

УДК 338.482.22

ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА

Кучумов А. В.¹, Еремичева П. Ю.²

*^{1,2}Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
Российская Федерация
E-mail: ¹arturspb1@yandex.ru, ²eremicheva2000@outlook.com*

В данной статье описывается принципиальная роль географического фактора в определении и проектировании туристского кластера. Исследование раскрывает особенности процесса кластеризации и расщепления объектов на карте, аргументирует зависимость дальнейшего определения финансовых и инфраструктурных изменений от близости расположения элементов будущего кластера относительно друг друга. Кроме того, в работе отражается важность развития кластерных проектов, образованных на естественных началах и краткий алгоритм структурного распознавания потенциальных элементов на карте с учетом вычисления местоположения дополнительных объектов инфраструктуры.

Ключевые слова: география, туризм, кластеризация, туристский кластер, проектирование, сфера услуг, отраслевая экономика.

ВВЕДЕНИЕ

Сфера услуг, по опыту мировой практики, является показательным сектором с точки зрения изучения вопросов развития отраслевой экономики. На сегодняшний день существует достаточно широкий спектр подходов, методов и процедур, раскрывающих ее через призму положительного экономического, социального и культурного аспектов, среди которых встречается понятие «кластеризация». Кластеризация — планомерный процесс, построенный преимущественно на статистическом анализе, предполагающий деление крупных групп объектов на подмножества. Следовательно, кластеры — небольшие комбинации различных категорий объектов из целого числа, объединенные по ряду общих критериев.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

При проведении исследования применялись такие методы обработки информационных массивов, как:

- анализ статистических данных;
- анализ интернет-ресурсов;
- систематизация;
- контент-анализ;
- сравнение.

В числе материалов, которые были привлечены к исследованию, были рассмотрены преимущественно учебные пособия, интерактивные базы данных, зарубежные литературные источники и статьи. Среди использованных ресурсов числятся такие, как карта кластеров России на официальном ресурсе ВШЭ, литературный труд Портера М.Е. — «Конкурентные преимущества стран», статья

ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА

на официальном информационном ресурсе французского туристского агентства — «Atout France» и т.д.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Безусловно, кластеры как субъекты экономики обрели свое традиционное значение во многом благодаря интерпретации М. Портера. Исследователь воспринимал явление в качестве самостоятельной интегрированной системы хозяйственных связей отдельных элементов в условиях конкретной области [8]. Существуют аналогичные варианты восприятия подобных систем, которые имеют набор черт, наиболее приближенный к конкретике понимания данного явления в туристском пространстве. В числе таких дефиниция экономиста А. Маршалла, который стал основоположником кластерного подхода. Стремление ученого к проработке кластерного феномена в контексте неоклассической экономики послужило возникновению обозначения понятия как сосредоточения географически близких предприятий, являющихся звеньями единой системы, специализирующейся на предоставлении услуг и товаров ограниченных категорий [7]. Соответственно, в контексте современного взгляда на особенности изучаемой проблематики, можно подчеркнуть, что в теоретическом ключе кластерная система до сих пор воспринимается как комплекс предприятий, объединенных общим признаком, который зачастую предполагает единую географию рассматриваемых объектов. Однако, общемировой туристский рынок предложений на актуальном уровне развития располагает рядом примеров комбинированных кластерных проектов, которые носят полярный статус относительно традиционной интерпретации. Среди типов кластерных объединений в современном понимании все чаще встречаются трансграничный и межрегиональный. Подобный опыт прослеживается в практической туристской деятельности по продвижению кластерных проектов на примере европейских государств. Так, во Франции функционирует кластер «L'oenotourism cluster», специализирующийся на винном туризме, объединяющий в себе 17 винных хозяйств и порядка 14 регионов, где базируется производство разных видов напитка [9]. Данный проект является межрегиональным и имеет производственную базу в качестве обобщающего фактора, ориентированную на реализацию винного продукта и сопутствующих туристских услуг. Тем не менее, опыт Франции, несмотря на широкий разброс элементов системы, так или иначе отражает принцип географической ограниченности. Обращаясь к традиционному пониманию термина, важно подчеркнуть, что действующая версия классификации кластеров по географическому охвату и масштабу подчеркивает базовый признак систем в традиционном истолковании определения. Однако, наблюдая за ростом числа и качественной составляющей, структура кластерных объединений в условиях современных городских пространств часто не предполагает единую сервисную политику или строго ограниченный перечень категорий предоставляемых услуг и направлений деятельности, хотя и подчеркивает объединение аттракций по географическому признаку.

