

УДК 338.48

ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ ПОСЛЕКРИЗИСНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

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 послекризисного развития индустрии туризма в Украине и АР Крым.

Ключевые слова: глобализм системных трансформаций, инновационность, виртуальность, индустрия туризма, самоорганизация, управление знаниями.

Постановка проблемы. В эпоху глобализма и тотальных коммуникаций все большее количество людей предпочитает инвестировать в собственное здоровье и образование, расширение знаний через путешествия и персональную электронику. Глобализацию в туризме можно определить как долговременный процесс резкого усиления туристических потоков, услуг, капитала, информации и технологий, обычно не подпадающих под регулирование национальных правительств. Движущей силой глобализации является инновационное развитие информационно-коммуникационных технологий. В настоящее время финансовый кризис является ключевым моментом, определяющим экономическую динамику и все другие процессы, происходящие в мировой экономике. И хотя сроки его окончания весьма неопределенны, крупнейшие державы уже разрабатывают стратегии послекризисного развития. Мировой туризм, как наиболее чувствительная отрасль экономики, уже с третьего квартала 2008 года ощутил приближение финансовых проблем. От финансового кризиса, протекающего уже на фоне развивающейся пандемии свиного гриппа, пострадали прежде всего массовый и деловой туризм (как выездной, так и въездной), поскольку в первую очередь компании уменьшали расходы в сегментах, не связанных с производственным процессом.

Уже в конце ноября 2008 года представители туристической индустрии заявили о падении спроса в среднем на 40%, а посленовогодний период 2009 года стали называть началом возможного банкротства отрасли. Каждый придумывал свой «рецепт» выживания, составленный из многолетнего опыта работы в отрасли, уровня профессионализма, умения оперативно реагировать на форс-мажоры, мыслить креативно и, в то же время, придерживаться традиционных, проверенных временем, классических методов. Переформатирование всех отраслей мировой экономики, туристической индустрии в том числе, 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.

Информация и новые знания являются естественной средой взаимодействия всех ресурсов, необходимых для создания и поддержания конкурентоспособности

турпродукта, одновременно представляя собой самостоятельный, динамично развивающийся и отвечающий на возникающие вызовы ресурс, формирующий как потребительские предпочтения, так и базу внутрикорпоративных знаний [1].

Основные результаты исследования. Государство, стремящееся развивать туризм, должно активно рекламировать себя, диверсифицировать и брендировать собственный турпродукт, формировать привлекательный имидж страны, развивая международное сотрудничество. Турция провозгласила своей стратегической целью превратить всю страну в туристический бренд. Для продвижения курорта необходимо разнообразие природных ресурсов, культурно-исторических достопримечательностей, реализации возможности курортно-рекреационного комплекса создать благоприятное информационное поле, виртуально позиционироваться на интернет-порталах, сайтах фирм. Предприятиям туристической индустрии, чтобы удерживаться на плаву, необходимо максимально сокращать затраты, минимизировать возможные производственные риски, оптимизировать свои бизнес процессы, но продолжать развитие информационно-коммуникационных технологий. Кризис необходимо рассматривать как «творческое разрушение» по Шумпетеру Й., расценивать как шанс, который может дать возможность туристическим агентствам сохранить производство и даже укрепить свои позиции на рынке.

Пока игроки туристического рынка думают, как пережить надвигающийся сезон, эксперты делают прогнозы относительно того, какие значительные изменения ожидают туристический бизнес после кризиса. Во-первых, будут активно восстанавливаться и развиваться такие виды отдыха, как активный и деловой туризм. Во-вторых, на постсоветском рыночном пространстве появятся предложения для отдельных социально-демографических групп, которые уже давно существуют в других странах – в частности, туры для людей старше 55 лет, у которых есть время на путешествия. В-третьих, "оживут" не слишком популярные сейчас виды отдыха – железнодорожный туризм, морские круизы, оздоровительный туризм. Изменения коснутся и деления отпуска. Если сейчас граждане отдыхают один-два раза в год, то в будущем они будут дробить отпуск на 3-4 части. Особенно это касается тех, кто задействован в активной трудовой или бизнес деятельности. При этом выбирать будут не какой-то один вид отдыха, а комбинированные туры, чтобы за одну поездку успеть и позагорать на пляже, и осмотреть достопримечательности, и позаниматься активными видами спорта. Ожидается повышение интереса к экзотическим природным ресурсам, а также регионам, которые могут исчезнуть как части суши в результате глобального потепления и таяния ледников, например, те же Мальдивы, которым Индонезия уже готова продавать свои острова.

