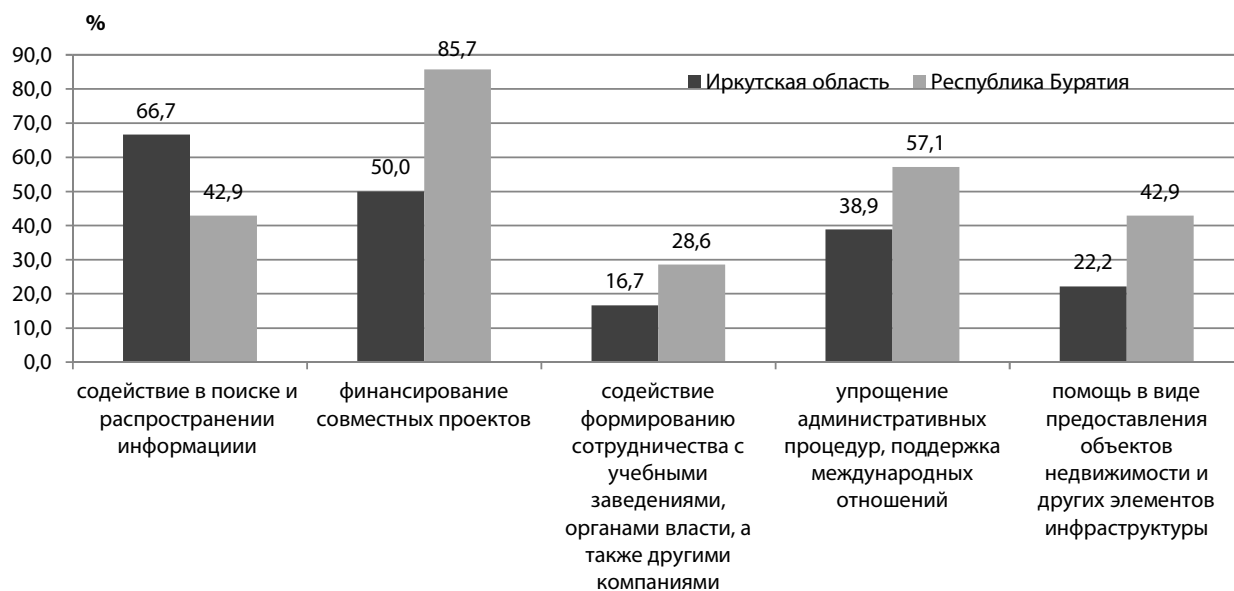


Рис. 5. Меры государственной политики повышения эффективности взаимодействия между участниками туристской сферы в Иркутской области и Республике Бурятия

модействия между участниками туристской сферы представители бизнеса обоих регионов назвали содействие в поиске распространения информации, финансирование совместных проектов, упрощение административных процедур и поддержку международных отношений, помощь в виде предоставления объектов недвижимости и других элементов инфраструктуры.

Не очень высоко роль государства была оценена в области содействия формированию сотрудничества с учебными заведениями, органами власти, а также другими компаниями, то есть развитие взаимоотношений с этими субъектами предприятия могут осуществлять без участия исполнительной государственной власти (рис. 5).

На вопрос о необходимости появления в регионе крупной компании (государственно-частное партнерство), координирующей деятельность предприятий в области туризма и гостеприимства, положительно ответили 61 % представителей бизнеса из Иркутской области и 70 % из Республики Бурятия, что свидетельствует о готовности бизнеса к развитию взаимодействия с помощью власти. Таким образом, в целом респонденты продемонстрировали спрос на меры государственной поддержки развития сотрудничества. Полученные результаты свидетельствуют, что меры государственной поддержки должны способствовать формированию и установлению долгосрочных взаимовыгодных отношений между всеми участниками ТК как необходимых и достаточных признаков проявления ТК.

