

УДК 338.48

ББК 65.433

Chabanuk Oleg Vasilevich,
 candidate of economics, assistant professor
 of the department of economics and management
 of Voskresensk Institute of tourism – branch
 of the Russian International Academy of tourism,
 Voskresensk,
 e-mail: Chabanuk_oleg@mail.ru

Чабанюк Олег Васильевич,
 канд. экон. наук, доцент
 кафедры экономики и управления
 Воскресенского института туризма – филиала
 Российской международной академии туризма,
 г. Воскресенск,
 e-mail: Chabanuk_oleg@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

THE PROBLEMS OF IMPROVING OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

В статье проанализирована используемая классификация методов системного анализа, основополагающие принципы моделирования экономических процессов. Сгруппированы методы исследования процессов управления в сфере туризма на основе системного подхода. Обобщены принципы моделирования экономических процессов развития туризма. Проанализированы экономико-математические модели, в том числе гравитационного типа, предприятий индустрии туризма с целью оптимизации их деятельности в соответствии с государственными и региональными интересами. С использованием показателей аттрактивности в расчете на одного туриста определено распределение туристов по узлам поля рекреационного потенциала, при котором достигается максимальная суммарная величина аттрактивности.

The article has analyzed the used classification of the methods of the systematic analysis, and the fundamental principles of simulation of economic processes. The research methods of management processes in the field of tourism have been grouped on the basis of the systematic approach. The principles of economic processes modeling of the tourism development have been summarized. The economic and mathematical models of the tourist companies, including the gravitational type, have been analyzed in order to optimize their activities in accordance with the national and regional interests. The distribution of the tourists by the nodes of the field of recreational potential has been determined using indicators of attractiveness calculated per one tourist, where the maximum total value of attractiveness is achieved.

Ключевые слова: анализ, метод, модель, моделирование, поток, туризм, регрессивный анализ, системный анализ, уравнение, инновационное развитие.

Keywords: analysis, method, model, modeling, flow, tourism, regressive analysis, system analysis, equation, innovation development.

В современном мире туризм выступает как сложное явление, имеющее социальные, экономические и политические аспекты. Ни одна из существующих наук не может полностью и исчерпывающим образом охарактеризовать туризм как объект собственных исследований и ни один из существующих социально-экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем [1].

В исследовании [2] отмечено, что сложность управления туристским бизнесом обусловлена многоотрасле-

вым характером производства туристских услуг и многообразием причин, определяющих нестационарность факторов, влияющих на результаты бизнеса. Развитие туризма требует вложения бюджетных и привлеченных средств в комплекс объектов, образующих туристский сегмент экономики: объектов туристского интереса, субъектов индустрии туризма, а также объектов инфраструктуры.

Подготовку управленческих решений можно рассматривать как технологию, заключающуюся в выполнении совокупности некоторых последовательных действий, которые складываются из отдельных этапов, процедур, операций, опирающихся на системный подход [Там же].

Авторы работы [3] обращают внимание на то, что в отечественной литературе проблемы выбора и принятия управленческих решений по развитию сферы туризма с целью повышения эффективности его функционирования в современных условиях в территориальном аспекте стали объектом исследования сравнительно недавно, что эти проблемы относятся к числу малоразработанных. Рассматривая современные подходы, методы исследования состояния, развития сферы туризма и принятия управленческих решений в данной области, авторы работ [2; 3] приходят к выводу, что на сегодняшний день не существует единой методики в рамках системного подхода, зарекомендовавшей себя так, чтобы претендовать на статус наиболее эффективной.

Системный анализ представляет собой совокупность методов и средств, используемых при исследовании и моделировании сложных объектов, прежде всего методов выработки и обоснования решений при моделировании и управлении сложными социальными и экономическими системами. Теоретической и методологической основой системного анализа служит системный подход [4; 5].

Системный анализ позволяет один и тот же объект или проблемную ситуацию (в зависимости от степени неопределенности и по мере познания) отображать разными классами моделей, организуя, таким образом, постепенный процесс познания и постепенный процесс формализации задачи.

При исследовании процессов, протекающих в сфере туризма, на основе системного подхода применяются различные методы, которые можно разбить на три группы [4]. Используемая классификация методов системного анализа отражена в табл.

