

УДК 338.48

## ТУРИЗМ – ПРИОРИТЕТ ЕВРОПЕЙСКОГО РАЗВИТИЯ КРЫМА

*Дихтярь А.И.*

*Таврический национальный университет им.В.И. Вернадского, Симферополь, Украина*

*E-mail: dadicy@i.ua*

Анализируются, отвечающие мировым вызовам и национальным интересам, проблемы приоритетного развития индустрии туризма в Украине и АР Крым.

**Ключевые слова:** информация, тенденции, безопасность, управление знаниями

**Постановка и анализ проблемы.** Эффективные средства излечения мировой и европейской экономики еще не найдены. Вторая волна кризиса, повысив риски дефолта Греции, Испании, Португалии и ослабив евро, подтвердила необходимость тонкого балансирования в процессе принятия управленческих решений как в стимулировании национальных экономик, так и в инновационном развитии предпринимательства и знаний. Долговой кризис туристической Греции, в которой годами забывали про статистику и макроэкономические показатели, повысил риски для экономик государств Восточной Европы, в особенности на юге региона. Использование только финансовых потоков для решения возникших проблем оказалось недостаточным, выявив необходимость глобальной экономической реформы в странах ЕС. Проблемы геополитики, эколого-экономического развития и безопасности, реабилитации уменьшающегося числа трудоспособных граждан и стареющего населения определяют интересы сотрудничества Европы и Украины. Это, в значительной мере, определяет формирование региональных приоритетов развития в Автономной Республике Крым, в частности, в сфере туризма как отрасли, наиболее быстро адаптирующейся к послекризисным условиям развития.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Необходимость переформатирования всех отраслей мировой экономики, в том числе индустрии туризма, при обязательном квалифицированном менеджменте и грамотной информационной политике государства выводит на первый план проблему эффективного использования внутренних ресурсов, инновационного развития каждого туристического предприятия, предполагающее внедрение новшеств и производство новых знаний, формирующих у их носителей базис инновационных компетенций.

Кризис заставил вспомнить, что маркетинг – это, прежде всего, анализ. Урезав бюджеты и сократив проекты в самые сложные кризисные времена, многие предприятия почувствовали некоторую стабильность. Кризис сместил акценты на рынке труда — пришло время, родственной маркетологам профессии, менеджера по продажам. Информация и новые знания являются естественной средой взаимодействия необходимых для создания и поддержания конкурентоспособности турпродукта ресурсов, одновременно, представляя собой динамично развивающийся и, отвечающий на возникающие вызовы, ресурс формирования как потребительских предпочтений в туризме, так и базы внутрикорпоративных знаний [1]. Бизнес, связанный с производством информационного продукта, даже в

условиях кризиса продемонстрировал не просто устойчивость, а заметные темпы роста. Более того, компания «Microsoft Ukraine» вошла в десятку лучших работодателей в Центральной и Восточной Европе (ЦВЕ). Это подтверждает тот факт, что лучшие компании даже в экономически сложные времена не забывают о поддержке высокой вовлеченности персонала и создания условий для уверенности в будущем, давая понять своим сотрудникам, что именно они являются наиболее ценным ресурсом организации.

Системный кризис глобально – это масштабный интеллектуальный вызов, требующий глубокого переосмысления причин, механизмов развертывания и путей его преодоления. Развитие происходит через существенные изменения в технологической и организационной базе как мировой экономики в целом, так и отдельно взятых государств и регионов. 2010-й год является тем рубиконом, когда влиятельные международные структуры готовы продолжить сотрудничество с Украиной при условии разработанного эффективного плана и стратегии реализации реформ. В рамках Совместной инициативы ЕС намерен реализовать проект по предоставлению технической помощи туристической отрасли Крыма и проект по повышению экологической безопасности. По схеме «зеленых инвестиций» Киотского договора Украина продала правительству Испании около 2 млн. тонн условных выбросов углекислого газа. Взамен испанская сторона обязалась построить в Крыму за 24 месяца мусороперерабатывающий завод с производством вторичных продуктов для населения. Вот только площадка под строительство еще не выбрана. Американские инвесторы предлагают готовый проект строительства мусороперерабатывающего завода в Симферополе, оценивая его в качестве перспективного капиталовложения в развитие сельского хозяйства и туризма на полуострове.

