

Раздел 4. МЕНЕДЖМЕНТ, ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

УДК 379.8.095(477.75)

Абдулхаиров А. З.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ

У статті розкрито поняття і сутність екологічного туризму, охарактеризовано основні напрями його розвитку в Криму. Розглянуто етичні принципи екологічного туризму, що стосуються як організаторів, так і учасників екотурів. Висвітлено позитивні та негативні можливості для розвитку екотуризму, а також особливості розвитку екологічного туризму в світі. Автором проаналізовано проблеми організації екотуризму та запропоновано можливі шляхи їх подолання.

Ключові слова: екологічний туризм, рекреація, природно-рекреаційні ресурси, менеджмент, Крим.

В статье раскрыто понятие и сущность экологического туризма, охарактеризованы основные направления его развития в Крыму. Рассмотрены этические принципы экологического туризма, касающиеся как организаторов, так и участников экотуров. Освещены позитивные и негативные возможности для развития экотуризма, а также особенности развития экологического туризма в мире. Автором проанализированы проблемы организации экотуризма и предложены возможные пути их преодоления.

Ключевые слова: экологический туризм, экономический вектор, рекреация, природно-рекреационные ресурсы, менеджмент, Крым.

The paper reveals the concept and essence of ecotourism, outlines the main directions of its development in the Crimea. Considered ethical principles of eco-tourism on both organizers and participants of ecotourism, showing the influence of environmental factors in the recreation and tourism. A classification of ecological tourism: research and expeditionary nature of the natural history tourism, adventure ecotourism, traveling to visit protected areas. Highlight the positive and negative possibilities for the development of ecotourism, as well as features of the development of eco-tourism in the world, which show a considerable distance from the main tourist centers, a low degree of transport accessibility and insufficient infrastructure of the natural areas that may be of interest to environmental travel. The author analyzes the problems of ecotourism and the possible ways to overcome them.

Key words: ecological tourism, recreation, nature and recreation resources, management, Crimea.

Постановка проблеми. Термин «экологический туризм» впервые получил широкое распространение в западноевропейской научной литературе первой половины 1980-х гг. Появление нового, специфического вида туризма отражало рост популярности идеи о достижении гармонии между рекреационной деятельностью и окружающей природной средой. Актуальность этого нового тренда в международном туризме была обусловлена, прежде всего, стремительным ростом массовости путешествий, что повлекло за собой резкое увеличение антропогенной нагрузки на наиболее активно посещаемые туристами природные памятники и территории. Большую роль сыграл также фактор обострения дефицита природно-сырьевых ресурсов и продолжающийся процесс урбанизации, когда жители огромных городов-мегаполисов вынуждены большую часть времени находиться в рамках искусственных экосистем, очень далеких по своим характеристикам от естественной природной среды. Все эти причины в комплексе привели к появлению

определенной моды на «экологичность» туризма, которая на современном этапе не только не ослабляется, но даже увеличивается и переходит в экологическое предпринимательство в рекреационной сфере.

Анализ литературы. Современная индустрия рекреации и туризма является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. На долю туризма приходится около 10% мирового валового национального продукта, мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов. Не случайно существует большое количество терминов, которые не только связаны с понятием экологического туризма, но и зачастую употребляются как его синонимы: «природный туризм», ««живой» туризм», «мягкий» туризм», «зеленый туризм», «устойчивый туризм», «экологическое предпринимательство» и т. д. Данная работа опирается на общие труды по теории экологического туризма и экологического предпринимательства таких авторов, как А. В. Бабкин, В. П. Ке-

кушев, О. А. Кручек, Н. П. Казаков, А. Б. Лукичев, В. В. Смаль, В. В. Храбовченко, Н. А. Якубовская [1–7]. Также были использованы аналитические исследования стратегических направлений развития туристско-рекреационного комплекса Автономной Республики Крым [8–10] и материалы сети Internet, отражающие текущие процессы экологизации крымского туризма.

Цель статьи – проанализировать перспективы и проблемы развития экологического туризма в Крыму как специфический и перспективный вид туристской деятельности в экономике региона. Для этого необходимо выполнить следующие задачи:

- раскрыть различные подходы к определению содержания понятия экологического туризма;
- охарактеризовать ресурсные возможности для развития экологических туров по Крыму;
- показать экологический фактор в рекреации и туризме как экономическую категорию;
- проанализировать некоторые проблемы организации экотуризма, предложить возможные пути их преодоления.

Изложение основного материала. Согласно одному из наиболее удачных определений, экологический туризм (экотуризм) – это форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении туристами относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий [4, с. 3]. Существуют и другие определения экологического туризма, сформулированные в программных документах ведущих международных организаций, занимающихся развитием экотуризма.

Экологический туризм – путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности (Международный Союз охраны природы).

Экологический туризм – это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения (Международное Общество экотуризма).

Экологический туризм – вид туризма, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при кото-

рых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения (Всемирный фонд дикой природы) [11].

Очевидно, что развитие рекреационной зоны крупной агломерации немислимо без охраны природной среды, упорядочения территориальной организации всех видов хозяйственной деятельности. Принцип должен реализоваться через комплексный организационный подход, при котором на первый план выступает увязка развития рекреации с основными направлениями развития агломерации.

В данном контексте экологическое предпринимательство в рекреационной сфере способно выполнить важную миссию – оздоровление окружающей среды и населения. Именно от активизации экологического предпринимательства, от создания необходимых и достаточных условий для его опережающего развития будет в решающей степени зависеть улучшение природоохранной деятельности, последовательное оздоровление окружающей среды, более эффективное использование рекреационных ресурсов.

Существуют и более прагматические определения, раскрывающие сущность данного феномена с экономической точки зрения. Так, по мнению В. В. Храбовченко, экологический туризм – это вид туризма, основанный на туристском спросе, связанном с потребностями в познании природы и внесении вклада в сохранение экосистем при уважении интересов местного населения. По некоторым данным, путешествия экологической направленности составляют примерно от 7% до 20% мирового рынка туристских услуг [2, с. 56; 6, с. 25].

В соответствии с этими определениями были сформулированы этические принципы экологического туризма, касающиеся как организаторов, так и участников экотуров. Прежде всего, эти принципы предполагают минимально возможное воздействие на окружающую природную среду, бережное отношение к естественным экосистемам, сокращение количества отходов, связанных с жизнеобеспечением туристов, бойкотирование сувениров, изготовление которых наносит вред живой и неживой природе (например, изделий из слоновой кости), повышение уровня экологических знаний и экологической культуры туристов [5, с. 60].

Очень широкий подход к определению понятия экотуризма оставляет большие возможности для внутренней классификации этого направления туристской деятельности. Современные исследователи выделяют три основных направления экологического туризма.

1. Научно-экспедиционный туризм природо-ведческого характера, как правило, связанный с

посещением по специально разработанным маршрутам труднодоступных и мало затронутых антропогенным воздействием человека природных территорий (например, круизные поездки к берегам Крымского полуострова с посещением городов Севастополя, Ялты, Евпатории, Феодосии, Керчи и др.).

2. Приключенческий экотуризм, включающий путешествия в отдаленные природные районы (discovery или adventure holidays); активные экологические на велосипедах (short destinations), многодневные пешеходные маршруты (walking или trekking); путешествия со значительными физическими нагрузками (multiactivity holidays) и др. Приключенческие экотуры являются крайне распространенными и включают те виды активных аттракций туристов, осуществление которых возможно только с использованием естественных природных ресурсов: альпинизм, скалолазание, спелеологический туризм, горный пешеходный туризм, водный, лыжный, горнолыжный туризм, конный туризм, дайвинг.

3. Путешествия для посещения охраняемых природных территорий (национальные природные парки, заповедники, заказники, охраняемые памятники природы) [1, с. 157–158].

Уникальный по богатству своих туристско-рекреационных ресурсов Крымский регион обладает огромным потенциалом для развития экологического туризма. Достаточно сказать, например, что природно-заповедный фонд Крыма занимает территорию площадью более 135 тыс. га, что составляет более 5% от общей площади полуострова. Заповедный статус имеют уникальные участки равнинно-степной, горно-лесной и субсредиземноморской природной среды. Основу заповедного фонда Крыма составляют шесть государственных природных заповедников: Крымский государственный заповедник (создан в 1923 г. и является старейшим на территории полуострова), Ялтинский горно-лесной заповедник и Заповедник «Мыс Мартыан» (созданы в 1973 г.), Карадагский заповедник (создан в 1979 г.), Казантипский и Опукский природные заповедники (созданы 1998 г.).

Также на территории Крымского полуострова действует 33 государственных природных заказника. Наиболее известными из них являются гора Аю-даг, мыс Айя и Большой каньон Крыма. Сеть локально расположенных памятников природы общегосударственного значения представлена 13 объектами, среди которых особую ценность имеют горы Ак-Кая, Каратау, Кошка, Мангуп-Кале, урочище Демерджи, Бельбекский каньон, Агармышский лес, мыс Караул-Оба, пещера Кизил-Коба и карстовая шахта Солдатская [8].

Во многих государствах мира основными центрами экологического туризма являются национальные природные парки. Они доказали свою эффективность как в странах-лидерах международного туризма, особенно в США, так и в развивающихся странах, например в Кении и других африканских государствах. Именно в условиях таких парков, разделенных на несколько зон с разными возможностями посещения, возможно сочетание охраны уникальных природных экосистем с оказанием туристских услуг экологической направленности большому количеству посетителей [3, с. 156]. Ещё в 1960–1970-е гг. отечественные ученые В. Г. Ена, Н. Ф. Реймерс, Ф. Р. Штильмарк и другие предлагали создать в Крыму несколько природных национальных парков: «Крымский», «Ай-Петри», «Карадаг», «Чатырдаг». В 1980-е гг. широко обсуждалась идея о создании гигантского природного национального парка «Таврида», который располагался бы на площади 250–300 тыс. га от мыса Айя до Карадага. Также предполагалось, что по его периферийной территории будет проходить специально предназначенная для туристско-рекреационных целей Большая экологическая тропа Крыма протяженностью около 500 км. Также специалистами обсуждалась идея создания карстово-спелеологического парка на базе многочисленных пещер, шахт и колодцев Чатырдага [12]. Однако все эти проекты так и остались не реализованными и в настоящее время из 40 национальных природных парков, действующих в Украине, лишь один расположен на территории Автономной Республики Крым. Это национальный природный парк «Прекрасная гавань» (Черноморский район), созданный по Указу Президента Украины в 2009 г. и имеющий площадь немногим более 6,2 га [13].

