



Псковский регионологический журнал 2013-2024

ISSN 2079-8784

URL - <http://ras.jes.su>

Все права защищены

Том 18. №1 /2022 Том . 2022

Организационный механизм создания трансграничных туристских кластеров

Силичева Наталия Евгеньевна

*докторант, Экономический университет
Варна, Болгария*

Аннотация

В статье проведён детальный анализ теории и практики организации трансграничных туристских кластеров. Туризм является значимым экономическим приоритетом хозяйственной деятельности государств. Именно исследования кластерной модели развития туристской деятельности запускает факторы конкурентоспособности. Это, прежде всего, связано с генерированием синергетического эффекта, не только для предприятий кластера, но и для страны в целом. Определена суть трансграничного сотрудничества в отрасли туризма, приведены общие мировые тенденции развития туристических кластеров. Проведён анализ возможных организационных форм кластерных структур, которые должны, прежде всего, соответствовать законодательной базе стран-участниц трансграничного кластера. Обобщён организационный механизм формирования трансграничных туристских кластеров. Обоснована гипотеза о том, что создание туристских кластеров, имеет экономический смысл, связанный с координацией и извлечением дополнительных преимуществ в рамках сети дистрибуции от услуг в дестинации. По мере развития туристского сектора, кластерная модель всё в большей степени используется как источник адаптивных решений в менеджменте отдельными экономическими субъектами. Предложена активизация процесса кластеризации в государствах с целью создания инновационных трансграничных туристских кластеров.

Ключевые слова: трансграничность, туризм, инновационные кластеры, туристическая дестинация, конкурентоспособность государств

Дата публикации: 28.04.2022

Ссылка для цитирования:

Силичева Н. Е. Организационный механизм создания трансграничных туристских кластеров // Псковский регионологический журнал – 2022. – Том 18. №1 /2022 С. 24-34 [Электронный ресурс]. URL: <https://prj.pskgu.ru/S221979310017397-9-1> (дата обращения: 19.05.2024). DOI: 10.37490/S221979310017397-9

1 **Введение.** Конкурентоспособность туристской дестинации проявляется, прежде всего, в рамках территориальной и отраслевой организации экономического пространства, которое проходит детальный анализ со стороны потенциальных инвесторов. Рассматривая международный опыт территориальной организации, то, прежде всего концепция кластеров – это адекватный современным условиям подход к стимулированию повышения конкурентоспособности государств и как следствие их экономический подъём. Так же необходимо отметить, что структурная кластерная политика должна быть направлена на создание благоприятных условий создания кластерных объединений.

2 Рассматривая трансграничные туристские проекты, необходимо акцентировать внимание на предоставлении турпродукта, который является конкурентоспособным для туристов из соседних государств, на удовлетворение потребностей которых направлен данная структура.

3 Также необходимо обратить внимание на факторы формирования трансграничных кластеров и на недостаточную детальность проработки организационного механизма создания туристских кластеров в научной литературе.

4 **Изученность проблемы.** Первые предпосылки кластерной теории приводят к трудам М. Портера [16], А. Маршалла [24], И. Тюнена [20] и др. В научной литературе вопросы, связанные с теорией кластеров с применением её при изучении туризма и трансграничных регионов в сфере туризма освещаются в работах учёных: А. Ю. Александровой [1; 2], Т. Р. Гареева [21], Е. С. Голомидовой [6], А. И. Зырянова [7], Е. Г. Карповой [8], Ю. П. Ковалева [9], Е. Г. Кропиновой и А. В. Митрофановой [11; 12], З. Г. Мирзехановой и Д. Г. Мирзехановой [15], Т. Андерсона [21], Е. Бергмана [22] и др.

5 Изучение кластера показывает, их деятельность основана на совместном функционировании географически схожих, взаимосвязанных или дополняющих друг друга предприятий, которые пользуются общей инфраструктурой и иницируют совместную деятельность.

