

УДК 330.34

СТРУКТУРНО-ЛОГИЧЕСКОЕ И КЛАСТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Штельцер М. С., Карташевская И. Ф.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: kar.inessa@i.ua, maxschteltser@vandex.ru

Рассмотрены теоретические аспекты праксиологического подхода в структурно-логическом моделировании, а также использования кластерного моделирования в туризме. Опираясь на метод аналогии, предложена классификация кластерных моделей применительно к туризму на иерархических уровнях.

Ключевые слова: праксиология, структурно-логическое моделирование, кластер, кластерное моделирование, туризм.

ВВЕДЕНИЕ

При ретроспективном знакомстве с методами структурно-логического и кластерного моделирования обращает на себя внимание тот факт, что, несмотря на высокую эффективность, они пока не нашли должного применения в отечественном менеджменте туристической отрасли. В туризме, несмотря на популярное использование термина «кластер», структурно-логическое и кластерное моделирование применяется крайне редко. В связи с этим считаем предложенную тему исследования актуальной.

Цель: предложить авторский подход систематизации структурно-логических и кластерных моделей в туризме.

Задачи:

- используя праксиологический подход, классифицировать структурно-логические и кластерные модели в туризме;
- дать определение новому понятию «кластерная социально-экономическая модель туристской отрасли».

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Методологию праксиологии исследовали многие ученые: Карл Менгер, Ойген фон Бём-Баверк, Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек, Т. Котарбинский и др. Инструментом познания человеческой деятельности ими была избрана логика как отражение и продолжение мышления [1, с. 54].

В результате этих исследований подтверждена важность человеческой деятельности и её результатов в изменении бытия. В качестве концептуальной основы для формирования моделей социальных институтов предложен принцип равнозначности результатов деятельности людей [1, с. 78–79].

Деятельность общества рассматривается как совокупность деятельности отдельных индивидов, осуществляющейся в порядке:

- сотрудничества;
- стимуляции;
- подавления;
- разрешения.

Цели индивидуальной деятельности определяются моральными ценностями, а выбор средств для их достижения является результатом всех знаний индивида [1, с. 57–59, с. 65].

Праксиологический подход позволяет рассматривать человеческую деятельность с нескольких позиций:

- «результативность» – достижение запланированных результатов/целей;
- «правильность» – максимально приближаться к задаваемому образцу;
- «чистота» – избегать непредусмотренных последствий и ненужных включений;
- «надежность» – максимальная объективная возможность достижения намеченного результата;
- «последовательность» – этапность [2].

Структурно-логическое моделирование как компонент структурного анализа является одним из наиболее эффективных методов современного менеджмента, соответствующих критериям праксиологического подхода.

В структурно-логическом моделировании выделяют аналитическую фазу и фазу планирования.

Аналитическая фаза представлена:

- этап 1 – анализ заинтересованных сторон;
- этап 2 – анализ проблем;
- этап 3 – анализ целей.

Фаза планирования включает в себя:

- этап 4 – выделение логики участия;
- этап 5 – указание допущений и факторов риска;
- этап 6 – определение показателей;
- этап 7 – составление графика мероприятий;
- этап 8 – составление планов расходов.

Инструментальный аппарат структурно-логического моделирования представлен логической матрицей и различного рода диаграммами, формируемыми на её основе [3, с. 193].

Логическая матрица представляет собой логически структурированную совокупность связанных элементов (целей), функций (задач) и ресурсов, необходимых для построения модели и описания системы. В зависимости от применяемого подхода изменяются и характеристики логической матрицы.

Структурно-логические модели могут быть ориентированы на функции, объектно-конструктивные или функциональные части системы, либо иметь смешанную ориентацию [3, с. 186].

Соответственно выделяют методы:

1. структурного анализа и проектирования: SADT (D. Ross – 1969–1973) [4], DFD – Data Flow Diagrams (E. Yourdon – 1979) [5], DFD (K. Gane, T. Sarson,

De Marca) – построение моделей, представляющих совокупность диаграмм потоков информации. Диаграммы верхних уровней совокупности определяют основные процессы или подсистемы, которые анализируются при помощи диаграмм нижнего уровня, создавая иерархию диаграмм до тех пор, пока процессы не становятся элементарными и анализировать их далее невозможно [6];

2. объектно-ориентированные методы: OOD (Booch/Jacobson/Rumbaugh – 1991–1992), OOAD (P. Coad, E. Yourdon – 1979), OODLE (Shlaer-Mellor – 1988), Demeter, Henderson-Sellers [7, с. 4–5];

3. информационная инженерия: сначала моделирование данных, затем – процессов, Martin-Finkelshtein, Porter, Goldkuhl [3, с. 186–187].

Под термином «моделирование» (simulation) подразумевается имитация ситуации в целях ее исследования или исследование процессов и состояний системы при помощи их реальных и идеальных моделей [8].

