

## II. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

УДК 338.48

M.V.Voloshinova, A.V.Kuchumov,  
P.Y. Eremicheva

### INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF TOURISM CLUSTERS: THE ROLE OF COMPETITION AND PARTNERSHIP

The article examines the structure of a tourism cluster with an emphasis on the organization of the institutional environment. The authors analyze the connections between the elements of the cluster system and the specifics of their communication with the external environment. The work classifies the forms of interaction between participants in a tourism cluster and studies the position of the institution of competitive cooperation in this system. The main characteristics of the institution of external communications and its components are identified, and the features of partnership and competitive relationships are studied. The essence of external and internal agents of a tourism cluster is considered in the context of the institution of competition and partnership.

**Keywords:** tourism, clusters, tourism cluster, institutional environment, institute of competition, partnership, cluster system.

М.В. Волошинова<sup>1</sup>, А.В. Кучумов<sup>2</sup>,  
П.Ю. Еремичева<sup>3</sup>

### ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ТУРИСТ- СКИХ КЛАСТЕРОВ: РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ И ПАРТНЁРСТВА

В статье рассматривается структура туристского кластера с акцентом на организацию институциональной среды. Авторы анализируют связи между элементами кластерной системы и специфику их коммуникации с внешней средой. В работе проведена классификация форм взаимодействия участников туристского кластера и изучено положение института конкурентного сотрудничества в данной системе. Выявлены основные характеристики института внешних коммуникаций и его компонентов, исследованы особенности партнёрских и конкурентных взаимоотношений. Рассмотрена сущность внешних и внутренних агентов туристского кластера в контексте института конкуренции и партнёрства.

**Ключевые слова:** туризм, кластеры, туристский кластер, институциональная среда, институт конкуренции, партнёрство, кластерная система.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-1-40-10-15

Туристские кластеры представляют сложные, зачастую межотраслевые, структуры, которые выстраиваются на основе взаимодействия элементов, заинтересованных в создании общего продукта. Элементы, создающие систему институтов туристских кластеров, зачастую представлены коммерческими субъектами, правительственными организациями, профессиональными и отраслевыми сообществами. В контексте реализации туристского кластерного проекта их коммуникации определяются задачами совместного проектирования, реализации и эксплуатации.

Связи составляющих кластера проявляются в нескольких формах, предполагая наличие общих целей, которые отражают общественные потребности на национальном и региональном уровнях, так как создание многофункциональных систем со сложной структурой стимулирует социально-экономическое развитие территорий, положительно влияет

<sup>1</sup> Волошинова М.В., доцент кафедры экономики и управления в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Voloshinova M.V., Associate Professor of Department of Economics and Management in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg  
E-mail: voloshinova@unecon.ru

<sup>2</sup> Кучумов А.В., доцент кафедры экономики и управления в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Kuchumov A.V., Associate Professor of Department of Economics and Management in the Service Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg  
E-mail: arturspb1@yandex.ru

<sup>3</sup> Еремичева П.Ю., аспирант кафедры экономики и управления в сфере услуг; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Eremicheva P.Y., Postgraduate of the Department of Economics and Management in the Service Sector; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg  
E-mail: apollinochka2000@gmail.com

на изменение доли туризма в ВРП, увеличение доходной доли региона, совершенствование инфраструктуры, создание новых рабочих мест и т.д.

Возвращаясь к специфике организации взаимодействия между агентами кластера, следует обратить внимание на классификацию форм (Рис. 1).



Рисунок 1 – Классификация форм взаимодействия участников туристских кластеров [3]; [13]; [16]

Несомненно, особенности коммуникационных связей на базе туристской кластерной системы в большинстве своём определяются уровнем взаимозависимости между элементами, масштабами деятельности, характером, местоположением, структурными чертами, степенью инновационности внутренних процессов, степенью кооперации, природой инвестиций в проект и т.п. Указанные параметры позволяют разделять предприятия, взаимодействующие с туристской кластерной системой (поставщики, партнёры, страховые фирмы, туристские агенты и т.п.) и относящиеся к ней (гостиницы, предприятия общественного питания, спортивные комплексы, транспортные предприятия, рекреационные зоны и т.п.), на партнёрские и конкурентные относительно друг друга.