Таблица

Классификация методов системного анализа		
МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СЛОЖНЫХ СИСТЕМ		
Методы, основанные на использовании интуиции, опыта и знаний специалистов	Методы формализованного представления систем управления	Специальные методы (методы постепенной формализации задач)

К первой группе относятся методы, основанные на выявлении и обобщении мнений опытных специалистов-экспертов, использовании их опыта в анализе, которые включают: методы типа мозговой атаки, методы типа «сценариев», методы экспертных оценок (включая SWOT-анализ), методы типа Дельфи, методы типа дерева целей, решений прогнозного графа, методы решающих матриц и ряд других методов.

Экспертные методы, под которыми понимают комплекс логических и математико-статистических методов и процедур, направленных на получение от специалистов информации, необходимой для подготовки и выбора рациональных решений, применяют в ситуациях, когда выбор, обоснование и оценка последствий решений не могут быть выполнены на основе точных расчетов. Такие ситуации возникают при разработке современных проблем управления туристским комплексом и особенно при прогнозировании и долгосрочном планировании, разработке комплексных программ развития туризма. В настоящее время также широко применяются экспертные методы при исследовании инвестиционной привлекательности туристских территорий (туристских регионов, туристских центров), туристских объектов, инвестиционных проектов в области туризма.

Наибольшее распространение в практике управления туристскими объектами получил SWOT-анализ, предполагающий анализ сильных и слабых сторон, обусловленных внутренними факторами, а также угроз и возможностей, обусловленных факторами внешнего характера. SWOT-анализ может быть использован как для определения перспективных направлений развития и возможных ограничений отдельно взятого туристского предприятия, так и для туристского комплекса в целом. Но для туристского комплекса, как и для туристского предприятия, важно не только выделить конкурентные преимущества, угрозы и возможности, но и рассчитать уровень конкурентоспособности, выразив его количественно. SWOT-анализ в какой-то мере предусматривает такой расчет на основе балльной экспертной оценки.

Методы первой группы используются, когда исследуемая проблема слабо структурирована. Например, на основе анализа современного состояния развития автомобильного туризма и караванинга в России проводится SWOT-анализ целесообразности создания кемпингов, выявляются причины, препятствующие процессу создания кемпингов, и предлагаются пути их решения, в частности, возможно: освобождение от уплаты региональной части налога на прибыль, на имущество и земельного налога до срока окупаемости капитальных вложений; снятие ограничений на перенос убытков на последующие налоговые периоды; использование ускоренного механизма амортизации собственных основных средств; предоставление земельных участков на льготных условиях; введение упрощенного режима администрирования; включение проектов развития придорожной инфраструктуры, в том числе кемпингов, в региональные программы.

Ко второй группе относятся методы формализованного представления систем управления (методы формального моделирования исследуемых процессов), основанные на использовании экономико-математических методов и моделей систем управления.

Модели экономических процессов развития туризма опираются на следующие основополагающие принципы [2; 6; 7]:

- социально-экономические факторы конкретных регионов рассматриваются как основная часть государственного комплекса;

- социально-экономические факторы туристско-рекреационного комплекса конкретного региона рассматриваются как составная часть региональной экономической системы;

- региональная экономическая модель туристско-рекреационного комплекса корректирует общие модели на данной территории, увязывая ее в единый хозяйственный комплекс государства.

Разработка экономико-математических моделей экономических процессов туризма включает [13]:

- моделирование этапов социально-экономического развития туристско-рекреационного комплекса в целом по регионам и стране на перспективу;

- моделирование размещения производительных туристических сил в их объемных пропорциях и во времени;

- моделирование функционирования экономического хозяйства туристско-рекреационного комплекса во взаимодействии внутренних многофункциональных составляющих;

- моделирование экономического функционирования хозяйства туристско-рекреационного комплекса во взаимодействии с другими отраслями.

В настоящее время наибольшее распространение при исследовании тенденций развития процессов, протекающих в сфере туризма, получили эконометрические методы обработки и анализа статистических материалов [3; 8].

К третьей группе относятся методы, обобщенно называемые специальными методами, которые базируются на сочетании методов первой и второй групп.

В условиях возрастания роли принятия управленческих решений в области развития такого перспективного сектора экономики, как туризм, особое значение приобретают вопросы комплексного стратегического планирования и прогнозирования развития туристской сферы на макроуровне, формирования бюджета туристского развития, а также вопросы разработки концепций и целевых программ развития данной сферы, которые не должны противоречить комплексным программам социально-экономического развития соответствующих территориальных образований, действующему законодательству в области туризма, федеральным концепциям, программным и методическим материалам в данной области [3].

