

УДК 331.101.3+339.137.2:338.484(477.75)

## ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРЫМСКОГО КУРОРТНОГО И ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

*Вершицкий А.В.*

*Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: verhitsky@crimea.edu*

В статье рассмотрена роль человеческих ресурсов в обеспечении конкурентоспособности крымского курортного и туристского продукта. Предложена концепция внутреннего маркетинга, как один из путей повышения уровня конкурентоспособности предприятий курортов и туризма.

**Ключевые слова:** туризм, человеческие ресурсы, оплата труда, внутренний маркетинг.

**Введение.** В условиях разворачивающегося экономического кризиса происходят значительные структурные изменения в национальных экономиках, и, по оценкам экспертов, сфера услуг оказалась одной из наиболее уязвимых отраслей. Наибольшее падение зафиксировано в сфере финансовых услуг, туризме, в транспортном и в ресторанном бизнесе, где предприятия готовы были сократить около трети персонала. При существенной социально-экономической значимости туризма, доходы от которого для ряда стран и регионов являются весьма значимыми, данные тенденции являются весьма тревожными.

В Крыму возлагаются большие надежды на развитие туризма. Для этого в регионе имеются все возможности: памятники культуры, комфортный климат, горы и леса, пляжи. В то же время в Крыму качество курортного и туристского обслуживания не соответствует международным стандартам, гостиничный сервис остается некачественным и дорогим, а экология, состояние транспортной и другой туристской инфраструктуры — неудовлетворительными. Государство и региональные власти практически утратили контроль над развитием индустрии туризма. Объем реализации туристических услуг является незначительным.

Курорты и туризм АР Крым переживают сложный период своего развития. В 2009 году количество отдохнувших в АР Крым составило 5 млн. человек, что на 12,3 % ниже уровня 2008 года (5,7 млн. чел.). Организовано в санаторно-курортных учреждениях и туристских предприятиях отдохнули 1,04 млн. человек, что на 20 % ниже, чем за аналогичный период 2008 года (1,3 млн. чел.) [1]. Начиная с 2008 года, вновь проявилась тенденция снижения туристского потока в Крым.

Высокая значимость курортов и туризма как отраслей общественного производства обуславливает необходимость определения перспектив их поддержки и развития в период неблагоприятной экономической конъюнктуры. Одним из основных туристских ресурсов региона, способным привлекать и обслуживать туристский поток являются человеческие ресурсы. Именно они во многом являются краеугольным камнем конкурентоспособности, экономического роста и эффективности регионального курортного и туристского продукта.

Значительный вклад в исследование теоретических и практических основ качества, конкурентоспособности, маркетинга услуг внесли работы отечественных и зарубежных ученых: Александровой А.Ю., Биржакова М.Б., Гуляева В.Г., Дуровича А.П., Зорина И.В., Жукова М.А., Квартальнова В.А., Кабушкина Н.И.,

Котлера Ф., Портера М., Чудновского А.Д., Фатхутдинова Р.А. и др. Особенности управления трудовыми ресурсами на предприятиях посвящены работы таких авторов как Агамирова Е.В., Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л., Щёкин Г.В. и др. Изучение опубликованных работ свидетельствует об отсутствии полного рассмотрения вопросов эффективного управления человеческими ресурсами, концепции внутреннего маркетинга как нового инструмента управления персоналом для предприятий сферы курортов и туризма Крыма.

**Цель исследования** состоит в выявлении и анализе проблем повышения уровня конкурентоспособности предприятий курортов и туризма на основе эффективного управления человеческими ресурсами.

**Изложение основного материала.** Мировой экономический кризис, обусловивший рост цен на услуги ведущих зарубежных туристских дестинаций (Кипр, Турция, Египет,), потенциально способствует росту спроса на отечественные курортные и туристские услуги. Доминирующим критерием выбора в данном случае является соотношение цена/качество. Важнейшей составляющей этого соотношения, влияющей на низкую конкурентоспособность крымского массового туристического продукта, является персонал, работающий в курортном и туристском обслуживании. Человеческие ресурсы – самая ценная и важная часть производительных сил общества.

