

УДК 332.338.48

ББК 65.433

© Шишкин А.И., Биктимирова Е.Д.

## Методические основы создания туристско-рекреационного кластера «Заонежье» (Республика Карелия)

*В статье рассматриваются вопросы территориального планирования в сфере туризма. Приведена характеристика понятия «кластер», выделены цели его создания и основные элементы. Исследована возможность создания туристско-рекреационного кластера на территории Заонежья Республики Карелия. Разработана упрощенная модель кластера и выявлены ее основные параметры. Определены барьеры, сдерживающие создание кластера, и предложены мероприятия по их устранению.*

*Территориальное планирование, сфера туризма, кластер, социально-экономическое развитие, Республика Карелия.*



**Анатолий Иванович  
ШИШКИН**

доктор технических наук, профессор, директор Института экономики Карельского научного центра РАН  
insteco@karelia.ru



**Екатерина Дмитриевна  
БИКТИМИРОВА**

аспирант Института экономики КарНЦ РАН  
kbiktimirova@rambler.ru

Глобализация мирового хозяйства является в XXI веке основным фактором развития мировой экономики. Расширение мирового пространства, интенсификация и углубление мировой взаимозависимости, проявляющейся во всех сферах жизнедеятельности, — основные проявления глобализации.

Адаптивность экономики к современным процессам является важным условием развития. При этом существенны различия

в темпах перемен, уровне технологий, качестве организации и управления процессами развития экономик регионов и стран.

Самые высокие темпы развития выявлены в сфере услуг. Уровень и динамика ее развития оказывают определяющее воздействие на экономическое и социальное состояние стран.

Возрастающая по экспоненте мобильность общества в первую очередь отражается на сфере туризма. Это подтверждается

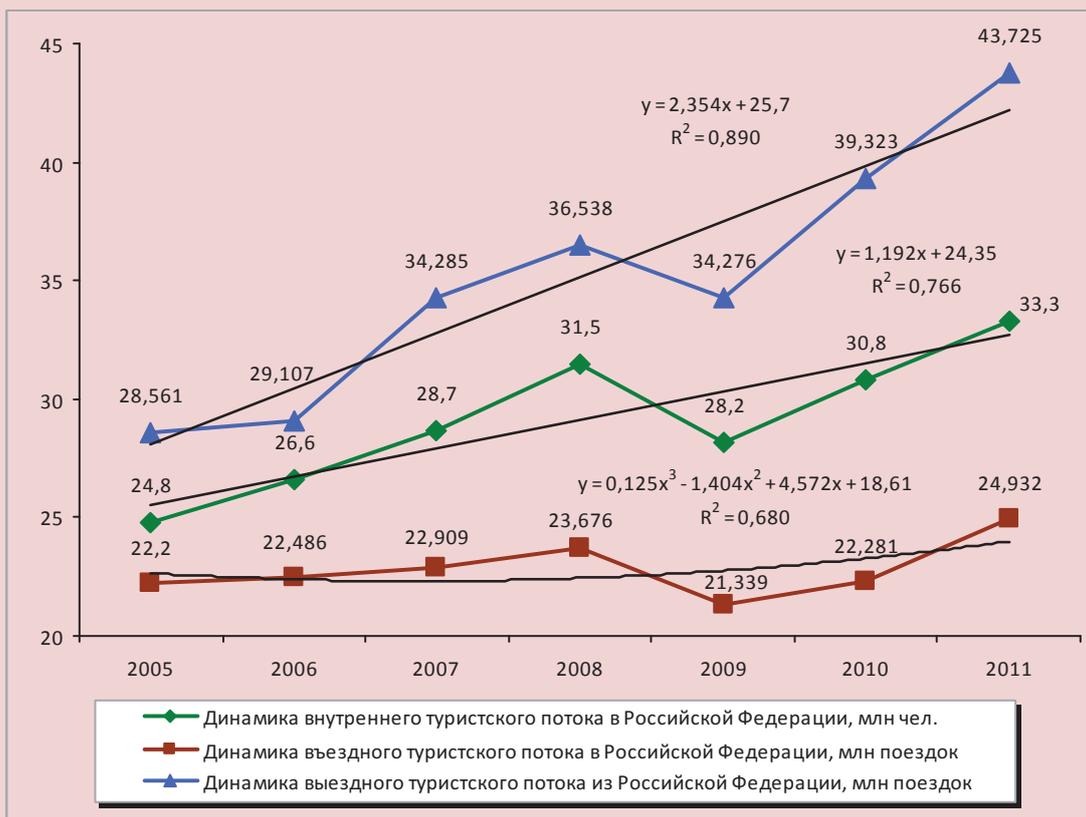
тем, что развитие туризма признано экономическим феноменом XX в. Более того, по прогнозам он будет развиваться в XXI столетии еще более быстрыми темпами.

Туристская индустрия в России как один из важных механизмов оживления её экономики оказывает стимулирующее воздействие на социально-экономическое развитие общества. Правительством РФ одобрена Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 гг.)». Это важный инструмент и правовая база государственной поддержки отрасли.

