

УДК 338.48

СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА

Дихтярь А.И.

Анализируются отвечающие европейским стандартам и национальным интересам задачи креативного становления единого информационного пространства туристической АР Крым.

Ключевые слова: туристическая индустрия, экономика знаний, креативная информация, инновационные подходы, человеческий потенциал, кластеризация, синергия, информационное пространство.

Постановка проблемы. На открытии Всеукраинского форума интеллигенции, состоявшемся в Киеве 27 марта 2008 года, Президент Украины сделал акцент на том, что «...Только через синергию всех уровней власти, гражданских инициатив мы сможем дать позитивный ответ на имеющиеся сегодня вызовы» [1]. Приоритетом гуманитарного развития Украины, как заложено в предложенной к отраслевому обсуждению Концепции, является формирование современной конкурентоспособной нации. А это включает в себя повышение качества жизни граждан Украины, постиндустриальное развитие государства как общества знаний и информации, гражданского общества, культурную и политическую консолидацию украинской нации, осовременивание культурной политики и т.д. Проблема состоит в конкретных инновационных подходах к ее реализации, возлагаемая в том числе и на науку.

Для Крыма инструментом реализации этой Концепции, которая станет основой долгосрочной Государственной программы гуманитарного развития Украины, является отвечающее европейским стандартам комплексное развитие туристической отрасли, невозможное без ее информационного становления в условиях экономики знаний.

Анализ исследований и публикаций. Туризм как сфера мировой экономики сегодня – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничная инфраструктура и туристические корпорации всего мира. Современный продукт становится более гибким, и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя всех слоев и групп как по возрасту, так и по интересам. Его совокупные доходы в целом выходят на третье место в мире после нефти и автомобилестроения

Модель развития, изложенная в Концепции гуманитарного развития Украины, ориентирована на максимальное раскрытие потенциала каждого человека и социума в целом, создание достойных условий для реализации всех интеллектуальных, культурных, творческих возможностей нации. Она отвечает европейской человекоцентричной системе ценностей, в аспектах защиты информационного пространства перекликается со Стратегией национальной безопасности Украины, утвержденной Президентом в феврале 2007 года, а в мерах по культурному

развитию общества, усовершенствованию экологической политики – с правительственной программой «Украинский прорыв»[1].

Туриндустрия – это креативная информация и рекративный ресурс, и потому является одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Тенденция на рост доходов, увеличение свободного времени и необходимости рекреации человеческих ресурсов является объективным фактором роста спроса на туристические услуги.

По данным специализированного органа ООН – Всемирной туристической организации – к 2020 году количество только международных туристических посещений превысит 1,6 миллиарда. Новый потребитель услуг XXI века – более информирован, независим, раскрепощен (демократичен), но критически относящийся к предлагаемым ему товарам и услугам, ибо искушен их обилием и разнообразием, активный и самостоятельный, существенно изменяющий свое поведение на туристическом рынке.

Туристическо-рекреационная отрасль Крыма обладает уникальными ресурсами и громадным потенциалом, однако по качеству услуг и уровню сервиса значительно уступает европейским стандартам, в том числе информационно-коммуникационным.

Цели исследования. Синергия в туризме – одна из самых насущных проблем, от решения которой зависит конкурентное превосходство той или иной турфирмы. Оптимальное использование финансовых, информационных, человеческих и прочих ресурсов в условиях расширения границ ответственности менеджмента, в том числе туриндустрии, возможно только в условиях синергизма от согласования и координации деятельности всех ее структурных составляющих, через которые проходят существующие потоки. И проявляться он может только через интеграцию командных действий, персональную ответственность и компетентность, определяющих уровень самоорганизации персонала.

Синергетический эффект в туриндустрии возможен при обеспечении эффективного использования единого информационного пространства как среды ее функционирования на основе комплексного подхода к менеджменту и маркетингу туризма как по вертикали законодательно-исполнительной власти, так и на местах, по горизонталям четко понимающего требования экономики информации и знаний персонала каждого звена системообразующей цепочки.

Изложение основного материала. Сегодня перед отечественной туриндустрией стоит вопрос необходимости соответствия в своей деятельности новым условиям вхождения Украины в мировое сообщество на пути дальнейшей евроинтеграции.

Наличие высоких технологий сделали необходимую для ведения бизнеса информацию территориально независимой, доступной и приближенной к потребителю. Они определили новые модели экономического поведения и досуга, предопределили тот факт, что затраты на образование уже к середине 1990-х [2] в Сингапуре и таких развитых странах, как Дания, Германия, Япония, США стали

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ
СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

основным инструментом глобальной конкуренции в поисках интеллектуального, человеческого и социального капитала.