**Целью исследования** является анализ новых задач и туристических возможностей Крыма в процессе задекларированной евроинтеграции Украины.

**Основные результаты исследования.** Ожидается, что темпы восстановления экономик ЦВЕ, СНГ, а также азиатских стран к концу 2010 года ускорятся. Украина и Крым кровно заинтересованы в реализации совместных международных проектов. В начале 2010 года Евросоюз принял резолюцию о возможности запроса Украиной членства в ЕС – ее ключевого задекларированного стратегического приоритета. В конце апреля Еврокомиссия разработала «матрицу сотрудничества», регламентирующую сроки выполнения Украиной ключевых реформ в сфере евроинтеграции. Евросоюз осуществляет поиск инвесторов для реализации, разработанной с акцентом на бизнес-потенциал загрязненных территорий, социально-экономической стратегии развития Чернобыльского региона и зоны отчуждения. Сохраняются оптимистические ожидания относительно предоставления для Украины Плана действий, касающегося безвизового режима с ЕС, который, по сути, будет похож на «дорожные карты» для Балканских государств.

Индустрия туризма весьма чувствительна к любым кризисным проявлениям нестабильности. Туризм – это диверсификация и интеграция туристических и сопутствующих услуг в условиях непрерывного взаимодействия внешней и

внутренней информации по использованию потенциально возможных к использованию ресурсов. Неустойчивая динамика как общественно-политических и экономико-финансовых событий, так и природных катаклизмов лишь подчеркивает важность владения навыками квалифицированного анализа информации и контролинга складывающихся в тенденцию постоянных изменений ситуации. Умелое использование информации и знаний, комплексный научный подход в сочетании с экспертным анализом приобретают особое значение для принятия управленческих решений в туристической отрасли в условиях обеспечения необходимой оперативности и гарантий безопасности.

Тем не менее, определенный лаг запаздывания, со своими региональными или национальными особенностями, наблюдается повсеместно, как в случае предсказания, так и реагирования на кризисные ситуации. В разгар извержения вулкана в Исландии, из-за которого пострадало более 10 млн. человек, а туристические компании и авиаперевозчики понесли миллиардные потери, журнал Forbes опубликовал список самых экологически чистых стран мира, в котором по качеству воздуха и воды, количеству выбросов CO<sub>2</sub>, влиянию экологии на здоровье населения на первом месте оказалась Исландия. По некоторым оценкам, возрастание вулканической активности может «накрыть» Европу на 10 и более лет, но для исследования циклов активности необходимы точные статистические данные всего «исторического» процесса в целом.

В Украине уже действует закон, расценивающий неправдивую рекламу как недобросовестную конкуренцию, что соответствует мировым тенденциям. Однако, по результатам международных исследований компании "Эрнст энд Янг", руководители и советы директоров компаний недостаточно хорошо подготовлены к борьбе с новыми рисками, которые возникают по мере возобновления роста бизнеса и, в частности, связаны с мошенническими действиями и коррупцией. Отсутствие адекватной оценки угроз не всегда позволяет компаниям правильно выстроить систему противодействия, выявления и расследования фактов злоупотреблений. Несмотря на значительные ресурсы, вкладываемые украинскими компаниями в меры по противодействию мошенничеству, в обучение персонала в частности, количество случаев мошенничества в украинских компаниях почти вдвое превышает этот показатель в ЦВЕ государствах.

Международный «меценат» Сорос Дж. выделил \$50 млн. на создание нового экономического института в Оксфордском университете. Цель – стимулирование дискуссии о проблемах развития и безопасности, государственного регулирования экономики и на финансовых рынках, изменений климата с привлечением инновационных междисциплинарных подходов экспертного изучения данных [2].