6 **Результаты исследования.** Кластерная концепция выходит за пределы «простых» горизонтальных сетей, в которых предприятия, действуя на совместном рынке готовых изделий и входя в одну промышленную группу, кооперируются в таких направлениях деятельности, как исследования и исследовательские

разработки, демонстрационные программы, совместный маркетинг или закупочная деятельность. Кластеры в значительной степени выступают в качестве сетевых (вертикальных и/или горизонтальных) структур из комбинированных отраслей, укомплектованных из разнородных фирм, специализирующихся на создании любого специфического продукта, услуги или базы данных, необходимых для данной сети.

7 Устанавливая жёсткие границы для отраслей и секторов промышленности (часто основанных на любых статистических параметрах), традиционный исследовательский подход не учитывает важность установления взаимосвязей и обмена знаниями в процессе производства в пределах сетевой структуры. В отличие от традиционного секторального подхода, акцентирующего внимание на стратегических группах подобных фирм со схожей позицией в сетевой структуре, кластерная концепция предлагает такой ракурс рассмотрения экономических проблем, который больше согласуется с современным взглядом, основанным на учёте взаимодействия инновационной теории с характером рыночных отношений. Кластерная концепция может рассматриваться в качестве альтернативы традиционному секторальному подходу в экономическом исследовании рынка [26].

8 Если секторальный подход концентрирует своё внимание на горизонтальных отношениях и конкурентной взаимозависимости, т. е. на отношениях между прямыми конкурентами с аналогичной сферой деятельности, то кластерный подход делает упор на рассмотрение вертикальных взаимоотношений между разнородными фирмами и их симбиозную взаимозависимость. Наиболее важные отличия кластерного подхода от традиционного секторального подхода представлены в таблице 1.

9 *Таблица 1* Основные отличия между кластерным и традиционным секторальными подходами [18, с. 89] *Table 1* Main differences between cluster and traditional sectoral approaches [18, p. 89]

Кластерный подход	Традиционный секторальный подход
Рассматривает стратегические группы предприятий в сетевых структурах с дополняющими их разнородными фирмами	Рассматривает группы предприятий с аналогичными сетевыми структурами
Привлекает поставщиков, потребителей, производителей товаров и услуг, специализированные институты	Делает акцент на производителей готовой продукции
Объединяет ряд взаимосвязанных отраслей, пользующихся общими технологиями, опытом, информацией, ресурсами, каналами и клиентурой	Делает акцент на прямых и косвенных конкурентах
Большинство участников не являются прямыми конкурентами, а имеют общие проблемы и потребности	Нерешительность в организации сотрудничества с конкурентами
Широкий масштаб усовершенствований в сфере общих интересов, улучшающих производительность и усиливающих конкуренцию	Узкоотраслевой подход
Форум для более конструктивного и эффективного диалога между правительством и деловыми кругами	Диалог с правительством, как правило, направлен на получение субсидий, протекционизм и ограничение конкуренции
Поиск синергии новых союзов и объединений	Поиск в направлении усиления диверсификации корпораций при имеющихся условиях

10 Наличие кластеров является одним из важнейших факторов, создающих конкурентные преимущества регионов. Именно кластерные структуры предопределяют конкурентный успех в определённых отраслях, способствуя развитию регионов. В связи с этим с целью повышения конкурентоспособности региона существует потребность в выявлении потенциала кластеризации его предприятий. Для этого может быть проведён анализ устойчивости предприятий региона в разрезе конкурентоспособности.

11 Анализ состояния конкурентной среды и инновационной составляющей кластера включает: – определение важнейших конкурентов кластера и интенсивности конкурентного давления с их стороны; – оценка инновационной активности предприятий кластера; – определение уровня сотрудничества с научными и образовательными учреждениями.

12 В таблице 2 приведены классификационные уровни кластерного анализа. Многофакторный кластерный анализ позволяет выработать действенную региональную политику, которая будет способствовать предприятиям в достижении и удержании конкурентных преимуществ.

