

Электронный научный журнал «Век качества» ISSN 2500-1841 <https://www.agequal.ru>

2025, №2 [https://www.agequal.ru/pdf/2025/AGE\\_QUALITY\\_2\\_2025.pdf](https://www.agequal.ru/pdf/2025/AGE_QUALITY_2_2025.pdf)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Кузнецова О.П., Чижикова Т.А. Проблемы создания туристических кластеров в Российской Федерации // Электронный научный журнал «Век качества». 2025. №2. С. 195-208. Режим доступа: <https://www.agequal.ru/pdf/2025/225010.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 316

## **Проблемы создания туристических кластеров в Российской Федерации**

***Кузнецова Ольга Павловна,***

*доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой  
«Государственное, муниципальное управление и таможенное дело»  
Омского государственного технического университета,  
г. Омск, проспект Мира 32А  
o.p.kuznezova@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-9692-2343*

***Чижикова Татьяна Александровна,***

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры  
«Государственное, муниципальное управление и таможенное дело»  
Омского государственного технического университета,  
г. Омск, проспект Мира 32А,  
chiczta@mail.ru  
ORCID: 0009-0005-5549-6917*

На современном этапе туристическая индустрия выступает ключевым фактором в развитии экономики, особенно важна данная сфера в условиях западных антироссийских санкций. Туристический сектор представляет собой важный вектор в развитии современной экономики. Курс на развитие внутреннего туризма, а именно, создание туристических кластеров, не только повышает его вклад в ВВП страны, но и дает социально-экономический эффект от реализации таких проектов.

Россия обладает значительным потенциалом для развития данной отрасли, поскольку на ее территории имеются уникальные природные и культурные ресурсы, способные привлечь не только отечественных, но и зарубежных туристов. Тем не менее, в туристической индустрии имеется ряд проблем, главные из них – неразвитость инфраструктуры, низкая активность инвесторов, а также отсутствие комплексного подхода в развитии объектов туристической индустрии.

Цель проведенного исследования заключается в выявлении проблем создания туристических кластеров в Российской Федерации с использованием

монографического метода, метода статистики и анализа. В статье рассмотрены факторы, влияющие на создание туристических кластеров, организационная структура, приведено авторское определение туристического кластера, выявлены основные проблемы создания туристических кластеров.

**Ключевые слова:** анализ, проблемы, туристический кластер, инфраструктура, инвестиции, факторы, создание, развитие.

### **Введение**

В индустрии туризма РФ кластерный подход стал использоваться не так давно, поэтому его применение можно определить как инновационную технологию в области управления, способную повышать уровень конкуренции как в отдельно взятом направлении туризма, так и в индустрии туризма в целом.

В литературе присутствует достаточно много мнений по поводу термина «кластер», однако на законодательном уровне определение термина «кластер» до сих пор не закреплено.

Так, М. Портер под кластером понимает группу географически соседствующих, взаимосвязанных компаний, организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга [1, с. 41].

С.Г. Пьянкова и О.Т. Ергунова считают, что кластер – географически ограниченная совокупность подобных, связанных или дополнительных фирм с активными каналами для деловых сделок, инфраструктурой, трудовым рынком и услугами, которая может получить как выгоду от общих возможностей, так и общие риски [2, с. 39].

Г.Р. Аргун, И.В. Михалев и С.А. Корюкова отмечают, что туристический кластер – это группы предприятий, сконцентрированных географически в пределах региона, которые совместно используют туристические ресурсы, специализированную туристическую инфраструктуру, локальные рынки труда, осуществляют совместное управление и маркетинговую деятельность [3, 4].

Ряд экономистов отмечают что, туристический кластер – это группа

географически соседствующих компаний и связанных с ними организаций (органов государственного управления, инфраструктурных субъектов хозяйствования), взаимодополняющих друг друга [5, 6].