Большие возможности для развития активного экотуризма имеют также значительные по своей площади территории горно-лесной части Крымского полуострова, не входящие в природно-заповедный фонд. Они относятся не только к Южному берегу, но также занимают значительную часть Бахчисарайского, Белогорского, Симферопольского районов. Традиционной формой рекреационного использования природных ресурсов Горного Крыма является маркировка и оборудование прогулочных экологических троп. Первые такие тропы в районе Большой Ялты (Боткинская, Дмитриевская, Штангеевская) появились ещё в конце XIX в. и были созданы по инициативе Крымского горного клуба. В настоящее время наиболее известными, кроме упомянутых выше троп, являются Солнечная (Царская) тропа в районе Ливадии и Голицынская тропа в Новом Свете [12]. Несомненно, что

сеть экологических троп в Горном Крыму должна быть расширена, что особенно актуально для рекреационного развития Бахчисарайского и Белогорского районов.

Важным фактором развития экологического туризма в горно-лесной зоне Крыма является также расширение сети объектов размещения, в том числе имеющих высокую степень комфортности. До революции единственный горный приют в Крыму был создан на плато Чатырдага по инициативе членов Крымского горного Клуба, в основном же вояжерам приходилось искать ночлег в малокомфортных домах жителей местных сел. В поздний советский период (1970–1980-е гг.) на территории полуострова располагалось 18 турбаз общей емкостью свыше 6 тыс. и 33 сезонных туристских приюта на 1,4 тыс. мест [10, с. 191–192].

На современном этапе известны единичные попытки реконструкции и модернизации отдельных объектов размещения советского периода, использование которых имеет экологическую направленность. В качестве примера можно привести туристский комплекс «Ателика Орлиный полет» (бывшая турбаза «Орлиный залет») в с. Соколином Бахчисарайского района. Гостям здесь предлагаются пешие, конные, велосипедные походы различной степени сложности, а также такие аттракционы, как пейнтбол, лазертаг, стрельба из лука и т. д. [14].

При организации активных видов экологического туризма необходимо учитывать повышенные риски возможного негативного воздействия природных факторов на здоровье туристов (травмы различной степени тяжести, укусы насекомыми и животными, отравления дикими растениями и грибами, переутомление, переохлаждение, обезвоживание организма) [15]. Снижение такого рода рисков может быть достигнуто за счет обязательной регистрации туристских групп в контрольно-спасательной службе, подробного информирования туристов о возможных опасностях во время путешествия, контроля соблюдения мер безопасности и повышения квалификации инструкторов, сопровождающих туристов во время экотуров.

Основную часть туристов экологической направленности в горно-лесной зоне Крыма в настоящее время принимают частные сельские усадьбы. Их владельцы постепенно повышают уровень предоставляемых услуг, не только совершенствуя базу размещения, но и создавая этнографические мини-музеи, контактные зооуголки с различными животными и птицами. Основными потребителями такого рода услуг являются родители с детьми. Здесь также развивается «зеленый» гастрономический туризм с исполь-

зованием экологически чистых продуктов местного производства. Однако в большинстве своем сельские усадьбы Крыма не имеют полного пакета разрешительных документов, зачастую действуют за пределами правового поля. Решить эту проблему мог бы четкий и «прозрачный» механизм сертификации и категоризации сельских экологических усадеб по аналогии с тем, который действует в некоторых зарубежных государствах, например, в Польше и странах Прибалтики. Позитивной тенденцией можно считать создание в Автономной Республике Крым общественных организаций, ставящих своей целью развитие экологического («зеленого») туризма в регионе, например, Крымской ассоциации сельского зеленого туризма и Ассоциации народных ремесел и зеленого туризма «СлоуФуд Крым».

К возможным негативным проявлениям экологического туризма традиционно относят превышение предельной антропогенной нагрузки на природные объекты и заповедные территории. Крым здесь не является исключением. По подсчетам крымских ученых ежесуточное количество туристов, посещающих наиболее популярные природные объекты (водопад Учан-Су, Большой Каньон, Демерджи, Ай-Петри и др.) в пик сезона составляет свыше 1 тыс. чел., значительная часть из которых прибывают сюда неорганизованно. Повышенная антропогенная нагрузка приводит к деградации уникальных лесных массивов, уничтожению растительного покрова и подлеска, скоплению мусора и отходов, частым лесным пожарам. Несмотря на заметный сезонный спад крымского экологического туризма в холодное время года достаточно большая концентрация рекреантов, занимающихся активными аттракциями, наблюдается зимой на Ай-Петри и в районе Ангарского перевала [9]. Очевидно, что для минимизации антропогенного воздействия на природные объекты необходимо сочетать административные меры с просветительской работой, направленной на повышение уровня экологической культуры всех туристов, но особенно – участников экологических туров.

Одной из особенностей развития экологического туризма в мире является значительная удаленность от основных туристских центров, невысокая степень транспортной доступности и недостаточно развитая инфраструктура тех природных территорий, которые могут представлять интерес для экологических путешествий [2, с. 32]. В Крыму эта проблема в основном актуальна для объектов, расположенных на территории Раздольненского, Джанкойского, Советского, Ленинского районов, например для орнитологического филиала Крымского государственного природного заповедника «Лебяжий остров».

Выводы. Таким образом, Автономная Республика Крым обладает большим потенциалом для развития экологического туризма, который признается одним из приоритетных направлений развития туристско-рекреационной деятельности в регионе. Разработанная в 2011 г. «Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020» предусматривает определенные мероприятия по развитию экологического туризма на полуострове: реализацию проекта Большой экологической тропы Крыма протяженностью около 500 км; разработку сети экологических учебных троп; создание туристско-информационных центров на территории объектов природно-заповедного фонда для выполнения функций экологического просвещения; активизацию деятельности по организации экологических туров и экспедиций.

Несмотря на то, что с развитием экологического туризма связан целый комплекс специфических проблем, он может способствовать диверсификации потока национальных и иностранных туристов, посещающих Автономную Республику Крым, расширить географию популярных туристско-рекреационных объектов и способствовать расширению сезонных рамок крымского туристского продукта. Наиболее удачной формой для этого представляется создание на территории Крыма ряда национальных природных парков, а также густой сети экологических туристских троп. Однако при этом нельзя забывать о самой философии глобального экологического движения в туризме, основанной на принципах устойчивого развития природных территорий, сохранения естественных ландшафтов и разнообразия живых организмов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учебное пособие / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
2. Кекушев В. П. Основы менеджмента экологического туризма : учебное пособие / В. П. Кекушев, В. П. Сергеев, В. Б. Степаницкий. – М. : Изд-во МНЭПУ, 2001. – 60 с.

3. Кручек О. А. Екологічний туризм як важливий чинник сталого розвитку туристичної галузі (практикологічний аспект) / О. А. Кручек // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права : збірник наукових праць. Серія: філософські науки. Випуск 7 / редколегія В. С. Пазенок (гол.) та ін. – К. : КУТЕП, 2010. – С. 144–158.
4. Лукичев А. Б. Сущность устойчивого и экологического туризма / А. Б. Лукичев // Российский журнал экотуризма. – 2011. – № 1. – С. 3–6.
5. Смаль В. В. Світовий досвід розвитку екологічного туризму / В. В. Смаль, І. В. Смаль // Український географічний журнал. – 2003. – № 4. – С. 58–64.
6. Храбовченко В. В. Экологический туризм : учебно-методич. пособие / В. В. Храбовченко. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
7. Казаков Н. П. Экологическое предпринимательство в туризме / Н. П. Казаков, Н. А. Якубовская // Национальный журнал «Туристские фирмы». Вып. 48(16). – СПб. : Невский фонд, 2009.
8. Бучацкий А. И. Анализ предпосылок развития сельского зеленого туризма в Автономной Республике Крым / А. И. Бучацкий, О. В. Донец ; Информационно-консультационный центр ЮФ НУБиПУ «КАУ». – Симферополь, 2008. – 94 с.
9. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 (Проект) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : eep.org.ua/files/СТРАТЕГИЯ_ТРК2020-финал.doc.
10. Яковенко И. М. Эволюция процесса туристско-рекреационного развития Крыма: географический аспект / И. М. Яковенко // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 176. – С. 190–194.
11. Экологический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Экологический_туризм](http://ru.wikipedia.org/wiki/Экологический_туризм).
12. История развития заповедного дела в Крыму [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kazantip.nm.ru/zapdelo.htm>.
13. Указ Президента України від 11.12.2009 р. «Про створення Національного природного парку “Чарівна гавань”» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1037/2009>.
14. Туркомплекс «Ателика Орлиный полет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.orpolet.com/>.
15. Душевский В. П. Осторожно: горы! Книга для туристов / В. П. Душевский, О. И. Гриппа. – Симферополь : Таврия, 1981. – 128 с.

УДК 338.48

Адельсеитова Э. Б., Билялова Э. А.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Дана стаття присвячена розгляду особливостей розвитку туристсько-рекреаційної галузі в Україні в умовах євроінтеграції. Виявлені позитивні та негативні чинники впливу євроінтеграції країни на розвиток галузі туризму, розроблені рекомендації по розвитку туристсько-рекреаційної галузі.

Ключові слова: туристсько-рекреаційна галузь, євроінтеграція, сфера гостинності, державна політика.

Данная статья посвящена рассмотрению особенностей развития туристско-рекреационной отрасли в Украине в условиях евроинтеграции. Выявлены положительные и отрицательные факторы влияния евроинтеграции страны на развитие отрасли туризма, разработаны рекомендации по развитию туристско-рекреационной отрасли.

Ключевые слова: туристско-рекреационная отрасль, евроинтеграция, сфера гостеприимства, государственная политика.