Выездной туристский поток характеризуется тенденцией роста числа туристических поездок россиян, лишь в кризисные 2008 – 2009 гг. происходит незначительное снижение спроса (рис. 1).

За период 2005 – 2008 гг. поток иностранных туристов ежегодно увеличивался. После этого произошло его сокращение вследствие мирового финансового кризиса. В 2010 г. число въездных туристов составило 2,134 млн чел., а в 2011 г. – 2,336 млн, что на 9% больше. В 2011 г. наибольшее число туристов прибыло из Германии (346 627 человек).

Рисунок 1. Динамика внутреннего, въездного и выездного туризма в России



$y = 2,354x + 25,7$ , где  $y$  – динамика выездного туристского потока в РФ, млн поездок;  $x$  – количество лет (после 2005 г. = 1);  $R^2 = 0,890$  – величина достоверности аппроксимации;  $y = 1,192x + 24,35$ , где  $y$  – динамика внутреннего туристского потока в РФ, млн чел.;  $x$  – количество лет (после 2005 г. = 1);  $R^2 = 0,766$  – величина достоверности аппроксимации;  $y = 0,125x^3 - 1,404x^2 + 4,572x + 18,61$ , где  $y$  – динамика въездного туристского потока в РФ, млн поездок;  $x$  – количество лет (после 2005 г. = 1);  $R^2 = 0,680$  – величина достоверности аппроксимации.

Максимальный прирост туристов в 2011 г. был из Китая – 48%: если в 2010 г. Россию посетило 158 061 китайских туристов, то в 2011 г. – 234 127 человек. На втором месте по росту – Турция (43%), на третьем – Куба (42%). По количеству туристов в десятку стран, граждане которых посетили Россию, вошли: Германия, Китай, США, Финляндия, Великобритания, Италия, Испания, Франция, Турция, Израиль.

Внутренний туристский поток характеризуется низкими показателями. Начиная с 2010 г. происходит их увеличение и к 2011 г. достигается наибольший показатель – 24,932 млн поездок.

Особое влияние на ускорение развития туризма оказывают: повышение качества жизни населения, увеличение продолжительности свободного времени, экономическая и политическая стабильность, развитие транспорта и информационных технологий.

Основными трендами развития сферы туризма являются: диверсификация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, сокращение средней продолжительности туристских поездок, выбор альтернативных средств размещения, использование транспорта и информационное сопровождение турпродуктов (Интернет).

Происходящие изменения требуют новых форм кооперации для участников туристского рынка в регионах. Кластеризация<sup>1</sup> пространства является одной из современных форм кооперации бизнеса.

<sup>1</sup> Термин «кластер» в переводе с английского языка имеет значения: кисть, гроздь; скопление, концентрация, группа. В химии кластером называется группа молекул. В математике кластер означает группу объектов с близкими свойствами.

Предпосылки для понимания процесса кластеризации как особого явления в экономике начали формироваться в XIX веке на основе идей А. Маршалла о «локализованной промышленности» как концентрации специализированных отраслей в отдельных местностях [6].

М. Портер в 1990 г., исследуя развитие 10-ти индустриальных стран, выявил, что возникновение кластеров представляет следствие развития экономики и неотъемлемую часть процесса индустриализации.

По мнению М. Портера, кластер – это сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, финансовых организаций, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций [10].

В результате исследования подходов к трактовке понятия (*табл. 1*) выявлено 7 свойственных кластерам ключевых элементов:

- 1) географическая концентрация;
- 2) широкий набор участников и наличие «критической массы»;
- 3) специализация;
- 4) инновационность;
- 5) наличие связей и взаимодействия между участниками кластеров;
- 6) конкуренция и кооперация;
- 7) жизненный цикл.

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, был М. Монфорд. Концепция туристского кластера, по его мнению, с которым мы согласны, включает в себя 7 аспектов:

1. Услуги, предоставляемые туристскими предприятиями или бизнесом (предприятия размещения, рестораны, кафе, туристические агентства, аквапарки и тематические парки и т.д.).

Таблица 1. Эволюция подходов к трактовке понятия «кластер»