Ожидается, что в будущем большой интерес будут вызывать уже не экономичные массовые, а индивидуальные туры, то есть турист сам предпочтет участвовать в составлении программы своего путешествия. В связи с этим возрастет роль прямых продаж и туристических интернет-порталов, аккумулирующих всю важную для туриста информацию и напрямую сводящих его с продавцом. Что касается туристического рынка, то после окончания кризиса ожидается активная

экспансия иностранных компаний, которые захотят расширяться за счет освоения новых рынков. И к этому необходимо быть готовым.

По поводу индивидуальных туров и отдыха в сегменте luxury прогнозы у операторов более оптимистичными. Скорее всего люди состоятельные, как путешествовали, так и будут путешествовать, причем несколько раз в год. И даже если оператор уйдет с рынка, клиенты не пострадают, поскольку оператор – лишь звено в цепочке. Будут клиенты ездить и в бюджетные экскурсионные туры. До ситуации с опасностью пандемии «свиного» гриппа, в целом ставшим глобальным фактором сдерживания международных передвижений, эксперты считали, что образовательный туризм не пострадает.

Возможность скомбинировать зарубежную поездку с образовательными целями, изучением языка, повышением квалификации, клиенты будут рассматривать как выгодную инвестицию для повышения собственного профессионального уровня, детского образования, для успешного трудоустройства, продвижения по карьерной лестнице. Выбирая между обычным отдыхом и образовательными программами за рубежом в условиях экономической нестабильности, люди будут отдавать предпочтения именно программам обучения. По прогнозам российских экспертов, спрос на комбинированные туры будет увеличиваться в среднем на 30% в год.

В России по итогам первого полугодия 2008 года объем выездного рынка вырос на 27%, тогда как рост мирового рынка составил всего 5%. Характерно, что рост происходил на фоне значительного подорожания туров. Однако потом рынок отреагировал на финансовый кризис. Еще в мае чувствовался подъем, но уже с июня наступила стагнация. Впервые за прошедшие 17 лет в России нет компаний, которые бы декларировали об успешном сезоне. Туризм вошел в кризис раньше других сегментов экономики. Первоначально рынок держался за счет инерции туристов, которые привыкли выезжать в теплые страны с наступлением осени и встречать за рубежом Новый год, за счет горнолыжных программ. Государственная служба туризма и курортов Украины, констатировавшая снижение динамики выездного туризма с начала года на 30-50%, прогнозирует переориентацию украинцев на внутренний туризм из-за девальвации гривни. Хотя многие украинцы, которые привыкли отдыхать на пляжах Египта и Турции, прогуливаться по улочкам Парижа и Праги, утверждали, что поедут туда снова, нежели в Крым с полным отсутствием сервиса и высоким уровнем цен. Да, количество и продолжительность таких поездок сократится, но зато отдых будет качественным. Следует отметить, что объявленная Всемирной организацией здоровья пандемия свиного гриппа, ужесточение визового режима в Чехию, вероятно, внесут свои коррективы.

Всемирный экономический форум составил рейтинг стран по конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий. Как и в 2008 году, Украина заняла в этом рейтинге 77-е место (как и по индексу развития) из 133 участников. Для сравнения, Польша заняла 58-ю позицию, Россия – 59-ю, а Грузия – 73-ю.

Внесение украинских достопримечательностей в перечень культурного наследия ЮНЕСКО обеспечит значительное увеличение туристического потока в Украину. К Евро-2012 в Украине планировалось хоть как-то обновить более 150

тысяч имеющихся культурно-исторических памятников и достопримечательностей. На данный момент в перечень культурного наследия ЮНЕСКО внесены всего 3 украинских объекта: центр Львова, Национальный заповедник "София Киевская" и Киево-Печерская Лавра, которая может быть исключена из этого списка из-за проявившихся процессов разрушения и обрушения. Номинированы еще 11 культурно-исторических и природных памятников -- Судакская крепость, Херсонес Таврийский, Бахчисарай, могила Тараса Шевченко, комплекс "Каменец-Подольский", комплекс "Андреевская и Кирилловская церкви", заповедник Аскания-Нова, 200 гектаров непаханных земель которого выгорели в начале июня, комплекс Черновицкого университета, древние буковые леса Прикарпатья и др. Необходимо интенсифицировать работу по внесению таких памятников и донесения этой информации до каждого потенциального туристопользователя, ведь это и есть креативная работа по привлечению иностранного туриста в государство через ИКТ-ресурсы. Больше всего таких памятников ЮНЕСКО находится в Италии – 41-я уже занесена и 42-я номинирована. Благодаря этому Италия считается государством-музеем или государством-заповедником. В России таких памятников уже более 20, в Чехии – 17, в Польше – чуть меньше 20 [2].