This article is devoted consideration of features of development of tourist industry in Ukraine in the conditions of euro integration. It is in-process certain that the strategic purpose of Ukraine is aspiration to become the member of European Union. Euro integration of country implies under itself reforms which will result in acceptance of the European standards of terms of life in all spheres of activity. Tourism in Ukraine has all pre-conditions to become the stable source of addition to the state and local budgets, and also expansions of acquaintance with an historical cultural legacy and natural potential of country. Tourist industry is priority direction of development of economy of Ukraine. In the article the positive and subzero factors influence of euro integration of country are exposed on development industry of tourism, developed recommendation on development of tourist industry: the use of experience is in development tourism of countries of EU; increase of standard of living of population to the standards of EU; simplification process of passing of custom scopes; improvement of the program on development of tourism in Ukraine.

Key words: tourist industry, euro integration, sphere of hospitality, public policy.

Постановка проблемы. В условиях современности экономическое состояние Украины оказывает существенное влияние на международные отношения государства. При вступлении в международные организации необходимо отвечать определенным критериям. Довольно часто этот процесс является нелегким. Стратегической целью Украины на этапе развития рыночной экономики является стремление стать членом Европейского Союза. Процесс евроинтеграции нашей страны не является простым и ведет свою историю с 2004 года. Но, к сожалению, вопрос относительно членства Украины в ЕС имеет свои неопределенности.

Евроинтеграция подразумевает реформы с целью приближения к европейским стандартам во всех сферах жизни. Туристическая сфера существенно влияет на такие секторы экономики, как производство товаров народного потребления, строительство, транспорт, сельское хозяйство, торговля и др. Туристско-рекреационная отрасль, на наш взгляд, является приоритетным направлением развития экономики Украины для реализации процесса евроинтеграции.

Анализ литературы. Вопросам евроинтеграции Украины посвящены многие статьи и публикации. Например, работы И. Б. Загарской [1], Б. Стативка [2], В. Пили, С. Писаренко, Гж. Колодко, З. Герасимчука, В. Борщевского и многих других.

О развитии Украины в условиях евроинтеграции неоднократно упоминалось в средствах массовой информации. Но вопрос особенностей развития туристско-рекреационной отрасли в Украине в условиях евроинтеграции не рассматривался.

Цель статьи – выявление положительных и отрицательных факторов влияния евроинтегра-

ции на развитие туристско-рекреационной отрасли в Украине.

Изложение основного материала. Одним из самых перспективных направлений социально-экономического развития любой страны в мире считается туристско-рекреационная отрасль (туризм). Туризм как сфера хозяйственной деятельности является сложной системой, уровень развития которой зависит от степени развития экономики в целом.

Сфера гостеприимства в развитых странах является наиболее сильной. «В процессе международного туристического обмена ежегодно возвращается свыше 2,2 трлн. долларов США. Его обслуживают более 200 миллионов человек (половина из них работает в гостиничном хозяйстве), что составляет 8% всех рабочих мест. Ни одна индустрия не может похвастаться таким количеством работников, имеющих непосредственные контакты с потребителями своей продукции. Всего же туризм дает 11% налоговых поступлений», – утверждает корреспондент газеты «Зеркало недели. Украина» [2].

В настоящее время туристический бизнес в Украине является перспективным и приобретает особое значение. Туристско-рекреационная отрасль признана неотъемлемой частью мирового туристского процесса. Значимым источником пополнения государственного бюджета, а также создания новых рабочих мест является туризм.

Отрасль туризма вырабатывает 8% ВВП и 20% внешнеторгового оборота Украины. Сегодня каждый турист, посещающий Украину, оставляет здесь почти 500 долларов США [2]. Для усиления подобных благоприятных тенденций нужно преодолеть ряд причин, среди которых сложная социально-экономическая ситуация, от-

сутствие регулирования механизмов стимулирования туристической индустрии, узкая осведомленность о широте туристических услуг, недостаточное количество выделяемых средств из бюджета на реконструкцию памятников истории и архитектуры, неурегулированная нормативно-правовая база и т. д.

Дадим определение понятию «туризм». Туризм – это временный выезд лица с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых или других целях, без осуществления оплачиваемой деятельности в месте пребывания [1].

Туризм – пространственное явление, связанное с возможностью использования рекреационного и историко-культурного потенциала территории стран и их отдельных регионов в определенных социально-экономических и политических условиях [3].

Нами предлагается определение туризма как временного выезда лиц в целях использования рекреационного, историко-культурного, оздоровительного, познавательного и профессионально-делового потенциала стран и зарубежных государств.

Украина обладает выгодным географическим положением, что обуславливает существенные преимущества для развития туризма перед другими странами. Бизнес туристско-рекреационной отрасли расширяется, тем самым создавая новые места для отдыха и оздоровления. Туристическая привлекательность страны повышается, но не всегда достаточно интенсивно. Таким образом, предпосылками развития туризма в Украине, по нашему мнению, являются следующие:

- благоприятные природно-климатические условия для развития туристско-рекреационной деятельности;
- наличие на территории Украины лечебно-курортных, бальнеологических, бальнеогрязевых ресурсов;
- рекреационный потенциал развития оздоровительного отдыха на побережьях Черного и Азовского морей;
- богатый природно-заповедный фонд;
- наличие историко-культурных, этнических и религиозных ценностей;
- богатое культурное наследие многонационального населения;
- экскурсионный потенциал.

Следует отметить, что объективно Украина имеет все предпосылки для устойчивого развития внутреннего и внешнего туризма. Однако в связи с рядом причин, которые тормозят развитие туристско-рекреационной сферы в нашей стране, она занимает скромное место на мировом туристическом рынке.

На наш взгляд, можно назвать такие причины неразвитости отрасли туризма в Украине:

- сложная социально-экономическая ситуация (безработица, снижение естественного прироста населения, увеличение миграционных процессов, разбалансировка хозяйственных связей, неудовлетворительное состояние историко-культурных ценностей, недостаточное финансирование);
- отсутствие регулирования механизмов стимулирования туристической индустрии;
- отсутствие рекламы внутреннего туризма и активная реклама международного туризма для населения страны;
- узкая осведомленность о широте туристических услуг, из-за отсутствия бесплатных путеводителей по городу;
- недостаточное количество выделяемых средств из бюджета на реконструкцию памятников истории и архитектуры;
- неурегулированная нормативно-правовая база;
- отсутствие эффективной стратегии развития отрасли туризма на всех уровнях власти.

Подводя итог, отметим, что, несмотря на все социально-экономические причины, по которым останавливается развитие туризма, Украина имеет ряд благоприятных предпосылок для развития данной отрасли. Туризм в Украине может стать сферой реализации рыночных механизмов, благодаря которой появится еще один источник пополнения государственного и местного бюджетов, а также расширится ознакомление с историко-культурным наследием и природным потенциалом нашей страны.

Одним из актуальных вопросов общества является вероятность вхождения Украины в Европейский Союз. В законе Украины «Об основах национальной безопасности Украины» и в Стратегии национальной безопасности Украины указано, что евроинтеграция является на сегодняшний момент важной составляющей общей стратегии национального развития государства.

Евроинтеграция Украины вызывает интерес не только у высшего руководства страны, но и у населения. В результате исследования, проведенного Фондом «Демократические инициативы» совместно с аналитическим центром им. А. Розумкова, 48% украинцев полагают, что Украине следует придерживаться внешнеполитического курса на евроинтеграцию, и лишь 40% населения поддерживают вступление Украины в таможенный союз с РФ [4].

Вступление в ЕС для Украины, на наш взгляд, означало бы политическое признание, повышения экономического и общекультурного уровня населения, снятие торговых барьеров, переход к зоне свободной торговли, а также уве-

личение количества западных инвесторов и предпринимателей. Вышеперечисленные преимущества могут благотворно повлиять на развитие туристско-рекреационной отрасли в экономике Украины. Но не стоит забывать: где есть плюсы, там есть и минусы. Евроинтеграция может нанести значительный урон отечественным производителям, так как в условиях рынка они могут не выдержать конкуренции, а также может образоваться негативная тенденция оттока трудовых ресурсов.

Сегодня Украина для европейцев, в целом, является непознанной постсоветской страной восточной Европы. Поэтому увеличение туристической привлекательности нашей страны для гостей из Центральной и Западной Европы должно стать приоритетным вектором работы высших органов власти. Создание позитивного образа Украины – важное направление евроинтеграции, которое должно включать в себя зарубежные визиты деятелей науки и культуры, публикации в прессе о достижениях правительства, развитие совместной деятельности общественных, молодежных организаций Украины и стран Европейского Союза, и наконец – позитивные впечатления туристов-европейцев, посетивших нашу страну.

Украина обладает большими возможностями для развития как внутреннего, так и внешнего туризма. Этому способствует ряд факторов: географическое расположение, разнообразный рельеф, благоприятный климат, историко-культурные ценности, туристско-рекреационный и трудовой потенциал. Но, глядя глазами европейцев, наша страна не имеет должного развития этой важной отрасли экономики. Такой ситуации способствует ряд причин, среди которых отсутствие качественной инфраструктуры, несовершенство нормативно-правовой базы, низкий уровень жизни населения, технологическая отсталость, низкая инвестиционная привлекательность.

Вследствие того, что нормативно-правовое поле несовершенно и экономические реформы в Украине часто принимаются неожиданно, что неблагоприятно сказывается на предпринимательстве, сдерживается развитие туризма. Подобная ситуация неблагоприятно сказывается на поступлении инвестиций для развития как внутреннего, так и внешнего туризма. Экономический климат, который имеет неблагоприятный характер, приводит к существованию того факта, что многие туристические предприятия, имеющие лицензии на предоставление туристических услуг, фактически не работают и не приносят дохода стране.

Мы считаем, что на мировом рынке отечественный туристический продукт должен быть

конкурентоспособным, это подразумевает под собой цель стратегического развития туризма Украины. Туристический продукт необходимо развивать так, чтобы он максимально удовлетворял потребности гостей и граждан страны. Для этого необходимо обеспечить комплексное развитие территорий и их социально-экономические интересы для сохранения экологического равновесия и историко-культурной ценности окружающей среды.