Эффективность производства зависит от квалификации работников, их расстановки и использования, что влияет на объем и темпы прироста вырабатываемой продукции или услуг, использование материально-технических средств. Рост производительности труда является важнейшим условием для успешного развития производительных сил и главным источником роста дохода; его обуславливает существующая в каждый момент времени система оплаты труда, которая является стимулирующим фактором роста квалификации труда, повышения технического уровня выполненной работы. В то же время на предприятиях индустрии туризма действия этого стимулирующего фактора практически нет (рис. 1).

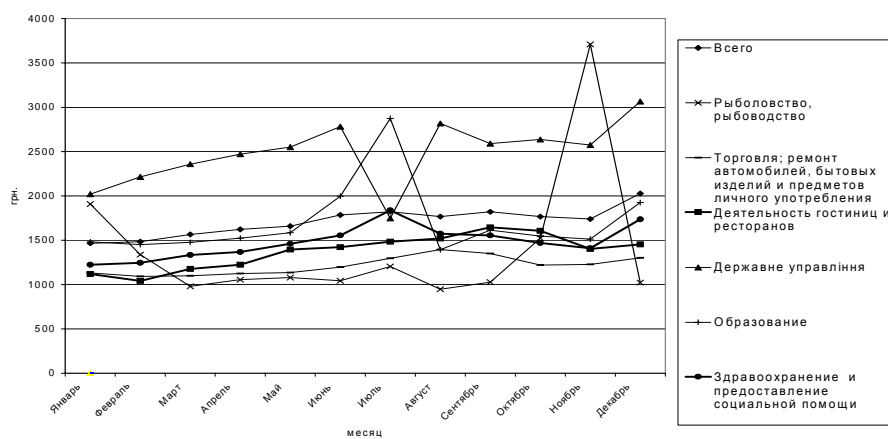


Рис. 1. Средняя номинальная заработная плата в АР Крым по видам экономической деятельности в 2009 году [2]

Оплата труда работников предприятий индустрии по данным официальной статистики не зависит от сезона. При этом интенсивность труда изменяется в несколько раз, что, естественно, влияет на качество предоставляемых ими услуг. Если сравнить официальную статистику Турции, как одного из конкурентов Крыма, и Украины, то уровень доходов населения в Турции выше, чем в Украине. При этом уровень доходов предприятий курортов и туризма Крыма ниже среднего по отраслям в регионе (рис. 2).

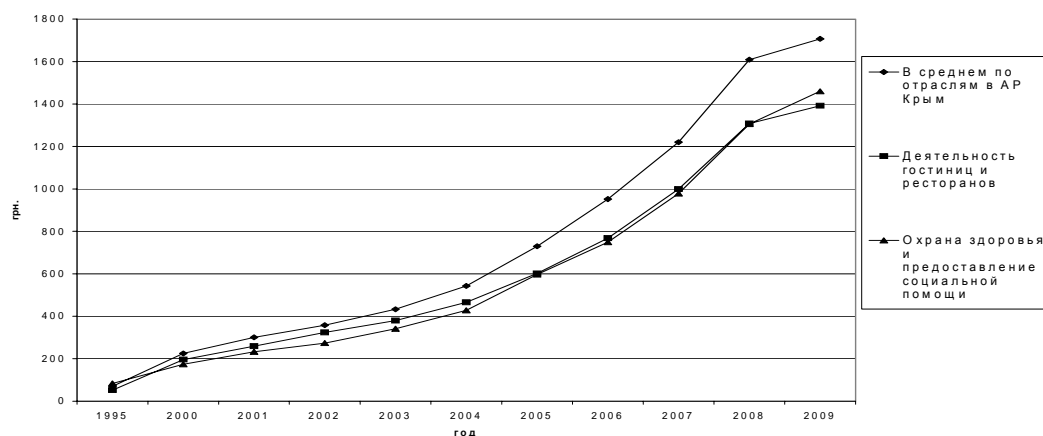


Рис. 2. Динамика среднемесячной номинальной заработной платы по видам экономической деятельности в 1995-2009гг. [3]

Однако нельзя полностью доверять официальной статистике в связи со значительными масштабами теневой экономики. Важной составляющей этого процесса является доминирующая роль в индустрии туризма Крыма «неорганизованных» отдыхающих, которые приезжая в Крым, пользуются услугами множества мелких частных предпринимателей и физических лиц, которые зачастую даже не зарегистрированы и не попадают в официальную статистику (рис. 3).