Полученный в результате сопоставления разных точек зрения обобщенный перечень возможных направлений государственной политики охватывает большую часть применяемых в зарубежных странах мер по поддержке кластеров. По результатам исследования [34], большинство опрошенных компаний получает наиболее значимую поддержку государства в форме содействия в поиске и распространении информации (например, организацию публичных мероприятий упомянули 45 % опрошенных, обеспечение передачи информации — 43 %). В ЕС 41 % фирм также отмечают, что власти внесли вклад в финансирование совместных проектов участников кластера. Представители около 40 % опрошенных компаний утверждают, что государство содействовало формированию сотрудничества с университетами, органами власти, а также другими компаниями. Менее распространенными формами поддержки кластеров являются упрощение и выполнение административных процедур, поддержка международных отношений (упомянута 1/3 компаний). Помощь через предоставление объектов недвижимости и других элементов инфраструктуры получает также 1/3 компаний. Таким образом, наличие инструментов поддержки, нацеленной на формирование кластеров, объединяет туристские предприятия регионов Прибайкалья с зарубежными компаниями.

Оценка понимания сущности и наличия кластера респондентами. Знакомство с концепцией кластера (т. е. способность дать определение термина) демонстрируют около 77 %

представителей бизнеса, 47 % представителей образования, 80 % представителей власти. Однако в большинстве своем понимание кластера ограничивается территориальной концентрацией предприятий одной или нескольких связанных отраслей. О сотрудничестве между участниками экономической деятельности и синергетическом эффекте упоминают далеко не все. Такое же понимание кластеров неявно лежит в основе большинства региональных кластерных инициатив: чаще всего мероприятия по развитию кластеров ориентированы на развитие производственных мощностей в определенных секторах, в то время как стимулированию сотрудничества между существующими предприятиями уделяется мало внимания. При этом, однако, развитие кооперации часто рассматривается как прямое следствие увеличения числа предприятий технологически связанных отраслей в регионе.

Включение в число характеристик кластера, помимо географического расположения, технологических взаимосвязей и кооперации производителей, наличие ключевого актора широко распространено в России [5], в то время как в определениях кластера, встречающихся в зарубежной литературе, это скорее исключение [36]. На наш взгляд, данное положение отражает важную проблему не только развития сотрудничества, но и модернизации предприятий в целом — отсутствие инициатора преобразований, который одновременно обладал бы полномочиями и возможностями, достаточными для обеспечения выполнения всеми участниками группы предприятий взятых ими на себя обязательств. На вопрос о существовании кластера в регионе положительно ответили 92 % респондентов из Республики Бурятия и 47 % респондентов из Иркутской области. Таким образом, степень развития кластерных отношений в Иркутской области субъективно оценивается респондентами намного ниже, чем в Республике Бурятия. Заметим также, что согласно федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» в Иркутской области в настоящее время формируется один туристский кластер, тогда как в Республике Бурятия их четыре.

Обобщая результаты интервью, можно сделать вывод о том, что в рассматриваемых регионах Прибайкалья имеются предпосылки для формирования туристских кластеров как сети активно взаимодействующих предприятий в форме партнерства, учебных и научных учреж-

Таблица 2

Признаки наличия кластерных взаимоотношений в регионах Прибайкалья*

Признак	Иркутская область	Республика Бурятия
Сотрудничество с бизнес-партнерами	+	+
Сотрудничество с конкурентами	—	—
Сотрудничество с образовательными учреждениями	+	+
Взаимодействие с региональными органами исполнительной власти	—	+
Взаимодействие с местными органами исполнительной власти	+	+
Самооценка наличия кластера	—	+

* Оценка наличия (отсутствия) признака выставлялась исходя из результатов исследования. Положительная оценка выставлялась в случае, если данный признак был отмечен более чем половиной респондентов.

дений при поддержке региональных органов власти. Вместе с тем, в рассматриваемых регионах не развиты взаимоотношения в форме сотрудничества между конкурентами, что свидетельствует о несформированности одного из необходимых и достаточных признаков ТК.

При этом в Республике Бурятия оценка наличия кластера субъектами туристской сферы присутствует, тогда как в Иркутской области респонденты в большинстве своем отмечают отсутствие туристских кластеров в регионе (табл. 2).