Условия, создаваемые для организации эффективных взаимосвязей между составляющими туристских кластерных проектов, можно назвать институциональной средой. Институциональная среда туристского кластера – это комплекс институтов внутри объединения, функционирование и пересечения между которыми обусловлено принципами, нормами и законами, затрагивающими вовлечённые сектора экономики территорий локализации [10]; [15].

Отсюда возникает потребность в разделении взаимодействий по их характеру и целям заинтересованных сторон. Так, институт конкурентного сотрудничества во многом является отправной точкой в вопросе организации дальнейшей деятельности при кооперации субъектов. Единообразие этого института предопределено спецификой деятельности, взаимодействующих и конфликтующих одновременно, субъектов, так как кластерные системы, для которых характерен усиленный отраслевой аспект, предполагают интеграцию нескольких элементов, представляющих общий сектор. Не исключено подобное взаимодействие между субъектами в комбинированных кластерных образованиях, для которых характерно привлечение ресурсов нескольких секторов.

Структуру туристского кластера можно визуализировать посредством разделения территории, а именно организаций, влияющих определённым образом на целостность и

эффективность функционирования системы на среды. Так, на Рис. 2 далее предложена структура туристского кластера с учётом соответствующего разделения и выявления позиции института конкуренции и партнёрства.

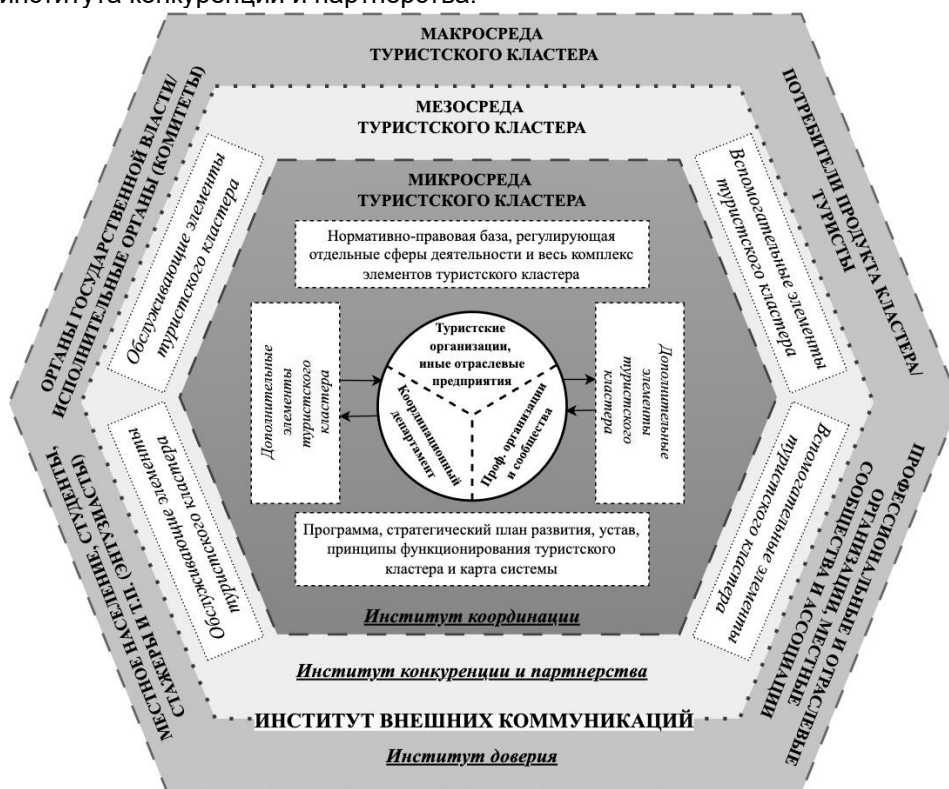


Рисунок 2 – Структура кластера с учётом института конкуренции и партнёрства [1]; [2]; [15]; [19]

