

5. Новая парадигма развития России (Комплексные исследования проблем устойчивого развития) / Под ред. В.А. Коптюга, В.М. Матросова, В.К. Левашова. – М.: Академия: Изд-во МГУК, 1999. – 459 с.
6. Терехов Л.Л. Социально-экономическое прогнозирование: Уч. пособие. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГПУ, 1995.

**Берёза Ольга Анатольевна**

Технологический институт федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в г. Таганроге.

E-mail: bereza\_olya@mail.ru.

347928, г. Таганрог, пер. Некрасовский, 44.

Тел.: 88634311426.

**Bereza Olga Anatolievna**

Taganrog Institute of Technology – Federal State-Owned Educational Establishment of Higher Vocational Education “Southern Federal University”.

E-mail: bereza\_olya@mail.ru.

44, Nekrasovskiy, Taganrog, 347928, Russia.

Phone: 88634311426.

УДК 338.48

**Н.А. Карастелкина**

**ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО  
ПРОЕКТИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА**

*В настоящее время существует достаточно противоречий в методологических подходах к управлению туристско-рекреационными комплексами регионов России. Возникает необходимость выработки конкурентных стратегий развития хозяйственных комплексов субъектов РФ с активным использованием имеющихся рекреационных ресурсов. Механизм создания туристского кластера как объекта стратегического проектирования на основе когнитивного подхода – это современный действенный инструмент, который может стать ключевым в вопросах преодоления существующих проблем сферы туризма на всех уровнях.*

*Туристские кластеры; стратегический анализ; когнитивный подход.*

**N.A. Karastelkina**

**TOURISM CLUSTER AS AN OBJECT OF STRATEGIC PLANNING ON THE  
BASIS OF COGNITIVE APPROACH**

*Today there are so many contradictions in methodological approaches to management of the tourist recreational complexes of russian regions. So appears the necessity of finding new ways of development of economic complexes of objects of the Russian Federation with an active usage of available recreational resources. The mechanism of creation of tourist cluster as the object of strategic designing on the base of cognitive a approach is a modern effective tool which can become a key for the questions of solving existing problems of sphere of tourism at all levels.*

*The tourist clusters; a strategic analysis; a cognitive approach.*

Туристический бизнес, являясь современной, динамично развивающейся отраслью, тем не менее, характеризуется наличием неопределенности и риска, присущих условиям, связанным с его функционированием.

Туризм хоть и развивается сегодня огромными темпами, но, в условиях нестабильности экономики и роста конкуренции, требует грамотных маркетинговых решений по совершенствованию направлений развития. Причем в последнее время

особую актуальность приобретают вопросы, связанные с оптимизацией взаимодействия элементов туристской отрасли. Субъекты туристской сферы нуждаются не только в партнерских отношениях, построенных на прямом взаимодействии на взаимовыгодных условиях, но и в методологии построения этих отношений.

Особую важность также принимают проблемы стратегического управления туристскими предприятиями в условиях формирующегося рынка туристских услуг, а также стратегическое управление на уровне муниципалитетов и регионов [6].

Однако не существует единой стратегии для всех компаний и уровней. Каждая фирма уникальна в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии уникален, так как он зависит от позиции предприятия на рынке, динамики его развития, потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого товара или оказываемых услуг, состояния экономики, культуры, среды и еще многих факторов. Аналогично не существует и единой стратегии развития для регионов России, несмотря на то, что для большинства из них изыскание резервов повышения эффективности использования имеющихся ресурсов, особенно это касается туристско-рекреационных ресурсов, обеспечивающих восстановление человеческого капитала российской нации и играющих существенную роль в социально-экономическом развитии субъектов Южного федерального округа, приобретает стратегическое значение.

Стратегический анализ является одним из ключевых аналитических элементов стратегического управления, поскольку в значительной мере определяет стратегические возможности и выбор стратегий развития компании, позволяет частично снять неопределенность при принятии стратегических решений [7]. Таким образом, он способствует большей эффективности стратегических решений и действий, что напрямую отражается на конкурентоспособности компании или региона. Объектами стратегического анализа на разных его этапах являются состояние, стратегическая позиция и потенциал в текущий момент, реализуемые стратегии и стратегические альтернативы.