Производство современной экономики знаний основано на переработке информации с целью получения новой информации и знаний и оперативному предоставлению произведенных товаров (услуг) потребителю. Знания, приобретенные путем получения образования и прохождения различных курсов усовершенствования, стажировки или переквалификации, становятся основной формой капитала как для экономики знаний в целом, так и для индустрии досуга в частности.

Одной из моделей использования досуга как путешествия в свободное время является такой вид активного отдыха и, одновременно, средство удовлетворения рекреационных потребностей человека (интеллектуального, человеческого и социального капитала), как туризм, глобальное развитие спектра услуг и инфраструктуры которого приобрело форму индустрии.

К сожалению, Украина занимает 76 место в мире по индексу человеческого развития и только 177-е – по простоте уплаты налогов, опережая лишь Белоруссию [1]. Это с неизбежностью определяет соответствующий уровень и экономики, и индустрии туризма. Однако существует устойчивая тенденция ежегодного увеличения украинских экскурсионных туров в европейские страны на 10-15%. Кипр остается привлекательным для Украины и в туристическом, и в инвестиционном аспектах. Турция и Египет теряют былую привлекательность, причем по отношению к Египту уже начинающие привыкать к хорошим условиям украинцы все чаще высказывают недовольство и претензии к постоянно снижающемуся качеству сервиса на фоне возрастающей стоимости услуг.

В Крыму туроператоры свои надежды постепенного преодоления барьера сезонности связывают с увеличивающимся проявлением интереса к различным формам активного туризма, большим перспективам спелеотуризма. Однако если открытых пещер в Украине более 100, и это чуть ли не 1% -я капля того, что еще скрыто, то лишь 0,01% из разведанных признаны объектами природно-заповедного фонда. Отсутствие законодательства относительно карстовых пещер и встречающиеся формы их варварского использования могут навсегда уничтожить эти геологические памятники.

Совсем недавно в третью из девяти групп Европейского рейтинга курортов включена Большая Ялта. Сочи и другие курорты Кавказа отнесены к седьмой рейтинговой группе. Однако ни информационно, ни экономически Украина это не использует.

Переживаемый период для Украины не отличается экономической и политической стабильностью и развитой законодательной базой. Однако вследствие благоприятной конъюнктуры мирового рынка экономика Украины и доходы населения постепенно растут.

Эксперты предлагают переориентировать часть накоплений населения на непривычный пока для нас европейский лад и инвестировать средства в наименее рискованный тип вложений – в собственное здоровье (лечение), образование и полноценный отдых. Это создаст надежную базу, мотивацию и стимулы для

дальнейшей самореализации и самоутверждения, а при правильной организации поможет решить государственные интересы укрепления семьи, здоровья, репродукции украинской нации, занятости населения и его квалификации в целом.

В Европе наиболее притягательной силой пользуются туристические центры на морских побережьях, внутриконтинентальные исторические и культурные центры, предгорные и горные рекреационные, лечебные, бальнеологические и спортивные центры. Перечень культивируемых видов спорта в тех или иных регионах, а, следовательно, и развиваемая инфраструктура, существенно зависят от уровня жизни населения, традиций, климатических условий. Решением правительства за Крымом закреплены приоритеты в развитии олимпийских летних видов спорта, за Карпатами – олимпийских зимних видов, за Киевом и областью – командных видов спорта, и это необходимо внедрять в жизнь и экономику развития регионов, оперативно и квалифицировано доносить креативную информацию до потенциального клиента.

Современные телекоммуникации позволяют донести конкретному заинтересованному лицу, почему он должен приехать в Украину, в чем конкретно заключаются рекреационный потенциал каждого уголка Крыма, как совместными усилиями местные и региональные власти решают проблемы комфортного отдыха, экологии окружающей среды, новых инновационных услуг и сервисного обслуживания.

Существуют различные пути перехода к глобальной информационной парадигме, которые зависят от характеристик каждого общества, его культуры и менталитета. Если Украина желает стать составляющей новой мировой экономики и новой технологической революции, она должна разработать собственную информационно-инновационную модель, как это сделали Ирландия, Финляндия, или Исландия, лидирующие ныне в мире по уровню человеческого развития.

Информационное общество экономики знаний конкретного региона не может иметь универсальный формат, однако для всех моделей существует несколько элементов, без которых невозможен шанс появления инноваций и самого развития. Главным из них является центральная роль университетских исследований[3] и свободный поток информации, необходимый как для экономического роста, культурного и научного творчества, так и для совершенствования комплекса услуг индустрии досуга и здоровья. По прогнозам экспертов, в ближайшие 3 года количество пользователей Интернет в Украине будет возрастать на 30%-40% ежегодно и достигнет показателя \$1млрд.