Выводы. Уже сейчас очевидно, что наращивать экономическую мощь Украина может только за счет укрепления регионов, а региональная власть должна усиливать и опираться на местное самоуправление. Именно к такой модели государственного управления и развития Украина предрасположена. Без внедрения системы бюджетирования и регулирования межбюджетных отношений, ориентированных на результативное развитие в направлении региональных приоритетов, перспектив не видно.

Стратегия развития Крыма предусматривает смещение приоритетов в сторону санаторно-курортного хозяйства, туризма и сферы сопутствующих услуг. Сезонность отдыха в Крыму — один из главных сдерживающих факторов его развития как конкурентоспособного курорта. Кластерные организационно-консолидирующие технологии, налаживание взаимодействия внутри кластера, знание точек синергии позволяют эффективно повышать конкурентоспособность в процессе реализации способности властей и предприятий региона решать приоритетные задачи динамического развития. Большое значение для курорта имеет дорожно-транспортная и информационная инфраструктура. Поэтапное изменение структуры экономики полуострова в направлении диверсификации и обретения им статуса дестинии круглогодичного отдыха определено как наиболее приоритетное для инвестиций. И потенциал у Крыма огромный – уникальная природа, требующая охраны и сбережения, богатое культурное и историческое наследие, создающее базу для перспективных туристических инноваций, но нуждающееся в стимулировании, экономической стабильности и политической воле[3].

Проявившаяся кризисная необходимость приведения соотношения спрос-предложение в соответствие привела к новой тенденции – объединению туроператоров. В ближайшее пятилетие определятся 3-4 лидера, которые и будут формировать правила игры на рынке. Уже существующие технологии позволяют

говорить о так называемом виртуальном туризме. Хотя в целом они дополняют возможности образовательных и рекламных технологий по принципу мотивированного завлечения «Убедись лично сам». Инновации в индустрии туризма направлены, главным образом, на формирование нового туристского продукта и маркетинговую деятельность с применением новых методов управления и активным использованием современных информационных технологий, что существенно влияет на уменьшение цены туристского продукта.

На протяжении последних лет потенциал квалифицированных работников в Украине значительно снизился и составляет 5-15% от количества трудоспособного населения, а как в наиболее развитых странах – от 20 до 70% [4]. Украине необходимо внести изменения в политику стимулирования инновационных процессов. В Европейском союзе 2009 год уже провозглашен "Годом инноваций" и все сосредоточено на поиске и поддержке технических и организационных новшеств. Для Украины и АР Крым это подчеркивает значимость и актуальность системной, стратегической работы по подготовке кадров новой формации, способных реально оценивать экономику, привносить инновации, заниматься привлечением инвестиций, непрерывно повышающих свой профессиональный уровень. Решение этих стратегических задач возлагается на образование, науку и государство, стремящееся к достойной евроинтеграции.

Украина движется в тот экономический мир, где без современных средств коммуникации и информации выжить и достичь успеха невозможно. Комплексное развитие ресурсов автономии, системное и эффективное освоение потенциала Крыма позволит сформировать комплекс услуг, качество которых будет отвечать европейским стандартам, а результат – благотворно отразится на жизненном уровне и достатке различных социальных групп населения.

Список литературы

1. Дихтярь А.И. Информационная функция кризиса и функционирование турпредприятий в условиях евроинтеграции Украины / А.И.Дихтярь // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № . – с.
2. Tourism and the world economy. – World Tourism Organisation [Электронный ресурс] Режим доступа к сайту: <http://www.world-tourism.org/fact/menu.html>
3. Дихтярь А.И. Синергизм комплексного подхода к информационному становлению туристической отрасли Крыма / А.И.Дихтярь // Ученые Записки ТНУ им. В.И.Вернадского. Экономика. – 2008. – Том 21 (60), №1. – С.43-50.
4. Гражевська Н. Управління складними соціально-економічними системами в контексті синергетичної парадигми / Н.Гражевська // Вища школа. – 2008. – № 3 – С.62-70.

Поступила в редакцію 01.12.2009 г.

Діхтярь О.І. Інноваційний аспект післякризового розвитку підприємств туристичної індустрії / О. І. Діхтярь // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – С. 127-132.

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

Ключові слова: глобалізм системних трансформацій, інноваційність, віртуальність, індустрія туризму, самоорганізація, управління знаннями.

Dikhtyar A.I. An innovative aspect of after-crisis development of enterprises of tourist / A.I. Dikhtyar // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. –2009. – Vol. 22 (61), # 2. – P. 127-132.

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

Key words: globalism of system transformations, innovationness, virtualness, industry of tourism, self-organisation, management knowledges.