

Н. Н. Давидчук, канд. экон. наук

**ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк**

КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГО- ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Моделирование маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом на основе когнитивного моделирования позволяет вовремя определить негативные тенденции развития в социальной и экономической сферах, выявить взаимовлияемые факторы в экономической, политической и социальной жизни региона, обозначить закономерности и получить теоретический и практический базис к решению проблем и способствующий развитию.

Ключевые слова: когнитивный менеджмент, когнитивное моделирование, рекреационный комплекс, когнитивная модель

Введение

Первоочередной задачей теории и практики традиционного менеджмента, а также когнитивного менеджмента, основанного на применении когнитивной науки в экономике, является управление современными автоматизированными, компьютеризированными предприятиями, интегрированными с внешней средой, что требует совершенствования интеллектуального аппарата современного руководителя.

Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами

Для социально-экономического, культурно-исторического развития любого государства, в том числе и непризнанного де-юре (dejure), такого как Донецкая Народная Республика, с высокой урбанизацией и сложной экологической обстановкой, необходимо моделирование рекреационного комплекса, что требует применения когнитивных технологий.

Анализ последних исследований и публикаций

Проблематика применения когнитивных технологий для моделирования слабоструктурированных социально-экономических систем, в том числе и рекреационных, отражена в работах П. В. Захарченко [1], Н. В. Королевой [2], С. В. Куницына [3], С. С. Солохина [4] и других авторов.

Цель исследования

Применение когнитивных технологий с целью выявления взаимовлияемых факторов для построения когнитивных моделей маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики и маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы.

Изложение основного материала исследования

При рассмотрении вопросов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом важно отметить ключевые элементы, детерминанты и инновационные подходы к его развитию в контексте теории и практики традиционного менеджмента, а также когнитивной школы управления.

Основателями когнитивной школы в управлении с методологией стратегического процесса, который строится на познавательных способностях человека или на ментальном

процессе, считаются М. Лайлс, Р. К. Редер, Г. Саймон, Г. Томас, Э. Хафф [5]. По их утверждению с помощью когнитивного подхода активизируются интеллектуальные способности субъекта для воспроизведения своего представления о сложной проблемной ситуации в виде формальной модели.

Появление когнитивного менеджмента (менеджмент знаний), как новой концепции управления, обусловлено конкурентной борьбой за интеллектуальные ресурсы, которые потеснили другие ресурсы [6].

Особый интерес представляет мнение авторов [7], которые определяют термин «когнитивный менеджмент» как «системное управление процессами, посредством которых знание идентифицируется, накапливается, распределяется и применяется».

Говоря об эволюции в базовых концепциях менеджмента, некоторые авторы [8] рассматривают когнитивный менеджмент как систематическое управление процессами, генерирующими знания, которые идентифицируются, накапливаются, распределяются и применяются в организации для улучшения ее деятельности.

Рассматривая когнитивные науки в их современном виде, Е. Н. Кучер [5, с. 133] определяет их как междисциплинарный подход, который объединяет познания исследователей, сконцентрированных на проблематиках закономерностей приобретения, преобразования, репрезентирования, хранения и воспроизводства информации.

Когнитивная наука тесно связана с технологией, и не без основания автор [9] определяет когнитивные технологии как технологии интерфейсов, которые связывают вычислительные системы и человека. Говоря о когнитивных технологиях, ученые [10] вправе рассматривать их как алгоритмы для достижения поставленных целей. Данные технологии представляют симбиоз компьютерных информационных систем, процессов познания, теории самоорганизации, коммуникации, математического моделирования элементов сознания и других научных направлений.

Информационный подход является ведущей методологией когнитивных наук, поскольку когнитивный менеджмент – «это деятельность, существенно зависящая от информационных технологий», которые требуют формализованных знаний, и строятся «на трех основных элементах практики: получения, систематизации и передачи знания» [5, с. 89].