13 *Таблица 2* Классификационные уровни кластерного анализа [19, с. 109]
Table 2 Classification levels of cluster analysis [19, p. 109]

Уровень анализа	Кластерная концепция	Фокус анализа
Микро (уровень предприятия)	Специализированные поставщики вокруг одного или центральных предприятий	Стратегическое развитие компании. Анализ сети и сетевое управление. Развитие совместных инновационных проектов
Мезо (уровень отрасли)	Меж- и внутриотраслевые связи в разных звеньях производственной цепи похожих готовых изделий	Анализ основных факторов развития родственных отраслей. Исследование инновационных потребностей
Макро (национальный уровень)	Связи промышленных групп в пределах национальной экономики	Направления специализации в национальной и региональной экономике. Необходимость инноваций и повышения качества производства и продукции в мегакластерах

14 Трансграничные кластеры можно определить как группы независимых компаний и ассоциированных институтов, географически сосредоточенных в трансграничном регионе. При этом они специализируются в различных отраслях, но связаны общими технологиями и навыками, сотрудничают, конкурируют и взаимодополняют друг друга, объединяясь для реализации совместных проектов или изготовления общих продуктов. В конечном счёте это даёт возможность получения синергетических и сетевых эффектов, диффузии знаний и навыков [14, с. 132].

15 Европейский опыт свидетельствует, что трансграничное партнёрство создаёт заметные преимущества для трансграничных регионов и позволяет активно привлекать общественные, частные организации и третий сектор с обеих сторон границы, в частности, в области туризма. Как правило, трансграничные кластеры формируются в условиях уже устоявшихся трансграничных взаимосвязей между субъектами предпринимательства приграничных территорий соседних стран, а их эффективная деятельность основывается на взаимовыгодном

сотрудничестве субъектов хозяйствования, органов власти, неприбыльных и общественных организаций этих территорий.

16 При инициировании создания трансграничных туристских кластеров, необходимо провести диагностику приоритетности туризма, каждого из государств-участников. Также диагностика должна включать благоприятное географическое расположение и положительную динамику туристских потоков за последние несколько лет.

17 Развитие трансграничного туризма позволяет активизировать туристские предприятия, расположенные вблизи границ, и обеспечить более высокий уровень использования мощностей заведений размещения в трансграничном регионе благодаря созданию комплексного туристского продукта [13].

18 Современные исследования отмечают разнообразие кластерных объединений, это могут быть горизонтальные кластеры, вертикальные кластеры, либо диагональные кластерные сети, все они помогают достигнуть конкурентных преимуществ. В зависимости от специфики вида туристской деятельности, можно определить, какой тип структуры является оптимальным. Также необходимо обратить внимание на систему интересов участников туристского кластера, представленные в таблице 3.

19 *Таблица 3 Система интересов участников туристского кластера [4] Table 3 The system of interests of the participants of the tourist cluster [4]*

Участники туристского кластера	Интересы участника
Органы местного самоуправления	– рост налоговых поступлений в бюджетную систему (рост числа налогоплательщиков и налогооблагаемой базы); – появление новых форм взаимодействия с бизнесом на основе принципов государственно-частного партнёрства; – появление реальных условий для диверсификации экономического роста в регионе; – социальная политическая значимость: туристский кластер как форма социальных обязанности перед населением; – способность реально эффективно управлять социально-экономическими процессами в туристской сфере региона
Бизнес-структуры	– появление новых хозяйствующих субъектов предпринимательского сектора; – рост конкурентных сил и деловой активности предпринимательского сектора; – повышение социальной ответственности предпринимательского сектора туристской сферы в регионе
«Третий» сектор	– рост удовлетворённого спроса на потребности социального маркетинга в туристской сфере региона
Местная община и сектор домохозяйств	– рост удовлетворённого спроса на туристские услуги населения в регионе и за его пределами
Все участники туристского кластера	– обеспечение синергетического эффекта, эффекта масштаба, стимулирование инноваций, инвестиций, рост социально-экономической эффективности турбизнеса, развитие внешнеэкономической деятельности субъектов туристского бизнеса

20 Необходимо отметить, что особо актуальной на текущий период времени, является концепция развития туристских кластеров и туристских дестинаций.