Заключение

Результаты интервью не подтвердили только одну из выдвинутых гипотез (гипотеза 2). Предприятия туристской сферы Иркутской области в меньшей степени демонстрируют готовность к сознательной кооперации, по сравнению с Республикой Бурятия (гипотеза 1). Представляется, что на поведение предприятий Иркутской области воздействует высокая конкуренция в отрасли и риск изъятия квази-ренды, который перевешивает стимулы, связанные с ее созданием. Результаты исследования свидетельствуют о том, что по сравнению с европейской практикой направления сотрудничества российских предприятий туристской сферы с другими экономическими агентами менее разнообразны, особенно это проявляется в Иркутской области. В свою оче-

редь, предприятия туристской сферы регионов Прибайкалья заинтересованы в активном сотрудничестве с органами государственной власти и образовательными учреждениями (гипотеза 2), но в то же время они ждут от государства большей эффективности в реализации программ по развитию туризма и поддержке туристских кластеров. Подтвердилась и гипотеза о разных источниках возникновения проблем, препятствующих развитию межфирменной кооперации и взаимоотношениям в регионах (гипотеза 3). Основными проблемами неразвитости взаимоотношений между субъектами туристской сферы Иркутской области являются неразвитость форм сотрудничества между предприятиями, обусловленная высокой конкуренцией в отрасли, и слабое взаимодействие между бизнесом и вла-

стью, а в Республике Бурятия — отсутствие в регионе общей координации и стратегии действий по развитию ТК. В целом представители обоих регионов считают необходимым формирование общей стратегии и координации в развитии ТК. Признаки формирования ТК, основанного на сотрудничестве, найдены в Республике Бурятия. В то же время в Иркутской области имеются предпосылки для формирования ТК как сети активно взаимодействующих предприятий, учебных и научных учреждений при поддержке региональных органов власти. Полученные результаты подталкивают к выводу о том, что при организации государственной политики в отношении ТК, вероятно, следует ориентироваться в первую очередь на кластеры, возникающие в результате целенаправленного сотрудничества.

Работа выполнена при финансовой поддержке государственного задания № 2014/52 на выполнение государственных работ в сфере научной деятельности в рамках базовой части проекта № 1841 «Активизация ресурсного потенциала Прибайкальского региона как фактора его устойчивого социально-экономического развития». (Номер госрегистрации в ФИАНУ ЦИТиС 01201458900).

Авторы благодарны участникам исследования — представителям бизнеса, коллегам из других вузов, а также государственным служащим Иркутской области и Республики Бурятия — за содействие, ответы и комментарии, высказанные в ходе интервью.

Список источников

1. Александрова А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского ун-та. — 2007. — №5. — С. 43-62. — (6. Экономика).
2. Александрова А. Ю. Международный туризм. — М.: Кнорус. 2010. — 464 с.
3. Бойко А. Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг : автореф. дисс. ... канд. экон. наук. — СПб.: Балтийская академия туризма и предпринимательства, 2011. — 24 с.
4. Винокурова М. В. Кластерный подход к повышению конкурентоспособности региона: дисс. ... канд. экон. наук. — Иркутск: БГУЭП, 2007. — 186 с.
5. Голованова С. В., Авдашева С. Б., Кадочников С. М. Межфирменная кооперация. Анализ развития кластеров в России // Российский журнал менеджмента. — 2010. — Том 8. — №1. — С. 41-66.
6. Гуриева Л. К., Курские Т. Г. Проблемы формирования туристского кластера в Республике Северная Осетия — Алания. // Гуманитарные и социально-экономические науки. — 2012. — №6. — С. 156-159.
7. Гуриева Л. К., Созиева З. И. Туристический кластер региона. Проблемы и перспективы создания // Региональная экономика. Теория и практика. — 2009. — №22 (115). — С. 72-80.
8. Даниленко Н. Н., Людвиг Л. П. Региональные туристские ресурсы. Понятие, влияние на развитие туризма, стратегия управления. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008. — 210 с.
9. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» // Региональная экономика. Теория и практика. — 2013. — №33(312). — С. 45-53.
10. Дворцов В. И. Пространственное развитие территорий на основе кластерных технологий // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — №2. — С. 61-68.
11. Зырянов А. И., Мышлянцева С. Э. Туристские кластеры и доминанты. На примере Пермского края // Известия Российской академии наук. — 2012. — №2. — С. 13-20. — (Географическая).
12. Кизим А. А., Вальшиапов А. Н., Кулькова И. В. Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе развития туристического кластера // Региональная экономика. Теория и практика. — 2010. — №26(161). — С. 52-59.
13. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Регионально-географический подход к понятию «туристско-рекреационный кластер» // Вестник РГУ им. И. Канта. — 2009. — №1. — С. 70-75.
14. Кружалин В. И., Шабалина Н. В. Формирование туристско-рекреационных кластеров на принципах частно-государственного партнерства // Бизнес-мотор. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/Сентябрь1-_09_09\(1\).ppt](http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/Сентябрь1-_09_09(1).ppt)
15. Лобкин А. Сахалинский туристский кластер // Самоуправление. — 2011. — №9. — С. 36-38.
16. Лысыкова О. В., Лукьяненко Е. В. Саратовский туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития. Ч. 1 // Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа. Мат. Российской научно-практической конференции, Елец, Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, июнь, 2009 // Елецкий государственный универ-