Отметим, что принятая в 2010 году Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» [9] предусматривает использование программно-целевого метода управления, который основан на сочетании методов первой и второй групп.

В силу сказанного важное место при использовании системного подхода занимает методология математического моделирования. В полной мере это относится и к исследованию механизмов управления инновационным развитием индустрии туризма.

Моделирование развития индустрии туризма с целью совершенствования управления – чрезвычайно сложная задача, так как туризм представляет собой систему, в которой одновременно протекают различные сложные взаимосвязанные процессы, детерминированные и случайные.

Экономико-математические модели предприятий индустрии туризма используются для получения оценок вариантов размещения туристских объектов в конкретных регионах и нахождения его оптимального значения в соответствии с государственными и региональными интересами. В работе [2] используемые на практике математические модели условно классифицированы следующим образом: эконометрические, оптимизационные, модели искусственного интеллекта.

К эконометрическим моделям относят модели спроса, предложения и резервирования туристских услуг. Эти модели используются при анализе влияния различных факторов, в том числе неопределенных и случайных факторов, при прогнозировании и планировании туристской деятельности [8].

Эконометрические модели получили наиболее широкое применение. Например, модели спроса на туристские услуги строятся с целью прогнозирования объемов спроса, его распределения по существующим и планируемым туристским комплексам и базам, для изучения эластичности спроса по уровню тарифов на туристические услуги и по другим факторам, для исследования влияния на интенсивность потоков туристов различных природных, экономических, демографических и других условий. Среди этих моделей следует выделить однофакторные и многофакторные регрессионные модели, а также гравитационные модели спроса, определяющие поля туристских потоков и центры их тяготения [6; 8; 10; 11; 12].

В работе [6] построена регрессионная модель потребления услуг населением России. Автор отмечает, что в настоящее время более половины валового внутреннего продукта производится в сфере услуг, что в современной экономике основную роль начинают играть те отрасли сферы услуг, которые направлены на формирование, развитие и совершенствование человеческого капитала.

На рис. 1 приведены данные о динамике потребления услуг населением Российской Федерации в графической форме, полученные в работе [13]. Видно, что доля услуг в потребительских расходах неуклонно возрастает (прерывистая линия на графике). Здесь зависимость потребления услуг аппроксимируется уравнением регрессии 6-й степени (сплошная линия на графике), имеющим уровень значимости, приближающийся к единице (рис. 1).

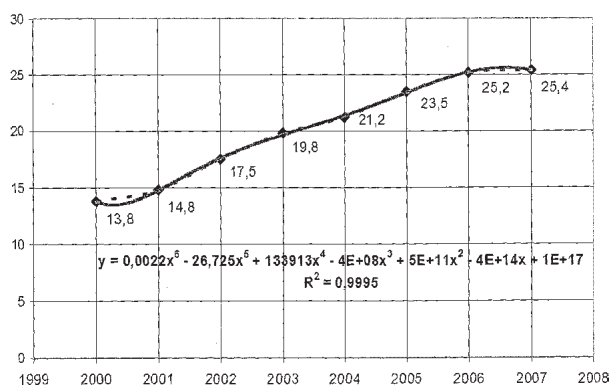


Рис. 1. Динамика потребления услуг населением РФ (в % от общего объема потребления), согласно [7]

В работе [11] на основе корреляционно-регрессионного анализа установлена зависимость количества туристских фирм от уровня средней заработной платы в Республике Татарстан (рис. 2). Уравнение регрессии имеет вид:

$$y = -36,049 + 0,0746x - 3E - 0,6x^2 + 2E - 11x^3, \\ R = 0,9787,$$

где y – количество туристских фирм;
 x – средняя заработная плата в экономике республики (руб.);
 R – теснота корреляционной связи.