Институт конкурентного сотрудничества (конкуренции и партнёрства) является составной частью института внешних коммуникаций и рассматривается в качестве цепочки устойчивых взаимодействий между представителями внешней и внутренней сред туристской кластерной системы, предполагает глубокую степень кооперации субъектов туристской индустрии, смежных и партнёрских секторов, а также обеспечивающих отраслей [9]; [14].

Важно заметить, что институт доверия в туристском кластере в некотором смысле может ассоциироваться с партнёрской стороной взаимодействий предприятий-представителей внутренней структуры с организациями из макросреды и мезосреды кластера, так как характеризуется постоянными связями поддерживающего и взаимовыгодного толка.

Далее представлена Табл. 1, в которой отражены элементы туристского кластера, которые могут входить в институт внешних коммуникаций.

Таблица 1 – Описание института внешних коммуникаций туристского кластера [12]; [17]; [18]

	№	Составляющие	Описание составляющих
Институт внешних коммуникаций	1	Институт конкуренции и партнёрства	Механизм организации и осуществления интенсивных взаимодействий между элементами внутри системы и за её пределами, стимулирующий развитие туристского кластерного образования в трудных экономических условиях, инновационность роста, качественную реорганизацию системы при необходимости
	2	Институт доверия	Механизм организации взаимосвязей между структурными компонентами или туристским кластером в совокупности с внешней средой, представленной организациями, участвующими в развитии и поддержке кластера извне. Подкрепляется единством взаимосвязей между государственными, туристскими и иными профильными организациями, потенциалом предприятий, обязательствами, обусловленными уставом, стратегией, нормами и т.д.

Соответственно, партнёрство обусловлено регулярной организацией формальных отношений при реализации совместных задач в рамках туристского кластерного проекта,

многообразных неформальных отношений между сотрудниками туристских предприятий и организаций, относящихся к смежным отраслям. Такие связи могут реализовываться на вертикальном и горизонтальном уровнях.

Конкурентные взаимодействия осуществляются в основе своей на горизонтальном уровне, когда внутри системы курсируют ресурсы, доступные и полезные для производителей схожего продукта [17]. Несмотря на тот факт, что такие предприятия могут находиться в условиях развития одной и той же системы, они конкурируют за прибыль от потребителя, заинтересованного в конкретной услуге, которая может отличаться по содержанию и качеству.

Однако, конкурентный блок института конкурентного сотрудничества может проявляться в поддержании конкурентоспособности туристского кластера за счёт его многоступенчатой и широкой структуры. В данном контексте существует ряд норм и принципов, на которых строится система взаимодействий, конечным эффектом реализации которой станет эффективная и благоприятная среда регулирования поведения субъектов туристского кластера [4]; [6]. Роль конкурентного компонента позволяет сформировать базу предприятий для конкретного туристского кластера, что в дальнейшем повлияет на снижение издержек, реформирование и обновление предпринимательской основы образования [11].

Инновационные туристские проекты в формате кластеров свидетельствуют о зрелости туристского комплекса и о прогрессивном направлении формирования стратегии развития регионального туристского комплекса. Важнейшей частью изучения их функционирования с институциональной точки зрения является определение внешних и внутренних агентов кластеров, а также их взаиморасположения и разночтений в процессе реализации деятельности туристского кластера. Таким образом, данная категоризация предполагает [5]; [7]; [8]:

1. Внешние агенты туристского кластера – ключевые организации, подразделения и структуры, находящиеся за пределами туристской кластерной системы, заинтересованные в её становлении и развитии (международные и отечественные туристские организации, государственные предприятия, партнёры, туристские агентства и т.д.).