ситет. [Электронный ресурс]. URL: http://elskst.ucoz.ru/publ/rossijskie_konferencii/osobyeh_ekonomicheskikh_zon_turistsko-rekreacionnogo_tipa/lysikova_o_v/4-1-0-77 (дата обращения 19.01.2014).

17. Морозова Ю. Ю. Формирование туристско-рекреационного кластера Краснодарского края // Российское предпринимательство. — 2011. — № 5-1. — С. 191-196.

18. Петрова О. Н., Клевченков М. Г. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона // Региональная экономика. Теория и практика. — 2010. — № 13(148). — С. 45-51.

19. Пидгурская Н. Н. Кластерный подход к регулированию туризма в регионе: дисс. ... канд. экон. наук. — Иркутск : БГУЭП, 2006. — 163 с.

20. Романова О. А., Лаврикова Ю. Г. Потенциал кластерного развития экономики региона // Проблемы прогнозирования. — 2008. — № 4. — С. 56-70.

21. Саак А. Э., Жертковская Е. В. Современные направления формирования туристской политики муниципального образования // Туризм. Право и экономика. — 2011. — № 2(37). — С. 24-29.

22. Савченко И. П. Туристско-рекреационный кластер как основа роста экономики Ставропольского края // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. — 2012. — № 3. — С. 7-11.

23. Созаева Т. Х. Кластерная концепция устойчивого хозяйственного развития Южного федерального округа // Региональная экономика. Теория и практика. — 2008. — № 25. — С. 12-18.

24. Шевченко Т. А. Тенденции развития туристско-рекреационного кластера региона. На примере Самарской области // Вестник ИНЖЭКОНа. — 2012. — № 1. — С. 492-494. — (Экономика).

25. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций: учеб. пособие. / Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010. — 339 с.

26. Экономика и организация туризма. Международный туризм : учебное пособие / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др. ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. ; 4-е изд., испр. и доп. — М.: КноРус, 2010. — 576 с.

27. Bengtsson M., Kock S. (1999). Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13(3), 178-193.

28. Beni M. C. Globalizaçãodoturismo: megatendências do setor e a realidadebrasileira. São Paulo: Aleph. 2003.

29. Bieger T. (2004). SMEs and cooperation. In P. Keller & T. Bieger (Eds.), *The future of small and medium sized enterprises in tourism* (pp. 141-149). St. Gallen: AIEST.

30. Capone F. Regional competitiveness in tourist local systems, 44th European Congress of the European Regional Science Association (ERSA), "Regions and fiscal federalism", University of Porto, Portugal. 2004. (20 p.)

31. Erkus O. H. (2008) The role of local and global networking for tourism firms and clusters: The case of Antalya, Unpublished PhD Thesis of Middle East Technical University (Ankara, Turkey). (328 p.)

32. Ferreira J., Estevão C. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal. // MPRA Paper No. 14853, posted 25. April 2009. (19 p.)

33. Hilal E. O. The Significance of Networking and Company Size in the Level of Creativeness of Tourism Companies: Antalya Case // *European Planning Studies* Vol. 18, No. 8, August 2010. (1247-1266 PP.)

34. Innobarometer on Cluster's Role in Facilitating Innovation in Europe. Analytical Report. 2006. Flash Eurobarometer Report No. 187. The Gallup Organization. (125 p.)

35. Iordache C., Ciochina I., Asandei M. Clusters — Tourism Activity Increase Competitiveness Support // *Theoretical and Applied Economics* Volume XVII (2010), №5(546), pp. 99-112.

36. Jacobs D., De Man A. P. 1996. Clusters, industrial policy and firm strategy: A menu approach. *Technology Analysis and Strategic Management* 8 (4): 425-437.

37. Jones C., Munday M., Roberts A. Regional Tourism Satellite Accounts: A Useful Policy Tool?, *Urban Studies*, (2003), 40(13), pp. 2777-2794.