Для создания государства благосостояния всех граждан и становления Украины в качестве равноправного члена мирового сообщества существует только один шанс – не отстать в темпах построения информационного общества и внедрения новых форм демократизации, связанных с активным привлечением широких слоев населения к процессам управления экономикой, социальной и культурной жизнью, использованием новых принципов гражданского самоуправления и опыта стран Европейского Союза.

Реальный срок для успешной реализации этого шанса – период инфраструктурной, коммуникационной и организационной подготовки к

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ
СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

проведению Евро-2012, который в полной мере должна использовать и индустрия туризма в Украине. Тем более, что в июне 2008 года у нас будет реальный опыт проведения подобного совместного мероприятия Австрией и Швейцарией, уровень туриндустрии которых давно соответствует международным стандартам и нормам.

Кроме того, через год-полтора украинский Интернет будет «взорван» крупными инновационно-коммуникационными вливаниями пришедшими на него западными компаниями, специализирующимися в этом бизнесе. То же самое касается компаний, которые, при получении соответствующих правительственных гарантий, будут заниматься качественным улучшением дорожно-гостиничной инфраструктуры, модернизацией аэропортов и возведением новых спортивно-торговых и бизнес-центров.

Традиционные декларации наших потенциальных возможностей мы должны подкрепить реальным качеством организации спортивного действия, сервисного обслуживания, размещения и наполнения досуга около 1 млн. иностранных туристов, которые посетят матчи Евро-2012 в Украине в этот временной период летнего отдыха.

Для украинской индустрии туризма это возможность проявить во всей красе национальное своеобразие и гостеприимство, а также приверженность к общеевропейским культурным многонациональным ценностям и жизненным стандартам. Примером может быть летняя Олимпиада 1996 года, ставшая мощным толчком того, что ныне многими турагенствами мира Барселона признается красивейшим городом планеты. Приближающаяся зимняя Олимпиада 2008 года в Китае может дать богатый опыт в методах преодоления экологических проблем, эффективного использования персонала и его квалификации, трудовых и информационных ресурсов.

Экономическая история постиндустриального общества, достигшего уровня экономики знаний, показывает высокую и всевозрастающую зависимость экономических процессов, их результатов и последствий от характера решений, принимаемых основными участниками (субъектами) этих процессов. Эта зависимость проявляется как на микро-, так и на макроуровне[4].

Украине важно доказать европейское умение извлекать реальную пользу из накопленного передового опыта и знаний и доводить эту способность до реального результата международного качества. Рядовые граждане мечтают и стремятся к этому. Работодатели озабочены качеством подготовки персонала и вопросами повышения уровня корпоративной культуры, объединения усилий для совместного, наиболее оптимального и быстрого разрешения проблем модернизации инфраструктуры на микроуровне и создания условий для развития на законодательном, региональном и государственном уровне.

Кластерные организационные технологии являются признанной стратегией совместного разрешения указанных проблем и повышения конкурентоспособности. Вопрос своевременности создания туристического кластера не раз поднимался Крымской ассоциацией туристических агентств (КАТА). Только общими усилиями всех участников туристического сектора, можно обеспечить успешное продвижение Крыма на международных туристических рынках. В странах устоявшейся

туриндустрии кластеризация проходит в регионах автономно и органично. В Украине же это требует разработки целого ряда документов методического и организационного характера, мотивированной заинтересованности всех сторон и политической воли местной и региональной власти.

Возможно, кластеризация по местам проведения в Украине чемпионата Европы по футболу удастся команде менеджеров во главе с Е. Червоненко, с февраля 2008 возглавляющим Национальное агентство по подготовке и проведению Евро-2012. Подготавливающим, и даже тестирующим эту подготовку, в частности, по Крыму, является проведение уже ставшее ежегодным «Ялта-Prime-ралли». Нынешнее его проведение – это планируемое целевое посещение уже 100 тысяч туристов. При условии успешности во всех аспектах – безопасность, коммуникации, логистика перевозок, размещение, питание, реклама и организация гонки, культурная программа, спонсоры – это возможное к реализации проведение чемпионата мира по этому виду автомобильного спорта. А это уже 300 тыс. туристов со всеми комплексными последствиями. Кроме того, это и европейский тренинг «боем».

Евро-2012 – это фактически степень инфраструктурной готовности Украины к евроинтеграции и громадный толчок в продвижении ее к европейским стандартам в туриндустрии. Реализация кластерных проектов должна начинаться с масштабных маркетинговых исследований на научной основе. Это требует высокой квалификации исполнения на уровне НИИ или консалтингом соответствующего уровня.