Возвращаясь к положительным аспектам евроинтеграции Украины, необходимо отметить перспективу либерализации визового режима со странами Европейского Союза, что, безусловно, повлияет на развитие эффективных и взаимовыгодных торгово-экономических отношений. Эти аспекты лежат в основе двустороннего соглашения между Украиной и ЕС, подписание которого поможет в нашей стране использовать европейский поход к соблюдению прав и свобод человека.

Таким образом, рассматривая перспективы развития туристско-рекреационной отрасли в Украине, можно говорить о том, что современный туризм является той сферой экономики, которая интегрирует практически все отрасли хозяйства страны. Благодаря этому фактору туризм занимает одно из первых мест приоритетного развития любой страны. Именно поэтому правительство должно задуматься над тем, что необходимо формирование нового государственного подхода к этой отрасли, развитие которой положительно повлияет на экономическое и социальное положение Украины, будет стимулировать многие важные отрасли экономики, способствовать формированию позитивного имиджа страны и успешной ее евроинтеграции.

Для того чтобы Украина перешла на новый постиндустриальный уровень развития, необходимо усовершенствовать деятельность в туристической индустрии.

Развивая туристско-рекреационную отрасль в Украине, следует выделить основные направления ее совершенствования. Мы считаем, что первоначальной целью должно являться определение четкой стратегии развития отрасли туризма на всех уровнях власти. Причиной отсутствия должного финансирования туристско-рекреационной отрасли выступает дефицит бюджетных средств. Для предприятий туристической индустрии не установлены льготы для налогообложения, что, бесспорно, благоприятно сказалось бы на развитии туризма.

Создавая экономические условия, которые будут стимулировать развитие туризма в Украине, государство способствует увеличению привлекательности страны. Привлечение нацио-

нальных и иностранных инвестиций в туристско-рекреационную отрасль позволит создать качественную инфраструктуру сферы гостеприимства. Внедрение системы статистической отчетности субъектов туристической деятельности позволит государственным службам своевременно реагировать на изменения ситуаций, которые могут привести к застою отрасли или ее кризису и принимать своевременные решения. Создание равных возможностей на рынке туристических услуг для субъектов предпринимательства вне зависимости от формы собственности даст возможность развиваться здоровой конкуренции, что приведет к улучшению качества предоставляемого продукта.

Евроинтеграция Украины и возобновление активности туристического бизнеса внутри страны позитивно повлияют на развитие отрасли туризма в целом. Следствием чего интерес мировых туроператоров к нашей стране повысится, и будет произведено размещение своих услуг на территории Украины. Выбирая курс на Европу, Украина должна поставить перед собой задачу развития туризма в стране путем создания благоприятной организационно-правовой и экономической среды. Правительству необходимо принять меры для эффективного использования природного и историко-культурного потенциала Украины.

Подводя **итог** вышеизложенному, для эффективного развития отрасли туризма в Украине в условиях евроинтеграции можно рекомендовать:

- использовать опыт в развитии отрасли туризма стран европейского региона, таких как Польша, Италия, Турция и др.;

- повысить уровень жизни населения до европейских стандартов (уменьшить уровень безработицы, повысить естественный прирост населения, увеличить миграционные процессы, сбалансировать хозяйственные связи);
- упростить процесс выдачи виз и прохождения таможенных границ Украины;
- усовершенствовать туристическую инфраструктуру (повысить качество туристических услуг, привести в соответствие стоимость услуги с ее качеством т. д.);
- усовершенствовать государственные программы по развитию туризма Украины, вести их мониторинг и контроль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм» от 10.10.2013 г. № 324/95-ВР [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
2. Стативка Б. Туризм в XXI веке: глобальные тенденции и региональные особенности [Электронный ресурс] / Б. Стативка // Зеркало недели. – Режим доступа : http://gazeta.zn.ua/SOCIETY/turizm_v_hhi_veke_globalnye_tendentsii_i_regionalnye_osobennosti.html.
3. Зазгарская И. Б. Проблемы и перспективы развития туризма на территории украинских Карпат [Электронный ресурс] / И. Б. Зазгарская. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/zazgarskaya1.htm.
4. 48% граждан Украины поддерживают Евроинтеграцию, 40% – вступление в ТС (Опрос) [Электронный ресурс] // Независимое бюро новостей. – Режим доступа : <http://nbnews.com.ua/news/73366/>.

УДК 379.85

Ганиева А. К.

ФОРМИРОВАНИЕ СЕГМЕНТОВ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ

У статті розглянуті актуальні проблеми формування сегментів міжнародного ринку рекреаційних послуг. Проаналізовані основні наукові підходи визначення геомаркетингу, обґрунтована необхідність подальшого розширення напрямку економіко-географічних досліджень, зокрема щодо факторів формування пропозиції та попиту цього ринку, особливостей ресурсного забезпечення і реалізації рекреаційного продукту на міжнародному ринку.

Ключові слова: міжнародний ринок, рекреаційна послуга, геомаркетинг, попит та пропозиція послуг, природно-ресурсний рекреаційний потенціал.

В статтє рассмотрены актуальные проблемы формирования сегментов международного рынка рекреационных услуг. Проанализированы основные научные подходы к определению геомаркетинга, обоснована в историческом аспекте необходимость дальнейшего расширения направлений экономико-географических исследований непосредственно факторов формирования спроса и предложения этого рынка, особенностей ресурсного обеспечения и реализации рекреационного продукта на международном рынке.

Ключевые слова: международный рынок, рекреационная услуга, геомаркетинг, спрос и предложение услуг, природно-ресурсный рекреационный потенциал.

In the article the issue the day of forming of segments of international market of recreation services is considered. Basic scientific approaches to determination of geomarketing are analysed, the necessity of further expansion of directions of economic geographic researches, directly factors of forming of demand and supply of this market, features of the resource providing and realization of recreation product at the international market is grounded.

Key words: *international market, recreation services, geomarketing, demand and supply of services, a natural-resource recreation's potential.*

Постановка проблемы. Кардинальные изменения, происходящие в обществе в начале XXI в., стремительное развитие рынка услуг, интеграция Украины в систему международных экономических связей обуславливают формирование новых направлений общественно-экономических исследований. Значимость сферы услуг имеет тенденцию к росту. В первую очередь, это связано с ее воздействием на развитие международных связей, динамикой национальных экономик и отдельных регионов, возможностью пополнения валютных поступлений. Следовательно, происходит изменение исследовательских приоритетов и появление новых парадигм. Наблюдается увеличение спроса на научно обоснованные рекомендации по совершенствованию территориальной организации производства и потребления товаров, услуг как со стороны предпринимателей, так и со стороны органов управления. В условиях глобализации рынков происходит формирование новых рыночных структур, поэтому исследования их территориальной организации и функциональных особенностей приобретают на современном этапе особую актуальность.

Анализ литературы. В мировой практике такие исследования развиваются в рамках обособленного научно-практического направления – геомаркетинга (в США – Marketing Geography, в Европе – Geomarketing). Подходы научной сферы сформулированы в работах американских географов У. Эпплбаума, С. Коена, В. Гудмена, В. У. Ристоу, Б. Эпштейна, Ч. Харриса, французского географа М. Флиппоно, позже в трудах бельгийских исследователей Ж.-Ж. Криммо и М. Роланда, португальских маркетологов П. Афонсо, М. Гомеса, М. Абрантеса [1, с. 3; 2], российских ученых и исследователей А. И. Левина, А. П. Яркина [3], М. С. Нудельмана [4].

В отечественной науке такое направление еще не сформировалось, хотя количество публикаций в данной отрасли растет. Территориальные аспекты развития рынков товаров и услуг с использованием экономических и географических методов рассматриваются в работах таких украинских ученых, как В. К. Бабарицкая, Г. В. Балабанов, Н. В. Страчкова [1], Л. М. Черчик [2], А. Лиманский, Я. Лужковский [5], В. М. Кислый, Г. М. Шевченко [6]. Результаты геомаркетинго-

вых исследований создают научную основу принятия эффективных решений в условиях конкурентной предпринимательской среды и направлены на формирование позитивного имиджа территории, усиления инвестиционной привлекательности.

Целью статьи является экономико-географическая оценка сегментов международного рекреационного рынка на разных территориальных уровнях и определение приоритетных направлений последующего развития международного рынка рекреационных услуг (МРРУ).

Изложение основного материала. В условиях современных рыночных отношений возрастают потребности в специальных исследованиях территориальной организации рыночных структур, которыми являются общественно-географические образования. Следовательно, одной из главных задач является повышение конкурентоспособности регионов, моделирование процессов их развития для обоснования конструктивных рекомендаций для усиления деловой, социальной активности и инвестиционной привлекательности. С целью изучения территориальных аспектов создания рыночных структур в мировой практике сформировалось особое научно-практическое направление – геомаркетинг, объединивший достижения экономических и географических наук. Сущность геомаркетинга – выявление тенденций и закономерностей развития и функционирования разных типов территориальных рынков с использованием методов экономических, географических и социологических наук. К основным тематическим направлениям геомаркетинговых исследований относятся анализ существующих и потенциальных территориальных рынков (общественно-географическое положение, емкость, спрос и предложение, товарная и конкурентная структура, конъюнктура), территориальная сегментация рынков, выделение районов обслуживания и торговых зон, выбор географических каналов распределения товаров и услуг, мест размещения предприятий.

Методы геомаркетингового исследования особенно важны при изучении рынка рекреационных услуг, учитывая его специфику, особенности спроса и предложения. Из географических позиций МРРУ является территорией, в пределах которой осуществляется взаимное функцио-

нирование продавцов рекреационных услуг и покупателей.

Спрос на рекреационные услуги достаточно гибкий, зависит от уровня доходов и цен, испытывает воздействие политических и социальных факторов, имеет существенные сезонные колебания. Рекреационное предложение напротив – стабильнее, не имеет избытка (рекреационные услуги используются непосредственно по месту их производства).

Отличие наблюдается и в том, что существует значительный территориальный разрыв между центрами формирования спроса и реализации рекреационного продукта.