Автор, источник	Трактовка понятия «кластер»
Schmitz [13], 1992 г.	Кластер – группа предприятий, принадлежащих одному сектору и действующих в тесной близости друг к другу
Rosenfeld [12], 1997 г.	Концентрация предприятий, получающих синергетический эффект из-за их географической близости и взаимозависимости; географически ограниченная концентрация сходных, связанных или дополняющих видов коммерческой деятельности с активными каналами для деловых сделок, коммуникаций и диалога, которая определяет специализированную инфраструктуру, рынки труда и услуги и которая сталкивается с общими возможностями и угрозами
Egan [15], 2000 г.	Кластер – это форма промышленной организации, которая зависит от сетей высокоспециализированных, взаимосвязанных фирм частного сектора и учреждений общественного сектора, конечная продукция которых проникает на рынки за пределы центрального региона
Steiner and Hartmann [14], 2001 г.	Кластер – ряд связанных и взаимодополняющих фирм общественных, частных и полуобщественных исследовательских институтов и институтов развития
OECD [16], 2001 г.	Региональные кластеры относятся к географически ограниченным концентрациям взаимосвязанных фирм и могут использоваться как ключевое слово для более старых концепций подобно индустриальным районам, специализированным промышленным агломерациям и местным производственным системам
Ю.А. Арутюнов [1], 2008 г.	Кластер как совокупность «4 К»: 1) концентрация, 2) конкуренция внутри кластера в борьбе за потребителя, 3) кооперация, 4) конкурентоспособность
Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации [7], 2008 г.	Территориальные кластеры – объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг
Г.Б. Клайнер [4], 2009 г.	Кластеры как совокупность четырех видов систем: 1) объекты, 2) процессы, 3) среды, 4) проекты
М. Войнаренко [2], 2011 г.	Концепция «5 И»: Интеграция, Инициатива, Интерес, Инновации, Информация

2. Богатство (наслаждение), полученное в результате отпуска и отдыха.

3. Многоплановое сотрудничество взаимосвязанных компаний и отраслей.

4. Развитая инфраструктура транспорта и связи.

5. Дополняющая деятельность (коммерческие ассигнования, традиции отдыха).

6. Поддерживающие сервисы (информация).

7. Природные ресурсы и институциональная политика.

В данном направлении известны работы М. Бени, А. Родригеса, С. Нордина. Впервые в профессиональной литературе понятие туристских кластеров обосновано С.И. Соколенко и в последующем эко-туристских кластеров – Д.М. Стеченко и К.А. Андрющенко.

В туристских кластерах роль технологии выполняет маршрутная организация процессов. Туристские потоки формируют основу кластера.

Создание данной кооперации может быть спонтанным или с помощью координирующего органа (общественности и государственной власти).

Цели создания туристского кластера:

- взаимовыгодное сотрудничество при сохранении конкуренции между субъектами кластера;
- усиление конкурентоспособности каждого из предприятий;
- предоставление предпринимателям новых возможностей использовать авторитет кластера;
- наиболее эффективное продвижение своих инициатив через федеральные структуры, включая подготовку законопроектов;
- привлечение инвесторов.

Важнейшими составляющими туристско-рекреационного кластера являются:

1. Ядро туристского кластера — это может быть объект культурного, природного наследия или другие объекты туристского интереса (например, горнолыжный комплекс).

2. Туристские предприятия (туроператорские фирмы).

3. Поставщики услуг — предприятия по размещению, питанию, транспортировке туристов.

4. Обслуживающие организации — коммунальные службы, службы быстрого реагирования, кредитные, компании страховые, юридические, консалтинговые, компании по производству сувениров, образовательные учреждения и др.

В России выявлен возрастающий интерес к кластерам со стороны государства. В 2010 г. разработана «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.», значительная часть которой посвящена кластеризации регионов [11].

Процесс формирования ряда региональных и локальных кластеров начался после принятия Федерального закона «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Был разработан ряд проектов особых экономических зон туристско-рекреационного типа: в Краснодарском и Ставропольском краях, Калининградской области, Республике Бурятия и Иркутской области, Алтайском крае и Республике Алтай. Наиболее успешное развитие получила ОЭЗ на Алтае.

Успешно функционирующими кластерами в международной практике признаны следующие: побережья Средиземного и Адриатического морей, Карибского бассейна; Объединенные Арабские Эмираты; горнолыжная индустрия Альпийского региона; развлекательная индустрия в Лас-Вегасе и Голливуде.

В России кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться. Успешными проектами являются: Ясная Поляна (ядро этого кластера — государственный мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная Поляна»), туристский кластер Краснодарского края, территория регионов Западной Сибири и др.