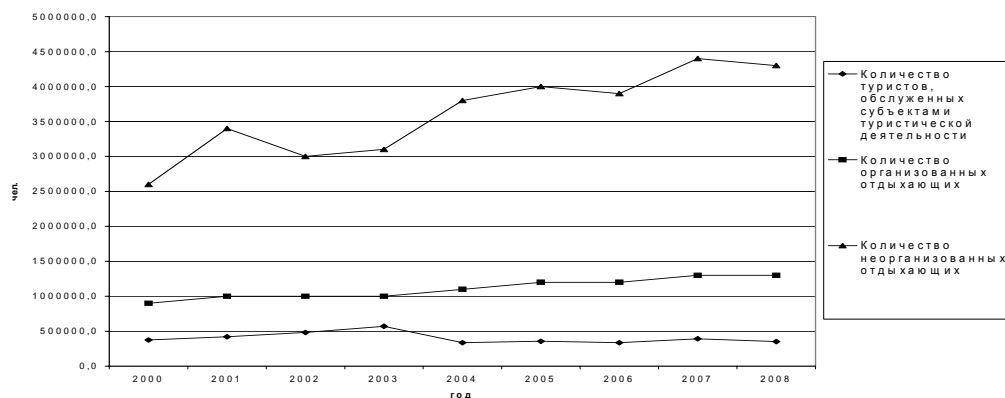


Рис. 3. Динамика отдыхающих и туристов, обслуженных субъектами туристической деятельности в АР Крым в 2000-2008 гг. [4 - 6]

Крупных туроператоров в Крыму практически нет, как нет их и в Украине (если сравнить их с туроператорами, например Великобритании или Германии). Количество турагентов и туроператоров в АР Крым, представлено в таблице 1, количество обслуженных ими туристов представлено на рис 3.

Таблица 1  
Количество субъектов предпринимательской деятельности, получивших право на осуществление туристической деятельности в АР Крым [4 - 6]

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Количество субъектов	1052	772	1014	1221	358	402	448	423	497

В основном субъекты туристической деятельности работают в схемах перепродажи путевок санаторно-курортных учреждений, что позволяет их работникам получать доход выше официально декларируемого.

В результате, население, занятое в индустрии туризма, получает доходы, значительно превышающие официально декларируемые. То есть, при низком качестве услуг работники индустрии туризма имеют доходы, им не соответствующие. Потребитель это начинает понимать и отказывается от приобретения подобных услуг в пользу конкурирующих регионов.

Статистика по Украине свидетельствует о значительном росте туризма в Украине (рис. 4) при его сокращении в Крыму.

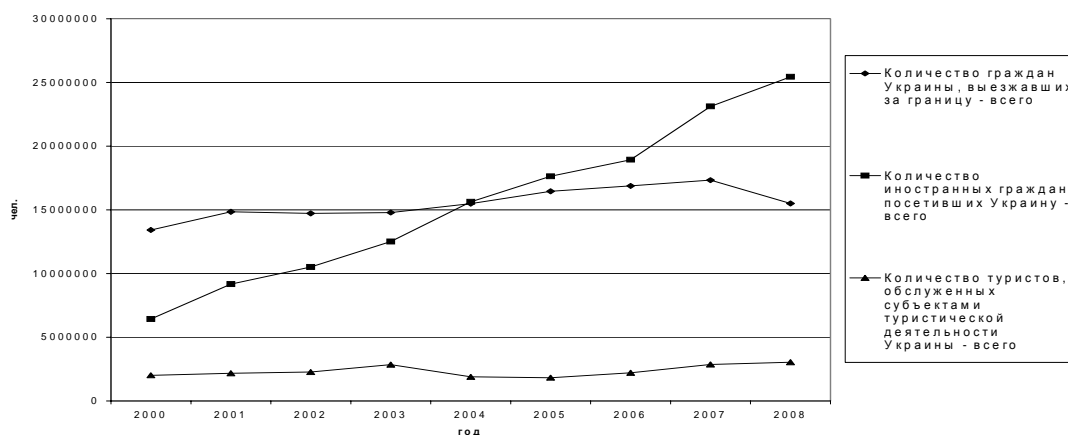


Рис. 4. Динамика туристских потоков в Украине в 2000-2008 гг. [7]

