

и оптимальное решение найдено. В противном случае следует перейти к пункту 1.

При практическом моделировании переменные r_{ij} , λ_{ij} и q_i должны быть «развернуты» с учетом специфики решаемой задачи до уровня параметров ОАТ, ОТС и условий функционирования ОТС.

Изложенные решения реализованы в электронном ресурсе «Модельер-05», используемом для индивидуального управления процессами профилактического и ремонтно-восстановительного обслуживания

отдельных объектов авиатехники Иркутского ВВАИУ.

Примечания

¹ Семенов С.С., Харчев В.Н., Иоффин А.И. Оценка технического уровня образцов вооружения и военной техники. М., 2004.

² Чокоей В.З., Кабыкин А.В., Чокоей Р.В. Алгоритмизация процедур рационального управления надежностью авиационной техники на уровне авиационной части: отчет о НИР № 20 101, шифр «Льгов-2000». / ИВАИИ. Иркутск, 2002.

Н.Н. ПИДГУРСКАЯ
аспирант

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРНЫХ СТРАТЕГИЙ

В последние годы главным инструментом разработки экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности стал кластерный подход, который строится на выявлении существующих и потенциальных кластеров, определении степени их конкурентоспособности, разработке мер по улучшению бизнес-климата и инвестиционной активности в перспективных кластерах. По мнению экспертов, применение именно такой политики в Финляндии привело к первенству этой страны (по итогам 2003–2005 гг.) в рейтингах перспективной (*Growth Competitiveness Index*) и текущей (*Business Competitiveness Index*) конкурентоспособности. Россия в данных рейтингах заняла лишь 70-е место. Поэтому концепция кластерного развития должна стать основой современной промышленной политики России в целом и стратегии развития туристского бизнеса в частности.

Стратегия развития туристского кластера представляет собой план, содержащий последовательность действий участников кластера и органов государственной и муниципальной власти для повышения конкурентоспособности кластера на мировом рынке туристских услуг. Стратегия необходима для разработки региональных целевых программ развития туризма, в которых основные положения стратегии конкретизируются в системе мероприятий.

Стратегическая цель у развитого и развивающегося кластеров одна — повышение своей конкурентоспособности и, как следствие, получение максимальных доходов. Но поскольку туристские кластеры, находящиеся на разных этапах развития, имеют свои, специфические ограничения по спросу и предложению, а также неодинаковый потенциал для развития, то, соответственно, способы достижения данной цели существенно различаются. По мнению автора, кластеру, находящемуся на этапе роста, наиболее целесообразно применять стратегию преимущественно экстенсивного роста, а кластеру на этапе зрелости — стратегию преимущественно интенсивного роста (табл.).

Попробуем объяснить сущность каждой кластерной стратегии и обосновать ее применение в том или ином кластере.

Этап роста кластера характеризуется высокими темпами увеличения турпотока. При этом спрос носит ярко выраженный сезонный характер, что приводит к ряду негативных моментов: снижению рентабельности турбизнеса, повышению рисков в данном виде деятельности и недостаточному уровню инвестиций в индустрию туризма на территории. Сезонность спроса и высокие темпы его роста в летний период при неадекватном повышении предложения приводят к возникновению «узких» мест в структуре кластера, что ограничивает прием туристов на данной территории.

Стратегии развития туристских кластеров, находящихся на разных этапах развития

Характеристика	Стратегия преимущественно экстенсивного роста	Стратегия преимущественно интенсивного роста
Этап развития кластера, при котором целесообразно применение стратегии	Этап роста	Этап зрелости
Сущность стратегии	Рост доходов кластера за счет увеличения количества туристов	Рост доходов кластера за счет увеличения доходов, получаемых с одного туриста
Цель	Повышение конкурентоспособности кластера и получение им максимальных доходов	Повышение конкурентоспособности кластера и получение им максимальных доходов
Способы достижения цели	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение количества туристов во время мертвого сезона: <ul style="list-style-type: none"> – развитие событийного и делового туризма; – развитие санаторно-курортного туризма. 2. Облегчение визового режима. 3. Проведение активного маркетинга территории. 4. Увеличение предложения в сфере туризма: <ul style="list-style-type: none"> – осуществление инвестиций в туристские объекты, предприятия размещения, питания, транспорта, индустрию развлечений и т.д.; – осуществление инвестиций в инфраструктуру 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Позиционирование турпродуктов по схеме «высокая цена–высокое качество». 2. Повышение качества обслуживания туристов. 3. Развитие дополнительных и сопутствующих туризму услуг. 4. Пересечение с другими кластерами: <ul style="list-style-type: none"> – туристскими (предложение межстрановых или межрегиональных турмаршрутов); – нетуристскими (развитие делового, «деревенского», шоппинг-туризма)
Основные задачи государства и органов местного самоуправления	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие инфраструктуры территории. 2. Создание благоприятных условий для расширения предложения со стороны турфирм (ослабление административных барьеров, налоговые льготы, предоставление земельных площадок под строительство объектов и т.д.). 3. Поддержка инициатив, предлагаемых бизнесом 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечение сохранения туристских ресурсов территории в условиях высокой посещаемости (достижение пределов емкости территории). 2. Поддержка инициатив, предлагаемых бизнесом
Основные задачи бизнес-сообщества	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание уникальных и конкурентоспособных турпродуктов, позволяющих четко идентифицировать территорию и привлечь большое количество туристов. 2. Совместное обсуждение проблем, препятствующих развитию кластера, и разработка предложений, инициатив, которые позволят их преодолеть. 3. Осуществление совместных проектов, в том числе совместного маркетинга, с целью создания известного и узнаваемого облика территории 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обновление турпродуктов. 2. Создание и поддержка высоких стандартов обслуживания туристов. 3. Создание саморегулируемых организаций с целью выработки единых правил, стандартов обслуживания и контроля за их выполнением