38. Keller P. (2004). The future of SMEs in tourism. In P. Keller & T. Bieger (Eds.), *The future of small and medium sized enterprises in tourism* (pp. 7-21). St. Gallen: AIEST.

39. Machiavelli A. Tourist Destinations as Integrated Systems [Electronic resource] // *Tourism Review* — 2001. — Vol. 56, N 3/4. — P. 6-11.

40. Monfort M., V. M. (2000). Competitividad y factores críticos de éxito en la "hotelería de litoral": experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de València, España, 2000). Retrieved September 2, 2003. (521 p.)

41. Nordin S. (2003). Tourism clustering and innovation: path to economic growth and development. European tourism research institute. MID — Sweden University. Östersund, Sweden, p.19. Retrieved May 4, 2004, from <http://www.etour.se/download>.

42. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience / M. Novelli, B. Schmitz, T. Spencer // *Tourism Management*. — 2006. — Vol. 27, N 6. — P. 1141-1152.

43. Rodrigues A. B. (Org). Turismo rural. São Paulo: Contexto. 2001.

44. Scholz W. Development of Tourism Clusters in Aysén, Patagonia, Chile // SPRING. Universitat Austral. November. 2011. International Seminar Local Solutions to Global Problems: Views from Tanzania, The Philippines, Ghana, Germany and Chile, Valdivia.

45. Scott N., Baggio R., & Cooper C. (2008). Network analysis and tourism: From theory to practice (aspects of tourism). Clevedon, UK: Channel View Publications. (258 p.)

46. Sieglind K., João C. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development // *Brazilian Administration Review*, v. 2, n. 2, art. 4, p. 47-62, July/dec. 2005.

47. Smeral E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: New challenges for tourism policies in European countries. *Tourism Management*, 19(4), 371-380.

48. Smith S. (1989). Tourism analysis. A handbook. New York/London: Longman. (578 p.)
49. Yuzbasioglu N., Otamis P. A., Demir M. O. Antalya Region Tourism Cluster: To Measure the Impact of Tourism Cluster on Regional Development. — Middle Eastern Finance and Economics. Issue 11 (2011). (89-94 pp.)
50. Zehrer A., Raich F. Applying a lifecycle perspective to explain tourism development // The Service Industries Journal. Vol. 30, No. 10, August 2010, 1683–1705.

Информация об авторах

Даниленко Нина Николаевна (Иркутск, Россия) — доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента сервиса, Байкальский государственный университет экономики и права (664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: nina.danilenko@gmail.com).

Рубцова Наталья Владимировна (Иркутск, Россия) — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента сервиса, Байкальский государственный университет экономики и права (6640003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: runatasha21@yandex.ru).

N. N. Danilenko, N. V. Rubtsova

Comparative analysis of a tourism cluster in the Baikal region: role of cooperation as a factor of development

The article investigates cooperation in the field of tourism as a factor and feature of tourism clusters development. The analysis of tourism clusters development, trends and most common forms of cooperation between the participants in two regions of the Baikal region (Irkutsk region and the Republic of Buryatia) was carried out based on the results of interviews with representatives of tourism business, education and government. The results indicate that compared with European practice, the areas of cooperation of Russian tourism sector enterprises with other economic actors are less diverse.

Some attributes of cluster development based on cooperation are indicated in the Republic of Buryatia, whereas they are missing in the Irkutsk region, although two regions are the objects of a number of national and regional development programs aimed at tourism clusters development.

Keywords: tourism cluster, inter-company relations, cooperation, lake Baikal.

The research is supported by the state work No. 2014/52 in the project framework No. 1841 «Activization of resource capacity of the Pribaykalsky region as a factor of its sustainable socio-economic development.» (State registration number in FGANU Centre of Information Technologies and Systems for Executive Power Authorities is 01201458900).