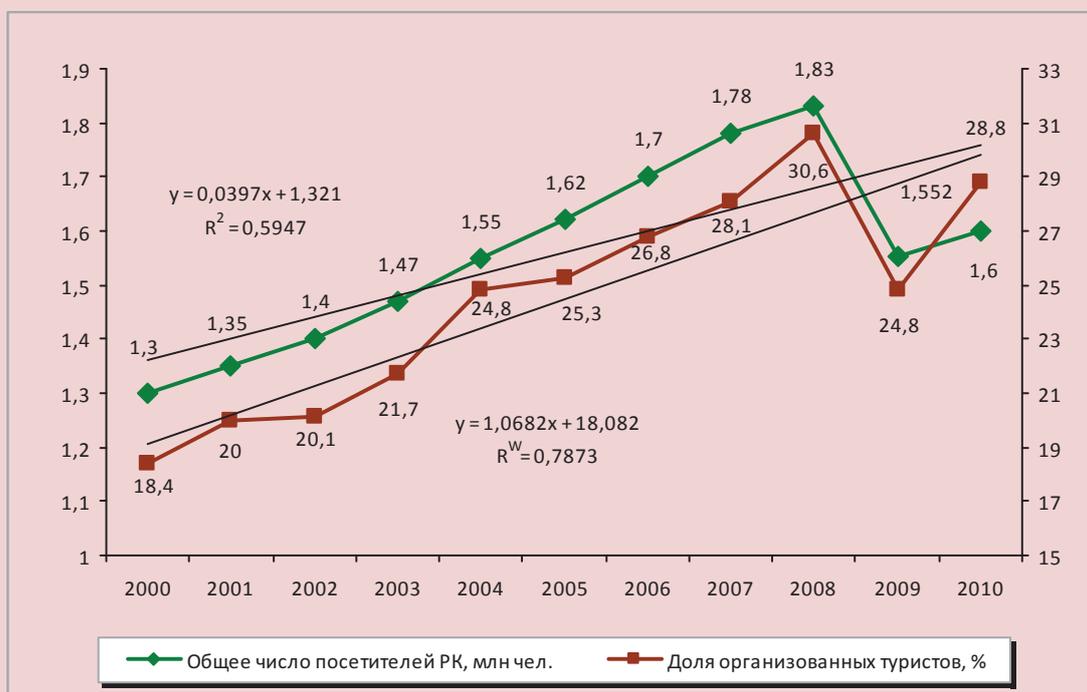
Республика Карелия является привлекательным для туристов регионом за счет наличия природных, культурных и оздоровительных объектов (курорт «Марциальные Воды», музей-заповедник деревянного зодчества под открытым небом «Кижы», архипелаг Валаам).

В настоящее время общий поток туристов в регионе оценивается экспертными методами. В данном случае речь идет обо всех посетивших республику, в том числе и неорганизованных туристах, приезжающих в гостевых целях. Согласно этой оценке, общее количество посетителей Карелии за последнее десятилетие возросло почти на четверть (рис. 2). В то же время в кризисный период наблюдался спад (количество посетителей в 2009 г. по сравнению с 2008 г. сократилось на 10%).

Линейный тренд дает возможность сделать оценочный прогноз. Динамика количества посетителей Республики Карелия характеризуется восходящим трендом. Качество аппроксимации невысокое ( $R^2 = 0,5947$ ), следовательно, длительный прогноз не обеспечивается. Наибольшее число пересечений было в 2008 г. — 1,83 млн человек.

Доля организованных туристов увеличивается, исключая показатель 2009 г. По прогнозным оценкам, к 2015 г. есть возможность уравновесить показатели. Это связано, прежде всего, с развитием инфраструктуры и комплексной политикой в сфере туризма.

Рисунок 2. Динамика общего количества посетителей, млн чел., доля организованных туристов в Республике Карелия, %



$y = 0,0397x + 1,321$ , где  $y$  – общее количество посетителей РК, млн чел.;  $x$  – количество лет (после 2000 г. = 1);  $R^2 = 0,5947$  – величина достоверности аппроксимации;  $y = 1,0682x + 18,082$ , где  $y$  – доля организованных туристов, %;  $x$  – количество лет (после 2000 г. = 1);  $R^2 = 0,7873$  – величина достоверности аппроксимации.

В настоящее время туристы прибывают в Карелию по нескольким направлениям. Основной туристский поток – это жители других российских регионов, в первую очередь Москвы и Санкт-Петербурга. Они прибывают преимущественно железнодорожным транспортом (до 95% от числа всех организованных туристов), автомобильным транспортом (в том числе самостоятельно), на круизных теплоходах. Доля иностранных туристов в отдельных видах туризма может достигать 30% (культурно-познавательный туризм); часть из них прибывает через Москву и Санкт-Петербург, часть – пересекает российско-финляндскую границу через пункты пропуска, расположенные на территории республики.

Незначительная часть туристов прибывает из Мурманской области, в том числе – транзитных (рис. 3).

На основе Генеральной схемы размещения объектов инфраструктуры туризма выделено 5 опорных туристских центров [3]:

- Спасская Губа – Марциальные Воды – Кивач.
- Приладожье (Лахденпохский район, Сортавала, Валаам).
- Кижское ожерелье (Заонежье).
- Обонежье (Бесов Нос, Муромский монастырь, НП Водлозерский).
- Карельское Беломорье (Беломорский и Кемский районы, Соловки).