Любой катаклизм оказывает на туристическую страну негативное воздействие. Однако решение о посещении того или иного региона, во многом зависит от ситуации и характера проблемы. Недавнее исследование одного из крупнейших мировых Интернет-центров по реализации авиабилетов компании Skyscanner показало, что туристы больше боятся эпидемий, чем терактов. Почти треть туристов (31%) готова отложить на время поездку в страну, где была зафиксирована эпидемия. Теракт пугает 21% потенциальных путешественников, общественные

беспорядки увеличивают риск туристической деятельности [3]. Обычно непосредственно после катаклизма фиксируется падение спроса на авиабилеты в пострадавший район. Однако по мере решения проблем интерес к направлению восстанавливается. После вспышки свиного гриппа в Таиланде интерес к стране моментально угас, однако год спустя количество запросов на авиабилеты в эту страну возросло на 164%.

С другой стороны, в некоторых случаях катаклизм, случившийся в стране, может даже привлечь в нее дополнительных туристов. Skyscanner отмечает, что в Нью-Йорке, где вскоре после оттока путешественников, вызванного событиями 11 сентября, число гостей города превзошло первоначальные показатели, а площадка, образовавшаяся на месте разрушенных башен-близнецов (Ground Zero), сама по себе стала туристической достопримечательностью. Нечто похожее произошло в Мадриде после взрывов 2004 года, под Катынью после недавней авиакатастрофы польской делегации. Не уменьшается поток туристов, ищущих дешевые авиабилеты в Москву, где с конца 90-х годов произошла целая серия террористических актов. Несмотря на мартовские взрывы в метро, Москва смогла уверенно выйти на первое место в недавнем рейтинге популярности среди российских пользователей Skyscanner.

В России эта тенденция любопытна в свете желания властей создать условия для привлечения туристов на Северный Кавказ. Как известно, проект создания туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе в преддверии олимпиады в Сочи будет подготовлен к июню 2010 года. Обсуждается проект строительства транспортного перехода через Керченский пролив, предусматривающий возможность прокладки коммуникаций для транспортировки нефти. Как считают его инициаторы, это даст серьезный импульс к превращению Кавказа и южного побережья Крымской автономии в единый рекреационный комплекс.

Идея построить мост (с появившимся более экономным вариантом тоннеля) через Керченский пролив уже восьмой раз всплывает на поверхность украинской политики за последние двадцать лет. Однако стратегически мыслящие эксперты утверждают, что экономически эффективным проект можно сделать в рамках прокладывания международной трассы Англия-Китай, т.е. возрождения Великого Шелкового пути. Украинская сторона хотела бы активно участвовать в реализации масштабных проектов и в Азии, в частности, в поиске новых маршрутов для экспорта энергоносителей в Европу, развитию транспортных коридоров и коммуникаций.

За 2009 год, по информации Государственной службы туризма и курортов, с украинского рынка ушло 250 субъектов туристической деятельности, но при этом было выдано 800 новых лицензий. Все операторы рынка признают, что из-за кризиса украинский потребитель намного тщательнее стал выбирать туры, скрупулезно подсчитывая соотношение качества предлагаемых услуг к ценам. Эта тенденция обязательно сохранится и в будущем. Тем более, что туризм у большинства украинцев до сих пор находится на той отметке потребительской линейки, которая входит в понятие роскоши. Для возможности удовлетворения

потребности в цивилизованном отдыхе украинцы подыскивают компромиссные варианты.

Конкуренция и быстрое распространение информации о новых предложениях и услугах на туристическом рынке заставляет туркомпании постоянно обновлять и расширять свой ассортимент. Будущее в турбизнесе – за крупными игроками и их объединениями. Туризм и международный, и внутренний – сфера растущего применения информационных технологий. Для 79% стран в мире доступ к интернету является основным правом личности и самым мощным средством просвещения и получения информации. ООН призывает власти всех стран мира рассматривать интернет как часть инфраструктуры наравне с дорогами, вывозом отходов, системой водоснабжения и водоотводов.

Туристическая информация динамична, чувствительна к происходящим изменениям, требует обеспечение достоверности, оперативности и своевременности доступа к ней. Структурные составляющие турпродукта (транспорт, размещение, развлечения) также требуют быстрой доставки информации для координации их удовлетворительной поставки. По прогнозам компании Cisco в течение ближайших двух лет объем цифровой информации в Интернете будет удваиваться каждые 11 часов. В 2008 году успешные продажи осуществляли лишь туроператоры, ранее создавшие отдельные информационные подразделения из 2-4 чел. Таким образом, интернет – это уже часть ноосферы, новая среда, создающая условия для развития, в которых объемы накапливаемой информации растут экспоненциально.