References

1. Aleksandrova A. Yu. (2007) Klasteri v mirovoy industrii turizma [Clusters in the world industry of tourism]. Vest. Mosk. Un-ta [Bulletin of the work university]. 5. 43-62. (Economics).
2. Aleksandrova A. Yu. (2010). Mezhdunarodniy turizm [International tourism]. Moscow, Knorus. 464.
3. Boyko A. E. (2011). Formirovanie klasterov kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti turistskikh uslug: avtoref. diss.k.ek.n. [Development of clusters as an instrument of increasing the competitiveness of tourist services: published summery of a PhD thesis]. St. Petersburg, Baltiyskaya akademiya turizma i predprinimatelstva [Baltic Academy of Tourism and Business], 24.
4. Vinokurova M. V. (2007). Klasterniy podkhod k povysheniyu konkurentosposobnosti regiona: diss.k.ek.n. [Cluster approach to increase of competitiveness of a region: published summery of a PhD thesis]. Irkutsk, BGUEHP [Baikal State University of Economy and Right], 186.
5. Golovanova S. V., Avdasheva S. B., Kadochnikov S. M. (2010). Mezhfirmennaya kooperatsiya: analiz razvitiya klasterov v Rossii [Intercompany cooperation: the analysis of development of clusters in Russia]. Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta [Russian Management Journal], Vol. 8, 1, 41-66.
6. Gurieva L. K., Kurskiev T. G. (2009). Problemy formirovaniya turisticheskogo klastera v Respublike Severnaya Osetiya — Alaniya [Problems of the tourist cluster development in the Republic of North Ossetia-Alania]. Gumanitarnyye i sotsialnyye nauki [Humanitarian and socio-economic sciences], 6, 156-159.
7. Gurieva L. K., Sozieva Z. I. (2009). Turisticheskii klaster regiona: problemy i perspektivy sozdaniya [Tourist cluster of a region. Problems and creation prospects]. Regionalnaya ekonomika. Teoriya i praktika [Regional economy. Theory and practice], 22 (115), 72-80.
8. Danilenko N. N., Lyudvig L. P. (2008). Regionalnye turisticheskie resursy: ponyatie, vliyaniye na razvitiye turizma, strategiya upravleniya [Regional tourist resources: concept, influence on tourism development, management strategy]. Irkutsk, BGUEP Izd-vo [Publ. of the Baikal National University of Economics and Law], 210.
9. Danilenko N. N., Rubtsova N. V. (2013). K voprosu o soderzhanii ponyatiya «turisticheskii klaster» [To a question of the meaning of the «tourist cluster» concept]. Regionalnaya ekonomika. Teoriya i praktika [Regional economy. Theory and practice], 33(312), 45-53.
10. Dvortsov V. I. (2008). Prostranstvennoye razvitiye territoriy na osnove klasternykh tekhnologiy [Spatial development of territories on the basis of cluster technologies]. Menedzhment v Rossii i za rubezhom [Management in Russia and abroad], 2, 61-68.
11. Zyryanov A. I., Myshlyavtseva S. E. (2012). Turisticheskie klasteri i dominanty. Na primere Permskogo kraia [Tourist clusters and dominants. On the example of Perm reigon]. Izvestiya Rossiyskoy akademii nauk [Izvestiya of the Russian Academy of Sciences.], 2, 13-20. (Geography).