Методика когнитивного моделирования была разработана американским политологом Р. Аксельродом, в которой он консолидировал методологию анализа ситуаций, теорию графов и теорию принятия решений.

Стоит отметить, что поскольку направление «когнитивный менеджмент» достаточно новое и развивающееся, то задачи, решаемые когнитивными технологиями, постоянно расширяются [5, 6, 8–12]. К основным из вышеупомянутых задач относятся: поддержка принятия управленческих решений; сервисы, основой которых являются когнитивные расчеты; аналитическое программное обеспечение и т. д.

Развивая мысль о значении в исследовании вопросов когнитивного менеджмента и когнитивных технологий в управлении рекреационным комплексом, целесообразно отметить, что разрабатываемые динамические модели основываются на знаниях эксперта и опираются на модели и методы системного анализа [6]. В научных исследованиях отмечается, что фиксация знаний о динамических свойствах ситуаций (причинно-следственные отношения), извлеченных из эксперта с помощью специальных методологий, называется «модель представления знаний» или «когнитивная карта» – субъективная модель ситуации.

Слабоструктурированные системы являются частью социально-экономических систем регионов, порождают различные социально-экономические эффекты и связаны с такими институтами: «политика», «экономика», «общество», «природа», «наука и технология» [4], и по мнению того же автора, рекреационная система является инструментом, который формирует устойчивость государства, а множество процессов, протекающих в такой системе, существенно влияют друг на друга.

Заслуживает внимания мнение коллектива авторов [9, 11, 12], что когнитивный подход дает возможность управлять системами, имеющими ряд особенностей: включающих в себя множество элементов различной природы; обладающих многоаспектностью происходящих в них процессов; характеризующихся изменчивостью процессов во времени; у которых зависимость между элементами носит как качественный, так и количественный характер.

Изложенное дает право утверждать: управление рекреационной системой, как слабоструктурированной системой со своими взаимовлияющими социально-экономическими, политическими, экологическими, технологическими, информационными процессами и рекреационными потребностями населения возможно с помощью когнитивного моделирования, которое дает возможность видения логики развития при большом количестве факторов.

Базисным элементом когнитивного моделирования рекреационного комплекса, как слабоструктурированной системой, является когнитивная карта – функционально-ориентированный граф, в котором вершины (концепты) являются базисными факторами, а дуги показывают функциональную зависимость между ними [4]:

$$G = \langle V_i, E_i \rangle, \quad (1)$$

где V_i – вершины (концепты) – элементы исследуемой (моделируемой) системы, которые отвечают базисным факторам исследуемой ситуации ($i = 1, 2, 3, \dots, k$);

E_i – дуги, которые отображают взаимосвязь между факторами, и определяются через идентификацию причинно-следственных связей и характеризуют влияние фактора ($i = 1, 2, 3, \dots, k$).

Сама когнитивная модель, с позиции формально-математического представления, является кортежем:

$$\Phi = \langle G, X, F \rangle, \quad (2)$$

где G – оргграф;

X – множество параметров вершин V ;

$F = F(X, E) = F(x_i, x_j, e_{ij})$ – функционал преобразования дуг, который ставит каждой дуге знак «+» или «-», либо весовой коэффициент.

Для построения карты когнитивного моделирования рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики, с целью анализа, управления и стратегии развития системы, были использованы текстологические методы, которые основывались на методах извлечения знаний из научных источников [1, 6, 8–11, 2–5, 13] в которых рассмотрена данная проблематика. Матрица взаимовлияющих факторов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики приведена в таблице 1.

В научном исследовании к факторам (концептам), оказывающим позитивное влияние на достижение стратегических целей, маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики, отнесены следующие: Программа развития рекреационного комплекса; нормативная правовая база; рекреационные ресурсы; информационное пространство; инновационная политика; уровень жизни населения; уровень занятости населения; инвестиционная активность; маркетинговые коммуникации; спрос на рекреационный продукт; доход от рекреационной деятельности.