В функциональном плане МРПУ является системой, в которой взаимодействуют три основных субъекта рекреационной деятельности [6]: производители рекреационных услуг (туроператоры), посредники (турагенты) и потребители. Это происходит благодаря прямым (предоставление рекреационных услуг, продажа рекреационного продукта) и обратным (финансовые потоки, информация об удовлетворенности рекреационным продуктом) связям с учетом природных, историко-культурных, социальных, экономических, научно-технических, политических и правовых факторов.

Роль рыночного подхода к территориям рекреации заключается в балансировании интересов субъектов (группы рекреационных предприятий, расположенных на данной территории) и собственно рынка (группы покупателей-рекреантов) [6]. При этом следует учитывать, что широкое определение международного рекреационного рынка (в соответствии с подходами множественности рынков современной экономики) позволяет наряду с рынком потребителей рекреационного продукта отдельно рассматривать рынок рекреационных ресурсов. Теоретически обособленно можно рассматривать также рынок природных ресурсов, которые превращаются в рекреационные, рынок производителей рекреационного продукта, рынок посредников (например, турагентская и частично туроператорская деятельность), рынок государства (территориальные органы и правительство используют средства, полученные в форме налогов, сборов и штрафов, и направляют их по целевому назначению для удовлетворения общественных потребностей).

Следующим важнейшим элементом МРПУ является рыночный природно-рекреационный потенциал территории – это максимальный объем продаж рекреационного продукта, которого могут достичь все предприятия рекреации в пределах данного региона на основе использования природных ресурсов, на протяжении определенного периода времени при данном уровне марке-

тинговых усилий и условий внешней среды; и одновременно это предел спроса по мере наращивания маркетинговых расходов в данной рекреационной рыночной среде [6].

На наш взгляд, рыночный потенциал на уровне территории является формой ее экономического потенциала, определенного характером взаимосвязей «спрос – предложение» между предприятиями и потребителями, в нашем случае – рекреационных услуг в пределах определенного региона. При этом способность рекреационных предприятий эффективно распоряжаться ресурсами данной территории с помощью действенного рыночного механизма позволяет приводить в соответствие их внутренние возможности и внешние условия их функционирования [6].

Анализ создания рекреационного продукта, учитывая циклический характер этого процесса, целесообразно начать с формирования рекреационных потребностей, об определяющей роли которых идет речь в работе М. С. Нудельмана: «...формирование системы рекреационного природопользования является объективным следствием растущих потребностей общества в рекреации» [4, с. 6]. Потребности в рекреации являются составной частью системы общественных потребностей и развиваются по общим законам, исследованным в работах [3; 7]. Следует отметить, что рекреационные потребности условно можно рассматривать как самостоятельную подсистему, поскольку, изучая динамику общественных потребностей, необходимо оценивать их в единственном социально-экономическом процессе производства и потребления [4, с. 11]. На формирование и развитие рекреационных потребностей влияют увеличение длительности свободного времени, качественное изменение его структуры и существенное изменение характера жизнедеятельности. Удовлетворение рекреационных потребностей зависит от возможностей производства рекреационных услуг, обусловленных рядом факторов. К материальным факторам относят рекреационные ресурсы – компоненты географической и антропогенной среды, которые благодаря таким свойствам, как уникальность, историческая или художественная ценность, эстетическая привлекательность и оздоровительная значимость, могут быть использованы для организации разных видов и форм удовлетворения рекреационных потребностей.

Влияние рекреационных ресурсов рассматриваемых в системе МРПУ на формирование рекреационных потребностей имеет не прямое влияние, обусловленное совокупностью взаимосвязей в системе рекреационной деятельности. Аналогично и действие международного рынка

рекреационных услуг, который в современных общественных условиях можно назвать основной предпосылкой изменения индивидуальных рекреационных потребностей. На уровне производства это объясняется взаимозависимостью влияний в системе «рекреационные потребности – рекреационный продукт»: потребности формируют продукт, и, напротив, на основе созданного продукта возникают новые или продолжают существовать или трансформируются уже существующие потребности.

Таким образом, анализ сущности и содержания рекреационных потребностей позволяет утверждать, что последние являются объективной категорией и определяются уровнем расходов физической и психической энергии в процессе жизнедеятельности человека в первую очередь во время производственной деятельности, а следовательно, и необходимостью компенсации этих расходов. Кроме того, на рекреационные потребности влияют экономико-географические и социально-психологические условия. Потребности не могут реализовываться при отсутствии необходимых условий и выступать как спрос на рекреационные услуги, если нет их предложения.

На основе рекреационных потребностей формируется спрос рекреантов, выраженный не столько в их желании, сколько в способности получать рекреационные услуги. Согласно позиции Ф. Котлера: «Потребности превращаются в спрос, когда за ними – покупательная способность человека» [8, с. 38]. Следовательно, на основе взаимодействия спроса и предложения на рекреационные услуги возникает рекреационный продукт. Рекреационный продукт ориентирован непосредственно на потребителя и учет его индивидуальных потребностей. Поэтому международная рекреация как сектор мировой экономики исполняет активную роль в формировании рыночного пространства, охватывающее сферы и отрасли, которые прямо или опосредствованно принимают участие в создании рекреационного продукта.

Как известно, рекреационный спрос имеет комплексный характер, поскольку продукт, на который он предъявляется, включает гетерогенную совокупность базовых (основных) и дополнительных услуг и товаров. Их относительно краткосрочное потребление дополняет повседневное потребление основной, более многочисленной группы товаров первой жизненной необходимости в местах постоянного обитания людей. Поэтому природа рекреационного спроса имеет дополняющий характер и удовлетворяется в основном в период отпусков и только там, где есть соответствующие рекреационные ресурсы и

предприятия: санатории, пансионаты, дома отдыха и т. п. Развитие МРПУ и его составляющих основаны на новых технологиях организации сервиса, на инновационном подходе к подбору и подготовке кадров с высоким уровнем образования и квалификации.

Международный рынок требует маркетингового подхода к проведению сегментации рынка по определенным принципам, позволяющим выявить определенные потребности в рекреационных услугах отдельных сегментов и предложить им услуги соответствующего уровня и качества.

Следует отметить, что активизация международного бизнеса, который позволяет сформировать достаточную сеть малых предприятий в рекреационной сфере, может стать основной организационной формой, через которую значительное количество предпринимателей реализуют свою цель и положат начало активной экономической деятельности. Малые рекреационные предприятия способны реализовать предпринимательский потенциал экономически активного населения: организация пунктов питания, мини-гостиниц, зеленого туризма, транспортного обслуживания экскурсий и т. п. Именно малый бизнес является организационной формой предоставления международных рекреационных услуг, обеспечивающих реализацию нововведений, необходимый уровень конкуренции, высокое качество предоставления рекреационных услуг.

В настоящее время в развитых странах малые предприятия являются весомым сектором рыночной экономики, определяющим темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Международный рынок рекреационных услуг охватывает разных участников и заинтересованные стороны, к которым относятся субъекты рынка, предоставляющие рекреационные услуги, потребители услуг, плательщики услуг, посредники, координаторы, определенные государственные структуры.

Каждый сегмент в процессе организации и предоставления рекреационных услуг рассчитывает на коммерческий успех, реализует собственные интересы, и на повышение своей роли, расширение сферы влияния, выхода на новые рынки сбыта. Конкуренция на МРПУ создает все необходимые предпосылки для существенного повышения качества обслуживания, модернизации и диверсификации услуг, формирования и соблюдения качественно новых социальных стандартов.

Роль каждого государства в социальной сфере, в частности, в рекреационной – это формирование государственных социальных стан-

дартов, в том числе и в рекреационной сфере, разработка и апробация инновационных моделей предоставления рекреационных услуг широким слоям населения.

Выводы. Формирование сегментов рынка рекреационных услуг сопровождается качественными сдвигами в системе организации, управления и структуры обслуживания населения. Результатом этого становится всесторонняя модернизация рекреации, начиная с объектов инфраструктуры, реструктуризации форм собственности, информационного обеспечения и заканчивая коммерциализацией услуг. Применение маркетинговых инструментов, с целью повышения эффективности функционирования предприятий МРПУ предполагает комплексное изучение потребностей населения в подобных услугах, их всесторонний анализ и сегментацию рынка.

К проблемам, которые тормозят развитие отношений в международном рекреационном рынке, следует отнести несовершенство законодательной базы социальной сферы; отсутствие надлежащей информации о рынках услуг; административный подход к управлению; наличие разных неформальных теневых рынков. Вследствие этого украинский рынок рекреационных услуг как часть МРПУ характеризуется низкой активностью предпринимательской деятельности и находится еще на стадии своего становления.

Современный международный рынок рекреационных услуг требует в первую очередь создания маркетинго-аналитических центров, в функцию которых следует включить исследование и анализ потребностей рынка, как существующего, так и перспективного, разработку эффективных маркетинговых инструментов про-

движения рекреационных услуг, рекламирование возможностей предприятий и организаций отрасли, предоставление рекреационных услуг определенного ассортимента и качества, разработку инновационных услуг и новых технологий их предоставления.

ЛІТЕРАТУРА

1. Страчкова Н. В. Автономна Республіка Крим на ринку рекреаційних послуг (суспільно-географічна оцінка рівня розвитку) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 – Економічна і соціальна географія / Страчкова Наталя Василівна ; Інститут географії НАН України. – К., 2001. – 21 с.
2. Черчик Л. М. Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів / Л. М. Черчик // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 1. – С. 95–104.
3. Левин А. И. Экономика потребления: вопросы теории, управления, прогнозирования / А. И. Левин, А. П. Яркин. – М. : Наука, 1984. – 315 с.
4. Нудельман М. С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования : монография / М. С. Нудельман. – К. : Наукова думка, 1987. – 132 с.
5. Ліманський А. Міжнародний туризм в епоху глобалізації / А. Ліманський, Я. Лужковський // Журнал європейської економіки. – 2005. – Том. 4. – № 3. – С. 295–306.
6. Кислий В. М. Аналіз передумов формування ринку рекреаційних послуг в Україні / В. М. Кислий, Г. М. Шевченко // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 2. – С. 27–36.
7. Евстигнеев Л. П. Формирование потребностей в развитом социалистическом обществе / Л. П. Евстигнеев. – М. : Мысль, 1975. – 254 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 896 с.