Огромную важность играет тема эволюции структурных возможностей кластерных проектов и приобретает значимость в разрезе исследования специфики методологической основы выявления потенциала формирования будущего кластера с опором на географический фактор близости объектов. Несомненно, к числу достоинств следует отнести и гибкость вектора определения задач в границах определения концепции и скрытого потенциала формирующихся проектов. Понимание всего комплекса возможных черт данного экономического явления позволяет целесообразно выстраивать стратегию становления и развития кластерных проектов. Так, в таблице 1 отражены основные направления проведения оценки на предмет выявления потенциала будущей кластерной системы.

При рассмотрении оценки потенциала территории, отраженных в таблице 1, следует отметить, что большая часть из них крепится на экономических показателях, которые во многих аспектах друг друга предопределяют. Например, транспортная доступность объектов внутри конкретной кластерной системы может стать определяющей с точки зрения анализа уровня первичной обеспеченности инфраструктуры на территории региона в целом.

Таблица 1.

Оценка территории на предмет проектирования туристского кластера

Показатель/потенциал	Оценка потенциала территории
Туристский потенциал	<ul style="list-style-type: none"> - историческое наследие; - культурная база; - природно-климатические условия; - досуговая инфраструктура; - специальные аттракции (единственные в своем роде объекты туристского интереса).
Промышленный потенциал	<ul style="list-style-type: none"> - основные направления развития производства на территории региона; - степень перспективности использования природно-климатических условий; - состояние рынка добывающей и обрабатывающей отраслей; - область производства и распределения; - кадровое обеспечение дестинации и т.д.
Экономические показатели развития туризма в регионе	<ul style="list-style-type: none"> - экономическая эффективность дестинации; - въездной и выездной туризм (турпоток); - уровень доходов населения; - покупательская способность; - прямой и косвенный доход от туризма.

**ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ
ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА**

Продолжение таблицы 1.	
Первичное инфраструктурное обеспечение	<ul style="list-style-type: none"> - условия и факторы территории, которые способствуют развитию; - условия и факторы территории, которые тормозят развитие; - эффективность сформированного потока товаров (логистика) или услуг; - оценка социального обеспечения и т.д.
Географическая обоснованность территории проекта	<ul style="list-style-type: none"> - анализ расположения объектов; - анализ структуры и особенностей пространственного размещения объектов; - доступность к рынкам и ресурсам; - показатели производственной и предпринимательской эффективности объектов; - транспортная доступность объектов внутри региона.
Потенциал формирования конкурентноспособной среды	<ul style="list-style-type: none"> - уникальность предлагаемого на рынке товара или услуги; - низкий уровень производственных издержек; - высокая фондоотдача; - финансовая стабильность производств; - высокая прибыль.
Анализ скрытого потенциала выделенной зоны	<ul style="list-style-type: none"> - специализация производств на территории; - уровень сервиса туристских предприятий; - наличие аттракций; - наличие сформировавшейся культуры отдельной направленности и т.д.

Составлено авторами.

Первичный географический фактор является отправной точкой и показателем, способствующим определению наличия финансовой выгоды проектирования кластера на первичном уровне, так как снижаются расходы на инфраструктуру в границах системы в прогностическом ключе, сокращается необходимость учитывать процент затрат, прослеживается экономия средств, которые могли бы потребоваться на строительство дополнительных гостиниц, туристско-информационных бюро и торговых точек. Включая неоспоримый уровень важности других характеристик территории, степень близости элементов кластерной системы заведомо отождествляется с уровнем инвестиционной привлекательности, т.к. идет параллельно с фактором эргономичности территории для туристских потоков.