Среди основных факторов, оказывающих негативное влияние на развитие рекреационного комплекса, наибольшее значение имеют: политическая и экологическая напряженность; экономическая блокада; невыплата пенсий и социальных пособий со стороны Украины; отсутствие железнодорожного и авиасообщений.

Таблица 1 – Матрица взаимовлияющих факторов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (разработано автором)*

	V ₁	V ₂	V ₃	V ₄	V ₅	V ₆	V ₇	V ₈	V ₉	V ₁₀	V ₁₁	V ₁₂	V ₁₃	V ₁₄	V ₁₅	V ₁₆	V ₁₇
V ₁		+	+		+	+	+	+			+	+	-	-	-	-	-
V ₂																	
V ₃		+															
V ₄			+			+	+										
V ₅			+										-	-	-		
V ₆							+										
V ₇		+						+									
V ₈														-	-		
V ₉	+				+			+		+		+	-	-	-	-	-
V ₁₀	+			+	+			+			+	+					-
V ₁₁				+	+				+								
V ₁₂				+	+						+						-
V ₁₃																	
V ₁₄																	
V ₁₅																	
V ₁₆																	
V ₁₇																	

* V₁ – рекреационный комплекс; V₂ – нормативно-правовая база; V₃ – Программа развития рекреационного комплекса; V₄ – маркетинговые коммуникации; V₅ – рекреационные ресурсы; V₆ – информационное пространство; V₇ – инновационная политика; V₈ – инвестиционная активность; V₉ – уровень жизни населения; V₁₀ – уровень занятости населения; V₁₁ – спрос на рекреационный продукт; V₁₂ – доход от рекреационной деятельности; V₁₃ – политическая напряженность; V₁₄ – экологическая напряженность; V₁₅ – экономическая блокада; V₁₆ – невыплата пенсий и социальных пособий со стороны Украины; V₁₇ – отсутствие железнодорожного и авиасообщений.

«+» – положительная связь означает, что увеличение фактора-причины приводит к увеличению значения фактора-следствия;

«-» – отрицательная связь означает, что увеличение значения фактора-причины приводит к уменьшению значения фактора-следствия.

На основании матрицы взаимовлияющих факторов (таблица 1) была построена когнитивная модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (рисунки 1).

Как показало данное исследование, к сожалению, на негативные факторы, оказывающие отрицательное воздействие на рекреационный комплекс, нет ни одного положительного воздействия, ни со стороны нормативной правовой базы, ни со стороны реализации такого документа, как Программа развития рекреационного комплекса, поскольку существует факт отсутствия международно-правового статуса Республики на данном этапе ее развития. Однако, как указывает в своем исследовании М. Ф. Иванов [14], необходимо учитывать, что территория Донецкой Народной Республики больше территорий непризнанных государств, образовавшихся на территории бывшего Советского Союза, а следовательно, имеет больше экономических возможностей.

Важно отметить, что существует экономическое сотрудничество Донецкой Народной Республики с Луганской Народной Республикой в угольно-металлургической сфере, и, как отмечает вышеупомянутый автор, установлены маркетинго-технологические связи в области горнодобывающей промышленности с российскими предприятиями при посредничестве

Республики Южная Осетия. Самим же М. Ф. Ивановым [14] предлагается стратегия маркетинга территории непризнанных республик Донбасса, в основе которой лежит коммуникационная модель концепции «Современный Донбасс-2023».