21 Таким образом, можно дать следующее определение туристского кластера. Так, туристский кластер (англ. cluster — «гроздь», «группа», «скопление») представляет собой концентрацию на определённой территории предприятий индустрии туризма, которые взаимодействуют между собой с целью создания

туристского продукта. Данные группы предприятий совместно используют туристские ресурсы, инфраструктуру, рынок труда и тем самым взаимодополняют друг друга. Туристские кластеры организуют на базе заведений индустрии гостеприимства, центров развития специализированного туризма или определённых туристских дестинаций.

²² В структуре туристского кластера принято выделять четыре основных сектора: 1) сектор производства туристских услуг; 2) сервисный сектор; 3) вспомогательный сектор; 4) сектор обеспечения жизнедеятельности туристского кластера [10]. Первый сектор (производства туристских услуг) объединяет предприятия, которые непосредственно создают туристский продукт. Прежде всего, это туроператоры и турагенты. Сюда относят учреждения индустрии гостеприимства (заведения размещения, питания), компании, обеспечивающие перевозку туристов (железные дороги, авиакомпании и т. п.), заведения по организации досуга туристов (музеи, театры и т. д.; заведения развлечений; природоохранные учреждения: заказники, национальные природные парки и т. п.).

²³ Второй (сервисный) сектор включает учебные заведения туристского профиля, страховые компании и т. д. Эти предприятия предоставляют образовательные, финансовые, страховые услуги другим компаниям кластера. Третий (вспомогательный) сектор включает три основных элемента: предприятия по производству товаров туристского назначения, сувениров и т. п.; полиграфические и картографические организации, телерадиокомпании; органы государственной власти, региональные учреждения туризма. Четвёртый сектор связывает между собой разные сектора, обеспечивая их взаимодействие и совместную деятельность.

²⁴ Обычно подчёркиваются следующие преимущества туристского кластера: – развивается взаимовыгодное сотрудничество, предполагающее обмен информацией, технологиями и опытом; растёт квалификация работников; – более эффективно используются ресурсы; – растёт привлекательность территорий для инвестирования; – расширяется ассортимент туристских услуг и повышается их качество; – участники кластера имеют больше возможностей и более высокие доходы; – создаются новые рабочие места путём привлечения работников разных видов экономической деятельности в обслуживании туристов [4].

²⁵ Вместе с тем реализация кластерных инициатив, в частности в отрасли туризма, привлекает, прежде всего, инвестиционные средства и как следствие развитие инновационных технологий и подходов непосредственно в рекреационно-туристском комплексе.

²⁶ Опираясь на европейский опыт, можно выделить следующие страны, которые внедряют кластерную модель организации туризма: Италия, Франция, Норвегия. Например, в Норвегии развиваются кластеры в области морского хозяйства. Во Франции туристский кластер «Ницца» ежегодно посещают несколько миллионов туристов, что составляет почти 1 % мирового торгового оборота в области туризма. Подобные модели на высоком уровне работают в Греции, Шотландии, Бельгии, Испании и Ирландии. В Италии кластерная организация туризма имеет высокий уровень научного обоснования. К примеру, в

некоторых областях страны установлено особые условия, являющиеся основанием для их создания: предпосылки для развития нескольких видов туризма, значительные туристские ресурсы, значимость туристской зоны и т. д. Примеры кластеров в Италии: туристская система «Тразименское озеро» (Умбрия), «Салинунтинские термы» (Сицилия), «Адриатическое море и берег», «Города искусств, культуры и бизнеса» (Эмилия-Романья) [25].