Высокие темпы развития приводят к обострению противоречий между расширяющимся разнообразием общественных и индивидуальных ожиданий от предлагаемых сферой туризма услуг и неспособностью туристических предприятий и организаций обеспечить условия для получения уровня туристских услуг, соответствующего ожиданиям потребителей. Стремление повысить эффективность туристических предприятий сталкивается с проблемой недостаточного уровня теоретического осмысления необходимой конкурентоспособности производственных систем в сфере туризма. Необходимость обеспечения эффективности координации и регулирования деятельности туристических предприятий подавляется несовершенством традиционно сложившейся системы управления в туристическом бизнесе.

В последние годы начинает активно развиваться когнитивное моделирование – новое направление в теории принятия решений и моделировании проблем управления такими объектами, как социально-экономические системы [2]. Данное направление в рамках когнитивного подхода уже сегодня позволяет выстраивать алгоритмы поведения отдельных туристских предприятий, муниципальных образований и регионов в целом.

Когнитивный подход, учитывающий условия быстрой изменчивости внешней среды, позволяет прогнозировать наступление различных ситуаций в результате проведения конкретных программных мероприятий и, анализируя их, принимать адекватные решения по эффективному управлению данным межотраслевым комплексом на любой стадии его развития, входящим в общую экономическую систему муниципального образования.

Причем с помощью когнитивного подхода можно легко давать рассматриваемому явлению комплексную оценку, опираясь на результаты других научных методов и подходов. Так, сначала осуществляется сбор, научная обработка, обобщение и анализ информации, характеризующей развитие рассматриваемого объекта. Выявляются взаимосвязи, изучается динамика развития, сопоставляются различные данные, влияющие на функционирование рассматриваемого объекта. После чего применяются различные методы анализа, позволяющие прийти к каким-либо выводам относительно рассматриваемого участника туристического рынка.

Особый интерес представляет методика проведения стратегического анализа деятельности какого-либо определенного туристского объекта на основе когнитивного подхода, поскольку стратегическое проектирование позволяет выстроить реальный алгоритм действий и мероприятий по стабилизации и развитию отдельного предприятия, муниципального образования или целого туристского региона.

Когнитивный подход в свою очередь позволяет, по мере углубления в процесс познания объекта, естественно встраивать в него различные (известные и вновь создаваемые) методы системных исследований, порождая когнитивную методологию [2].

Проблемы российской туристской индустрии обуславливают возрастание интереса к современным инструментам ее развития. Формирование туристских кластеров, основанное на межрегиональном взаимодействии, методом стратегического проектирования и при помощи когнитивного подхода могло бы стать эффективным решением в сложившейся ситуации, поскольку основной целью кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного туристского комплекса. Важную роль в формировании конкурентных преимуществ различных субъектов могут сыграть кластерные системы [9].

Существуют различные формы организации управления сферой туризма, однако в современных условиях налицо преимущества кластерной туристской политики. Кластерную политику характеризует широкий набор участников процесса взаимодействия [4]. Другой особенностью является вариативность географических размеров кластера (от масштаба города до уровня страны или группы соседних стран). Еще одним безусловным плюсом является наличие эффекта увеличения отдачи от сил, действие которых направлено в одном направлении, а также характер функционирования, отличающийся гибкостью и динамичностью. Кроме того, происходит налаживание сотрудничества конкурирующих предприятий в целях реализации потенциала территории и ее конкурентных преимуществ.

Формирование туристского кластера способствует созданию современного конкурентоспособного туристского комплекса. Его функционирование обеспечивает широкие возможности для обеспечения занятости местного населения и удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах. Внесение значительного вклада в развитие экономики осуществляется за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного потенциала [1].

В России кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться, но уже находит все большее понимание. Организационные и концептуальные принципы формирования кластеров изложены в Концепции кластерной политики в РФ, принятой правительством РФ в 2008 г.