В контексте туризма кластер представляет собой объединение различных организаций и ресурсов, сосредоточенных на предоставлении туристических услуг. Основным элементом являются туристические ресурсы региона, которые привлекают туристов и способствуют развитию отрасли.

Основополагающими факторами создания кластерных формирований в туризме являются следующие:

1. *Технические особенности производства.* Формирование туристского продукта включает в себя потребность в современных технологиях, таких как онлайн-бронирование, автоматизация процессов и использование информационных систем для управления.

2. *Географическое положение.* Расположение туристского продукта влияет на его доступность и привлекательность. Регион с хорошей транспортной инфраструктурой и доступом к природным или культурным ресурсам будет более успешен.

3. *Доступ к уникальным ресурсам.* Наличие уникальных туристско-рекреационных ресурсов, таких как природные заповедники, исторические памятники или культурные мероприятия, привлекает туристов и позволяет создавать специализированные предложения.

4. *Участие малого и среднего бизнеса.* Значительная доля малого и среднего бизнеса активно участвует в создании туристского продукта. Это может быть связано с предоставлением услуг проживания, питания, экскурсий и других видов обслуживания, что способствует разнообразию туристических предложений [7, с. 4244].

Размеры туристических кластеров играют ключевую роль в формировании и успехе туристического продукта. Чем больше кластер, тем

шире спектр предложений и услуг для туристов, а также больше возможностей для сотрудничества между различными участниками рынка.

Создание и развитие кластеров играет важную роль в стабильной стратегии развития регионального бизнеса. В результате бизнес-структуры могут повысить уровень конкурентоспособности и закрепиться на рынке на долгосрочной основе, создав себе положительный имидж. Эффективность кластера заключается в использовании коллективных усилий, которые представляют собой объединение ресурсов и опыта, что способствует более быстрому и качественному росту, и инновационного подхода, при котором совместные исследования и разработки позволяют оставаться конкурентоспособными на рынке [8, с. 41].

Создание туристических кластеров предоставляет регионам уникальную возможность для интеграционного развития. Важнейшими векторами в этом процессе являются:

– инфраструктурное развитие: создание и модернизация транспортной, гостиничной и туристической инфраструктуры облегчает доступ туристов к региону и повышает качество обслуживания;

– привлечение инвестиций: активная работа над привлечением как частных, так и государственных инвестиций для развития туристических проектов является ключевым фактором успеха;

– маркетинг и продвижение: эффективные маркетинговые стратегии и рекламные кампании помогают формировать положительный имидж региона как туристической дестинации;

– создание уникального продукта: разработка новых туристических маршрутов и программ, которые подчеркивают уникальность региона;

– обучение и подготовка кадров: подготовка квалифицированных кадров в сфере туристического обслуживания является важной составляющей для обеспечения высокого уровня сервиса.

Таким образом, сосредоточение на этих векторах позволяет регионам максимизировать потенциал туристических кластеров и достигать устойчивого развития в этой сфере [8, с. 42].

**Используемые методы:** монографический метод, метод статистики и анализа.

### **Результаты исследования**

Цель функционирования туристического кластера направлена на консолидацию ресурсов, идей и возможностей различных структур для создания эффективного механизма по представлению региональных ресурсов.

Туристический кластер состоит из комбинации различных отраслей, которые создают туристические продукты и условия для повышения их конкурентоспособности. В кластер включаются не только предприятия, работающие в сфере туризма, но и предприятия сопутствующих отраслей, таких как транспорт, гостиничное хозяйство, ресторанный бизнес, услуги развлечений и культурные учреждения. Границы туристического кластера могут меняться в зависимости от появления новых предприятий, изменений на рынке и регулирования со стороны государства. Это позволяет кластеру адаптироваться к изменяющимся условиям и требованиям. Эффективная организационная структура позволит создать аспекты сотрудничества, обмена опытом и поддержания высоких стандартов качества среди участников кластера.