Одной из наиболее привлекательных в плане развития туризма и туристско-рекреа-

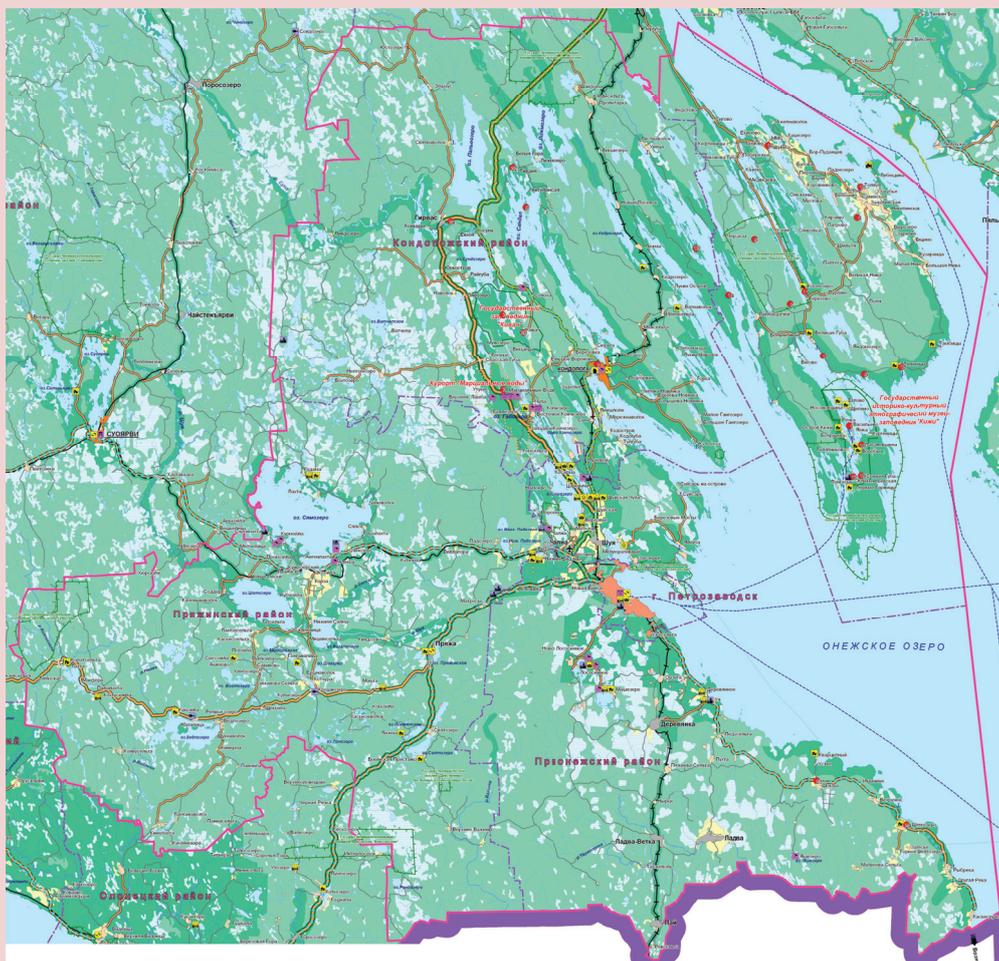
Рисунок 3. Распределение туристского потока в РК



ционного потенциала в Республике Карелия является территория туристской зоны «Центральная». Она рассматривается в качестве перспективной туристской зоны, располагающейся в пределах Медвежьегорского и Кондопожского муниципального районов, так же как и территория г. Петрозаводска (Прионежский район; *рис. 4*).

Патриархом Московским и Всея Руси Кириллом и Главой Республики Карелия А.В. Нелидовым выдвинута идея разработки мегапроекта «Духовное Преображение Русского Севера». Его основу составляют 3 главных исторических духовных центра (Соловки, Валаам, Киж). Миссией проекта является сохранение

Рисунок 4. Карта Центральной зоны



и мобилизация потенциала духовного и культурного наследия Русского Севера с целью развития человеческого капитала как основы модернизации и инновационного устойчивого развития Северо-Запада России (рис. 5) [5].

Данный факт определяет необходимость исследования возможности создания локальных туристских кластеров в Республике Карелия.

