

Кластерный подход к развитию туризма в СКФО

На устойчивость национальной экономики Российской Федерации влияет социально-экономическое положение составляющих ее регионов. Региональный туристский кластер представляет собой источник позитивных экстерналий, распространяющихся по всей территории их размещения [2: 162]. Туристский кластер СКФО может быть спроектирован при помощи создания Инновационного центра, который будет представлять кластерообразующее ядро. Он может состоять из научных, исследовательских, консалтинговых организаций, учебных заведений, осуществляющих подготовку профессиональных кадров, а также может представлять специально созданный центр при Ассоциации туристских компаний [4: 298]. Инновационный центр кластера должен будет обеспечивать максимально короткий путь цепочки создания и реализации турпродукта, содержательно его наполнять, сопровождать деятельность ядра и инфраструктуры кластера маркетинговыми, консалтинговыми методами, поддерживать информационную и образовательную инфраструктуру [6: 203].

Следовательно, Инновационный центр туристского кластера СКФО должны составлять лидеры отрасли, иницилирующие осмысление различных проблем и задач в туристской деятельности, и которые

должны заниматься поиском путей совместного решения возникающих проблем [8: 64].

Нами были выявлены несколько моделей, которые можно применить при организации Инновационного центра туристского кластера СКФО.

1. Модель «Учебное заведение». Данную модель наиболее успешно реализуют в США, в тех отраслях, которые эксплуатируют сложные технические комплексы, поскольку данная модель направлена на подготовку «узких специалистов» [10: 37]. При этом университетами оказываются все инновационные услуги в комплексе.

Данную модель можно применить к создаваемому в СКФО рекреационно-туристскому кластеру, поскольку у предприятий данной сферы имеются специализированные учебно-научных центры и в своей деятельности они опираются на действующую отраслевую инфраструктуру других кластеров.

2. Научно-учебные центры при крупных компаниях. В распоряжении крупных корпораций всегда находятся свои собственные исследовательские и учебные организации [12: 23]. Деятельность их филиалов адаптируется и локализуется под конкретный регион и его региональные задачи. Крупные компании идут на кооперацию с университетами, создавая при них научно-учебные центры. Ядро и инфраструктура формируемого в СКФО рекреационно-туристского кластера представлены предприятиями малого и среднего бизнеса, поэтому такую модель ему не следует применять.

3. Модель «Исследовательская организация». В данной модели функции инновационного центра выполняются крупными государственными научными учреждениями. Подобную практику успешно применяет Япония [14: 208]. Но, к сожалению, для туристского кластера данная модель также не имеет актуальности, так как таких организаций в сфере туризма в СКФО не имеется.

4. Модель «Специализированный центр при ассоциации работодателей». Такая модель распространена в ряде европейских стран. В ее наличии инновационно-учебные центры в структуре Ассоциации. Особое распространение данная модель получила в Германии, так как ее активно поддерживает Торгово-промышленная палата [1: 177]. Данную модель наиболее оптимально применять при работе с предприятиями малого и среднего бизнеса и возможно адаптировать к потребностям туристско-рекреационного кластера СКФО.

Каждая из вышеперечисленных моделей формировалась при осуществлении деятельности конкретного кластера и задач, которые перед

ним стояли [3: 354]. Каждая из данных моделей обусловлена обязательными элементами: образовательным, информационным, консалтинговым, исследовательским.

Так, инновационный центр – это особый элемент кластера, представляющий центр коммуникации и оказывающий специализированные услуги в таких сферах как аналитическое, консалтинговое, кадровое и технологическое обеспечение его деятельности [5: 149]. По нашему убеждению, более подходящая для проектирования туристско-рекреационного кластера СКФО является модель «Специализированный центр при ассоциации». Это обусловлено следующими обстоятельствами:

- сосредоточение основных аналитических и образовательных ресурсов в таких организациях, которые являются элементами других кластеров и отраслей;

- организации, которыми реализуется туристский продукт, не в состоянии решать задачи в одиночку, так как представляют малый и средний бизнес;

- основные элементы кластера сильно различают форма собственности, уровень организации и подчинения, следовательно, контакты с большей частью элементов возможны только в рамках ассоциации;

- возможно самостоятельно выйти на внешний рынок только в рамках ассоциации и единого бренда [7: 68].

Такая модель как «Специализированный центр при ассоциации» предусматривает выполнение инновационным центром кластера наиболее сложных функций, а не просто облегченный доступ к новациям. Инновационный центр будет представлять своеобразную точку «притяжения» и координировать предприятия кластера, согласовывать позиции и интересы.