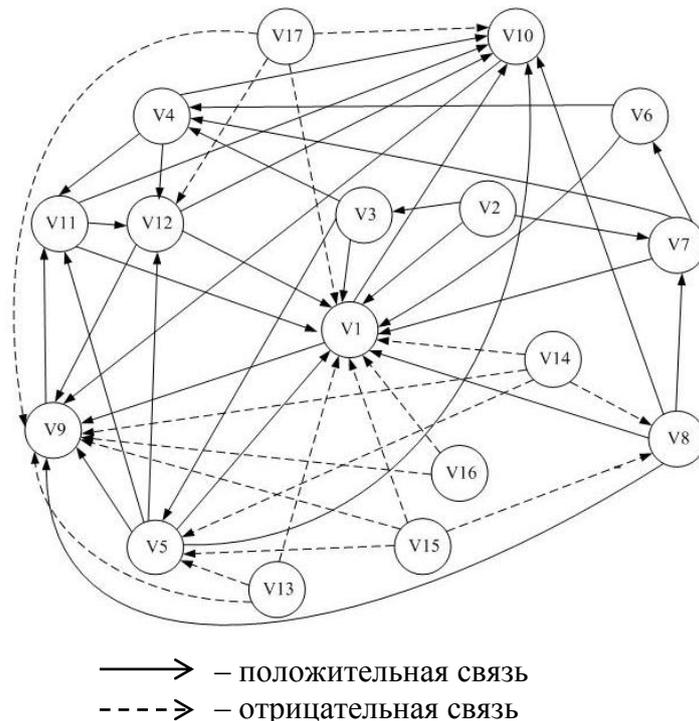


Рисунок 1 – Когнитивная модель маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (*разработано автором*)

Положительным для развития рекреационного комплекса Донецкой Народной Республики является и тот факт, что Российская Федерация оказывает гуманитарную помощь, которую можно считать внешней инвестицией. Несмотря на то, что со стороны Украины существует невыплата пенсий и социальных пособий и для их получения жителям Республики необходимо пересекать линию разграничения между Донецкой Народной Республикой и Украиной, что не под силу многим пожилым людям, Республикой выплачиваются социальные выплаты всем проживающим на ее территории.

Как видно из когнитивной модели (рисунок 1), маркетинговые (V4) коммуникации оказывают положительное влияние на уровень занятости (V11), на спрос, на рекреационный продукт (V12) и на доход от рекреационной деятельности (V11), в то же время занятость и доход от рекреационной деятельности оказывают положительное воздействие на рекреационный комплекс (V1). Инновационная политика (V7), проводимая предприятиями рекреационной сферы и Республикой в целом, положительно влияет на маркетинговые коммуникации (V4) и на информационное пространство (V6).

Важным моментом в проведенном исследовании является то, что из когнитивной модели маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики видно, что факторы: Программа развития рекреационного комплекса (V3); нормативно-правовая база (V2); рекреационные ресурсы (V5); информационное пространство (V6); инновационная политика (V7); инвестиционная активность (V8); маркетинговые коммуникации (V4); спрос на рекреационный продукт (V11); доход от рекреационной деятельности (V12) в той ли иной мере, прямо или косвенно, оказывают положительное влияние на рекреационный комплекс (V1), а уровень развития рекреационного комплекса оказывает положительное воздействие на уровень жизни населения (V9), и на уровень занятости населения (V10), и стоит констатировать, что такая цепочка является непрерывной со своим мультипликативным эффектом.

Полученные в работе экспертные значения степени влияния факторов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (таблица 2), позволили установить весовые коэффициенты каждой дуге, соединяющей вершины графа-концептов, что отображено в таблице 3.

Таблица 2 – Экспертные значения степени влияния факторов в маркетинго-ориентированном управлении рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики

Степень влияния фактора*	Числовое значение
очень сильное	0,9
сильное	0,7
существенное	0,5
умеренное	0,3
очень слабое	0,1

*допустимы и промежуточные значения

Согласно методике когнитивного моделирования данные значения являются начальными и увеличение степени воздействия того или иного фактора повлечет их изменение в большую или меньшую сторону.