2. Внутренние агенты туристского кластера – непосредственные участники, элементы туристской кластерной системы, которые организуют функционирование изнутри, внедряют определённую концепцию развития и взаимодействия, создают предпринимательскую и инфраструктурную основу.

Следовательно, внешние агенты кластерной системы соотносятся с регулирующей, направляющей, ресурсообеспечивающей функциями. Представители этой среды активно взаимодействуют с системой и характеризуют опорный пласт организаций, которые выступают в качестве партнёров и инициаторов развития. В то же время внутренние агенты кластера выступают в качестве структурных элементов, выполняющих производительную, обеспечивающую, туристско-рекреационную, инновационную и другие функции.

В результате исследования удалось выяснить, что роль института конкурентного сотрудничества (конкуренции и партнёрства) определяется обеспечением условий эффективизации взаимодействия компонентов туристского кластера. Естественно, что конкурентный блок проявляется через добросовестную конкуренцию на почве разделения ресурсов, учитывая общие цели и потребности, на основании правил и алгоритмов функционирования, определяемых координирующими силами. Партнёрская линия коммуникации между элементами туристского кластера развивается через формирование стратегий, совместное ведение процессов внутри системы и решение проблемы выработки требуемого социально-экономического эффекта на региональном уровне.

В совокупности исследуемая составляющая институциональной среды образования влияет на создание взаимовыгодных связей элементов внутри кластера и их взаимодействий с внешним миром, создаёт основу качественной кооперации, роста потенциала, укрепления позиций туристского кластера через сбалансированное выстраивание отношений.

#### **Список использованных источников**

1. Стратегирование отрасли туризма и выставочно-ярмарочной деятельности на Дальнем Востоке России: монография / И.З. Чхотуа, А.В. Садовнича, Л.И. Власюк, А.С. Хворостяная; под науч. ред. С.М. Дарькина, В.Л. Квинта. – Москва: Первое экономическое издательство, 2024. – 406 с.: ил. – (Библиотека "Стратегия Дальнего Востока России").

2. Экономическая и финансовая стратегия: учебник / В.Л. Квинт, И.В. Новикова, М.К. Алимуратов, А.И. Аршинова [и др.]: под науч. ред. В.Л. Квинта. – Москва : Издатель-

ство Московского университета, 2024. – 247, [1] с.: ил. (табл., схем.). – (Классический университетский учебник).

3. Абабкова М.Ю., Васильева О.О. Методические аспекты оценки эффективности межфирменного взаимодействия в туристском кластере // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 1 (ч. 2). – С. 5-11. – URL: <https://vael.ru/article/view?id=975> (дата обращения: 18.01.2025).

4. Горбунова В.В. Государственное регулирование предпринимательских структур в конкурентной среде // Российский экономический интернет-журнал. – 2011. – № 4. – С. 131-136. – URL: <https://www.e-rej.ru/Articles/2011/Gorbunova.pdf> (дата обращения: 18.01.2025).

5. Даниленко Н.Н. К вопросу о содержании понятия "туристский кластер" // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 33(312). – С. 45-53. – URL: [https://irbis.amursu.ru/cgi-bin/irbis64r\\_11/cgiirbis\\_64.exe?LNG=en&Z21ID=&I21DBN=SPRV&P21DBN=SPRV&S21STN=1&S21REF=5&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=30&S21P01=0&S21P02=0&S21LOG=1&S21P03=K=&S21STR=признаки%20туристского%20кластера](https://irbis.amursu.ru/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe?LNG=en&Z21ID=&I21DBN=SPRV&P21DBN=SPRV&S21STN=1&S21REF=5&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=30&S21P01=0&S21P02=0&S21LOG=1&S21P03=K=&S21STR=признаки%20туристского%20кластера) (дата обращения: 18.01.2025).

6. Дубровская С.И. Роль института конкуренции в системе рыночных институтов // Вестник Самарского финансово-экономического института. – 2011. – № 12. – С. 42-45. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_19624218\\_37069985.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_19624218_37069985.pdf) (дата обращения: 18.01.2025).