Вот почему классическая модель участников «бизнес–власть–наука» несколько изменена, были определены четыре главных сектора [9, с. 183]:

- сектор производства туристических услуг;
- сектор сервиса;
- вспомогательный сектор;
- сектор обеспечения жизнеспособности туристического кластера.

Организационная структура туристического регионального кластера представлена на рис. 1.



Рис. 1. Организационная структура туристического регионального кластера [9]

*Сектор производства туристических услуг* играет ключевую роль в функционировании туристического кластера. Он включает в себя разнообразные организации и предприятия, которые непосредственно создают и предоставляют услуги для туристов. Основные компоненты этого сектора:

1. Туристические операторы и агентства. Данные компании играют важную роль в организации туристических маршрутов и продаже туристических пакетов. Они подбирают оптимальные варианты для клиентов и обеспечивают все необходимые услуги.

2. Организации поселения и оздоровления. К ним относятся различные виды жилья, такие как:

- гостиницы;
- мотели;

- кемпинги;
- санаторно-курортные учреждения;
- турбазы.

Данные заведения обеспечивают комфортное размещение и оздоровительные процедуры для туристов.

3. Компании по организации перевозок, которые занимаются транспортом для клиентов, включая:

- автомобильный транспорт;
- авиакомпании.

Данные компании обеспечивают передвижение туристов по маршрутам.

4) Организации по оказанию туристам услуг питания, включая различные заведения, помогающие удовлетворить потребности туристов в разнообразной кухне и качестве питания:

- столовые;
- кафе;
- рестораны.

5) *Предприятия по организации досуга и развлечений*, предоставляющие проведение экскурсий, походов и др.

*Сервисный сектор* является важной составляющей туристической индустрии, предоставляя широкий спектр услуг, которые способствуют эффективной деятельности других органов и учреждений. Он включает в себя следующие ключевые компоненты: банковско-кредитные учреждения (предоставление кредитов и финансовых услуг как для компаний, так и для индивидуальных туристов); страховые организации (обеспечение защиты туристов и бизнеса от различных рисков, таких как отмена поездок, медицинские расходы и страхование ответственности); образовательные учреждения туристического направления (учебные заведения, которые готовят специалистов в области туризма); научные учреждения (исследовательские организации, занимающиеся изучением туристической отрасли, анализом

трендов и разработкой новых методик, что способствует оптимизации процессов в туризме),

Во *вспомогательный сектор* входят производители туристического снаряжения, обеспечивающие туристов всем необходимым для активного отдыха; производители традиционных товаров, которые создают изделия, характерные для конкретного региона, поддерживают местные ремесла; полиграфические издательские предприятия, занимающиеся созданием печатной продукции, брошюр и путеводителей, полезных для туристов; картографические фабрики, производящие качественные карты и атласы для навигации; полиграфические структуры, которые печатают рекламные материалы и буклеты для промоции туристических услуг; телерадиокомпании, активно освещающие события в сфере туризма и помогающие формировать имидж региона. Поэтому вспомогательный сектор играет ключевую роль в создании привлекательной туристической среды, поддержке местных традиций и культуры, а также способствует информированию посетителей.

*Сектор обеспечения жизнеспособности кластера* играет важную роль, связывая различные сектора и предприятия внутри самого кластера. Он отвечает за координацию работы всех участников, в том числе органов государственной власти.

Таким образом, организационная структура регионального туристического кластера должна основываться на взаимосвязях и взаимозависимости всех участников. Это позволяет создать сетевую структуру, способствующую качественному производству и предоставлению туристических услуг.

В Российской Федерации существует 45 крупных туристических кластеров, 38 из которых – это туристско-рекреационные, 7 – автотуристские. Данные кластеры охватывают 35 муниципальных образований РФ.

Основные характеристики кластеров в РФ представлены в таблице 1 [10, с. 40]. Данные таблицы позволяют увидеть, что представленные кластеры создавались в разные периоды, начиная с 2011 г.