²⁷ Благодаря кластеру оздоровительного туризма, созданному в 2011 г., Эстония планирует стать одной из стран-лидеров лечебных курортов в мире. Этот кластер объединил оздоровительные центры, санатории, СПА-курорты, а также туристские и транспортные предприятия, научные заведения. Сотрудничество его участников направлено на развитие новейших товаров и услуг оздоровительного туризма, роста их качества и популярности, а также услуг курортного лечения в Эстонии и за границей. В текущий период времени СПА-курорты Эстонии являются ведущими экспортёрами оздоровительного туризма. Приоритетными зарубежными рынками остаются Финляндия, Россия, Швеция, Латвия, Норвегия, новым рынком является Германия.

²⁸ Показателен опыт ЮАР, где органы государственной власти и местного самоуправления проводят кластерную политику в сфере туризма и рекреации по трём главным направлениям: 1) содействие институциональному развитию туристских кластеров посредством привлечения международной консалтинговой фирмы и создания специализированной Управленческой группы; 2) развитие механизмов поддержки кластерных проектов, включая содействие модернизации турпродуктов, их продвижению на рынке и привлечению инвестиций; 3) формирование благоприятных условий для развития туристских кластеров посредством поддержки профессионального образования и обеспечения безопасности.

²⁹ Не менее интересен опыт развития рекреационно-туристской сферы Турции, в которой в настоящее время создано семь функциональных туристских кластеров: Анталия (Antalya), Каппадокия (Cappadocia), Кушадасы (Kusadasi), Мармарис (Marmaris), Султанахмет (Sultanahmet), Таксим (Taksim) и Фетхие (Fethiye). Все туристские кластеры, за исключением Каппадокии и Султанахмет, были организованы на основе пляжного туризма и системы комплексного обслуживания «всё включено», ставшей маркетинговой составной частью стратегии управления национальным турпродуктом.

³⁰ С вступлением Болгарии в ЕС на стратегическом уровне реализация кластерного подхода получила широкое признание — она изложена в Национальном плане развития, Национальной стратегической справочной структуре, Национальной стратегии регионального развития и в секторальных стратегиях. Параллельно с этой поддержкой, при активной помощи правительства и в результате действий по проекту в рамках программы PHARE, в 2006 г. был создан один из первых туристских кластеров в Болгарии — Родопы. Два года спустя, опять же с помощью правительства, ещё один кластер в области туризма — Туристический кластер «Варна». В этом секторе также имеются признаки присутствия гибридных кластеров, которые, по мнению экспертов, обладают особенно высоким конкурентным потенциалом. Выявленные группы разбросаны

по всей стране. На территории Болгарии можно выделить следующие туристские кластерные структуры на основе локализации: «Туризм Родопы Б.Г.» (г. Смолян), «Варна» (г. Варна), «Балкания» (г. Троян), Софийский туристический кластер. И можно выделить кластеры на тематической основе: «Древняя дорога фракийцев» (г. Пловдив), «Путь Дионисия» (г. Пловдив), «Дорога Орфея», (г. Пловдив) [3].

³¹ Таким образом, формирование и развитие кластерных инициатив в туризме требует создания определённых предпосылок и предполагает решение ряда практических проблем. Прежде всего, при использовании кластерного метода в практике управления туристско-рекреационной деятельности трансграничного региона существует необходимость в следующем: – наличие информационно-методического обеспечения, технологии ведения региональной статистики, которые должны показывать в развёрнутом виде развитие трансграничного региона, при этом в случае положительной динамики можно рекомендовать регион для внедрения кластерных инициатив; – поддержка на уровне государственных структур включения туристской составляющей в региональные комплексные программы социально-экономического развития территорий.

³² Особое место в деятельности кластерной структуры занимает организационные документы, которые регламентируют функционирование и создание. Это такие документы, как договор о создании кластера, соглашение о вступлении в кластер, положение о кластере, правила функционирования кластера, декларация о партнёрстве. Управление кластером должно отвечать целям и функциям объединения и соответствовать законодательной базе стран-участниц трансграничного кластера.