7. Ермакова Ж.А., Холодилина Ю.Е. Туристско-рекреационный кластер как социально-экономическая система // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 11. – С. 4237-4252. – URL: <https://1economic.ru/lib/113799> (дата обращения: 18.01.2025).

8. Кучумов А.В., Еремичева П.Ю. Основные подходы в построении регионального туристского бренда // Учёные записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. География. Геология. – 2024. – Том 10(76). – № 4. – С. 29-38. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_75999106\\_70670297.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_75999106_70670297.pdf) (дата обращения: 18.01.2025).

9. Кучинова Э.С. Туристский кластер как фактор создания конкурентных преимуществ региона на рынке туристических услуг (на примере Республики Алтай) // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 340. – С. 145-148. – URL: <https://journals.tsu.ru/uploads/import/853/files/340-145.pdf> (дата обращения: 18.01.2025).

10. Кучеренко О.В. Кластеры в региональной экономике: институциональная среда и тенденции развития в Омской области // Научное обозрение. Экономические науки. – 2014. – № 1. – URL: <https://s.science-education.ru/pdf/2013/3/63.pdf> (дата обращения: 18.01.2025).

11. Ковалева Т.Ю. Институциональная среда как основа развития промышленных кластеров // Журнал экономической теории. – 2014. – № 3. – С. 129-135. – URL: [https://jet-russia.com/wp-content/uploads/2023/09/12\\_Ковалева.pdf](https://jet-russia.com/wp-content/uploads/2023/09/12_Ковалева.pdf) (дата обращения: 18.01.2025).

12. Линченко Б.И. Институциональное развитие кластеров // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2013. – № 4(44). – С. 127-134. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_21243116\\_53369576.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_21243116_53369576.pdf) (дата обращения: 18.01.2025).

13. Недашковская В.А. Переговорный процесс: понятие и виды // Международный научный журнал "Актуальные исследования". – 2021. – № 31(58). – С. 70-72. – URL: <https://apni.ru/article/2766-peregovornij-protsess-ponyatie-i-vidi> (дата обращения: 18.01.2025).

14. Нюренбергер Л.Б., Мальгин А.В., Петренко Н.Е. Региональные туристско-рекреационные кластеры: подходы к формированию и развитию // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Том 13. – № 97. – С. 3443-3454. – URL: <https://1economic.ru/lib/118728> (дата обращения: 18.01.2025).

15. Попов Е.В., Симонова В.Л., Казакова Д.М. Управление развитием институтов кластерных образований // Вестник Пермского университета. Экономика. – 2016. – Вып. 1(28), С. 68-78. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_25828541\\_74915139.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_25828541_74915139.pdf) (дата обращения: 18.01.2025).

16. Полухина А.Н. Перспективы кластерно-сетевое взаимодействие бизнеса и НКО в туристской сфере // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 2 (ч. 2). – С. 425-429. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39950> (дата обращения: 18.01.2025).

17. Росина А.Г. Взаимодействия как основа устойчивого конкурентного преимущества экономического кластера // Журнал "Фундаментальные исследования". – 2015. – № 6 (ч. 1). – С. 184-188. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38418> (дата об-

ращения: 18.01.2025).

18.Софронов Г.Н., Алексеева А.Э. Формирование конкурентной среды в процессе регионального экономического развития // Вестник экономики, права и социологии. – 2011. – № 4. – С. 114-117. – URL: <https://www.vestnykeps.ru/0411/26.pdf> (дата обращения: 18.01.2025).

19.Kim N., Wicks B.E. (2010). Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness // International CHRIE Conference-Refereed Track. Pp 9. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/280040367\\_Rethinking\\_Tourism\\_Cluster\\_Development\\_Models\\_for\\_Global\\_Competitiveness](https://www.researchgate.net/publication/280040367_Rethinking_Tourism_Cluster_Development_Models_for_Global_Competitiveness) (accessed at 18.01.2025).