УДК 331.108

Гафарова Э. Р., Адельсеитова Э. Б.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ТУРУСЛУГ КАК КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Стаття присвячена питанням взаємозв'язку поліпшення якості обслуговування клієнтів туристичної фірми та покращення ефективності управління персоналом, оскільки персонал в індустрії туризму є найважливішою складовою частиною кінцевого продукту, одним з основних ресурсів конкурентних переваг організації, отже, якість обслуговування в туристських організаціях залежить від майстерності і свідомості службовців. Розглянуто комплекс факторів, що визначають якість послуг, що надаються туристичними підприємствами, визначено основні напрямки діяльності з метою підвищення якості обслуговування клієнтів.

Ключові слова: туристичний продукт, ефективне управління, послуги, якість обслуговування, персонал, клієнти.

Статья посвящена вопросам взаимосвязи улучшения качества обслуживания клиентов туристической фирмы и улучшения эффективности управления персоналом, поскольку персонал в индустрии туризма является важнейшей составной частью конечного продукта, одним из основных ресурсов

конкурентных преимуществ организации, и следовательно, качество обслуживания в туристских организациях зависит от мастерства и сознательности служащих. Рассмотрен комплекс факторов, определяющих качество услуг, предоставляемых туристическими предприятиями, определены основные направления деятельности с целью повышения качества обслуживания клиентов.

Ключевые слова: туристический продукт, эффективное управление, услуги, качество обслуживания, персонал, клиенты.

The article deals with the relationship to improve the quality of customer service travel company and improve the efficiency of the staff, as the staff in the tourism industry is an important part of the final product, one of the main resources of the organization's competitive advantage, and therefore, the quality of service in tourist organizations depends on the skill and awareness of employees. Considered a range of factors that determine the quality of the services provided by tourism enterprises, the main directions of activities in order to improve the quality of customer service.

Key words: tourism product, good governance, services, quality of service, the staff, the customers.

Постановка проблемы. В настоящее время одной из приоритетных сфер социально-экономического развития АРК становится сфера туризма. Согласно статистическим данным количество населения, занятого в сфере туризма за период 2009–2013 гг., возросло с 1 тыс. 892 чел. до 2 тыс. 130 чел. [1], что свидетельствует о значимости отрасли туризма в социально-экономическом развитии АРК.

Ключевым на предприятиях туристского бизнеса является вопрос эффективности использования трудового потенциала. Для развития системы управления персоналом в целях обеспечения повышения качества туруслуг необходимы инструменты, с помощью которых можно было бы оценить эффективность действующей системы управления и выявить пути ее дальнейшего совершенствования. Поэтому обладание такими инструментами, а также понимание возможностей и путей их использования в управленческой деятельности создает предпосылки для роста качества предоставляемых услуг и эффективности работы в целом. Поскольку особенностью туристской деятельности, отличающей ее прежде всего от производственной сферы, является широкое участие людей, поэтому человеческий фактор оказывает сильное влияние как на качество продукта, так и на результат труда, а следовательно, и на конкурентоспособность турфирмы. Вышеизложенное обуславливает необходимость исследования теоретических положений и практических подходов к понятию качества обслуживания в туристическом бизнесе.

Одной из наиболее важных проблем является разработка способов оценки и направлений повышения эффективности управления персоналом как одного из ключевых факторов обеспечения повышения качества продукта.

Анализ литературы. Исследованием теоретических и практических проблем влияния уровня организации управления персонала на качество обслуживания клиентов в туристиче-

рии занимались такие ученые: И. П. Трегулова [2], В. Г. Гуляев [3], А. Э. Саак [4] и другие.

Однако в рассматриваемой области все еще остается большое количество малоизученных проблем. В частности проблем, связанных с оценкой качества и формированием на этой основе эффективных систем управления туристической фирмой. Слабо изученными являются также проблемы, связанные с факторами внешней среды предприятия, которые прямо и косвенно относятся к качеству предоставляемых услуг. К ним в первую очередь относятся требования рынка, то есть покупателей; конкуренция; обеспечение имиджа фирмы в среде покупателей и другие.

Цель данной работы – исследование взаимосвязи эффективности управления персоналом и качества туристических услуг.

Изложение основного материала. В настоящее время чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, турфирмам необходимо иметь профессионально подготовленных сотрудников и серьезно заниматься вопросами управления персоналом, что, безусловно, отражается на конечном результате деятельности фирмы.

Организация управления персоналом направляется на осуществление сотрудничества персонала и администрации в целях достижения поставленных перед предприятием туристического бизнеса задач. Все чаще применяется принцип коллегиальности в управлении, когда менеджеры работают в тесном контакте друг с другом, взаимозависимости и взаимопомощи [2].

Менеджер предприятий туристического бизнеса призван точно определять каждому подчиненному конечные цели его труда. При этом важно подробно охарактеризовать механизм и этапы их достижения. В этом случае меньше приходится давать поручений, связанных с частными задачами, работник проявляет больше самостоятельности. Менеджер обязан обеспечить

разработку и применение четких инструкций, указаний, использование которых позволяет действовать без дополнительных разъяснений и весьма инициативно [3].

Отличительной характеристикой модели поведения персонала в турсфере является повышение качества обслуживания потребителей туристических услуг и организационной культуры в результате взаимодействия руководителя и подчиненных. Только зная то, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно разработать эффективную систему форм и методов управления.

По нашему мнению, система управления персоналом представляет собой комплекс целей, задач и основных направлений деятельности, а также разных видов, форм, методов и соответствующего механизма управления, направленных на обеспечение постоянного роста эффективности производства, производительности труда и качества работы. Она состоит из нескольких подсистем, которые выполняют соответствующие функции: подсистема подбора и расстановки кадров; подсистема профотбора, повышение квалификации и рост профессионального мастерства; подсистема качества труда и методов ее оценки; подсистема мотивации трудовой деятельности.

Все перечисленные функции связаны единой целью предприятия – повышением качества предоставляемых услуг путем повышения производительности труда на основе максимально возможной реализации способностей работников. Все подсистемы должны быть направлены на то, чтобы потенциальные способности сотрудников, работающих на турпредприятии, полностью были раскрыты.

Для поддержки качества обслуживания туристическая организация разрабатывает стандарты обслуживания, то есть комплекс обязательных для выполнения правил обслуживания туристов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества для всех произведенных операций.

Стандарт определяет критерии, по которым оцениваются уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала организации. Однако, на наш взгляд, стандартизация не решает все вопросы качественного обслуживания клиента, так как качество туристических услуг – это свойство, которое предназначено для формирования у потребителя чувства удовлетворенности его ожиданием [4].

Качество обслуживания, в свою очередь, в туристических организациях зависит от умений персонала, которые рассмотрены на рис. 1.

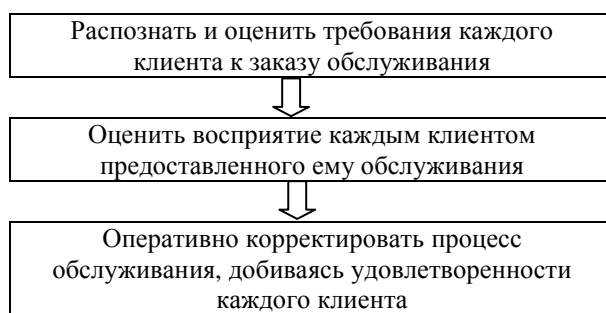


Рис. 1. Умения персонала.

Отметим, что качество услуг имеет специфические возможности и складывается из следующих составляющих: качества исполнения услуг и качества обслуживания населения (рис. 2).



Рис. 2. Классификация качества услуг.

В результате данной классификации качества услуг необходимо отметить следующее:

- качество исполнения услуг – степень соответствия потребительских свойств услуги конкретной общественной потребности, отвечающей как требованиям действующей нормативно-технической документации, так и пожеланиям конкретного потребителя услуги, согласованным при приеме заказа, при оптимальных социально-экономических результатах ее исполнения;
- качество обслуживания населения – степень соответствия потребительских свойств процессов обслуживания общественной потребности, характеризующейся совокупностью условий, методов и средств, обеспечивающих конкретному потребителю возможность получения услуги с минимальными затратами времени и высокой культурой обслуживания при оптимальных социально-экономических результатах обслуживания.

Система управления качеством услуг представляет собой комплекс целей, задач и основных направлений деятельности, а также разных видов, форм, методов и соответствующего механизма управления, направленных на обеспечение постоянного роста производительности труда и качества работы. Она состоит из нескольких подсистем: подсистемы подбора и расстановки кадров; подсистемы профотбора, повышения квалификации и роста профессионального мастерства; подсистемы качества труда и методов ее

оценки; подсистемы мотивации трудовой деятельности.

Данные подсистемы связаны единственной целью предприятия – повышением качества предоставляемых услуг посредством повышения производительности труда на основе максимально возможной реализации способностей работников.

При оценке качества услуги потребитель сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Ожидаемая услуга представляет собой ожидаемое качество и может соотноситься с желаниями и индивидуальными нормами потребителей, с объективными представлениями об ожидаемом или другом стандарте сравнения [4]. Оценка услуги зависит от опыта обращения к производителям подобных услуг, от знания услуги, рыночной коммуникации (сведений из рекламы, СМИ, каталогов, проспектов), личных желаний потребителя и имиджа производителя.

Выборочное восприятие означает, что одна и та же услуга воспринимается всеми ее потребителями по-разному, вследствие индивидуальности их характера, интересов, личных качеств, знаний, а также ситуации, в которой происходит потребление услуги.

Отметим, что восприятие качества во время потребления может приспосабливаться к сформировавшимся ожиданиям. Если воспринимаемое качество незначительно отклоняется от ожиданий, то потребитель подгоняет восприятие под свои ожидания. Но если воспринимаемая услуга полностью не соответствует ожиданиям, возникает эффект контраста: более высокие ожидания усиливают негативное восприятие. Крайний случай неудовлетворения, как правило, отмечается, если человек уже создал для себя определенный образ и выбирает из того, что ему предложили, только ту информацию, которая входит в рамки этого образа.