Диверсификация запросов и ожиданий потребителей туруслуг определяется как разнообразие видов туризма, так и управленческих решений по эффективной деятельности предприятия туризма (ПТ), что особенно актуально в условиях необходимости инновационного использования внутренних ресурсов. Туристическая интернет-система требует постоянно обновляющейся детальной информации и высокой скорости онлайн-работы.

Интернет – основной поставщик деловой информации. Информационное агентство ЛІГАБізнесІнформ, аналитический центр которого успешно функционирует уже в течение 18 лет, является единственным в Украине, получившем Золотую медаль «Знак качества» для маркирования ТМ ЛігаБізнесІнформ как торговой марки, соответствующей европейскому уровню качества. Независимые эксперты отмечают, что для украинских Интернет-СМИ характерен выигрыш в качестве, но проблемы с капитализацией. Тем не менее, результаты исследования тенденций информационного рынка показали 67%-е использование деловой Интернет-информации руководителями предприятий, 59% – средним менеджментом, 64% – другими специалистами [4].

Для развития любого современного туристического предприятия неоспоримы две позиции: 1) используемые данные и извлекаемая из них информация критично важны для успеха в бизнесе; 2) текущие приемы преобразования данных в информацию, как и использования этой информации для принятия решений, отнюдь не всегда соответствуют сложности и темпу мира, в котором мы живем.

Увеличение на 10% ключевого экономического индикатора информационного общества – широкополостного доступа пользователей к сети – влечет 1,3% роста

экономики (GfK), обеспечивая богатство информационного наполнения («контента») и преобразуя как в плане предлагаемого сетью сервиса, так и в плане использования самой сети. Игроки туристической сферы активно осваивают рынок сетевых продаж, поэтому в 2010 году прогнозируется 40%-й рост Интернет-рекламы [4].

Испания выступила в поддержку инициативы скорейшего создания единого телекоммуникационного и цифрового пространства в рамках ЕС, а затем и всей Европы. Германия призвала европейских телекоммуникационных регуляторов и компаний как можно активнее заняться реструктуризацией с целью освобождения частот для предоставления услуг беспроводного интернета. Международная выставка CeBIT 2010 проходила под лозунгом создания нового поколения «умных» технологий и продуктов, которые позволят пользователям удаленно получать доступ к необходимым услугам и товарам, оставаться на связи в независимости от расположения и взаимодействовать друг с другом при помощи широкого спектра платформ. При этом отношение к хранению информации должно определяться соображениями безопасности, целесообразности и сокращения затрат. Постановление Совмина АРК о проекте концепции создания единого информационного пространства на 2010-2013 годы учитывает указанные европейские тенденции. Реализация этого проекта поможет индустрии туризма в кластерном развитии на макро-, мезо- и микроуровнях. Кроме того, это создаст удобный инструмент контроля по недопущению безвозвратного уничтожения природных экосистем и ресурсов Крыма.

В мире все шире применяются аутсорсинговые услуги, специальные сети хранения данных (SAN). В большинстве случаев, компании боятся доверять свою информацию посторонним – даже на хранение. Отсюда возникает и третья позиция: любая безопасность – информационная, экологическая, как и успешное развитие любого ИТ начинается с обучения персонала, нацеленного не на «латание дыр», а на инновационное развитие его потенциала с учетом мировых тенденций и требований в условиях перехода к экономике информации и знаний. Базой креативного подхода к развитию ИТ может быть реализация информационной концепции менеджмента и управления знаниями посредством создания центра ответственности за его инновационное развитие и управление знаниями. Объединять всех участников евроинтеграционного развития турбизнеса – важнейшая задача Министерства курортов и туризма Крыма. Общественные организации и целевые профобъединения должны принимать активное участие в формировании кадрового состава индустрии действительно креативными профессионалами, способными внедрить (реализовать) полезное, перспективное, инновационное. Креатив – это потенциал информации, и задача повышения эффективности его использования весьма актуальна.