Кроме того, относительно близкое расположение объектов кластера позволяет рассредоточить туристские группы и освоить принцип цикличности процессов между предприятиями, в частности, когда речь идет о сосредоточении в одной дестинации нескольких объектов показа, образовательных центров и т.д. Таким образом, на примере потенциального несуществующего винного кластера в Краснодарском крае, можно наглядно подчеркнуть значимость географического фактора. Ниже, в таблице 2 путем случайного выбора в границах обозначенного региона определены точки и географические координаты территорий, относящихся к области винного производства.

Таблица 2.

Географические координаты элементов потенциального винного кластера Краснодарского края

№	Элемент	Координаты на карте	X, км	Y, км	Q, тонн
1	Геленджик	44.561012,38.077115	35	47	1,6
2	Станица Нижнебаканская	44.86655,37.866648	22	13	1,6
3	Станица Раевская	44.83628,37.549696	16	14	1,6
4	Тамань	45.215612,36.718413	27	13	1,6
5	Голубицкая станица	45.320715,37.276509	17	31	1,6
6	Село Витязево	44.988387,37.256953	36	27	1,6
7	Поселок Виноградный	45.05669,37.320634	36	32	1,6

Составлено авторами.

Анализируя значения, следует пояснить составляющие расчетной части исследования, где X — определение долготы относительно каждого объекта в километрах, а Y — определение широты, соответственно. В то же время в таблице выделено значению Q, которое предполагает относительный вес группы туристов в их стандартном количестве — 15 человек. Последний показатель помогает оценить целесообразность распределения объектов друг относительно друга и способствует более качественному расчету местоположения гостиничного предприятия или туристско-информационного бюро при необходимости. Более того, рассматривая станицы Нижнебаканскую и Раевскую и их расположении относительно региональных центров — в 24 и 30 км от г. Новороссийска, а также в 106 и 138 км от г. Краснодара приблизительно, что на практическом примере подчеркивает географическую близость элементов будущего кластера относительно друг друга. В дополнении, необходимо отметить, что подобная тенденция близкого расположения объектов способствует их более качественному горизонтальному взаимодействию для повышения эффективности функционирования производственной составляющей системы в перспективе.

Говоря о минимальном развитии инфраструктуры относительно выделенных доминант на карте, важно заметить, что распределение турпотока здесь оказывает

**ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ
ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА**

решающее влияние. При расчете точки местоположения предполагаемой гостиницы или туристско-информационного бюро, прежде всего важно определить местоположение нового объекта относительно каждого из основных объектов. Затем следует использовать формулу 1 и формулу 2, которые помогут рассчитать приблизительные координаты расположения дополнительного объекта по осям X и Y на основании имеющихся данных по ключевым элементам:

$$X_{\text{гостиница}} = (x1*Q)+(x2*Q)...(x7*Q)/\Sigma_{\text{гостиница}}Q, \quad (1)$$

Где $X_{\text{гостиница}}$ — предполагаемое определение долготы будущей гостиницы;

$x1, x2...x7$ — значения долготы базовых объектов винного хозяйства;

$\Sigma_{\text{гостиница}}Q$ — сумма значений долготы базовых объектов с учетом веса тургруппы (15 чел-к).

Рассчитываем формулу 2 по тому же принципу относительно оси Y (определения широты):

$$Y_{\text{гостиница}} = (y1*Q)+(y2*Q)...(y7*Q)/\Sigma_{\text{гостиница}}Q, \quad (2)$$

Где $Y_{\text{гостиница}}$ — предполагаемое определение широты будущей гостиницы;

$y1, y2...y7$ — значения долготы базовых объектов винного хозяйства;

$\Sigma_{\text{гостиница}}Q$ — сумма значений долготы базовых объектов с учетом веса тургруппы (15 чел-к).

На основании расчетов удалось выстроить таблицу, где отражены результаты сообразно каждому объекту, включая дополнительный пункт рассредоточения туристских потоков.

Таблица 3.