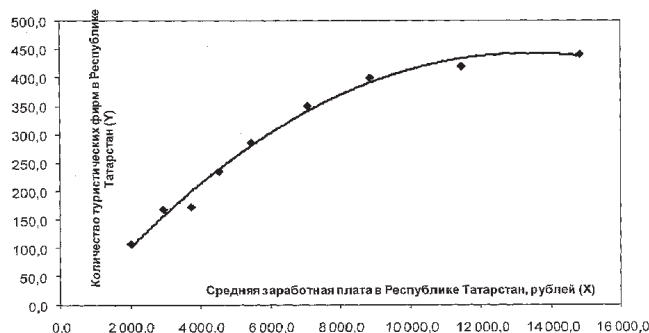


Рис. 2. Тенденции взаимосвязи количества туристских фирм и средней заработной платы в Республике Татарстан, согласно [5]

Автор работы [11] отмечает, что имеется тесная связь между уровнем средней заработной платы в экономике и количеством туристских фирм в Республике Татарстан. Тип тренда описывает полином третьей степени. На этом основании автор делает следующий вывод: «Полученные результаты доказывают, что существует прямая зависимость между этими показателями. Таким образом, полученные результаты позволяют прогнозировать развитие туризма республики в условиях рыночной экономики».

В работе [10] при исследовании сферы туризма установлено, что в составе народнохозяйственных факторов преобладают региональные факторы, связанные с регулированием туризма местными органами власти, а в составе производственно-трудовых факторов значительную роль играют факторы, зависящие от деятельности работников турфирмы: объем выручки от реализации туристского продукта, производительность труда, режим экономии, ценовая политика фирмы и др.

Регрессионный анализ, проведенный в работе [Там же] по результатам деятельности турфирмы ООО «МТЦ ЭСТУР», показал, что «рост производительности труда на 1000 руб. увеличивает уровень рентабельности туристской деятельности на 0,36%».

Это утверждение автор делает на основании построенной им регрессионной модели

$$Y = 20,41 + 0,36X,$$

где X – производительность труда,
 Y – уровень рентабельности туристской деятельности.

На основе регрессионного анализа конкретного предприятия автор работы приходит к заключению, что уровень рентабельности туристской деятельности должен составлять 23% к затратам на эту деятельность.

Выполненный анализ позволил также установить, что совершенствование функционирования финансового механизма в туризме должно базироваться на подходе, основанном на оптимизации применения финансовых методов и рычагов и рационализации связей всех элементов финансового механизма как единой системы. Это предполагает повысить прежде всего роль ценовой политики как важнейшего рычага финансового механизма туризма. Здесь возможны два направления. Первое направление связано с инвестициями в туристскую индустрию, которое предполагает, что в цене туристского продукта должна быть заложена определенная доля средств, предназначенных для развития предприятий туристской индустрии региона, на территории которого действует данная турфирма. Однако простое увеличение цены, связанное с инвестициями в туристскую индустрию, не может быть реально использовано для развития туризма, так как эти дополнительные денежные средства попадут в консолидированный бюджет в виде налога, а часть средств останется в части нераспределенной прибыли, которую каждая фирма использует по своему усмотрению. Поэтому целесообразно определить формирование и концентрацию средств за счет специальных отчислений 0,5–1% в региональные внебюджетные фонды «Развития туристской инфраструктуры».

Для этого необходимо создавать региональные общественные объединения туристских организаций и обеспечить прозрачность при использовании средств из этого фонда. Любое нецелевое использование средств, кроме как на развитие туристской инфраструктуры, должно изыматься в бюджет субъектов Федерации.

Остановимся на моделях гравитационного типа. Туристские ресурсы существующих и планируемых туристских баз и маршрутов характеризуются некоторыми величинами привлекательности (притягательности), зависящими от коэффициентов аттрактивности (притягательности) для каждого рекреационного процесса и максимальной интенсивности потока туристов.

Используя показатели аттрактивности в расчете на одного туриста, определяют распределение туристов по узлам поля рекреационного потенциала, при котором достигается максимальная суммарная величина аттрактивности [2]. В основе сложных гравитационных моделей, в которых учитывается притяжение нескольких центров тяготения, используется классическая модель Рейли, отражающая влияние на потребителя двух центров тяготения [12; 14].

Предположим, что потребитель может приобрести туристскую путевку в одной из двух фирм (торговых центров). В какой из них отправится наш потребитель за покупкой? Для ответа на подобный вопрос У. Рейли (США) использовал в 1929 году физическую аналогию – гравитационную модель, стержнем которой является принцип притягательности центров тяготения.

Несмотря на существенное упрощение реальности, эта модель до сих пор служит основой одного из подходов к решению задачи о пространственном распределении передвижения населения [12].