Возникновение туристского кластера – сложный многоэтапный процесс, характеризующийся необходимостью создания технологических бизнес-связей между предприятиями, организациями и секторами экономики, которые участвуют в

производстве и реализации туристского продукта и услуг. Также необходимо создание условий для реализации туристско-рекреационного потенциала региона.

Туристско-рекреационные ресурсы региона являются фундаментом туристского кластера. Другой основной элемент туристского кластера – его участники. Помимо предприятий и организаций, которые обеспечивают производство и реализацию туристских продуктов и услуг, ими могут стать представители администрации, научно-исследовательские институты, образовательные учреждения, профессиональные объединения, представители общественности и т.п. Формирование туристского кластера может происходить как на муниципальном, так и на региональном уровнях. Также известны примеры туристских кластеров между регионами.

Туристские кластеры развиваются поэтапно. Сначала проявляют инициативу представители администрации региона, бизнеса, местные жители. Затем формируется управляющая компания, определяется план, разрабатываются и утверждаются программа и мероприятия стратегического развития территории. После чего осуществляется текущее управление, мониторинг и дальнейшее развитие на принципах самоорганизации. В роли управляющей компании выступает самостоятельное юридическое лицо, в основу организационных принципов которого положено государственно-частное партнерство. В управляющей компании представлены как администрация, так и бизнес-структуры, общественные организации.

Подобная модель позволяет учитывать интересы всех активных участников туристского кластера, а также обеспечивать устойчивое социально-экономическое развитие территории [5].

У кластерной организации туристского сектора экономики есть явные преимущества. Явным преимуществом введения кластерной политики для органов власти является тот факт, что с применением данной политики увеличивается количество налогоплательщиков и налогооблагаемая база, появляется удобный инструмент для взаимодействия с бизнесом, снижается зависимость от отдельных бизнес-групп, появляются основания для диверсификации экономического развития территории.

С помощью кластеров администрация может эффективнее использовать новые рыночные тенденции для социально-экономического развития региона, сочетая оценки внутри кластера и понимание внешних макроэкономических факторов, социально-политических тенденций и реалий. То есть кластерный подход предоставляет органам власти инструмент эффективного взаимодействия с бизнесом, более глубокого понимания его характерных показателей и тактических задач, дает возможность целенаправленного, реального и мотивированного стратегического планирования ресурсов региона, развития территорий.

Успех кластеров укрепляет и развивает экономическую ситуацию в регионе, содействует экономическому росту региона, поэтому кластеры имеют политическую значимость для органов власти, в первую очередь в связи с выполнением социальных обязательств перед населением.

В рамках кластера органы власти могут резко повысить эффективность инициатив по стимулированию активизации частного сектора экономики. Например, субсидирование программ подготовки и переподготовки кадров открывает новые возможности перед предпринимателями, рабочими и специалистами; для бизнеса – возможность реального обеспечения конкурентоспособности в будущем (улучшается кадровая инфраструктура, появляется инфраструктура для исследований и разработок, снижаются издержки, появляются возможности для более успешного выхода на международные рынки), возможность делиться положительным опытом и снижать затраты, совместно используя аналогичные услуги и поставщиков.

Снижение затрат происходит вследствие эффекта масштаба, который проявляется при кооперации производителей и потребителей. Этот эффект используется и вне кластерных образований, однако глубина координации, тесные партнерские связи участников кластера позволяют извлечь значительно больше выгоды в аналогичные временные периоды. Кластеры стимулируют значительное повышение производительности труда и внедрение инноваций.

Постоянное взаимодействие способствует формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями с взаимодополняющими активами и профессиональными навыками.

Для малых и средних предприятий кластер может существенно снижать барьер выхода на рынки сбыта продукции и поставок сырья и материалов, рабочей силы. Используя репутацию кластера, предприятия малого и среднего бизнеса получают новые возможности доступа к финансовым ресурсам. Имидж кластера переносится внешними по отношению к кластеру партнерами и на отдельные предприятия.