12. Kizim A. A., Valshavov A. N., Kulkova I. V. (2010). Povyshenie investitsionnoy privlekatelnosti regiona na osnove razvitiya turistskogo klastera [Increase of the region's investment attraction on the basis of the tourist cluster development]. *Regionalnaya ekonomika. Teoriya i praktika* [Regional economy. Theory and practice], 26(161), 52-59.
13. Kropinova Ye. G., Mitrofanova A.V. (2009). Regionalno-geograficheskiy podkhod «turistsko-rekreatsionnyy klaster» [Regional and geographical approach to the concept «tourist and recreational cluster»]. *Vestnik RGU im. I. Kanta* [Bulletin of the Immanuel Kant State University of Russia], 1, 70-75.
14. Kruzhalin V. I., Shabalina N. V. Formirovanie turistsko-rekreatsionnykh klasterov na printsipakh chastno-gosudarstvennogo partnyorstva [Development of the tourist and recreational clusters on the principles of the private and state partnership]. *Business-motor*. Available at: [http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/September_1-_09_09\(1\).ppt](http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/September_1-_09_09(1).ppt)
15. Lobkin A. (2011). Sakhalinskiy turistsicheskiy klaster [Sakhalin tourist cluster]. *Samoupravlenie* [Self-management], 9, 36-38.
16. Lysikova O. V., Lukyanenko Ye. V. (2009). Saratovskiy turistsko-rekreatsionnyy klaster: predposylki sozdaniya i razvitiya. Ch. 1. [Saratov tourist and recreational cluster: creation and development prerequisites. P.1]. *Osobyie ekonomicheskie zony turistsko-rekreatsionnogo tipa. Mat. Rossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Special economic zones of tourist and recreational type. Proceedings of the Russian scientific and practical conference, Yelets, I.A. Bunin Yelets State University of I. A. Bunin, June, 2009]. Yelets, I.A. Bunin Yelets State University. Available at: http://elskst.ucoz.ru/publ/rossijskie_konferencii/osobyie_ekonomicheskie_zony_turistsko_rekreacionnogo_tipa/lysikova_o_v/4-1-0-77 (date of access: 19.01.2014).
17. Morozova Yu. Yu. (2011). Formirovanie turistsko-rekreatsionnogo klastera Krasnodarskogo kraya [Development of a tourist and recreational cluster of Krasnodar Krai]. *Rossiyskoye predprinimatelstvo* [Russian business], 5-1, 191-196.
18. Petrova O. N., Klevchenko M. G. (2010). Klaster kak instrument obespecheniya konkurentnosposobnosti turistskogo kompleksa regiona [Cluster as instrument of ensuring competitiveness of the tourist complex of a region]. *Regionalnaya ekonomika. Teoriya i praktika* [Regional economy. Theory and practice], 13(148), 45-51.
19. Pidgurskaya N. N. (2006). Klasternyy podkhod k regulirovaniyu turizma v regione: diss... kand. ekon. nauk [Cluster approach to the tourism regulation in a region: published summery of a PhD thesis]. Irkutsk, BGUEP [The Baikal National University of Economics and Law], 163.
20. Romanova O. A., Lavrikova Yu. G. (2008). Potentsial klasternogo razvitiya ekonomiki regiona [Potential of a cluster development of economy of a region]. *Problemy prognozirovaniya* [Prediction problem], 4, 56-70.
21. Saak A. E., Zhertovskaya Ye. V. (2011). Sovremennyye napravleniya formirovaniya. turistskoy politiki munitsipalnogo obrazovaniya [Modern directions of development of tourist policy of municipality]. *Turizm. Pravo i ekonomika* [Tourism. Law and economy], 2(37), 24-29.
22. Savchenko I. P. (2012). Turistsko-rekreatsionnyy klaster kak osnova rosta ekonomiki Stavropolskogo kraya [Tourist and recreational cluster as a basis of economy growth of Stavropol Krai]. *Vestnik Severo-Kavkazskogo gumanitarnogo instituta* [Messenger of the North Caucasus Humanitarian Technical Institute], 3, 7-11.
23. Sozayeva T. Kh. (2008). Klasternaya kontseptsiya ustoychivogo khozyaystvennogo razvitiya Yuzhnogo Federalnogo okruga [Cluster concept of sustainable economic development of the South federal district]. *Regionalnaya ekonomika. Teoriya i praktika* [Regional economy. Theory and practice], 25, 12-18.
24. Shevchenko T. A. (2012). Tendentsii razvitiya turistko-rekreatsionnogo klastera regiona. Na primere Samarskoy oblasti [Tendencies of development of a tourist and recreational cluster of a region. On the example of the Samara region]. *Vestnik INZhEKONa* [Messenger of tINZhEKON], 1, 492-494. (Economics).
25. Shersheva M. Yu. (2010). Formy setevogo vzaimodeystviya kompaniy. Kurs lektsiy: ucheb. posobie [Forms of network interaction of the companies. Course of lectures: textbook]. Gos. un-t — Vysshaya shkola ekonomiki [Higher School of Economics — National Research University]. Moscow, Izd. dom gos. un-ta [Publ. of the Higher School of Economics — National Research University], 339.
26. Drachyova Ye. L., Zabaev Yu. V., Ismayev D. K.; Ryabova I. A. (Ed.), Zabayev Yu. V. (Ed.), Drachyova Ye. L. (2010). *Ekonomika i organizatsiya turizma. Mezhdunarodnyy turizm: uchebnoye posobie* [Economy and tourism organization. International tourism: teaching book]. 4 ed. per. and added. Moscow, Knorus, 576.
27. Bengtsson M., Kock S. (1999). Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13(3), 178-193.
28. Beni M. C. Globalizaçãodoturismo: megatendências do setor e a realidadebrasileira. São Paulo: Aleph. 2003.
29. Bieger T. (2004). SMEs and cooperation. In P. Keller & T. Bieger (Eds.). *The future of small and medium sized enterprises in tourism*. St. Gallen: Aiest, 141-149
30. Capone F. (2004). Regional competitiveness in tourist local systems. 44th European Congress of the European Regional Science Association (ERSA). Regions and fiscal federalism. University of Porto, Portugal, 20.
31. Erkus O. H. (2008). The role of local and global networking for tourism firms and clusters. The case of Antalya. Unpublished PhD Thesis of Middle East Technical University (Ankara, Turkey), 328.
32. Ferreira J., Estevão C. (2009). Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal. MPRA Paper No. 14853, posted 25. April, 2009, 19.
33. Hilal E. O. (2010). The Significance of Networking and Company Size in the Level of Creativeness of Tourism Companies: Antalya Case. *European Planning Studies*. Vol. 18, 8, 1247-1266.
34. Innobarometer on Cluster's Role in Facilitating Innovation in Europe. Analytical Report. 2006. Flash Eurobarometer Report No. 187. The Gallup Organization, 125.
35. Iordache C., Ciochna I., Asandei M. (2010). Clusters — Tourism Activity Increase Competitiveness Support. *Theoretical and Applied Economics* Volume XVII, 5 (546), 99-112.
36. Jacobs D., De Man A. P. (1996). Clusters, industrial policy and firm strategy: A menu approach. *Technology Analysis and Strategic Management*, 8 (4), 425-437.