Инновационный центр туристского кластера призван выполнять следующие функции:

- поддерживать все элементы кластера с помощью аналитических и консалтинговых методов, проводить обзор рынка, анализировать и прогнозировать его развитие, формировать рекомендации по различным аспектам продвижения туристского продукта, мониторить состояние кластера и его элементов [9: 97];

- обеспечивать доступ к новым технологиям и продуктам. Именно здесь будет происходить концентрация специализированной информационной базы данных;

- организовывать доступ к различным видам интеллектуальных ресурсов;

- осуществлять непрерывную подготовку кадров необходимо в цен-

тре, где будет происходить концентрация и обработка специализированной информации [11: 27].

Правовой статус Инновационного центра туристского кластера СКФО, целесообразнее всего зафиксировать в соответствии с Гражданским кодексом РФ как некоммерческую организацию, данная организация будет сотрудничать с учебными заведениями, осуществляющими подготовку специалистов для различных предприятий кластера по образовательным программам различного уровня, с научными организациями, осуществляющими деятельность в тех сферах, где формируется содержание туристского продукта, консалтинговыми организациями и учреждениями культуры, эксплуатирующими природные и историко-культурные объекты, посещаемые туристами [13: 25]. Такой Инновационный центр можно организовать на базе учебного учреждения высшего профессионального образования [15: 129].

Таким образом, содержательная часть деятельности Инновационного центра кластера должна быть сформирована при помощи консолидации средств, которые выделяются государством для программы по развитию туризма, и средств, которые выделяются для подготовки специалистов, а также частных средств, объединяющих ассоциации для создания туристского продукта.

Библиографический список

1. Бурняшева Л.А. Россия и образование в современное время // Научный вестник Московского государственного горного университета. 2007. № 1. С. 176-182.
2. Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х. К вопросу о формировании туристско-рекреационного кластера как основы развития особых экономических зон // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. Коста Левановича Хетагурова. 2016. № 3. С. 161-165.
3. Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х. Управление нововведениями и инновационными процессами в российских гостиничных организациях // В сборнике: Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. 2017. С. 354-365.
4. Бурняшева Л.А., Гончарова Е.Н., Лифенко А.А. Роль брендинга в формировании туристской привлекательности региона // Сборник статей «Теоретические и практические аспекты развития научной мысли в современном мире». 2015. С. 298-300.
5. Бурняшева Л.А., Гончарова Е.Н., Лифенко А.А. Сущность и определение понятия «туристская привлекательность региона» // Сборник статей «Интеграционные процессы в науке в современных условиях». 2015. С. 148-150.
6. Гончарова Е.Н., Бурняшева Л.А., Маранцман К.А. PR-компании как эффективный инструмент продвижения туристского продукта // Сборник статей «Тенденции и перспективы развития науки XXI века». 2015. С. 202-204.
7. Горбунов А.П., Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х. Формирование туристско-

рекреационных кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России // Сборник статей «Закономерности и тенденции инновационного развития общества». 2016. С. 67-69.

8. Горбунов А.П., Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х., Рудь Н.Ю. Инновационный туристский кластер как модель устойчивого развития регионов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2016. № 4 (72). С. 62-66.
9. Гукешокова М.А., Бурняшева Л.А., Гончарова Е.Н. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) как фактор успешного функционирования гостиничного предприятия // Сборник статей «Инновационные процессы в научной среде». 2016. С. 95-97.
10. Дикинов А.Х., Анасов В.В., Исмаилов М.Ю., Касаева Т.В. Моделирование процессов устойчивого развития территорий // Сборник статей «Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности в России». 2016. С. 36-40.
11. Заврумов З.А. Материалы к рассмотрению вопроса «Об итогах НИР в 2006 году и задачах на 2007 год и перспективу» на заседании ученого совета ПГЛУ / О.А. Алимуратов, И.Ф. Головченко, А.Н. Сыроваткин, Б.М. Гаджимурадов // Вестник ПГЛУ. 2007. № 1-2. С. 10-49.
12. Касаева Т.В., Касаев А.Ю. Экономика эффективного человеческого капитала // Сборник научных трудов «Развитие экономики и менеджмента в современном мире». 2015. С. 22-25.
13. Касаева Т.В. Роль трудового ресурса человека в общественной производительной комбинации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 11 (115). С. 22-26.
14. Рудь Н.Ю., Газгиреева Л.Х., Бурняшева Л.А. Актуализация развития курорто-рекреационного комплекса России // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. Т. 1. № 2 (21). С. 207-211.
15. Страусова С.К., Страусов В.Н., Заврумов З.А. Структурно-семиотические модели народных примет с числовым кодом // Вестник Пятигорского государственного университета. 2017. № 1. С. 129-136.