Кроме этого, в развивающихся кластерах наблюдается отстающее развитие инфраструктуры, что связано с инертностью государственных структур и предприятий, занимающих монопольное положение на рынке некоторых услуг (транспортное обслуживание, предоставление услуг связи, энергообеспечение и иные коммунальные услуги). Это, в свою очередь, снижает динамичность и гибкость предложения (туроператоров, предприятий размещения). Следовательно, основная цель поддержки и регулирования развития такого кластера должна состоять в снятии всех возможных ограничений по спросу и предложению с целью принятия все увеличивающегося потока туристов в кластер.

Суть стратегии преимущественно экстенсивного роста заключается в увеличении доходов кластера за счет повышения количества прибывающих туристов и, соответственно, в увеличении количества вовлекаемых ресурсов и факторов производства туристских услуг.

В ходе осуществления стратегии преимущественно экстенсивного роста требуется решить три главных проблемы:

- уменьшить фактор сезонности — увеличить поток туристов в мертвый сезон;
- расширить «узкие» места в структуре кластера;
- довести развитие инфраструктуры до уровня, необходимого туристскому кластеру.

Методом снятия ограничений со стороны спроса является увеличение туристского потока во время мертвого сезона путем развития событийного и делового туризма, а также санаторно-курортного направления туризма.

Для того чтобы решить вторую задачу стратегии, участникам кластера необходимо осуществлять инвестиции в туристские объекты, предприятия размещения, питания, транспорта, индустрию развлечений и т.д. С этой целью государственным и региональным органам власти следует развивать инфраструктуру.

туру территории и создавать благоприятные условия для расширения предложения со стороны турфирм (ослабление административных барьеров, налоговые льготы, предоставление земельных площадок под строительство объектов и т.д.).

Для туристского кластера, находящегося на этапе зрелости, характерны низкие темпы роста турпотока или даже отсутствие роста, а также невозможность увеличения предложения по причине достижения кластером своего предела посещаемости туристами (пропускного потенциала).

Каждый туристский кластер имеет свой пропускной потенциал посещаемости, и рано или поздно он его достигает. Так, количество туристов в зрелых кластерах превышает население этих стран (в Сан-Марино — в 113 раз, Андорре — в 44 раза, Монако — в 9 раз, на Кипре — в 4 раза и т.д.). Турпоток во Францию, Испанию огромен — 75,0 и 52,5 млн чел.¹ Учитывая то, что туристы неравномерно распределяются по территории страны, а также то, что их поток зависит от времени года, можно понять, какую огромную нагрузку испытывают туристские ресурсы развитых кластеров.

Кроме этого, в зрелых туристских кластерах наблюдается медленный рост турпотока или отсутствие роста. Поэтому перед участниками зрелого кластера возникает вопрос о дальнейшей стратегии развития, и задача государства в данной ситуации состоит в том, чтобы придать импульс развития «стареющему» кластеру.

Сущность стратегии преимущественно интенсивного роста заключается в увеличении доходов кластера за счет увеличения доходов, получаемых с одного туриста, т.е. за счет лучшего использования имеющихся ресурсов и факторов производства туристских услуг. Этого можно добиться за счет:

- позиционирования турпродуктов по схеме «высокая цена—высокое качество»;
- повышения качества обслуживания туристов;
- развития дополнительных и сопутствующих туризму услуг;
- пересечения с другими кластерами: туристскими (предложение межстрановых или межрегиональных туристских маршрутов) и нетуристскими (развитие делового, «деревенского» и шоппинг-туризма).

В этой ситуации основные задачи государства и органов местного самоуправления состоят в обеспечении сохранности туристских ресурсов территории в условиях высокой посещаемости (достижения пределов емкости территории) и в поддержке инициатив, предлагаемых бизнесом.

Бизнес-сообществу при реализации интенсивной стратегии развития туристского кластера следует:

- обновлять турпродукты;
- создавать и поддерживать высокие стандарты обслуживания туристов;
- образовывать саморегулируемые организации и ассоциации с целью выработки единых правил, стандартов обслуживания и контроля за их выполнением.

Что касается этапов разработки туристских кластерных стратегий, то за основу можно принять главные положения теории стратегического менеджмента. Общая схема процесса стратегического планирования включает в себя несколько этапов: определение целей; оценка состояния кластера (на основе методики исследования туристского кластера); выбор стратегии; разработка плана реализации стратегии; корректировка стратегии.

Примечание

¹ Развитие туризма и туристской индустрии в Европейском Союзе // Туризм: право и экономика. 2005. № 16–29. С. 16.

Т.Ю. БУТАКОВА
соискатель

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕДИЗАЙНА СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ

Современный подход к управлению страховыми организациями значительно отличается от традиционных представлений о процессе управления: жесткий контроль сверху донизу, разделение труда и специализация,

опора на объективные показатели и тщательный анализ. Российские страховые компании действуют в условиях глобальной конкуренции, неопределенности внешней среды, строжайшей ограниченности используемых