Таблица 3 – Матрица степени влияния факторов маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики (*разработано автором*)

	V ₁	V ₂	V ₃	V ₄	V ₅	V ₆	V ₇	V ₈	V ₉	V ₁₀	V ₁₁	V ₁₂	V ₁₃	V ₁₄	V ₁₅	V ₁₆	V ₁₇
V ₁		+0,7	+0,5		+0,7	+0,5	+0,6				+0,6	+0,5	-0,9	-0,5	-0,7	-0,7	-0,8
V ₂																	
V ₃		+0,8															
V ₄			+0,6			+0,7	+0,3										
V ₅			+0,5										-0,9	-0,7	-0,5		
V ₆							+0,5										
V ₇		+0,6						+0,5									
V ₈														-0,6	-0,9		
V ₉	+0,6				+0,5		+0,6		+0,8		+0,5	-0,7	-0,3	-0,7	-0,9	-0,7	
V ₁₀	+0,5			+0,5	+0,7		+0,4			+0,4	+0,4						-0,5
V ₁₁				+0,7	+0,7			+0,6									
V ₁₂				+0,7	+0,6						+0,6						-0,7
V ₁₃																	
V ₁₄																	
V ₁₅																	
V ₁₆																	
V ₁₇																	

С целью проведения дальнейших исследований построена матрица взаимовлияющих факторов маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы с акцентом на факторы (концепты), такие как маркетинговые коммуникации, инновационная политика и управление знаниями (таблица 4).

Матрица взаимовлияющих факторов маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы демонстрирует следующее: фактор «маркетинговые коммуникации» (V₇) имеет положительную причинно-следственную связь с объемом продаж (V₈), спросом на рекреационный продукт (V₉) и темпами роста предприятия (V₁₀), на все это косвенно оказывает положительное влияние инновационная политика (V₇). Фактор «управление знаниями» (V₄) имеет положительную причинно-следственную связь с фактором «рост компетенций» (V₅), который в свою очередь имеет положительную причинно-следственную связь с фактором «привлекательность услуги» (V₆) и фактором «спрос на рекреационный продукт» (V₉). Все это в итоге оказывает положительное воздействие на рекреационный комплекс и уровень жизни насе-

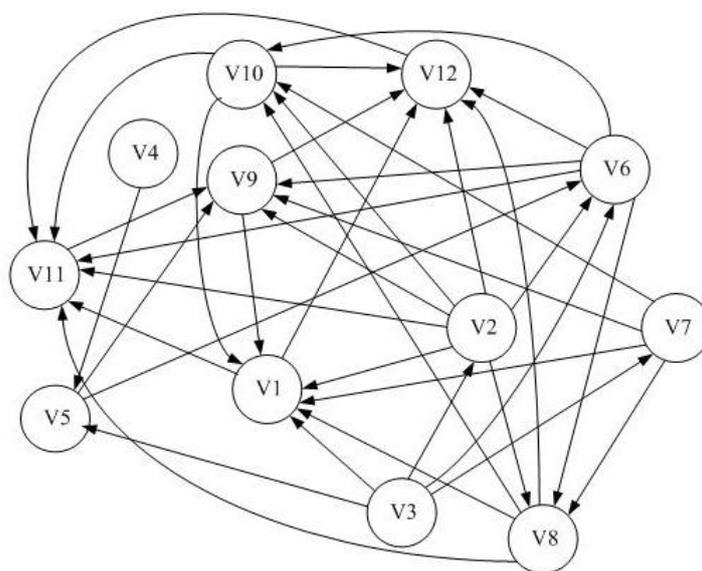
ления, зависит от степени его развития. Такая цепь положительного взаимодействия еще раз доказывает существование мультипликативного эффекта в рекреационной сфере.