Координаты расположения будущей гостиницы относительно
базовых объектов кластера

№ объекта	X, км	Y, км	Q, тонн	Центр		Координаты	
				X, центр	Y, центр	X, км	Y, км
1	35	47	1,6	56	75,2	56	75,2
2	22	13	1,6	35,2	20,8	35,2	20,8
3	16	14	1,6	25,6	22,4	25,6	22,4
4	27	13	1,6	43,2	20,8	43,2	20,8
5	17	31	1,6	27,2	49,6	27,2	49,6
6	36	27	1,6	57,6	43,2	57,6	43,2
7	36	32	1,6	57,6	51,2	57,6	51,2
			11,2	302,4	283,2	302,4	283,2
Центр	27,00	25,29				27,00	25,29

Составлено авторами.

Рассматривая полученные при расчетах данные, можно отметить, что полученные географические данные предполагаемой гостиницы относительно перечня ведущих винных районов Краснодарского края составили 27 км по оси X и 25,29 по оси Y, что позволяет определить наглядно его расположение путем кластеризации общего числа элементов системы на карте. Для визуального анализа информации, полученной в процессе исследования, удалось составить диаграмму с учетом двух компонентов каждой доминанты (рис. 1).

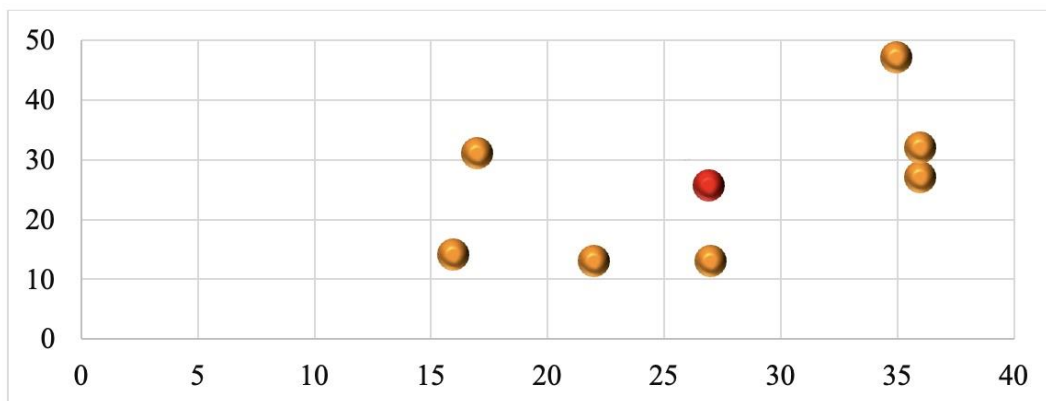


Рис. 1. Расположение потенциальной гостиницы относительно винных районов (элементов) потенциального кластера на карте.

Составлено авторами.

Представленная методика расчета местоположения потенциальной гостиницы относительно элементов потенциального кластера позволили смоделировать ситуацию заранее и оценить перспективы проектирования кластера на первичном этапе. Рассуждая о базовой роли географического фактора при определении потенциала кластерной системы, полезно упомянуть, что влияние уходит далеко за пределы показателя, так как география расположения объектов способствует прорисовке границ будущей системы, определению удобного основного состава и плотности структуры. Так, например, опираясь на данные, которые были определены специалистами образовательного пространства для развития идей в сфере геотехнологий — «Картетика», получилось составить таблицу 4, где были отмечены положительные стороны осуществления процессов кластеризации при помощи карт [5].

Соответственно, опираясь на данные в таблице, можно определить, что географический фактор – широкий показатель оценки, который крепится на анализе территории с точки зрения финансовой выгоды проектирования кластера лишь в первостепенном ключе, тогда как при более глубинном изучении является более гибким и представляет возможности для выделения более конкретных основных характеристик будущего проекта. Так, преимущества, заключающиеся в определении скопления объектов различной плотности и учет выбывающих из общего числа объектов, способствуют более ясному пониманию границ будущего

**ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ
ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА**

центра инвестиций и возможных резервных точек за ними, а также помогает в определении потенциально приемлемых точек продаж и территории проведения рекламных кампаний для привлечения туристов.