³³ Следующим ключевым аспектом формирования трансграничного туристского кластера, является организационный механизм, который включает предварительную диагностику необходимых условий для создания трансграничного туристского кластера. После проведения диагностики, необходимо инициировать процесс формирования трансграничного туристского кластера. Так же существует необходимость в составлении карты трансграничного туристского кластера. Заключительным этапом организационного механизма внедрения трансграничного туристского кластера, является создание организационных условий для его формирования.

³⁴ **Выводы.** В зависимости от роли государства в проведении кластерной политики целесообразно использовать следующие подходы: – функциональная кластерная политика, при которой государство способствует налаживанию сотрудничества между заинтересованными сторонами и предоставляет определённую финансовую поддержку по реализации проекта; – поддерживающая кластерная политика, где функция государства дополняется направлением и поддержкой инвестиций в инфраструктуру кластера с целью стимулирования его развития; – директивная кластерная политика, в которой поддерживающая функция государства дополняется проведением специальных программ, направленных на трансформацию специализации региона через развитие кластеров; – интервенционная кластерная политика, в которой государство вместе со своим директивной функцией берёт на себя ответственность за дальнейшее

развитие кластера через предоставление трансфертов, субсидирования, других инструментов активного регулирования и формирования его специализации.

³⁵ Какую из предложенных кластерных стратегий не выбрали бы органы государственной власти, она должна быть, прежде всего, направлена на выявление, поддержку и развитие потенциальных и латентных кластеров, чтобы они впоследствии могли перейти в сильные и устойчивые кластеры, способные обеспечить развитие смежных секторов экономики.

³⁶ Перспективами дальнейших исследований может быть оценка влияния отдельных форм трансграничного сотрудничества в туристической отрасли на социально-экономическое развитие территорий.

Библиография:

1. Александрова А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2007. № 5. С. 43–62.
2. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51–61.
3. Божинова М., Христова В., Иванова П. Теоретични и практически аспекти на приложимостта на кльстерния модел в туризма // Електронно списание «Диалог». 2011. № 6. С. 99–114. [Электронный ресурс]: URL: https://www2.uni-svishtov.bg/dialog_old/2011/INI/23-2009-statia-2011.pdf (дата обращения: 22.10.2021).
4. Бугіль С. Я, Дудяк Р. П. Кластерний підхід до розвитку сільського зеленого туризму // Economic development: global trends and national peculiarities, 2020. С. 288–302. <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-61-7-20>.
5. Вертинская Т. С., Клицунова В. А. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси. Минск: Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне», 2014. 52 с. [Электронный ресурс]: URL: <https://travel-tomsk.ru/userfiles/files/metodologiya-klasterov.pdf> (дата обращения: 01.10.2021).
6. Голомидова Е. С. Опыт классификации туристских кластеров (на примере Псковской области) // Региональные исследования. 2019. № 2 (64). С. 102–112.
7. Зырянов А. И. Географическое поле туристского кластера // Географический вестник. 2012. № 1 (20). С. 96–98.
8. Карпова Е. Г. Туристский кластер как сетевая форма взаимодействия в сфере услуг // Актуальные проблемы экономики, управления и образования в сфере рекреации и туризма. Сборник научных трудов. С.-Петербург. М.: ООО «АР-Консалт», 2015. С. 32–39.