Кластер предоставляет предпринимателям новые возможности для систематизации возникающих проблем, выбора путей их преодоления. Используя влияние и авторитет кластера, бизнес и региональные власти совместно могут искать пути наиболее эффективного продвижения своих инициатив через федеральные структуры, включая подготовку законопроектов и лоббирование на федеральном уровне прохождения региональных и отраслевых инициатив.

В рамках кластерного подхода разрабатывается, прежде всего, экономическая методология и экономический инструментарий создания новых конкурентных преимуществ [9].

В настоящее время существуют явные проблемы формирования и развития туристских кластеров. Это и отсутствие профессиональных туристских кадров, способных понимать все преимущества и выгоды от подобной формы кооперации, и низкая восприимчивость руководящих работников к инновациям, и отсутствие практики стратегического планирования туристской деятельности на основе государственно-частного партнерства, а также проблемы с региональной инфраструктурой и транспортной доступностью регионов РФ и достаточно длительный период «запуска» туристского кластера (в среднем, для этого требуется 3 года).

Для упрощения процедуры организации кластерных образований на локальном, региональном и стартовом уровнях требуется наличие нормативно-законодательной базы. А поскольку успех кластеров укрепляет и развивает экономическую ситуацию в регионе, содействует экономическому росту региона, они имеют политическую значимость для органов власти. Кластеры выполняют социальные обязательства перед населением и создают благоприятные возможности для экономического развития региона [5].

Создание условий для развития кластера заключается не в выполнении шаблонного процесса и не во внедрении заданного набора мероприятий, которые считаются наиболее эффективными в привлечении заранее определенной группы деятелей для выполнения всех задач. Скорее, это набор целей и задач, которых следует добиваться на каждом цикле развития кластера [3].

Мировая и национальная конкурентоспособность туристско-рекреационных комплексов субъектов ЮФО пока остается недостаточной. Поэтому необходимы новые технологии управления, которые должны системно воплотиться в региональных стратегиях формирования конкурентоспособных туристско-рекреационных кластеров. И хотя кластерный подход в государственном управлении России является принципиально новым, не совсем разработанным подходом, в некоторых субъектах РФ (Москва, С-Петербург, Татарстан, Самарская область, Бурятия) уже приняты

кластерные стратегии развития экономики регионов. Тема формирования региональных кластеров и кластерной политики нашла отражение и в правительственных документах. Так, в Концепции долгосрочного развития социально-экономического развития РФ до 2020 г. кластерная политика признана «новым институтом развития, способствующим снятию барьеров в развитии экономических связей». Вместе с тем, в Стратегии развития туризма в РФ до 2015 г. задача создания туристско-рекреационных кластеров даже не поставлена, тогда как в семи туристско-рекреационных зонах России, открытие которых законодательно объявлено в 2008 г., лежат принципы кластерной организации [8].

Изучение технологий повышения конкурентоспособности региональной экономики, необходимость выработки конкурентных стратегий развития хозяйственных комплексов субъектов РФ с активным использованием имеющихся рекреационных ресурсов обуславливают важность научных исследований в области кластерной туристской политики. А противоречия в методологических подходах к управлению туристско-рекреационными комплексами регионов России предопределяют актуальность и практическую значимость темы исследования [8].