Таблица 4.

Преимущества кластеризации пространственных данных

№	Особенность	Характеристика
1	Обнаружение кластерных систем неправильной формы	Процесс позволяет определять возможную комбинацию трех и более объектов даже в том случае, когда они формируют неправильную форму или несимметрично расположены относительно друг друга
2	Расположение данных определяет возможное количество кластеров в одной пространственной среде	Анализ пространственных данных позволяет выявить все возможности региона относительно выбранного направления, а значит предполагает выявление более чем одной потенциальной структуры (с учетом большого количества элементов)
3	Учет выбивающихся объектов из общего числа	Анализ пространственных данных часто предполагает обнаружение объектов, которые находятся на значительном расстоянии от общего числа. Такие объекты можно оставлять в резерве, как прилегающие к системе или дополнительные производственные возможности
4	Учет расстояния между объектами	Пространственные данные с точки зрения четкости позволяют выявить предельные расстояния объектов в границах потенциального кластера
5	Определение скопления объектов различной плотности	Данные возможности повествуют о том, что тип анализа позволяет определить подсистемы внутри одной системы и более конкретно определить ареал действия основной системы

Составлено авторами.

Следует также подчеркнуть, что основы выявления потенциала с точки зрения создания кластера на обозначенной территории в первоочередном порядке зарождаются на этапе изучения ресурсной базы. Естественно, что прежде определения географических границ будущего кластерного проекта следует формирование самих его элементов, которое зависит от целого ряда факторов, среди которых:

- благоприятная природно-климатическая среда на регулярном уровне;
- плодородная почва;
- отсутствие подземных течений;
- рельеф обозначенной под реализацию предприятий местности;

– гармоничность и функциональность расположения пространства в конкретной местности и т.д.

Необходимо взять во внимание тот факт, что концентрация кластерных проектов на естественных началах несоизмеримо ниже тех, которые были созданы исключительно по инициативе человека без учета уникальных вспомогательных внешних факторов. Процесс продвижения кластерной политики в условиях российского туристского комплекса под исключительным воздействием человеческого фактора ярко продемонстрирован в карте кластеров России, разработанной специалистами Высшей Школы Экономики (ВШЭ) [4]. Ниже представлена диаграмма, где отражено общее число кластеров по направлениям и примерное количество участников этих проектов (рис. 2).

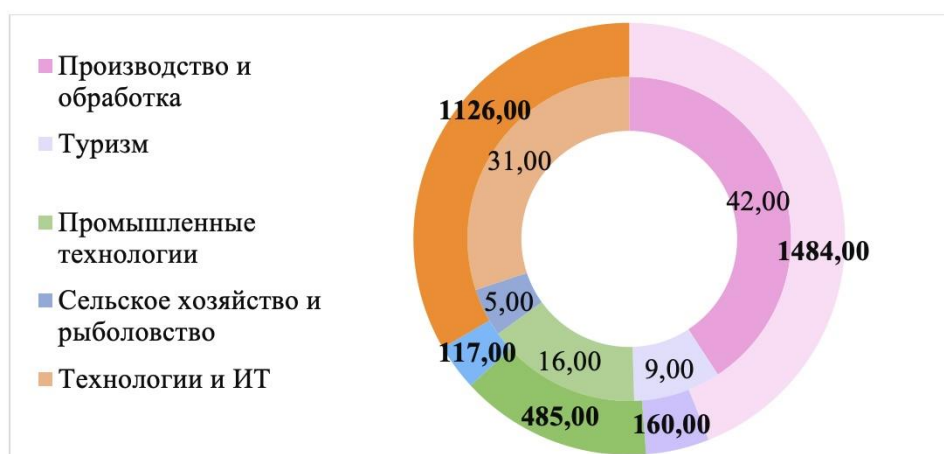


Рис. 2. Количество кластеров и их элементов по специализациям.

Составлено авторами по [4].

