

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИИ

**Г.Н. Лихошерстова,**

*кандидат экономических наук, доцент,*

*доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»*

Основой кластерного социально-экономического развития регионов выступает инновационно-инвестиционная индустриальная политика конкурентных преимуществ. Политика создаваемых конкурентных преимуществ заключается рядом определенных и установленных событий, таких как:

1) исторически сложившийся высокий конкурентный статус трудовых ресурсов, создающих базисную основу для социально-экономического и инновационного развития региона;

2) во-вторых, достаточно высокий инновационно-инвестиционный статус;

3) в-третьих, активно формируемая инфраструктура;

4) в-четвертых, создание механизмов и моделей участия инновационных кластеров в федеральных и региональных программах развития.

В условиях экономического кризиса при формировании политики конкурентных преимуществ, всегда, как правило, возникает ряд проблем, в рамках которых формируются и принимаются решения требующие реализации кластерных инициатив как то:

1) необходимости создания инфраструктуры для успешного развития кластеров, в том числе специализированных технопарков, центров коллективного пользования, ориентированных на конкретные отрасли;

2) содействия в получении выхода на внешние рынки посредством поддержки федеральными и региональными властями предприятий-участников кластера в их взаимодействии с поставщиками-монополистами, и внутренние рынки путем увеличения объемов государственного заказа для данных предприятий, специальных федеральных программ поддержки отечественных предприятий, образующих кластеры;

3) создания специального негосударственного органа управления с подразделениями по каждому кластеру для повышения эффективности работы внутри кластеров и оптимизации результатов их деятельности; - содействие институциональному развитию (поддержка саморегулируемых организаций и общественных объединений) и продвижение инициатив предприятий, формирующих кластер;

4) необходимой информационной поддержке кластерных инициатив: продвижение информации, PR проектов, их экспертиза, а также меры по подготовке квалифицированных кадров для участников кластеров.

В целях конструктивного перехода к структурированному процессу построения и развития кластерных инициатив необходимо сформировать план по реализации кластерной политики, а также документ научно-методических рекомендаций регламентирующий формы и процессы реализации кластерной политики. В связи с этим целесообразно определить направления ожидаемых и/или предполагаемых результатов использования кластерного подхода социально-экономического регионального развития РФ: - увеличение инвестиций в основной капитал предприятий и организаций всех форм собственности, включая малые предпринимательские формы; - получение инвестиционного рейтинга отдельных предпринимательских структур, кластерных моделей и регионов в целом; - рост занятости в малых предпринимательских формах в кластере; - увеличение добавленной стоимости, создаваемой в малом бизнесе и т.д.

Таким образом, в данном подходе просматривается ключевая функция кластера - встраивание видов деятельности локализованные в определенной точке их взаимодействия. При этом наполняемость кластерного подхода определяется специализированностью отдельных субъектов федерации во взаимосвязи со сквозной инновационноориенти-

рованной образовательной средой системы образования, связанных между собой подготовкой высокотехнологичных специалистов кластера в локальной сфере производства и реализацией конечного продукта, услуги. Системные проблемы построения кластерных образований включают в себя ограничения, как институциональные, так и территориальные. Определяя в этой связи сущностный кластерный подход в туризме, определяем его как рекреационный девелопмент, интересы которого обуславливаются переходом от стандартных форм функционирования к формированию связанной совокупности объектов в форме комплексов, что предусматривает развитие территории и повышение ее конкурентоспособности через перепроектирование предприятий туризма и сервиса.

### Литература

1. Касаткина, А. Моделирование формирования инновационно-активной экономики с помощью когнитивной модели / Касаткина, А. Юсов А. – М. : Научное обозрение. – 2013. – № 7. – С. 124-131.
2. Растворцева, С. Моделирование результатов экономической деятельности на основе исследования концентрации инновационной активности регионов России / Растворцева, С. Терновский Д. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – № 3 (55). – С. 108-118.

## ПРОБЛЕМА ТУРИСТСКОЙ АТТРАКТИВНОСТИ АСТАНЫ В ПРЕДДВЕРИЕ ЭКСПО–2017

**Р. В. Плохих,**

*доктор географических наук, профессор,  
профессор кафедры рекреационной географии и туризма,  
КазНУ им. аль-Фараби*

Туристская привлекательность (аттрактивность) выступает одним из ключевых факторов конкурентоспособности территории (страны, региона, населенного пункта) в борьбе за целевые группы туристов [1]. Она связана с состоянием туристских ресурсов и инфраструктуры, а также анализом существующего и потенциально возможного туристских спроса и предложения. Во многом ее формируют предпочтения местных (страны, региона, населенного пункта), зависящие от природных, исторических, экономических и других факторов, определяющих возможности удовлетворения возникающего туристского спроса. Туристская аттрактивность в отличие от туристского потенциала, являющегося частью предложения, связывает последнее и спрос на рынке туристских продуктов и услуг [2, 3]. Связь понятий «туристско-рекреационный комплекс», «туристская привлекательность» и «туристский потенциал» иллюстрирует рисунок 1.

Одно из главных требований современного туроперейтинга – знание туристских центров и территорий. Информированность об их рекреационном потенциале служит гарантией того, что он будет востребован. Данная гипотеза определяет новый подход к решению проблемы маркетинга и брендинга туристских регионов Казахстана. Долгое время была популярна идея об объективной заданности рекреационного потенциала, т. е. наличие определенных ресурсов, благодаря чему возникает интерес к территории, определяющий туристские потоки из других мест. Мировой опыт успешного развития туризма свидетельствует, что туристские потоки вызваны не наличием ресурсов, а информированностью о них. Чтобы подтвердить этот факт, достаточно посмотреть каталоги ведущих туроператоров мира и попытаться найти в них информацию о Казахстане. Истинное значение туристского центра может быть выявлено только в результате оценки уровня информированности людей о значимых объектах природного, исторического, культурного, ар-