37. Jones C., Munday M., Roberts A. (2003). Regional Tourism Satellite Accounts: A Useful Policy Tool? *Urban Studies*, 40(13), 2777–2794.
38. Keller P. (2004). The future of SMEs in tourism. In P. Keller & T. Bieger (Eds.), *The future of small and medium sized enterprises in tourism*. St. Gallen: Aiest, 7–21
39. Machiavelli A. (2001). Tourist Destinations as Integrated Systems. *Tourism Review*, Vol. 56, 3/4, 6–11.
40. Monfort M., Vicente M. (2000). Competitividad y factores críticos de éxito en la “hotelería de litoral”: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de Valência, Espanha, 2000).
41. Nordin S. (2003). Tourism clustering and innovation: path to economic growth and development. European tourism research institute. MID — Sweden University. Osternsund, Sweden, 19. Available at: [http:// www.etour.se/download](http://www.etour.se/download).
42. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, Vol. 27, 6, 1141–1152.
43. Rodrigues A. B. (Org). (2001). *Turismo rural*. São Paulo: Contexto.
44. Scholz W. (2011). Development of Tourism Clusters in Aysén, Patagonia, Chile. *SPRING. Universitat Austral*. November. 2011. International Seminar Local Solutions to Global Problems: Views from Tanzania, The Philippines, Ghana, Germany and Chile, Valdivia.
45. Scott N., Baggio R., Cooper C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice (aspects of tourism)*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 258.
46. Sieglind K., João C. (2005). Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. *Brazilian Administration Review*, vol. 2, 2, 4, 47–62.
47. Smeral E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: New challenges for tourism policies in European countries. *Tourism Management*, 19(4), 371–380.
48. Smith S. (1989). *Tourism analysis. A handbook*. New York. London: Longman, 578.
49. Yuzbasioglu N., Otamis P.A., Demir M.O. (2011). Antalya Region Tourism Cluster: To Measure the Impact of Tourism Cluster on Regional Development. *Middle Eastern Finance and Economics*, 11, 89–94.
50. Zehrer A., Raich F. (2010). Applying a lifecycle perspective to explain tourism development. *The Service Industries Journal*. Vol. 30, 10, 1683–1705.

Information about the authors

Danilenko Nina Nikolayevna (Irkutsk, Russia) — PhD in Economics, Professor, Service Sector Economics and Management Department, Baikal National University of Economics and Law (11, Lenin st., Irkutsk, 664003, Russia, e-mail: nina.danilenko@gmail.com).

Rubtsova Natalya Vladimirovna (Irkutsk, Russia) — PhD in Economics, Professor, Service Sector Economics and Management Department, Baikal National University of Economics and Law (11, Lenin st., Irkutsk, 664003, Russia, e-mail: runatasha21@yandex.ru).