Согласно предложенному Рейли закону притяжения центров тяготения (он рассматривал притягательность двух городов при исследовании миграционных процессов) притяжение F_{AM} , создаваемое центром A в точке M , пропорционально населению P_A и обратно пропорцио-

нально квадрату расстояния r_{AM} между центром A и точкой M :

$$F_{AM} = \frac{kP_A}{r_{AM}^2}, \quad (1)$$

где k – положительная постоянная.

Аналогичным образом для оценки притягательности рассматриваемых нами торговых центров можно использовать зависимость

$$F_{AM} = \frac{k_A}{r_{AM}^2} \quad F_{BM} = \frac{k_B}{r_{BM}^2},$$

где k_A и k_B – коэффициенты притягательности торговых центров A и B соответственно.

Найдем уравнение линии безразличия, находясь на которой наш потребитель будет испытывать одинаковое притяжение со стороны обоих торговых центров. Из условия безразличия $F_{AM} = F_{BM}$ следует

$$r_{AM}^2 = \kappa * r_{BM}^2 \quad (2)$$

где $\kappa = k_A / k_B$. Выберем прямоугольную систему координат так, чтобы центры притяжения A и B находились на оси абсцисс на одинаковом расстоянии от начала координат. Пусть $2a$ – расстояние между точками A и B . Тогда координатами точек A и B будут соответственно $(-a; 0)$ и $(a; 0)$, и из уравнения (2) получим $(x + a)^2 + y^2 = \kappa((x - a)^2 + y^2)$, откуда следует

$$x^2(k - 1) + y^2(k - 1) - 2xa(1 + k) + a^2(k - 1) = 0 \quad (3)$$

При $\kappa = 1$ решением этого уравнения будет $x = 0$. Полученный результат очевиден, так как при одинаковой притягательности центров притяжения линией безразличия является ось OY – геометрическое место точек, равноудаленных от точек A $(-a; 0)$ и B $(a; 0)$.

Пусть $\kappa \neq 1$. Для определенности будем считать $\kappa > 1$, то есть торговый центр A притягательнее торгового центра B . Обозначив $\kappa + 1 / \kappa - 1 = m$, из уравнения (3) получим $x^2 + y^2 - 2xam + (am)^2 = a^2m^2 - a^2$, то есть

$$(x - am)^2 + y^2 = a^2(m^2 - 1) \quad (4)$$

Имеем:

$$m = 1 + \frac{2}{\kappa - 1} > 1,$$

так как $\kappa > 1$. Поэтому правая часть уравнения (4) преобразуется к виду

$$a^2(m^2 - 1) = a^2(m - 1)(m + 1) = \frac{2a^2}{\kappa - 1} \left(2 + \frac{2}{\kappa - 1} \right) = \frac{4ka^2}{(\kappa - 1)^2}.$$

А это значит, что линия безразличия (4) при $\kappa > 1$ представляет собой окружность радиуса $R = \frac{2a\sqrt{\kappa}}{\kappa - 1}$ с центром в точке $C(x_0; 0)$, где $x_0 = am > a$ в силу $m > 1$ (рис. 3, слева).

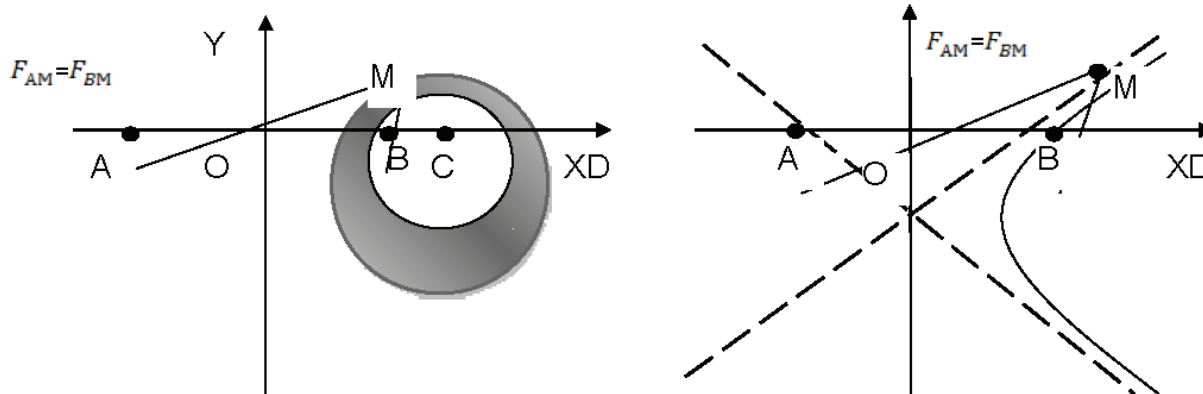


Рис. 3. Линия безразличия в модели Рейли и линия безразличия в модифицированной модели Рейли