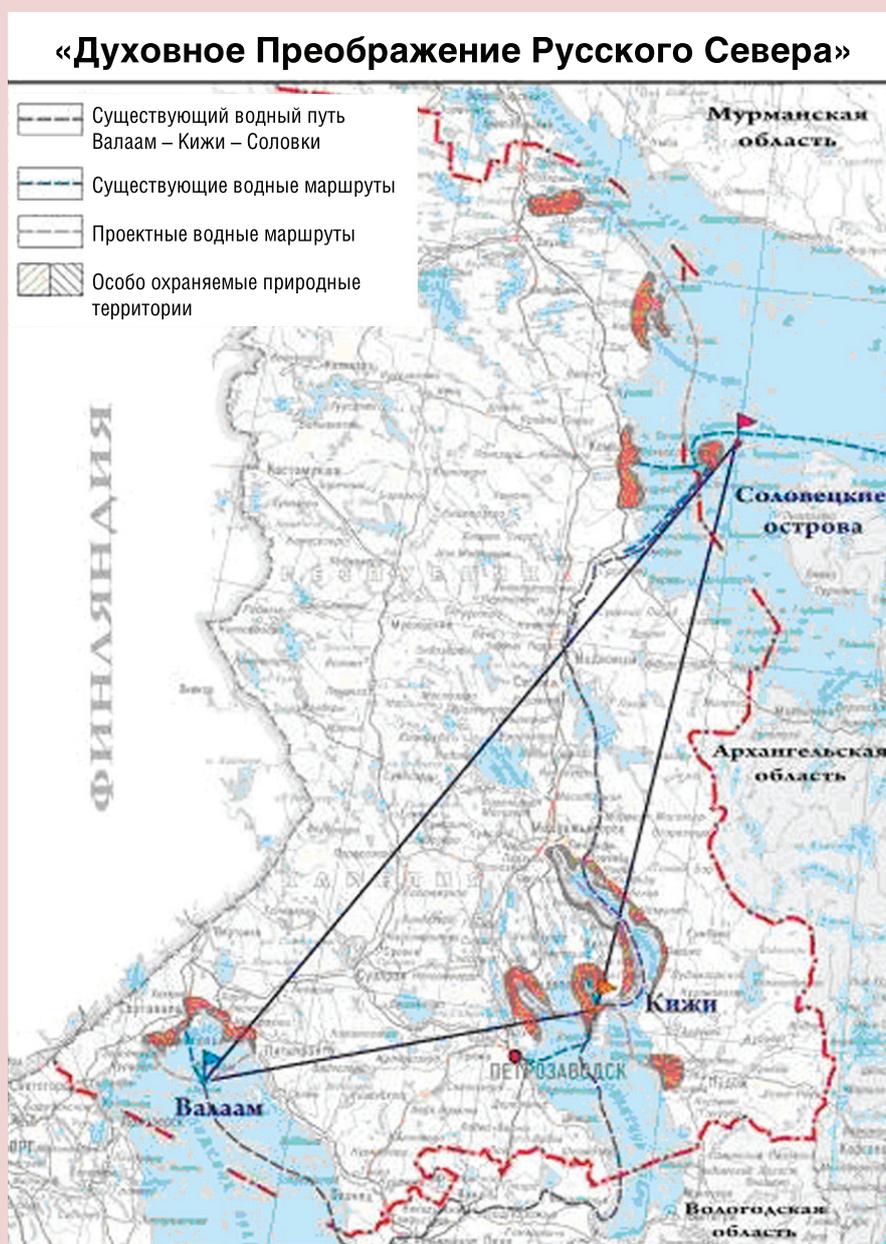
Территория Заонежья является перспективной для создания локального кластера, ядро которого составляют объект Всемирного наследия (ОВН) «Кижский погост» и закрепившиеся взаимосвязи между участниками туристского бизнеса.

Для отражения данных взаимосвязей разработана схема туристского кластера. Определение его необходимых элементов происходит за счет идентификации туристских ресурсов (рис. 6). Уникальность туристских ресурсов, местные традиции и культура отдыха оказывают влияние на выбор специфики туристского кластера, на процесс его формирования и определения основных туристских продуктов.

Основными составляющими модели туристско-рекреационного кластера «Заонежье» являются следующие.

1. Объект Всемирного наследия – ансамбль «Кижский погост» включает уникальные памятники деревянного зодчества:

Рисунок 5. Карта проекта «Духовное Преображение Русского Севера»



две церкви и колокольню. Эти постройки, различные по высоте и очертаниям, составляют тем не менее единый и крайне живописный ансамбль, который к тому же прекрасно вписан в суровый северный пейзаж.

2. Туристские предприятия дифференцируются на те, которые принадлежат к малому и крупному бизнесу, а также на местные и российские. Примерами мест-

ных являются: ООО «Туристская компания «Русский Север», ООО «ТК Кижское ожерелье», ЗАО «Интурист-Петрозаводск», ООО «Лукоморье», ООО «Туристическое бюро «КОРЕЛА»; к российским относятся: ТК «Арина», ООО «ЛАДА», ООО «Истоки-С», ООО «Паломническая служба «Радонеж», ООО «ГАМА», ООО «Туристическая компания «МИР» и другие.



3. Поставщиками услуг являются гостиничные предприятия (в г. Медвежьегорске: гостиница «Онежская», загородный клуб «Малая Медвежка», мини-гостиница «Белые ночи»; в Медвежьегорском районе: загородный экоотель «Большая Медведица», п. Войгуба; гостевой дом «Заонежье», п. Великая Губа; база отдыха «Заonego.Ру», п. Шуньга и другие); транспортные (ООО «ВодоходЪ-Санкт-Петербург»; ООО «www.povolnam.ru»; ООО «Карелия флот»; ООО «Русский Север»; аэропорт «Пески»); сувенирные (ИП Гришук – розничная торговля сувенирами и изделиями народного промысла); общественного питания и др.

4. Потребители: жители Республики Карелия, других регионов РФ, иностранные граждане.

5. Экологические организации: Министерство по природопользованию и экологии Республики Карелия; Федеральное государственное учреждение «Беломорско-

Онежское государственное бассейновое управление водных путей и судоходства» (ФГУ «Беломорканал»); Карельская региональная общественная природоохранная организация «СПОК» и др.