По результатам исследований мнения туристов в Крыму проблема заключается в низком качестве туристского продукта. Осознание и устранение этого факта требует глубокого понимания проблем, значительного времени, знаний теории управления изменениями, квалификации и высоких этических стандартов труда и менеджмента.

**Выводы.** Развитие человеческих ресурсов является необходимым условием для успешного развития крымского курортного и туристского продукта. Одним из путей повышения уровня конкурентоспособности предприятий курортов и туризма Крыма является концепция внутреннего маркетинга, моделирующая отношения работодателя и работника. Работник продает свой труд работодателю. Так же как и во внешнем маркетинге, на рынок труда оказывают влияние ожидания населения (продавца) и работодателя (покупателя), а так же сложившийся уровень цен (зарботной платы). При этом мелкий частных предприниматель является в одном лице и покупателем и продавцом. В сфере курортов и туризма в Крыму у трудовых ресурсов имеются определенные ожидания в отношении уровня доходов, являющиеся основным объективным фактором, который необходимо учитывать для изменения сложившейся ситуации. Во многом на повышение качества курортного и туристского продукта может повлиять также трудовая этика, культура труда и менеджмента.

#### **Список литературы**

1. Оперативные данные о работе здравниц и пассажиропотоке в Автономной Республике Крым на 31 декабря 2009 г. [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма АР Крым. - Режим доступа: <http://www.tourism.crimea.ua/news/stat/index.html>.
2. Середня номінальна заробітна плата за видами економічної діяльності у 2009 році [Электронный ресурс] // Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. - Режим доступа: [http://sf.ukrstat.gov.ua/ukodohnas4.htm#\\_kved](http://sf.ukrstat.gov.ua/ukodohnas4.htm#_kved).
3. Середня номінальна заробітна плата за видами економічної діяльності у 2009 році [Электронный ресурс] // Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. - Режим доступа: [http://sf.ukrstat.gov.ua/ukodohnas4.htm#\\_kved](http://sf.ukrstat.gov.ua/ukodohnas4.htm#_kved).
4. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 1996-2000». – Симферополь: Министерство курортов и туризма АР Крым, 2001. – 32 с.
5. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 2001-2004». – Симферополь: Министерство курортов и туризма АР Крым, 2005. – 32 с.
6. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 2008». – Симферополь: Министерство курортов и туризма АР Крым, 2009. – 32 с.
7. Туристичні потоки [Электронный ресурс] // Державний комітет статистики України. - Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

*Поступила в редакцію 01.12.2009 г.*

**Вершицкий А.В. Людський фактор конкурентоздатності кримського курортного і туристського продукту / А.В. Вершицкий // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – С. 106-110.**

У статті розглянута роль людських ресурсів у забезпеченні конкурентоздатності кримського курортного і туристського продукту. Запропоновано концепцію внутрішнього маркетингу, як один зі шляхів підвищення рівня конкурентоздатності підприємств курортів і туризму.

**Ключові слова:** туризм, людські ресурси, оплата праці, внутрішній маркетинг.

**Vershyts'ky A.V. Human factor of competitiveness of Crimean resort and tourist product / A.V. Vershyts'ky // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. –2009. – Vol. 22 (61), # 2. – P. 106-110.**

The role of human factor in providing the competitiveness of Crimean resort and tourist product is considered in the article. The concept of internal marketing as one of the ways of competitiveness increase of enterprises of resorts and tourism is proposed.

**Key words:** tourism, human resources, labor remuneration, internal marketing.