Для любой точки, находящейся внутри окружности (4), притяжение центра B будет превосходить притяжение центра A , и потребитель, таким образом, в этом случае отправится за покупкой в торговый центр B . Если же потребитель находится вне этого круга, то более предпочтительным оказывается торговый центр A . При интерпретации модели Рейли, используемой для анализа туристских потоков, можно полагать, что жители города, находящиеся на построенной окружности, с вероятностью 50% отправляются отдыхать в регион A и с такой же вероятностью – в регион B .

Уравнение (1) не единственный способ формализации гипотезы о снижении притягательности при увеличении расстояния от центра тяготения. Например, можно принять, что сила притяжения, оказываемая центром притяжения A на потребителя, находящегося в точке M , снижается с ростом расстояния по экспоненте:

$$F_{AM} = k_A e^{-r_{AM}}.$$

Здесь постоянная k_A характеризует притягательность центра A . В рассматриваемом случае линия безразличия

$$F_{AM} = F_{BM}$$

то есть линия равного притяжения центров тяготения A и B находится из условия

$$k_A e^{-r_{AM}} = k_B e^{-r_{BM}}.$$

Прологарифмировав это уравнение по основанию e , получим

$$\ln k_A - r_{AM} = \ln k_B - r_{BM},$$

откуда следует уравнение правой ветви гиперболы

$$r_{AM} - r_{BM} = 2c,$$

где $2c = \ln k > 0$ в силу $k = k_A/k_B > 1$.

График этой гиперболы приведен на рис. 3 (справа). Здесь снова все пространство разделено линией безразличия на две зоны влияния.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. М.: Ось-89, 1997. 160 с.
2. Баясгалан Цэцгээ. Моделирование развития туризма в Монголии: дис. ... д-ра экон. наук. М.: МЭСИ, 2006. 274 с.
3. Жертовская Е. В., Саак А. Э. Сопоставительный анализ современных подходов, методов исследования и принятия управленческих решений в сфере туризма // Туризм: право и экономика. М.: Юрист, 2009. № 1 (7). С. 21–30.
4. Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. 3-е изд., перераб. и доп. СПб., 2005. 276 с.
5. Дрогобыцкий И. Н. Системный анализ в экономике: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. 508 с.
6. Колемаев В. А. Математическая экономика. М.: ЮНИТИ, 2002. 399 с.
7. Левин М. И., Макаров В. Л., Рубингов А. М. Математические модели экономического взаимодействия. М.: Физматлит, 1993. 376 с.
8. Никифоров О., Силаева С. Туризм: проблемы статистического изучения // Вопросы статистики. 1999. Т. 1. С. 32.
9. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и выездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» (утв. распоряжением Правительства РФ от 19 июля 2010 года № 1230-р) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6640029/> (дата обращения: 30.05.2013).
10. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 176 с.
11. Газетдинова Р. Р. Проблемы развития современного рынка туристских услуг в РФ // Вестник Казанского ГУ. 2008. № 2 (8). С. 31–34.
12. Мерлен П. Город. Количественные методы изучения. М.: Прогресс, 1997. 261 с.
13. Зернова С. В. Механизм реализации государственной поддержки форм предпринимательства в туризме Ленинградской области: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2010. 26 с.
14. Лебедев В. В., Лебедев К. В. Математическое и компьютерное моделирование экономики. М.: НБТ-Дизайн, 2002. 256 с.

REFERENCES

1. Saprunov V. B. Tourism: evolution, structure, marketing. M.: Os'-89, 1997. 160 p.
2. Bayasgalan Tsetsgeye. Modeling of tourism development in Mongolia: dissertation of the doctor of economics. M.: MESI, 2006. 274 p.