6. Правовое поле: законодательство объектов Всемирного наследия, а также сельских поселений, муниципальных округов, федеральное.

7. Гражданское общество: Региональное отделение общественной организации «Союз архитекторов России»; Фонд сохранения Всемирного наследия; Клуб друзей музея-заповедника «Киж»; КРОО русской культуры «Русский Север»; Гильдия мастеров декоративно-прикладного искусства РК; Этнокультурный центр «Туоми»; Общество вепсской культуры; Клуб «Краевед»; Фонд «Русский мир» (Финляндия); КРОО «Молодая Карелия»; КРОО «Заонежье».

8. Организация национальных парков – ФГБУ «Национальный парк «Водлозерский».

В результате исследований выявлены необходимые параметры оценки туристского кластера «Заонежье» (табл. 2).

Исследование подтвердило возможность создания туристско-рекреационного кластера «Заонежье». Вместе с тем были выявлены барьеры, препятствующие его появлению [8].

1. Отсутствие централизованных инфраструктурных объектов для обслуживания туристов.

Дорога от г. Медвежьегорска до села Великая Губа находится в удовлетворительном состоянии. Началось строительство дороги от с. Великая Губа до д. Оятевщина, это даст возможность развить

Таблица 2. Параметры оценки туристского кластера «Заонежье»

Параметры	Расшифровка
Границы кластера	Заонежский полуостров в северной части Онежского озера, Медвежьегорский район Республики Карелия
Туристские ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 126 памятников архитектуры, в том числе ансамбль острова Кижы, жилые дома, церкви, часовни в с. Космозеро, д. Тамбицы, д. Яндомозеро, д. Усть-Яндома, д. Вегорукса</li> <li>• 71 памятник археологии (в том числе петроглифы, неолитическое поселение Пегрема)</li> <li>• 46 населённых пунктов, имеющих статус исторических</li> <li>• Родники, которым приписывают лечебные свойства: Три Ивана, Соляная яма, Есенинский, Царицын ручей</li> <li>• Пальостровский мужской монастырь</li> </ul>
Виды туризма	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Культурно-образовательный</li> <li>• Экологический</li> <li>• Паломнический</li> <li>• Оздоровительный</li> <li>• Спортивный (активный)</li> </ul>
Туристские продукты кластера	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туристский маршрут «Серебряное кольцо Заонежья»</li> <li>• Туристский маршрут «Древняя история Заонежья»</li> <li>• Туристский маршрут «Кижское ожерелье»</li> <li>• Туристский маршрут «Геологическая летопись Заонежья»</li> <li>• Экскурсия на о. Кижы</li> <li>• Оздоровительный тур «Целебные источники Заонежья»</li> <li>• Рыболовно-охотничьи туры</li> <li>• Джип-сафари</li> <li>• Сеть стационарных туристских продуктов «Сельский быт Заонежья»</li> <li>• Другие туры выходного дня</li> </ul>
Туристская инфраструктура	Гостевые дома, предприятия питания
Расходы туристов	Оплата входных билетов, оплата экскурсионных автобусов; топливо (самостоятельное передвижение), питание, аренда, транспорт, гиды, проводники
Транспорт	Автобусные перевозки, личный автомобиль, водный транспорт
Размещение	Гостевые дома
Питание	Организованное в предприятиях питания, самостоятельно
Вспомогательные отрасли	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Коммунальные службы, службы быстрого реагирования</li> <li>• Кредитные, страховые компании</li> <li>• Юридические, консалтинговые, аудиторские</li> <li>• Сувенирное производство</li> <li>• Образовательные учреждения</li> </ul>
Природно-климатические условия	Относительно мягкая зима, короткое прохладное лето. Выраженная сезонность
Образование, наука	Музейно-образовательная деятельность музея-заповедника «Кижы»; научно-образовательные учреждения г. Петрозаводска (Карельский научный центр РАН, Петрозаводский государственный университет, Карельский институт туризма и др.)
Местные органы власти	Великогубское сельское поселение Медвежьегорский муниципальный район
Объединения	КРОО «Заонежье» КРОО русской культуры «Русский Север»

транспортное сообщение с о. Кижы. Текущее состояние дорожного полотна ограничивает туристский поток и инициативы предпринимателей по строительству объектов туризма.

2. Отсутствие информационного сопровождения вдоль автомобильной трассы, а также маркировки объектов природного и культурного наследия (информационные стенды).

Объекты туристского показа находятся в муниципальной собственности. Одних усилий и средств местной власти недостаточно, чтобы оборудовать охраной и маркировкой все объекты. Это привело к тому, что некоторые из них исчезают из-за вандализма или природных явлений.

3. Отсутствие интерактивных программ.

4. В территориальные планы не включены мероприятия по развитию сферы туризма территории Заонежья (в т.ч. инвестиционные проекты).