В настоящее время инвестиционно-налоговые условия развития Крыма хуже, чем в Турции и той же Грузии. В связи с неправильным информационным позиционированием и недостаточным развитием инфраструктуры Крым проигрывает практически всем странам-конкурентам Черноморского региона. Региональная стратегия развития Крыма предусматривает смещение приоритетов в

сторону санаторно-курортного хозяйства, туризма и сферы сопутствующих услуг, но требует реальных эффективных шагов продвижения в этом направлении. Поэтапное изменение структуры экономики полуострова в направлении диверсификации и обретения им статуса дестинии круглогодичного отдыха определено как наиболее приоритетное для инвестиций. Украина и Турция в ближайшее время активизируют переговоры по подготовке соглашения о создании зоны свободной торговли.

В 2009 году ЕС задекларировал стремление к реализации инициативы «Восточное партнерство». Евросоюз презентовал ряд проектов регионального развития Украины, учитывающих стратегическое геополитическое положение Крыма. Так, Великобритания бралась за развитие экономических программ, Швеция – за охрану окружающей среды, Нидерланды – за сферу гражданского общества. Новыми соглашениями по Черноморскому флоту в борьбу вступила и Россия, что явилось толчком для возвращения российских инвесторов – на ЮБК активным спросом начинают пользоваться развлекательные центры. Иностранные инвесторы в Украине ищут объекты недвижимости с 75% готовности.

Наблюдаемые тенденции развития экологического туризма в мире, как и наблюдаемое расширение репродуктивного туризма в Украине, полностью соответствуют стратегии и задачам развития Крыма и индустрии туризма Украины в целом. Например, из множества зарубежных клиник по лечению бесплодия иностранцы все чаще выбирают украинские, поскольку по соотношению цена-качество конкурентов у них практически нет. Немаловажную роль играет и лояльное по европейским меркам законодательство республики.

Еще в начале прошлого века в Крыму весьма популярна была винотерапия, лечение разными сортами винограда. Ныне Крым и Закарпатье накопили определенный опыт в области приема и обслуживания «винных» туристов, который еще необходимо конвертировать в доходы. В Крыму есть подвижки в повышении качества сервисного обслуживания лучшими курортными отелями SPA-процедурами, официально отменена плата за вход на все коммунальные пляжи Крыма. Сертификаты международной программы «Голубой флаг», подтверждающие экологическую чистоту прибрежных и пляжных территорий, получили пляж Массандры и два пляжа Евпатории. В 2009-м году в мире «голубыми флагами» были сертифицированы более 3400 пляжей и марин, однако Массандровский стал первым пляжем в СНГ, получившим этот сертификат качества, поскольку удостоенные два российских являются небольшими маринами. Отметим, что в Испании таковых объектов в общей сложности 571, а в Греции – 427.

Эксперты мировой индустрии туризма прогнозируют рост продаж рекреационных услуг на 4-6%. Украине, по предварительным оценкам операторов рынка, стоит ожидать повторения прошлогодних результатов или же незначительного увеличения объемов продаж – в среднем на 10% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года. Кардинальных и резких изменений на туристическом рынке не произойдет. Отдых в пансионатах и санаториях полуострова обойдется дороже на 10-15% по сравнению с летом 2009 года. Причем

подорожание коснется, в первую очередь, недорогого отдыха, что вызвано ростом цен на продукты и коммунальные услуги. Однако, если в 2008 году наиболее покупаемыми были путевки стоимостью \$900-950 на человека, то сейчас этот показатель снизился до \$600-650, в том числе за счет снижения продолжительности. При этом предпочтение отдается отдыху по системе «все включено»: подкованные в этом плане украинцы все чаще спрашивают не только «all-inclusive», но и «ultra all-inclusive» или «super all-inclusive» [5]. Российские туроператоры также отмечают, что за последние пять лет количество туристов, выбирающих питание «all Inclusive», увеличилось в 2 раза, а на европейских направлениях - в три.

Передовые предприятия индустрии туризма и курортно-рекреационной сферы стремятся поднять качество сервиса, в том числе посредством обмена опытом и консолидации усилий через профессиональные объединения и ассоциации. Хотя стоит отметить, что их конкуренты в той же Турции и Греции задекларировали 30%-е снижение цен на гостиничные услуги при сохранении планки качества и наличии более мощной национальной инфраструктуры.