В ходе анализа и оценки потенциальных претендентов инструментарием бенчмаркинга на роль участников кластера по критериям мобильности, восприимчивости к объединению и обеспечению результативности (синергизма), конкуренция внутри кластера должна принять форму механизма активного внедрения выявленных конкурентных преимуществ и разработанных инновационных подходов при полной поддержке государства.

Для Крыма консалтинговую роль может достойно выполнить Таврический национальный университет (ТНУ) им. В. И. Вернадского при осуществлении тесного сотрудничества с комиссиями по законодательству Верховного Совета АРК, министерствами экономики и туризма, а также объединенными общими целями субъектами управления отрасли. Более того, в стенах ТНУ персонал предприятий может по гибким схемам проходить курсы переподготовки и повышения квалификации, опираясь на приобретенный опыт и структурируя его в рамках научной систематизации.

Крымский регион обладает уникальными рекреационными ресурсами, собственной научной базой, является базовым для развития в Украине летних олимпийских видов спорта, спелеологии, скалолазания, планеризма, дайвинга, яхтинга, а существенное улучшение транспортно-гостиничной инфраструктуры при комплексной (разумной) подготовке к Евро-2012 неизбежно приведут к синергетическому эффекту в развитии туризма как в Украине в целом, так и в Крыму в частности. И это является более благодатной и плодотворной перспективой для развития АРК на рынке слияний и инновационных поглощений, чем сюжеты сербского Косово.

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ІНФОРМАЦІЙНОМУ
СТАНОВЛЕННЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

Выводы и предложения. В Украине 15% территории пригодны для курортного использования, а ее жемчужина – Крым – задыхается от возрастающих объемов переработанных отходов и мусора, продолжающих отравлять его земли и воздух. Реорганизация структуры управления в туристической отрасли с опорой на фундаментальные научные разработки, нацеленные на экологизацию и энергосбережение, совершенствование нормативно-законодательной базы, реализацию стратегий устойчивого долгосрочного развития – объективная необходимость на современном этапе развития украинского общества.

Синергия в туризме – одна из самых насущных проблем, определяющих конкурентное превосходство той или иной турфирмы, самой отрасли в целом. Такая взаимосвязь может реализовываться комплексными интеграционными способами, объединенными путем кластеризации и создания единого информационного пространства как для всех уровней управления и специалистов отрасли различного профиля, так и для потенциальной базы клиентов со всего мира. Кластерный принцип даст возможность объединить усилия малого, среднего бизнеса и крупных предприятий и корпораций в реализации масштабных перспективных проектов развития и повышения конкурентоспособности отрасли в целом.

Повышение квалификации человеческих ресурсов, рост доходов граждан необходимо направить не на увеличение инфляции и ожиданий, с этим связанных, а с восстановлением здоровья нации, закрытия проблем демографического кризиса, расцвет культуры и традиций гостеприимства и толерантности многонациональной автономии, повышение интеллектуального потенциала, производительности труда и благосостояния каждого гражданина Украины и Крыма.

Список литературы

1. www.comments.ua
2. Желены М. Труд и досуг. // Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
3. Кастельс М., Хіманен П. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель. Пер. з англ. — К.: “Видавництво “Ваклер” у формі ТОВ”, 2006.—256 с. (Coginatio nova).
4. Лобанов А.А. Субъективная экономика нового века. – М.: Дело, 2006. -232с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Діхтярь О.І. Синергізм комплексного підходу до інформаційного становлення туристичної галузі Криму // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 43-50.

У статті аналізуються відповідючі європейським стандартам та національним інтересам задачі креативного становлення єдиного інформаційного простору туристичної АР Крим. Показано, що його створення при кластеризації туристичної на базі фундаментальних наукових досліджень забезпечить синергійний ефект і автономії, і Україні в цілому.

***Ключові слова:** туристична індустрія, економіка знань, креативна інформація, інноваційні підходи, людський потенціал, кластеризація, синергія, інформаційний простір.*

Dikhtyar A.I. Synergism of complex approach to tourist industry information standing of the Crimea // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 43-50.

In article analyses answering european standarts and national interests problems of creative standing of tourist industry united information space of the Crimea. Showed, that creation of united information space

with tourist industry clusterisation on basic of fundamental science researches provides synergetic effect for autonomy and for Ukraine on the whole.

Key-words: tourist industry, knowledge economics, туриндустрия, экономика знаний, creative information, innovation approaches, human potential, clusterisation, synergy, information space.