В международной практике принято кластеры группировать в семь основных комбинаций, на каждой из которых базируется стратегия их экономического развития:

- географическая – включает пространственные кластеры с экономической активностью от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до глобальных (аэрокосмический кластер);
- горизонтальная – несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);
- вертикальная – в кластере могут присутствовать смежные этапы производственных процессов. При этом важно, кто из участников сети объявляет себя инициатором и конечным исполнителем в рамках кластера;
- латеральная – в кластер объединяются секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультипликации кластера);
- технологическая – совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер);
- фокусная – кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ, учебного заведения;
- качественная – существенным является не только факт сотрудничества фирмы, но и способы сотрудничества.

Кластеры варьируют по своим размерам, широте охвата, уровню развития в зависимости от отрасли.

Вопросы формирования кластерных моделей рассматривают отечественные и зарубежные ученые: З. П. Варнальный, М. П. Войнаренко, В. М. Гец, Н. П. Маракий, В. Савченко и другие. Однако данные публикации связаны с вопросами моделирования в производственной сфере. В индустрии туризма, так же как в других секторах сферы услуг, кластерные исследования немногочисленны. Между тем кластеры играют решающую роль в формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности. Индустрия туризма имеет ряд особенностей, придающих актуальность кластерному подходу в развитии сферы отдыха. Одна из главных особенностей состоит в том,

что индустрия туризма тесно взаимосвязана с другими отраслями экономики. Промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля участвуют в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса. По данным Министерства торговли США, в сферу обслуживания туристов вовлечено 24 отрасли экономики страны. В этой связи вычленив туристскую составляющую и провести четкие границы туристского сектора чрезвычайно сложно. В индустрии туризма находят подтверждение как общие закономерности образования и функционирования кластеров, так и специфика их проявления в этой сфере. Сущность кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм, которые предстают в виде цепочек добавленной стоимости и системы накопления стоимости. Добавленная стоимость – это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщиками и потребителями. В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей – туристов. Например, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30–50 разных фирм, от экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и т. п. Если применить к данной ситуации общепринятую уже в научном мире классификацию кластерных моделей, можно отнести ее к категории фокусной, т. е. кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра, которым является фирма-туроператор.

Ко второму типу кластерной модели – географической – можно отнести модель сельского зеленого туризма. Кластерная модель включает пространственные кластеры с экономической активностью, например, садоводство, пчеловодство, виноделие, виноградарство, гончарное производство, гостиничное хозяйство и т. д.

Карташевской И. Ф. разработана авторская кластерная социально-экономическая модель туристской отрасли, дающая представление о реальном и прогнозируемом состоянии туристского комплекса. Представляет собой совокупность систем – кластеров, состоящих из моделей отдельных видов туризма, приоритетных для данного региона в данный исторический период. Каждый вид туризма в кластерной модели представлен своим набором туристских ресурсов, специализированных предприятий, специально подготовленным персоналом, инфраструктурой. Данная модель представляет третий тип моделей – горизонтальный, т. е. когда несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер, например, курортно-рекреационный или туристский комплекс [8].

ВЫВОДЫ

Таким образом, проведя исследование, приходим к выводам:

1. применение праксиологического подхода возможно при структурно-логическом моделировании – методе целенаправленного управления;
2. опираясь на метод аналогии, кластерные модели в туризме предлагаем классифицировать по видам:
 - фокусные: кластер фирм-поставщиков, сосредоточенных вокруг одного центра – фирмы-туроператора;
 - географические: включают пространственные кластеры с экономической активностью, например, кластер сельского зеленого туризма;
 - горизонтальные: несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер, например, курортно-рекреационный или туристский комплекс.

Список литературы

1. Ludwig von Mises. Человеческая деятельность // Московский Либертариум, 1994.
2. Грицанов А. А. Новейший философский словарь. Мн.: Книжный Дом, 2003. С. 2824.
3. Туккель И. Л., Сурина А. В., Культин Н. Б. Управление инновационными проектами: учебник / Под ред. И. Л. Туккеля. СПб.:БХВ-Петербург, 2011. 416 с.
4. Рубцов С. В. Методология структурного анализа и проектирования. М., 2000.
5. Yourdon E. Just Enough Structured Analysis. Ch.9, 2006 [Электронный ресурс]. URL: <http://static1.squarespace.com/static/50c9c50fe4b0a97682fac903/t/512878e6e4b02e5615b4c5ed/1361606886338/Yourdon+DFD.pdf>
6. Калянов Г. Н. Консалтинг при автоматизации предприятий. М., 2005.
7. James Rumbaugh, Ivar Jacobson, Grady Booch The Unified Modeling Language Reference Manual, 1999.
8. Карташевская И. Ф. Формирование эффективной системы управления в туризме на основе кластерного моделирования : монография. Симферополь: ДИАИПИ, 2012. 444 с.

Статья поступила в редакцию 19.09.2016