9. Ковалёв Ю. П. Концептуальные подходы к кластеризации в сфере туризма // Региональные исследования. 2008. № 5 (20). С. 51–56.
10. Ковальва Ю. М., Алишева Н. В. Практичні приклади функціонування кластерів у світі // Механізм регулювання економіки. 2008. Т. 1. № 3 (2). С. 92–100.
11. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Регионально-географический подход к понятию «туристско-рекреационный кластер» // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. 2009. № 1. С. 70–75.
12. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Региональный туристский кластер как туристско-рекреационная система регионального уровня // Региональные исследования. 2011. № 1 (31). С. 40–46.
13. Куля Н. Транскордонний туристичний кластер або майбутнє туризму Карпатського єврорегіону. [Электронный ресурс]: URL: <http://tourism.uz.ua/st29.html> (дата обращения: 20.10.2021).
14. Мікула Н. А. Стратегія формування та підтримки розвитку транскордонних кластерів // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних регіонів: Збірник наукових праць. Вип. 3 (71). НАН України. Ін-т регіональних досліджень. Редкол.: Відп. ред. Є. І. Бойко. Львів, 2008. С. 129–141.
15. Мирзеханова З. Г., Мирзеханова Д. Г. Особенности формирования туристического кластера в пределах трансграничных территорий // Географические факторы регионального развития Азиатской России. Материалы научно-практической конференции. Владивосток: Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, 2013. С. 240–244.
16. Портер М. Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 496 с.
17. Ринейська Л. С. Кластери у сучасній глобальній економіці // Ефективна економіка. 2016. № 5. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4971> (дата обращения: 16.10.2021).
18. Соколенко С. І. Принципи оцінки конкурентоздатності регіонів. Київ: Ін-т конкурентоздатності, АТ «Укрімпекс», 2004. 119 с.
19. Соколенко С. І. Підвищення конкурентоздатності економіки областей Заходу та Півдня України на основі формування нових виробничих систем (кластерів). Київ: Міжнародна фундація сприяння ринку, 2005. 238 с.
20. Тюнен И. Изолированное государство. М., 1926. 332 с.
21. Andersson T. The cluster Policies Whitebook. Schwaag — Serges. Emily Wise Hansson // IKED. 2001. Vol. II. P. 35–40.

22. Bergman E. M., Feser E. I. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications. Regional Research Institute, WVU. N. Y.: Macmillan Press, 1999. 423 p.
23. Gareev T. R. Clusters in the Institutional Perspective: on the Theory and Methodology of Local Socioeconomic Development // Baltic Region. 2012. No. 3 (13). P. 4–24.
24. Marshall A. Principles of Economics: An introductory volume. London, Macmillan and Co. 1922. 871 p.
25. Regional Clusters in Europe / European Commission, Observatory of European SMEs. 2002. No. 3. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2002. 64 p.
26. Ukrainian clusters. [Электронный ресурс]: URL: <https://ucluster.org/> (дата обращения: 26.10.2021).

Organizational mechanism of cross-border tourism clusters creation

Natalia Silicheva

*Doctorant, University of Economics
Varna, Bulgaria*

Abstract

The article provides a detailed analysis of the theory and practice of organizing cross-border tourism clusters. Tourism is a significant economic priority for the economic activity of states. It is the study of the cluster model for the development of tourism activities that triggers the factors of competitiveness. This is primarily due to the generation of a synergistic effect, not only for cluster enterprises, but also for the country as a whole. The essence of cross-border cooperation in the tourism industry is determined, general global trends in the development of tourism clusters are given. An analysis was made of possible organizational forms of cluster structures, which should, first of all, comply with the legislative framework of the countries participating in the transboundary cluster. The organizational mechanism for the formation of cross-border tourism clusters is generalized. The hypothesis is substantiated that the creation of tourist clusters makes economic sense associated with the coordination and extraction of additional benefits within the distribution network from services in the destination. As the tourism sector develops, the cluster model is increasingly used as a source of adaptive management decisions by individual economic entities. It is proposed to activate the clustering process in the states in order to create innovative cross-border tourism clusters.

Keywords: cross-borderness, tourism, innovation clusters, tourist destination, competitiveness of states

Publication date: 28.04.2022

Citation link:

Silicheva N. Organizational mechanism of cross-border tourism clusters creation // Pskov Journal of Regional Studies – 2022. – Volume 18. No1 /2022 C. 24-34 [Electronic resource]. URL: <https://prj.pskgu.ru/S221979310017397-9-1> (circulation date: 19.05.2024). DOI: 10.37490/S221979310017397-9