Процесс качественного обслуживания клиентов требует особой четкости и высокой организации работы персонала, которая характеризуется высоким уровнем культуры обслуживания и максимальным удовлетворением потребностей клиента. На наш взгляд, индивидуальный характер туристического обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем. Отсюда высокие личные и профессиональные требования к персоналу предприятий туристической индустрии.

Следовательно, цель управления персоналом в индустрии туризма заключается в том, чтобы

мотивировать служащих на предоставление клиентам качественного обслуживания. А этого невозможно достичь без соответствующей координации действий персонала, мотивации и формирования корпоративной культуры, которая повышает лояльность потребителей к туристической организации.

Выводы. В результате проведенного исследования необходимо отметить, что повышение качества предоставляемых услуг является основным показателем эффективного управления.

Будущее в развитии туристической индустрии за теми руководителями предприятий, которые посредством эффективного управления персоналом (что подразумевает координацию действий сотрудников, их стимулирование и формирование благоприятной психологической атмосферы в коллективе) будут не только следовать запросам потребителей, но и научатся предвосхищать их.

Для повышения качества обслуживания в туристической сфере, на наш взгляд, необходимо уделять внимание следующим аспектам деятельности фирмы:

- созданию клиентской базы для отслеживания постоянных покупателей и изучения их привычек, потребностей, предпочтений
- использованию клиентской базы для дополнительного привлечения клиентов (например, позвонить клиенту в день рождения и предложить определенную скидку на тур или дополнительную услугу бесплатно).

Именно от профессиональной деятельности работников организации, уровня обслуживания клиентов, качества их обслуживания зависит увеличение клиентской базы, и соответственно, уровень прибыли данной организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Государственной службы статистики в АРК [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.sf.ukrstat.gov.ua/ukgtrud5.htm#_pot.
2. Трегулова И. П. Организация эффективного управления персоналом предприятий туристического бизнеса : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.07 / И. П. Трегулова. – Симферополь, 2008. – 210 с.
3. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности : учебное пособие / В. Г. Гуляев. – М. : Нолидж, 1996. – 312 с.
4. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 188 с.

СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначається когнітивне наповнення поняття «інформація» і «інформаційне забезпечення», сформульовані завдання та виявлено проблеми інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства. У процесі дослідження виявлено різні погляди на те, яким критеріям має відповідати управлінська інформація. Виділено та розглянуто організаційно-нормативні, методологічні, технологічні, кадрові вимоги з формування інформаційного забезпечення.

Ключові слова: управлінський потенціал, інформація, інформаційне забезпечення, цінність, завдання, проблеми.

В статье определяется когнитивное наполнение понятия «информация» и «информационное обеспечение», сформулированы задачи и выявлены проблемы информационного обеспечения оценки управленческого потенциала предприятия. В процессе исследования выявлены различные взгляды на то, каким критериям должна отвечать управленческая информация. Выделены и рассмотрены организационно-нормативные, методологические, технологические, кадровые требования по формированию информационного обеспечения.

Ключевые слова: управленческий потенциал, информация, информационное обеспечение, ценность, задачи, проблемы.

The paper defines the cognitive content of the concept of «information» and «information security», stated the problem and identified the problem of information security assessment of managerial potential of the enterprise. The study identified a variety of views on what criteria should respond to management information. Studied and discussed organizational and normative, methodological, technological, personnel requirements for the development of information security. Specified tasks of information support management potential of enterprises: permanent collection; timely primary processing of management information systems; establishment of a common organization of workers access to the collected information, the provision of appropriate consumers reliable data management, processing of information about the status and results of the company facilities management potential to analyze this information, providing recommendations regarding the need for changes in the constituent elements of the management potential of the enterprise, based on the analysis of management information.

Key words: management potential, information, information support, value, problem.

Постановка проблеми. У теперішній час вітчизняні підприємства, що прагнуть до ефективною та довгостроковою діяльністю, повинні постійно приймати рішення щодо організацій належного інформаційного забезпечення управлінської діяльності та змушені налаштовувати найбільш раціональний обіг та обробку відомостей про стан об'єктів, що задовольняє вимогам управління та сприяє мінімізації багаточисельних ризиків у їх діяльності. Очевидним є те, що динамічний розвиток підприємства залежить від високого рівня його управлінського потенціалу, який не можливо оцінити без системи належного інформаційного забезпечення. Отже, успішна діяльність сучасних підприємств залежить у першу чергу не від змін в управлінській діяльності в цілому, а від того, наскільки інформаційне забезпечення задовольняє вимогам системи управління.

Аналіз літератури. Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення досліджувалися в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів – спеціалістів з кібернетики, економіки і управління:

В. М. Годун, Н. С. Орленко, М. А. Сендзюк [1], Г. І. Купалова [2], Ю. О. Луцик [3], С. М. Петренко [4], В. М. Орлова, Л. В. Шостак, Т. Я. Продан, Г. А. Титоренко [5], М. Г. Чумаченко [6]. Разом з тим аналіз чисельних літературних джерел з управління показав, що в них не приділяється увага формуванню інформаційної бази оцінки управлінського потенціалу підприємства, визначенню основних етапів організації цього процесу, принципів та факторів, що впливають на якісне інформаційне забезпечення оцінки потенціалу управління підприємства.

Тому проблема інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства є невирішеною і досить актуальною.

Метою дослідження є визначення сутності та проблем інформаційного забезпечення для оцінки управлінського потенціалу підприємства (УПП), вирішення яких створює пріоритети у дослідженні методологічних та організаційних аспектів формування та здійснення процесу інформаційного забезпечення оцінки УПП.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити когнітивне наповнення поняття «інформація» та «інформаційне забезпечення»;
- сформулювати задачі та виявити проблеми інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу. Термін «інформація» походить від латинського слова «informatio» – ознайомлення, роз'яснення, виклад [7]. Інформація – сукупність відомостей про об'єкти, явища, процеси, їх властивості і відносини [8].

Інформація в широкому розумінні цього слова являє собою відомості про ту або іншу сторону матеріального світу й процесів, які відбуваються в ньому. Фахівці з управління під інформацією розуміють сукупність відомостей про зміни, що відбуваються в конкретній системі та її середовищі, які зменшують ступінь невизначеності наших знань про них [9].

В реалізації процесу оцінювання управлінського потенціалу підприємства, значна роль належить інформаційному забезпеченню. А саме у можливості одержати відповіді на питання, які виникають у процесі оцінки управлінського потенціалу підприємства, що є метою інформаційного забезпечення процесу оцінювання. Для ефективної оцінки управлінського потенціалу підприємства потрібне відповідне інформаційне забезпечення.

Деякі науковці під інформаційним забезпеченням розуміють сукупність інформації (інформаційну базу), а інші – систему, в яку входять і інші складові (сукупність форм документів, рішення щодо обсягів, розміщення та форм існування інформації, технічні засоби та програмне забезпечення, інформаційні технології, системи класифікації). Отже, поняття інформаційного забезпечення можна розглядати в декількох варіантах, які доповнюють один одного. Одні автори вважають, що це система даних й способи їх обробки, інші наполягають на тому, що це система одержання, оцінки, зберігання та переробки даних [2; 6]. Деякі автори розглядають інформаційне забезпечення як процес забезпечення інформацією, сукупність форм документів [1].

Таким чином, інформаційне забезпечення оцінки управлінського потенціалу як система визначає сутність понять, принципи формування інформації, цілі та завдання, об'єкти і суб'єкти інформаційної діяльності. Інформаційне забезпечення має здійснювати надходження інформації, потрібної для ефективного керівництва управлінським потенціалом підприємства.

Ціль інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства полягає

у своєчасному наданні суб'єктам оцінки повної, об'єктивної та достовірної інформації [10, с. 305].

Задачами інформаційного забезпечення управлінського потенціалу підприємства є постійний збір інформації; своєчасна первинна обробка управлінської інформації; створення загального механізму організації доступу працівників до зібраної інформації; забезпечення відповідних споживачів достовірними управлінськими даними; обробка відомостей про стан та результати роботи об'єктів управлінського потенціалу підприємства для аналізу цієї інформації; надання рекомендацій, щодо необхідності змін в складових елементах управлінського потенціалу підприємства, на основі аналізу управлінської інформації.

З урахуванням прийнятого нами поділу структури управлінського потенціалу на три складових (ресурсної, організаційної та функціональної) вважаємо за доцільне позначити інформаційне забезпечення управлінської діяльності за цими ж критеріями.

Оцінка інформації є невід'ємним і найважливішим елементом в структурі інформаційного забезпечення управлінського потенціалу. Вона являє собою певну систему, яка дозволяє виконувати регулятивну функцію щодо потоків управлінської інформації, та оцінювати рівень інформаційного забезпечення управлінських працівників і керівників.

Інформаційне забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства можна трактувати як систему відомостей і даних, які визначають міру якості і цінності інформації, щодо оцінки управлінського потенціалу підприємства, яка надходить до суб'єкта управління в процесі інформаційного забезпечення управлінського потенціалу підприємства.

Слід зазначити, що при розгляді як процес інформаційне забезпечення оцінки управлінського потенціалу створює та відображає усі складові та основні елементи показників для аналізу у вигляді механізму. Цей процес ґрунтується на загально кібернетичному підході «вхід – переробка – вихід». Системність організації робіт, щодо ефективного аналізу кожного з елементів оцінки управлінського потенціалу, також визначається якістю формування інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу.

Таким чином до *задач інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства* слід віднести наступні:

- визначення сутності управлінської інформації, що потрібна для оцінки УПП;
- розробку критеріїв щодо якості управлінської інформації, необхідної для оцінки УПП;

- дослідження інформаційного забезпечення управлінською інформацією, необхідної для оцінки УПП;
- організацію інформаційних потоків в контурах оцінки УПП;
- формування концепції інформаційного забезпечення оцінки УПП.

Отже, формування інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства повинно спиратися на раціональний та ефективний аналіз потоку управлінської інформації, що сприяє виявленню інформаційних потреб та їх ефективному вирішенню.