Таблица 1

Характеристики кластеров в РФ по состоянию на 2023 год [10, с. 40]

Название кластера	Субъект РФ	Число участников	Численность работников	Год создания	Уровень развития	Статус
1. Кластер Туристической отрасли	Ростовская обл.	10	89	2017	Начальный	Нет данных
2. Туристско-рекреационный кластер «Рязанский»	Рязанская обл.	12	413	2011		Поддерживается центром кластерного развития в рамках программы Минэкономразвития России по поддержке малого и среднего предпринимательства
3. Туристический кластер Брянской области	Брянская обл.	20	307	2020		
4. Туристский кластер Вологодской области	Вологодская обл.	32	655	2014		
5. Туристский кластер Новгородской области	Новгородская обл.	27	1199	2014		
6. Туристский кластер Орловской области	Орловская обл.	21	21	2016		
7. Туристский кластер Смоленской области	Смоленская обл.	13	688	2017		
8. Туристско-рекреационный кластер «Северная мозаика»	Республика Саха (Якутия)	13	88	2011		
9. Туристско-рекреационный кластер Мурманской области	Мурманская обл.	12	59	2015		

Следует отметить, что все кластеры находятся на начальном этапе развития.

В настоящее время на уровне государства предпринимаются различные меры по поддержке данного сектора экономики. На создание и развитие туристических кластеров в РФ направлены различные меры финансовой поддержки, для этого разрабатываются всевозможные программы. Однако,

несмотря на то, что на федеральном уровне развитию туризма уделяется большое внимание, существует ряд нерешенных проблем (рис. 2) [11, с. 420].

Финансирование выступает главным проблемным моментом в развитии туристических кластеров, поскольку без достаточного количества финансовых ресурсов невозможно обеспечение должной туристической инфраструктуры, а также подготовки кадров для данной сферы.



Рис. 2. Проблемы в создании туристических кластеров в РФ [11, с. 420]

Проблема привлечения частных инвесторов в настоящее время является открытой и вопрос финансирования ряда проектов можно решить совместными усилиями при поддержке частной инициативы и государства.

Проблема транспортной инфраструктуры в туристической деятельности стоит в РФ достаточно остро, при высоком уровне износа транспортных средств наблюдаются достаточно высокие цены на внутренние перевозки.

Гостиничный сервис также показывает наличие проблем в качестве предоставляемых услуг. В условиях кризиса владельцы гостиниц снижают затраты на производственные нужды, что влияет на удобство и комфорт гостей, санитарные нормы часто не соблюдаются.

Отсутствие должного сервиса достаточно часто воспринимается владельцами гостиниц и ресторанов как данность, а в условиях большого потока туристов в высокий сезон цены на их услуги превышают все допустимые пределы и становится очевидным, что уровень сервиса не соответствует установленным ценам.

Итак, в настоящее время происходит активное кластерное развитие регионального рынка туристической отрасли в РФ, однако всего несколько незначительных по масштабу туристических территорий можно отнести к полноценному понятию кластер, поэтому существует острая необходимость в решении проблем, которые тормозят развитие туристической индустрии в стране, чтобы снизить влияние негативных факторов на ее развитие.

### **Выводы и заключение**

В заключение можно сделать вывод о том, что актуальность поднятой темы бесспорна, так как в современных условиях туристическая индустрия выступает ключевым фактором в развитии экономики регионов и страны в целом. Особенно важна данная сфера экономики в условиях западных санкций.

Туристический сектор представляет собой важный вектор в развитии современной экономики. За счет развития внутреннего туризма, а именно,

создания туристических кластеров повышается не только вклад в ВВП страны, но и социально-экономический эффект от реализации таких проектов.