Таким образом, механизм создания туристского кластера как объекта стратегического проектирования на основе когнитивного подхода – это современный действенный инструмент в вопросах совершенствования политики и управления туристским сектором, который может стать ключевым в вопросах преодоления существующих проблем сферы туризма на всех уровнях.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Бойко А.Е.* Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России // *Власть и управление на Востоке России.* – 2009. – № 2. – С. 224-228.
2. *Горелова Г.В.* Когнитивный анализ и моделирование устойчивого развития социально-экономических систем / Г.В. Горелова, Е.Н. Захарова, Л.А. Гинис. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 2005. – 288 с.
3. *Варданян В.В.* Условия развития и формирования кластеров // <http://www.dilib.ru/journal/creat/> Креативная экономика. – 2009. – № 8 (32).
4. Концепция Кластерной политики в Российской Федерации. МЭР, 2008.
5. *Кружалин В.И.* Научные основы формирования туристско-рекреационных кластеров на принципах государственно-частного партнерства // *Устойчивое развитие туризма: стратегические инициативы и партнерство: Международная научно-практическая конференция.* – Улан-Удэ, 2009. – С. 308-316.
6. *Саак А.Э., Горелова Г.В., Жертковская Е.В.* Информационно-аналитическое обеспечение процесса формирования туристской политики муниципального образования с помощью технологии поддержки принятия управленческих решений на основе когнитивного подхода // *Менеджмент в России и за рубежом.* – 2008. – № 4. – С. 47-55.
7. *Сарычев А.Е., Бек Н.Н.* Динамический стратегический анализ: ориентация на устойчивость конкурентного преимущества компании в условиях динамизма и глобализации рынков // *Экономическая социология.* – 2008. – Т. 9, № 2. – С. 148-154.
8. *Созиева З.И.* Формирование стратегии кластерного развития туристско-рекреационного комплекса региона (на примере Республики Северная Осетия-Алания). Автореф. дис... канд. экон. наук. – М., 2009.
9. *Швец И.Ю.* Интеграция субъектов регионального рынка, как фактор роста эффективности туризма / *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. Экономика.* Т. 20 (59). – 2007. – № 1. – С. 239-246.

**Карастелкина Наталья Алексеевна**

Технологический институт федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в г. Таганроге.

E-mail: rakitinams@gmail.com.

347928, г. Таганрог, пер. Некрасовский, 44.

Тел.: 88634311426.

**Karastelkina Natalia Alekseevna**

Taganrog Institute of Technology – Federal State-Owned Educational Establishment of Higher Vocational Education “Southern Federal University”.

E-mail: rakitinams@gmail.com.

44, Nekrasovskiy, Taganrog, 347928, Russia.

Phone: +78634311426.

УДК 336.228:330.3

**В.М. Молочкова**

### **КОГНИТИВНАЯ КАРТА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

*Определена взаимосвязь факторов, оказывающих наибольшее влияние на инвестиционную активность территории, с целью выявления свойств и закономерностей системы инвестиционной деятельности муниципального образования, а также составлена когнитивная карта, позволяющая оценить взаимосвязь определенных факторов и рекомендовать стратегию управления системой с позиции уровня муниципальной власти.*

*Инвестиционная деятельность; факторы; когнитивная карта; местное самоуправление.*

**V.M. Molochkova**

### **COGNITIVE MAP OF THE INVESTMENT ACTIVITY OF THE MUNICIPAL EDUCATION**

*In given article defined the relationship of factors that have the greatest impact on the investment activity of the territory in order to identify characteristics and patterns of investment municipality, and cognitive map drawn up in order to assess the relationship of certain factors and to recommend management strategies to position the level of municipal government.*

*Investment activity; factors; cognitive card; a local government.*

Недостаток инвестиционных ресурсов является одной из самых актуальных проблем, тормозящих развитие муниципальных образований. Россия – богатейшая страна мира с точки зрения наличия необходимых для развития ресурсов и квалифицированной рабочей силы, однако, несмотря на предпринимаемые руководством страны, регионов и территорий усилия, процесс вовлечения средств в инвестиционные процессы протекает с низкой активностью. Активация инвестиционных процессов на территории муниципального образования подразумевает направленное действие всех составляющих хозяйственно-экономического комплекса территории на изменение экономического поведения хозяйствующих субъектов. Таким образом, возникает необходимость в определении взаимосвязи между факторами, оказывающими влияние на инвестиционную деятельность территории и конечным результатом с целью формирования успешной инвестиционной политики муниципального образования.

Взаимосвязь факторов в процессе инвестиционной деятельности можно наглядно изобразить с помощью когнитивной карты.

*Когнитивные карты* представляют собой графовые математические модели, предназначенные для формализации описания сложного объекта, проблемы или функционирования системы и выявления причинно-следственных связей между их элементами в результате воздействия на эти элементы или изменения характера связей [2].