На предложенной диаграмме отражено количество кластерных проектов и их участников по России. Следует подчеркнуть, что внутреннее кольцо диаграммы отражает общее приблизительное число кластеров с обозначенным в легенде основным направлением функционирования, тогда как внешний круг сосредоточен на количестве непосредственных элементов, соотносимых с ними. Можно обратить внимание на то, что крупную долю кластерных проектов занимают системы, нацеленные на производство и промышленность, тогда как наименьшее число среди общей суммы отведено на туристско-рекреационные проекты. Подобная тенденция подтверждает необходимость развития смешанных концепций и поиска возможных вариаций планируемых проектов, которые могут принести экономическую выгоду региону и при этом имеют характерную поддержку в природно-климатических и географических особенностях территорий. При правильной аналитической работе данные будущие проекты способны раскрыть потенциал дестинации с новой стороны, обеспечить дополнительное финансирование производственным объектам и повлиять на образование новых микросистем, которые станут важной составляющей в экономическом и социально-культурном аспекте.

ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении важно заметить, что комплекс факторов, характеризующих высокий потенциал территории для формирования кластерной системы, организует элементы кластера и является причиной обоснования особой экономической зоны в границах поля действия будущего кластерного проекта. Первичный географический фактор способствует качественному определению границ местности и самого проекта для более оптимального распределения финансовых, туристических потоков, а также подчеркивает значимые аспекты, которые касаются выделения перечня характеристик, влияющих на естественное формирование выгодной экономической среды и производственных сил, что особенно важно в частных случаях, когда речь идет о комбинированных типах кластерных систем, сочетающих в себе производственную и туристско-рекреационную основы.

Список литературы:

1. Гомилевская Г.А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме. В.: ВГУЭС, 2015. 144 с.
2. Карпова Г.А., Морозов М.А., Морозова Н.С., Хорева Л.В. Экономика туризма. М.: Чеховский Печатный Двор, 2016. 364 с.
3. Ломидзе М. В АТОР подвели туристические итоги 2021 года. Ассоциация туроператоров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения: 25.10.2023).
4. Карта кластеров России на официальном ресурсе «ВШЭ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://map.cluster.hse.ru/list> (дата обращения: 25.10.2023).
5. Статья «Особенности кластеризации пространственных данных» на образовательном ресурсе «Картетика». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cartetika.ru/tpost/xbr62mg41-osobennosti-klasterizatsii-prostranstven?ysclid=lo5m4mods766454067> (дата обращения: 24.10.2023).
6. Andersson T., Serger S.S., Sorvik J., Hansson E.W. THE CLUSTER POLICIES WHITEBOOK, IKED, 2004. [Online], Informational research archive «Researchgate». Available at: https://www.researchgate.net/publication/284163165_The_Cluster_Policies_Whitebook (дата обращения: 25.10.2023).
7. Marshall A. Principles of economics. Amherst, NY: Prometheus Books, 1997. Available at: <https://archive.org/details/principlesofecon00mars> (дата обращения: 25.10.2023).
8. Porter M.E. The Competitive advantage of nations. New York: Free Press, 1990. Available at: <https://archive.org/details/competitiveadvan0010port> (дата обращения: 25.10.2023).
9. Official foreign information source of French tourism agency «Atout France». Article «Oenotourisme», 2022. Available at: <https://www.atout-france.fr/content/oenotourisme> (дата обращения: 24.10.2023).

DESIGNING A TOURIST CLUSTER BASED ON GEOGRAPHICAL FACTOR

Kuchumov A. V.¹, Eremicheva P. Y.²

*^{1,2}St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russian Federation
E-mail: ¹arturspb1@yandex.ru, ²eremicheva2000@outlook.com*