Таблица 4 – Матрица взаимовлияющих факторов в маркетинго-ориентированном управлении предприятиями рекреационной сферы (разработано автором)*

	V ₁	V ₂	V ₃	V ₄	V ₅	V ₆	V ₇	V ₈	V ₉	V ₁₀	V ₁₁	V ₁₂
V ₁		+	+				+	+	+	+		
V ₂			+									
V ₃												
V ₄												
V ₅			+	+								
V ₆		+	+		+							
V ₇			+									
V ₈		+				+	+					
V ₉		+			+	+	+				+	
V ₁₀		+				+	+	+				
V ₁₁	+	+				+		+		+		+
V ₁₂	+	+				+		+	+	+		

* V₁ – рекреационный комплекс; V₂ – рекреационные ресурсы; V₃ – инновационная политика; V₄ – управление знаниями; V₅ – рост компетенций; V₆ – привлекательность услуги; V₇ – маркетинговые коммуникации; V₈ – объем продаж; V₉ – спрос на рекреационный продукт; V₁₀ – темпы роста предприятия; V₁₁ – уровень жизни населения; V₁₂ – уровень занятости населения

На основании данной матрицы построена когнитивная модель маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы (рисунок 2).



→ – положительная связь

Рисунок 2 – Когнитивная модель маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы (разработка автора)

В данной модели имеются только положительные связи между факторами и не указаны отрицательные, которые в целом оказывают негативное влияние на рекреационный комплекс Донецкой Народной Республики и соответственно отражаются на маркетинго-ориентированном управлении предприятиями рекреационной сферы.

Безусловно, очевидны преимущества использованного когнитивного подхода, но стоит указать и некоторые его недостатки, которые проявились в следующем:

- процесс построения когнитивных карт сложно поддается формализации;
- представляется сложным выявление основных факторов и их степени влияния друг на друга;
- невозможность обработки большого количества факторов как с помощью экспертов-аналитиков, так и с помощью соответствующего программного обеспечения;
- сложность доказательства адекватности построенной когнитивной модели в реальной моделируемой системе из-за невозможности учета всех факторов и изменении данных в пространстве и времени;
- создание когнитивных карт требует коллективного подхода специалистов в различных областях (экономика, политика, социология, психология);
- не исключается влияние субъективного фактора экспертов-аналитиков при создании когнитивной карты;
- требуется специальный программный продукт, разработанный под сетевую модель, которой и является когнитивная модель.

Проведенные исследования позволяют констатировать, что маркетинговые коммуникации и инновации, применяемые предприятиями рекреационной сферы, способствуют не только увеличению темпов роста самих предприятий, но и увеличивают доход от рекреационной деятельности.

Следует отметить, что сложный характер рекреационных услуг неизбежно затрагивает множество различных направлений, создает пространство для новаторских сочетаний потребительских ценностей и приоритетов, а также способствует расширению возможностей привлечения новых клиентов и достижению интеграции используемых рекреационных ресурсов.

Заключение

Когнитивное моделирование имеет практическое применение для моделирования сложных социально-экономических систем, каким и является рекреационный комплекс и может быть рекомендовано для решения экономических и социальных задач, стоящих перед министерствами и ведомствами Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Захарченко, П. В. Модели экономики курортно-рекреационных систем : монография / П. В. Захарченко. – Бердянск : А. В. Ткачук, 2010. – 392 с.
2. Королева, Н. В. Имитационное моделирование направлений развития туризма в рекреационных зонах региона (на материалах Республики Адыгея) / Н. В. Королева. – Майкоп : Изд-во АГУ, 2007. – 164 с.
3. Куніцин, С. В. Моделювання процесів розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери / С. В. Куніцин // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 130–136.
4. Солохин, С. С. Когнитивное моделирование устойчивого развития социально-экономической системы региона / С. С. Солохин // Вестник ТГПИ. – Вып. № 1. – С. 26–33.
5. Когнитивный подход: философия, когнитивная наука, когнитивные дисциплины : монография / под редакцией В. А. Лекторский. – Москва : Канон+, 2008. – 464 с.
6. Арсеньев, Ю. Н. Управление знаниями и рисками деятельности: теория и практика : монография / Ю. Н. Арсеньев, Т. Ю. Давыдова, С. И. Шелобаев. – Тула : Инновации и инвестиции, 2017. – 314 с.
7. The Knowledge Management Scenario: Trends and Directions for 1998-2003 / R. Hunter, B. Rosser, M. Fleming [et all.]. – Текст : электронный. - URL: <https://www.gartner.com/en/documents/299150/the-knowledge-management-scenario-trends-and-directions-f> (дата обращения: 12.07.2020).
8. Абдикеев, Н. М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса / Н. М. Абдикеев, А. Д. Киселев. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 381 с.
9. Величковский, Б. М. Когнитивная наука: Основы психологии познания. В 2 томах. Том 1 / Б. М. Величковский. – Москва : Академия, 2006. – 448 с.
10. Акаев, А. А. Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики / А. А. Акаев, А. В. Коротаев, Г. Г. Малинецкий. – Москва : УРСС, 2010. – 352 с.