5. Не в полной мере используется имидж объектов Всемирного наследия.

Туристский маршрут должен быть разработан с учетом посещения материковых объектов Заонежья, водной экскурсии и непосредственного пребывания на объекте Всемирного наследия.

Все выявленные барьеры признаны устраняемыми. В качестве предложения по их ликвидации разработаны такие мероприятия, как:

1. Корректировка территориальных документов планирования на основе комплексного подхода к развитию территории. Разработка документов территориального планирования должна начинаться с объектного уровня: планов управления объектами, маркетинговых планов объектов, бизнес-планов, которые включены в муниципальные планы, а те, в свою очередь, – в региональные программы развития территорий.

2. Определение исполнителей и ответственных лиц по созданию кластера. Инициативу в этом деле должны взять на себя

местные органы власти. От активности действий государственных органов управления будет зависеть успех функционирования туристских кластеров. Есть опыт делегирования координирующих функций специально созданным для этого организациям (общественной организации, на основе государственно-частного партнерства), маркетинговым центрам.

3. Проведение инвентаризации туристских ресурсов. Составление туристской карты кластера.

4. Создание пакета инвестиционных предложений для развития Заонежья.

5. Определение источников финансирования, в т.ч. на основе государственно-частного партнерства.

6. Создание преференций для развития малого предпринимательства на территории кластера.

7. Создание ассоциации собственников гостевых домов. Данное объединение даст предпринимателям новые возможности для систематизации возникающих проблем, выбора путей их преодоления. Используя влияние и авторитет кластера, они могут совместно искать пути наиболее эффективного продвижения своих инициатив.

8. Комплексное информационное и рекламное сопровождение территории. Необходимо включать мероприятия событийного туризма Заонежья в реализуемые туристские продукты, а также в годовой план мероприятий Республики Карелия.

Научно обоснованное формирование кластера на территории Заонежья даст при условии успешного менеджмента следующие результаты:

- пополнит региональный бюджет за счет увеличения налоговых поступлений;
- повысит конкурентоспособность территории на туристском рынке;
- создаст предпосылки для развития инноваций;
- повлияет на формирование положительного имиджа территории;

– активизирует частный сектор в вопросах организации занятости местного населения;

– позволит сохранить культурно-исторические памятники Заонежья в условиях развития инфраструктуры территории.

Создание туристского кластера в Заонежье как точки роста сферы туризма в Республике Карелия сформирует условия для образования новых бизнесов и даст возможность повысить конкурентоспособность существующих хозяйствующих субъектов и территории Заонежья.

### Литература

1. Арутюнов, Ю.А. Формирование региональной инновационной системы на основе кластерной модели экономики региона / Ю.А. Арутюнов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник НИИЦ корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2008. – Вып. 4.
2. Войнаренко, М.П. Кластер в институциональной экономике: монография / М.П. Войнаренко. – Хмельницкий: ХНУ, ТОВ «Триада-М», 2011. – 502 с.
3. Генеральная Схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в развитие Схемы территориального планирования Республики Карелия. – СПб., 2007.
4. Клайнер, Г.Б. Первый кластер / Г.Б. Клайнер // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2009. – № 10. – С. 17-19.
5. ОАО «Корпорация развития Республики Карелия». – Республика Карелия, 2011.
6. Маршалл, А. Принципы экономической науки: в 3 т. / А. Маршалл. – М., 1993. – Т. 1.
7. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в северных субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tpprf.ru>.
8. Отчет о выполнении НИР по «Разработке Плана управления объектом Всемирного наследия «Кижский погост (Россия С 544)» с 2012 по 2022 г.» (контракт №34/11 от 30 июня 2011 г.).
9. Шишкин, А.А. Организация, планирование и управление строительным производством: учеб. пособие / А.А. Шишкин, А.И. Шишкин. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2007. – 220 с.
10. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М., 2005.
11. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rg.ru/pril/63/14/41/2227\\_strategiia.doc](http://www.rg.ru/pril/63/14/41/2227_strategiia.doc)
12. Rosenfeld, S.A. Bringing business clusters into the mainstream of economic development / S.A. Rosenfeld // European planning studies. 1997. № 5. P. 3–23.
13. Schmitz, Hubert (1992), 'On the Clustering of Small Firms', in Rasmussen, J., H. Schmitz and M.P. van Dijk (eds.), 'Flexible specialization: a new view on small industry, IDS Bulletin (Special Issue), 23(3). – P. 64-69.
14. Steiner, M. and Hartmann, Looking for the Invisible: Material and Immaterial Dimensions of Clusters, Paper presented at the Regional Studies Association Annual Conference on «Regionalising the Knowledge Economy», November 21, London, 2001.
15. Toronto Competes: An Assessment of Toronto's Global Competitiveness. City of Toronto. Economic Development Office, 2000. P. 32.
16. World Congress on Local Clusters: Local Networks of Enterprises in the World Economy. – OECD: Paris, 23-24 January 2001.