У процесі дослідження виявлені різноманітні погляди на те, яким критеріям має відповідати управлінська інформація, але аналіз думок вчених дає підставу стверджувати про відсутність принципових розбіжностей в тлумаченні його сутнісного сприйняття. Так, за теорію інформації Г. П. Шанкіна, основною якісною характеристикою інформації, яка пов'язана безпосередньо з ефективністю її використання, вважається цінність інформації [11, с. 12]. Т. Стоун вважає, що інформація, яку використовують при прийнятті управлінських рішень, має бути релевантною, точною, своєчасною і спрямованою у майбутнє [12, с. 168–169]. На думку Є. Кириченка, управлінська інформація має відповідати таким вимогам: конкретність, точність, вимірність, актуальність, своєчасність, доречність, відповідальність, зрозумілість [13, с. 21–22].

Значно ширше трактує перелік критеріїв, яким повинна відповідати управлінська інформація, Т. Кисельова. Вона виокремила п'ять критеріїв визначення управлінської інформації, а саме: періодичність, точність, рентабельність, придатність для використання конкретним користувачем, відповідальність за підготовку та передачу в конкретний час [14, с. 51].

В. Добровський, Л. Гнилицька, Р. Коршикова роблять акцент на диференційованості, своєчасності, доступності форм та змісту, компактності, варіативності [15, с. 10]. С. М. Петренко вказує на наступні властивості, які складають якісні характеристики інформації: релевантність, достовірність, повноту, точність, зрозумілість, оперативність [4, с. 13]. Поряд з якісними автор вказує на існування кількісних характеристик інформації, але, на наш погляд, ця характеристика має другорядний вплив на цінність управлінської інформації.

Тобто, на наш погляд, у самому узагальненому вигляді слід визначити універсальні якісні характеристики управлінської інформації, які є сумарним показником її цінності, що вказано на рис. 1.



Рис. 1. Якісні складові цінності управлінської інформації (власна розробка).

Слід зазначити, що саме процес максимізації цінності управлінської інформації повинен бути в основі формування інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства.

Аналіз сучасного досвіду діяльності українських підприємств вказує на серйозні проблеми щодо формування інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу. Тому край важливо сформулювати вимоги щодо формування інформаційного забезпечення, до яких відносяться наступні.

Організаційно-нормативні вимоги. Сутність цих вимог полягає в необхідності чіткого визначення механізму формування інформаційного забезпечення в локальних нормативних актах підприємства, до яких в першу чергу відносять статут, посадові інструкції, штатний розклад.

Методологічні вимоги. Потреба в розробці методологічного апарату, що дозволяє забезпечувати ефективний збір управлінської інформації, яка необхідна для оцінки управлінського потенціалу підприємства.

Технологічні вимоги. Вони позначаються в необхідності мати технологію вилучення та актуалізації управлінської інформації, до них слід віднести спеціалізоване програмне забезпечення та системи автоматизації та збору інформації, яскравим прикладом є CRM-системи.

Кадрові вимоги. Збільшення обсягів виробництва, перебудова управління на підприємствах викликали значне збільшення обсягу інформації, тому на підприємстві повинна бути впроваджена система навчання по роботі з управлінською інформацією. Кожен менеджер має усвідомлювати важливість усіх етапів інформаційного забезпечення, у тому числі інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу.

Висновки. Підводячи підсумок вивченню проблем формування інформаційного забезпе-

чення оцінки управлінського потенціалу, зазначимо, що у теперішньому діловому світі вітчизняним підприємствам необхідно не тільки мати у своєму розпорядженні своєчасну та точну управлінську інформацію, але вміти її аналізувати, оцінювати, робити необхідні висновки і результативно втілювати їх в підприємстві.

Збільшення конкурентоспроможності українських підприємств неможливо без оцінки цінності управлінської інформації, яку слід проводити через оцінку ступеня досягнення управлінської мети. Вирішення проблем інформаційного забезпечення оцінки управлінського потенціалу підприємства потребує чіткої організації інформаційних потоків в контурах оцінки управлінського потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Годун В. М. Інформаційні системи і технології в статистиці : навчальний посібник / В. М. Годун, Н. С. Орленко, М. А. Сендзюк ; [за ред. В. Ф. Ситника]. – К. : КНЕУ, 2003. – 267 с.
2. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. / Г. І. Купалова. – К. : Знання, 2008. – 639 с.
3. Луцик Ю. О. Інформація в системі ринкових відносин трансформаційного суспільства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.01 / Ю. О. Луцик ; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К., 2009. – 19 с.
4. Петренко С. М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем : монографія / С. М. Петренко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 290 с.
5. Орлов В. М. Теоретичні основи інформаційного забезпечення діяльності підприємництва на сучасному етапі [Електронний ресурс] / [В. М. Орлов, Л. В. Шостак, О. В. Орлова, Т. Я. Продан]. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/31.pdf.
6. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз : навчальний посібник / М. Г. Чумаченко. – [2 вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2003. – 555 с.
7. Начала современного естествознания: тезаурус / В. Н. Савченко, В. П. Смагин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 336 с.
8. Лебедев С. А. Философия науки : словарь основных терминов / С. А. Лебедев. – М. : Академический Проект, 2004. – 320 с.
9. Друкер П. Менеджмент / П. Друкер, Ф. Макьярелло, А. Джозеф ; [пер. с англ.]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2010. – 704 с.
10. Петрик В. М. Соціально-правові основи інформаційної безпеки : навчальний посібник / В. М. Петрик, А. М. Кузьменко, В. В. Остроухов ; за ред. В. В. Остроухова. – К. : Росава, 2007. – 496 с.
11. Шанкин Г. П. Ценность информации. Вопросы теории и приложения / Г. П. Шанкин. – М. : Филоматис, 2004. – 128 с.
12. Стоун Т. Управленческий учет / Т. Стоун ; [пер. с англ. под ред. Н. Д. Эриашвили]. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 179 с.
13. Кириченко Є. К. Теоретичні основи управлінського обліку / Є. Кириченко // Аудитор України. – 2006. – № 15. – С. 16–23.
14. Управленческий учет как составляющая часть единой учетной системы предприятия / под. ред. Т. К. Киселева. – Запорожье : Запорожский государственный центр научно-технической и экономической информации, 2004. – 68 с.
15. Добровський В. М. Управлінський облік : навчально-методичний посібник / В. М. Добровський, Л. В. Гнилицька, Р. С. Коршикова. – К. : КНЕУ, 2003. – 191 с.

НАШИ АВТОРЫ

Абдулхаиров Абджемил Закерьянович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента, декан факультета искусств Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Абрамова Марина Владимировна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и туризма Крымский филиал Запорожского национального университета, г. Симферополь

Адаманова Зейнеб Османовна – доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Адельсеитова Эльмаз Бекмамбетовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Аджимет Гульнара Халидовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Баркова Татьяна Григорьевна – аспирант Научно-исследовательского финансового института Министерства финансов Украины, г. Киев

Билялова Эвелина Асановна – студентка 5 курса специальности «Менеджмент организаций» Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Ваврик Владимир Богданович – аспирант кафедры международной экономики и менеджмента внешнеэкономической деятельности Львовского национального аграрного университета, г. Львов

Верна Вероника Валерьевна – кандидат экономических наук, ассистент кафедры финансов и кредита Южного филиала Национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Крымский агротехнологический университет», г. Симферополь

Ганиева Альбина Казимовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Крымского экономического института Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Симферополь

Гафарова Эльмаз Рифатовна – студентка 5 курса специальности «Менеджмент организаций» Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Грибова Диана Викторовна – ассистент кафедры экономики и организации предприятий АПК Южного филиала Национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Крымский агротехнологический университет», г. Симферополь

Данкевич Андрей Евгеньевич – доктор экономических наук, старший научный сотрудник Национального научного центра «Институт аграрной экономики» Украинской академии аграрных наук, г. Киев

Зиятдинова Нияра Раитовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Каджаметова Тамила Наримановна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Кальченко Тимур Валерьевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры международного менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

Керимов Асан Тальатович – кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Кислицына Ольга Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международного менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

Киян Егор Михайлович – ассистент кафедры международного менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

Колодий Сергей Юрьевич – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международной экономики Севастопольского института банковского дела Украинской академии банковского дела Национального банка Украины, г. Севастополь

Кривенко Валентина Сергеевна – соискатель кафедры экономической теории Крымского экономического института Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Симферополь

Кузьменко Светлана Сергеевна – ассистент кафедры международной экономики Донецкого национального университета экономики и управления имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Матвеева Виктория Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Донецкого национального университета экономики и управления имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Назаркевич Мария Романовна – соискатель кафедры статистики и анализа Львовского национального аграрного университета, г. Львов

Османов Исмаил Халикович – доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины, заведующий кафедрой экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Петрашко Людмила Петровна – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры международного менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

Ресульева Нурие Шавкетовна – аспирант кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Романюк Николай Константинович – аспирант кафедры контроля и анализа хозяйственной деятельности Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Садвокасова Куляш Жабьковна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой финансов Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

Сайфутдинов Исмаил Таирович – студент 6 курса специальности «Учет и аудит» Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Стефаненко Маргарита Николаевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Умерова Зера Эскендеровна – аспирант кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Цивина Маргарита Сергеевна – соискатель кафедры международного менеджмента Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», г. Киев

Шухман Мария Эриксоновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры контроля и анализа хозяйственной деятельности Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

*ВЧЕНІ ЗАПИСКИ КРИМСЬКОГО ІНЖЕНЕРНО-
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ*

Випуск 42

Економічні науки

(Мовою оригіналу)

Заступник головного редактора Абдуллаєв Р. А.
Відповідальні за випуск Фазилова А. Р., Аджимет Г. Х.
Верстка Халілаєва С. Н.

Підписано до друку 30.12.2013 р. Формат 60×84¹/₈.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Обл.-вид. друк. арк. 14,2. Об'єм 16,25 друк. арк.
Тираж 100 прим. Зам. № 110

Підготовлено до друку та віддруковано
у редакційно-видавничому відділі Науково-інформаційного центру
Республіканського вищого навчального закладу «Кримський інженерно-педагогічний університет»
95015, м. Сімферополь, вул. Севастопольська, пров. Учбовий, 8