РФ обладает значительным потенциалом для развития данной отрасли, но имеется ряд проблем, решение которых позволит вывести индустрии туризма РФ на новый уровень. В настоящее время происходит активное кластерное развитие регионального рынка туристической отрасли в стране. Однако всего несколько незначительных по масштабу туристических территорий в полной мере можно отнести к понятию кластер. Вот почему существует необходимость в решении проблем, которые тормозят развитие туристической индустрии в стране: проблем инфраструктурного характера; проблем финансирования; проблем качества предоставляемых услуг.

### Список литературы

1. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. яз. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. - 495 с.
2. Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Митрофанова И.В., Глазкова Н.Г. Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2021. – Т. 11. - № 9А. - С. 34-50.
3. Аргун Г.Р., Михалев И.В. Внутренний туризм в России: динамика развития // Экономические науки. - 2023. - № 7(224). - С. 20-27.
4. Корюкова С.А. Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в России // Прогрессивная экономика. - 2023. - № 2. - С. 57-69.
5. Сафина Н. Ф. Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в Российской Федерации // Russian Journal of Management. - 2023. - № 3. - С. 214-223.

6. Силичева Н.Е. Организационный механизм создания трансграничных туристских кластеров // Псковский регионологический журнал. - 2022. - Т. 18. - № 1. - С. 24-34.
7. Ермакова Ж.А., Холодилина Ю.Е. Туристско-рекреационный кластер как социально-экономическая система // Креативная экономика. - 2021. - Т. 15. - № 11. - С. 4237-4252.
8. Кощеев Д.А. Проектирование туристских кластеров: системно-агломерационный подход: монография / Д.А. Кощеев, О.Ю. Исопескуль. – М.: ИНФРА-М, 2022. - 326 с.
9. Абушенкова М.В. Поиск перспективных направлений развития выездного туризма в условиях санкционных ограничений // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. - 2022. - Т. 12. - № 5. - С. 181-188.
10. Цепилова Е.С., Давыдович А.Р., Сыркова И.С. Туристско-рекреационные кластеры в развитии туризма и индустрии гостеприимства в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. - 2023. - Т. 17. - № 6. - С. 36-48.
11. Аверин А.В., Поздняков К.К., Свагдиене Б. О проблемах развития туризма и индустрии гостеприимства в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2021. - № 12-3. - С. 419-426.

## **Problems of creating tourism clusters in the Russian Federation**

***Kuznetsova Olga Pavlovna,***

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of  
"State, Municipal Administration and Customs"*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Mira Avenue 32A,*

*[o.p.kuznezova@mail.ru](mailto:o.p.kuznezova@mail.ru)*

*ORCID: 0000-0002-9692-2343*

***Chizhikova Tatyana Aleksandrovna,***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of  
the Department of "State, Municipal Administration and Customs"*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Mira Avenue 32A, [chiczta@mail.ru](mailto:chiczta@mail.ru)*

*ORCID: 0009-0005-5549-6917*

At the present stage, the tourism industry is a key factor in the development of the economy, this area is especially important in the context of Western sanctions imposed on the Russian Federation. The tourism sector is an important vector in the development of the modern economy, taking a course on the development of domestic tourism, namely, by creating tourism clusters, not only the contribution to the country's GDP increases, but also the socio-economic effect of the implementation of such projects.

The Russian Federation has significant potential for the development of this industry, since its territory has unique natural and cultural resources that can attract not only domestic tourists, but also foreign ones. However, there are a number of problems on the way to the development of the tourism industry, the most important of which are underdeveloped infrastructure, low activity of investors, as well as the lack of an integrated approach to the development of tourism industry facilities.

The purpose of the study is to identify the problems of creating tourism clusters in the Russian Federation. Methods: monographic method, statistical and analytical method. The article discusses the factors influencing the creation of tourism clusters, the organizational structure, provides the author's definition of a tourism cluster, and identifies the main problems of creating tourism clusters.

**Keywords:** analysis, problems, tourism clusters, infrastructure, investments, factors, creation, development.