3. Zhertovskaya E. V., Saak A. E. Comparative analysis of the modern approaches, methods of research and approval of management resolutions in the area of tourism // *Tourism: law and economics*. M.: Yurist, 2009. # 1 (7). P. 21–30.
4. Volkova V. N., Denisov A. A. *Fundamentals of the theory of systems and systematic analysis*. 3-d edition, revised and amended. SPb., 2005. 276 p.
5. Drogobitsky I. N. *Systematic analysis in economics: textbook*. M.: Finances and statistics, 2007. 508 p.
6. Kolemeyev V. A. *Mathematical economics*. M.: YuNITI, 2002. 399 p.
7. Levin M. I., Makarov V. L., Rubingov A. M. *Mathematical models of economic interaction*. M.: Fizmatlit, 1993. 376 p.
8. Nikiforov O., Silayeva S. *Tourism: issues of statistical study // Issues of statistics*. 1999. V. 1. P. 32.
9. Concept of the Federal target program «Development of internal and exit tourism in the Russian Federation (2011–2016)» (approved by the decree of the RF Government dated July 19, 2010 # 1230-p) [Electronic resource]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6640029/> (date of viewing: 30.05.2013).
10. Balabanov I. T., Balabanov A. I. *Tourism economics: textbook*. M.: Finances and statistics, 1999. 176 p.
11. Gazetdinova R.R. Issues of development of the modern market of the RF tourism services // *Bulletin of Kazan State University*. 2008. # 2 (8). P. 31–34.
12. Merlen P. *City. Quantitative methods of study*. M.: Progress, 1997. 261 p.
13. Zernova S. V. Mechanism of implementation of the state support of the forms of business in the tourism of Leningrad region: abstract of the dissertation of the candidate of economics. SPb., 2010. 26 p.
14. Lebedev V. V., Lebedev K. V. *Mathematical and computer modeling of economics*. M.: NTV-Design, 2002. 256 p.

УДК 332.1

ББК 65.04

Tsygankova Vera Nikolayevna,
candidate of economics, assistant professor
of the department of management,
marketing and arrangement of production
of Volgograd state technical university,
Volgograd,
e-mail: verats1@mail.ru

Цыганкова Вера Николаевна,
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента,
маркетинга и организации производства
Волгоградского государственного
технического университета,
г. Волгоград,
e-mail: verats1@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ¹

THE FORMATION OF REGIONAL INDUSTRY POLICY ON THE BASIS OF INNOVATION ACTIVITY²

В статье рассматриваются вопросы формирования промышленной политики региона в условиях спада инновационной активности, анализируется динамика инновационного развития Волгоградской области, промышленного производства, выделяются основные влияющие факторы, оказывающие положительное и отрицательное влияние на инновационное развитие, анализируются причины низких темпов инновационного развития, проводится сопоставление инновационного потенциала и активности по ЮФО, предложено расширить понятие промышленной политики и рассмотреть ее в рамках кластерного подхода в условиях перехода к «экономике знаний».

The article discusses the issues of industrial policy in the region in the conditions of recession of the innovative activity, analyzes the dynamics of innovation development of Volgograd region, industrial production, highlights the main influencing factors that have positive or negative impact on the innovative development, analyzes the reasons behind the slow pace of innovation development, compares the innovation capacity and activity in the SFD, proposes the extension of the concept of

industrial policy and treat it as the part of the cluster approach in the transition to the «knowledge economics».

Ключевые слова: региональная инновационная политика, инновационная активность, инновационный потенциал, статистические показатели инновационной деятельности, промышленная политика.

Keywords: regional innovation policy, innovation activity, innovation potential, the statistical indicators of innovation activity, industrial policy.

Современная промышленная политика является основой для разработки стратегии социально-экономического развития региона, что требует тщательной проработки ее компонентов и возможностей ее реализации. А. И. Татаркин предложил следующее определение: «Промышленная политика – это экономическая политика с позиций товарного производства, составной элемент государственного строительства, направленный на трансформацию отечественной экономики в одного из мировых лидеров по параметрам технологичности, производительности и качества» [1].

¹ Статья выполнена по гранту РГНФ 13-12-34019 Разработка и исследование моделей поддержки принятия решения в управлении стратегическим потенциалом промышленного предприятия в условиях неопределенности.

² The article has been supported by grant RGNF 13-12-34019 Development and ressearch of the models of the decision making support in management of the strategic potential of the industrial facility in the conditions of uncertainty.