11. Баранчев, В. П. Управление знаниями в инновационной сфере : учебник / В. П. Баранчев. – Москва : Благовест-В, 2007. – 271 с.
12. Херадсвейт, Д. Психологические ограничения на принятие решения / Д. Херадсвейт, У. Нарвесен // Язык и моделирование социального взаимодействия. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. – С. 381–487.
13. Седякин, В. П. Философия информационного подхода : монография / В. П. Седякин, В. Я. Цветков. – Москва : МАКС Пресс, 2007. – 217 с.
14. Иванов, М. Ф. Определение стратегии маркетинга территорий непризнанных Республик Донбасса в современных условиях / М. Ф. Иванов // Экономика строительства и городского хозяйства. – 2018. – Т. 14, № 2. – С. 161–167.

Н. Н. Давидчук

*ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк*

*Когнитивное моделирование маркетинго-ориентированного управления
рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики*

С усилением целевой ориентации мировой экономики на развитие человека и социальной инфраструктуры, приоритизации человеческого фактора, как жесткого индикатора социальной дееспособности экономики и источника экономических возможностей, настоятельной потребностью хозяйственного развития стала рекреация, которая априори несет в себе симбиоз физического здоровья человека, его умственного и интеллектуального развития.

В процессе исследования использованы теоретические и эмпирические методы, методы когнитивного моделирования.

Проведенные исследования с использованием когнитивных технологий позволили выявить и смоделировать взаимовлияемые факторы маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом, на основании чего были построены когнитивные модели маркетинго-ориентированного управления рекреационным комплексом Донецкой Народной Республики и маркетинго-ориентированного управления предприятиями рекреационной сферы.

КОГНИТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ, РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС, КОГНИТИВНАЯ МОДЕЛЬ

N. N. Davidchuk

*Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovskiy, Donetsk
Cognitive Modeling of the Marketing-oriented Management
of the Donetsk People's Republic Recreational Complex*

With the strengthening of the world economy target orientation towards human development and social infrastructure, the prioritization of the human factor as a rigid indicator of the social viability of the economy and a source of economic opportunities, the recreation has become the urgent need for economic development, which a priori carries a symbiosis of human physical health, mental and intellectual development.

In the process of research, theoretical and empirical methods, methods of cognitive modeling are used.

The conducted researches using cognitive technologies made it possible to identify and model the mutually influencing factors of the marketing-oriented management of the recreational complex, on the basis of this, cognitive models of the recreational complex marketing-oriented management of the Donetsk People's Republic and marketing-oriented management of enterprises in the recreational sphere were built.

COGNITIVE MANAGEMENT, COGNITIVE MODELING, RECREATIONAL COMPLEX, COGNITIVE MODEL

Сведения об авторе:

Н. Н. Давидчук

SPIN-код: 3289-1075

Телефон: +38 (071) 321-21-15

Эл. почта: nndavidchuk7@gmail.com

Статья поступила 31.08.2020

© Н. Н. Давидчук, 2020

Рецензент: Н. А. Селезнёва, канд. экон. наук, доц., АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»