**Выводы.** Украина декларативно подтвердила евроинтеграционные приоритеты и стремление приблизиться к европейским стандартам жизни. Среди поданных в Еврокомиссию заявок от Украины – совместное строительство гостиниц, дорог, полигонов для твердых бытовых отходов, мусороперерабатывающих заводов и модных нынче в Европе альтернативных электростанций. При сохранении Украиной евроинтеграционной стратегии и проведении требуемых социально-экономических преобразований, перспективная ориентация развития АРК «всеевропейская здравница». Это предполагает соответствующую инфраструктуру с персоналом, владеющими европейскими языками и, нацеленным на инновационное ресурсосберегающее развитие научным потенциалом через те 10 лет, которые в идеале потребуются Украине для вхождения в ЕС на основе:

- уникальности крымского климата для лечения и оздоровления;
- сохранности санаторной (требующей модернизации) лечебной базы и персонала;
- вхождения в мировую систему онлайн-бронирования объектов размещения посредством прохождения системы категоризации звездности, чему поспособствует Евро-2012;
- прихода в Крым мировых гостиничных брендов Radisson (Алушта) и Best Western (Севастополь) 3-4 звезд (во Франции 77% гостиничного фонда приходится на 2-х и 3-звездочные отели);
- увеличения предложений в 2011-2012 годы на рынке дальнемагистральных авиаперевозок (в т.ч. национальных);
- улучшения имиджа Украины и ее инфраструктуры при реализации проектов по подготовке объектов к Евро-2012;
- эффективного противостояния вызовам настоящего, возможного лишь через конструктивное взаимодействие государства, регионов и местного самоуправления в инновационно-экологическом, сервисно-инфраструктурном развитии кластера туристической и диверсификацию управленческих решений по эффективной деятельности предприятий туризма, их ассоциаций и объединений.

Необходимо пережить тяжелые времена с наименьшими потерями при стремлении не только ликвидировать отставание в новом технологическом постиндустриальном укладе, но и заложить фундаментальные основы комплексного евроразвития Крыма в Черноморском регионе на ближайшее десятилетие, которое в идеале должно закончиться евроинтеграцией Украины в целом. Европа прямо говорит Украине, что без реальных перемен, поддержки ее устремлений и культурных ценностей это невозможно. Поэтому главная стратегическая задача и Украины, и Крыма – «европеизация» населения через коммуникационно-информационные компетенции, экологизацию экономики, толерантность и развитие социально-культурного потенциала.

#### **Список литературы**

1. Дихтярь А.И. Инновационный аспект послекризисного развития предприятий туристической индустрии / А.И. Дихтярь // Ученые запяски ТНУ им. В.И.Вернадского. – 2010. – Том 22 (61), №2. Экономика и управление. – с.127-132
2. Сорос создает свой экономический институт в Оксфорде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://focus.ua/economy/110580>.
3. Туристы боятся эпидемий больше, чем терактов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rian.ru/tourism/20100505/230704102.html>.
4. Бизнес в Уанете: пациент скорее жив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biz.liga.net/news/E0900489.html>
5. Старые тенденции нового сезона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://telegrafua.com/519/economics/10936/>.

*Поступила в редакцию 01.12.2010 г.*

*Діхтярь О.І. Туризм – пріоритет європейського розвитку Криму / О.І. Діхтярь // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2010. – Т. 23 (62), № 3. – С. 101-109.*

*Аналізуються, відповідні світовим викликам і національним інтересам, проблеми післякризового розвитку індустрії туризму в Україні та АР Крим.*

***Ключові слова:** інформація, тенденції, безпека, управління знаннями.*

***Dikhtyar A.I. Tourism is priority of european development of Crimea / A.I. Dikhtyar // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2010. – Vol. 23 (62), # 3. – P. 101-109.***

*Answering is analysed world calls and national interests of problem of after-crisis development of industry of tourism in Ukraine and Crimea.*

***Key words:** information, tendencies, safety, knowledge management.*