This article describes the importance and role of clustering processes as one of the leading parts of organizing objects in order to improve the state of the tourist complex. The work reflects opinions of different researchers in terms of perception of the essence of cluster systems. There were considered characteristic features of cluster systems through the prism of modern understanding of this phenomenon. The article provides brief results of the analysis of the global experience in the implementation of this category of projects and provides an example of the organization of a cluster in France. Using this example, the authors managed to reflect the importance of the geographical factor in the formation of a cluster and create a basis for proposing methodological foundations for assessing the primary structural features of cluster associations. The authors examined the basic aspects of the assessment of territories for the design of a tourist cluster. The evaluation criteria and their significance in determining the benefits of building a future cluster were briefly analyzed. In the process of conducting of the study, the advantages of a high degree of proximity of future cluster elements were evaluated. During of the study, a concrete example of a non-existent potential cluster system was given, which served as the basis for future calculations. In the process of implementing the computational part of the work, the authors provide geographical characteristics of some territories that are potentially attractive as future elements of the cluster, calculate the position of zones on the coordinate line using formulas. As a result of the study, calculations of the location of a potential hotel as an element of the cluster relative to the zones included in the potential system were carried out. A table with the final data was displayed, on the basis of which it was possible to simulate the graphic format. In the article, the authors provide a list and characteristics of the advantages of clustering spatial data as confirmation of the reliability of the modeling method used as acceptable in determining the benefits of the location of elements of a potential cluster. The number of clusters by category was analyzed manually using the cluster map of Russia. Based on the results of the analysis, it was concluded that it is necessary to introduce more multi-format systems.

All in all, research reflects the the principal role of the geographical factor in determining and designing a potential tourist cluster. Authors find the geographical factor as the primary criterion for assessing the potential benefits of building a cluster in a certain area. The geographical validity of the territorial boundaries of a potential cluster object in the framework of the study is considered from the point of view of analyzing the range of objects, analyzing the structure and features of the spatial placement of cluster elements and comparing them with the qualitative content of future objects. The study reveals the peculiarities of the clustering process and the dispersion of objects on the map, explains the dependence of further determination of financial and infrastructural changes on the proximity of the location of the elements of the future cluster relative to each other. In addition, the paper reflects the importance of the development of cluster projects formed on a natural basis and a short algorithm for structural recognition of potential elements on the map, taking into account the calculation of the location of additional infrastructure objects.

Keywords: geography, tourism, clustering, tourist cluster, design, service sector, industry economy.

ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ОСНОВЕ
ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА

References

1. Gomilevskaja G.A. Jekonomika i predprinimatel'stvo v servise i turizme. V.: VGUJeS, 2015. 144 pp. (in Russian).
2. Karpova G.A., Morozov M.A., Morozova N.S., Horeva L.V. Jekonomika turizma. – M.: «Chehovskij Pechatnyj Dvor», 2016. 364 pp. (in Russian).
3. Lomidze M. V ATOR podveli turisticheskie itogi 2021 goda. Associacija turope-ratorov. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (application: 25.10.2023). (in Russian).
4. Karta klasterov Rossii na oficial'nom resurse «VShJe». [Elektronnyj resurs]. URL: <https://map.cluster.hse.ru/list> (application: 25.10.2023). (in Russian).
5. Stat'ja «Osobennosti klasterizacii prostranstvennyh dannyh» na obrazovatel'-nom resurse «Kartetika». [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cartetika.ru/tpost/xbr62rng41-osobennosti-klasterizatsii-prostranstven?ysclid=lo5m4mods766454067> (application: 24.10.2023). (in Russian).
6. Andersson T., Serger S.S., Sorvik J., Hansson E.W. THE CLUSTER POLICIES WHITEBOOK, IKED, 2004. [Online], Informational research archive «Researchgate». [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.researchgate.net/publication/284163165_The_Cluster_Policies_Whitebook (application: 25.10.2023).
7. Marshall A. Principles of economics. Amherst, NY: Prometheus Books, 1997. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://archive.org/details/principlesofecon00mars> (application: 25.10.2023).
8. Porter M.E. The Competitive advantage of nations. New York: Free Press, 1990. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://archive.org/details/competitiveadvan0010port> (application: 25.10.2023).
9. Official foreign information source of French tourism agency «Atout France». Article «Oenotourisme», 2022. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.atout-france.fr/content/oenotourisme> (application: 24.10.2023).

Поступила в редакцию 01.03.2024 г.