

## РАЗДЕЛ 2. СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ

УДК 911.3.338.48 (477.75)

### ПРОБЛЕМА ИННОВАЦИОННОСТИ КРЫМСКОГО ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Яковенко Е.В., Яковенко И.М.

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

В статье рассмотрены общее состояние и проблемы развития продуктовых, технологических и организационных инноваций в туристско-рекреационном комплексе Крыма. Предложены пути оптимизации инновационного процесса.

**Ключевые слова:** инновации, инновационный процесс; туристско-рекреационный комплекс

Инновационный процесс выступает движущей силой активизации международного туристского обмена и постоянного роста качества поступающих на рынок услуг, а также является важнейшим аргументом в конкурентной борьбе: внедрение продуктовых, технологических, организационно-хозяйственных и иных инноваций создает конкурентные преимущества любому субъекту предпринимательства в туризме – от фирмы-туроператора и санаторно-курортного учреждения – до региона или целой страны с их совокупным туристско-рекреационного продуктом. Так, в значительной мере благодаря успешному решению проблемы устаревания туристского продукта Швейцария в течение ряда лет возглавляет рейтинг конкурентоспособности наций в туризме (The Travel and Tourism Competitiveness Index), рассчитываемый экспертами Мирового экономического форума в Давосе (заметим, что Украина занимает в данном рейтинге лишь 77 место) [16].

Изучение немногочисленных работ отечественных и зарубежных авторов [2;7;8;9;13] позволяет определить **инновации в туризме** как **систему научно-исследовательских, организационно-экономических, технологических и иных мероприятий и их результатов, направленных на коренное преобразование и обновление туристского продукта, механизма его продвижения и реализации с целью достижения социального, экономического, экологического или другого эффекта**. Инновационные технологии в области туризма рассматриваются как неотъемлемый элемент решения проблемы разработки и продвижения украинского национального турпродукта. В Проекте Концепции государственной целевой программы развития туризма и курортов в Украине на 2011-2015 гг. поставлена задача стимулирования и государственной поддержки инновационности в туризме и развития инновационных форм территориальной организации предпринимательства, в частности, туристских кластеров.

В большинстве научно-методических публикаций, исследующих данную проблему [2;4;7;8;9;13], делается акцент на экономические и управленческие аспекты инновационной деятельности в туристско-рекреационном комплексе Украины, однако

практически не учитывается пространственно-временная неоднородность развития туристско-рекреационного процесса, создающая различные предпосылки и условия реализации инновационных моделей. **Целью данной статьи** является географическое изучение уровня инновационности и актуальных задач обновления и совершенствования регионального туристско-рекреационного продукта на примере АР Крым.

#### **Инновации в туристско-рекреационном комплексе АР Крым.**

АР Крым в течение длительного времени выступает ведущим туристско-рекреационным регионом Украины, отличающимся высоким уровнем рекреационной освоенности территории, зрелой функциональной структурой системы отдыха и туризма и сложившейся международной специализацией в географическом разделении труда. Санаторно-курортные учреждения и туристские предприятия, имеющие базу размещения на территории АР Крым, образуют собой комплекс, который в 2007 году включал **644 объекта**. Из общего количества предприятий комплекса только 245 предназначены для круглогодичного функционирования, 399 – сезонные, что составляет 62%. На территории АРК функционируют здравницы, относящиеся к собственности других государств (Узбекистана, Казахстана, Беларуси, Российской Федерации).

На протяжении 2007 года на территории АР Крым право на осуществление туристической деятельности, согласно выданным лицензиям, было предоставлено **423 субъектам туристической деятельности**, право на осуществление туристского сопровождения (экскурсионную деятельность) получили **762 физических лица**.

Количество прибывших на отдых и лечение в последние пять лет медленно росло и к 2007 году составило **5,727 млн. человек**.

Приоритетными видами туризма в Крыму остаются внутренний и въездной туризм. Структура турпотока за последние годы оставалась неизменной: на внутренний туризм приходится 65,2% туристов, на въездной туризм – 32,6%, на выездной – 2,2%. Всего за 2007 год туристскими предприятиями обслужено **392,6 тыс. туристов и 662,9 тыс. экскурсантов**. Распределение обслуженных туристов по целям посещения выглядит следующим образом: развлечение и отдых – 57,3%; лечение – 31,0%; спортивно-оздоровительный туризм – 5,0%; служебно-деловые цели, обучение – 4,5%; другие – 2,2%.

В результате деструктивных изменений в национальной экономике, последовавших в постсоветский период, сдвигов в конъюнктуре национального и мирового рынка и изменения стандартов жизни в условиях глобального финансового кризиса можно прогнозировать общее ухудшение конкурентных позиций Крыма на международном рынке туристско-рекреационных услуг. Общий уровень его инновационности также оценивается как низкий и недостаточный для придания мощного импульса туристской предпринимательской активности.

Более детальное исследование современной функциональной и территориальной структуры туристско-рекреационного комплекса Крыма позволяет обозначить **ряд новых, а также активно модернизируемых видов и форм рекреации и туризма**:

- **Конный туризм** (центр конного туризма «Бурульча», Белогорск; конный клуб «Аллюр», Алушта; конноспортивный лагерь «Карьер», Ялта. Программа активного отдыха «Универсальный наездник» конноспортивной базы «Атлантика» (Байдарская долина) использует инновационный подход – двухдневный поход на лошадях к

Ай-Петри комбинируется с поездками на отечественных внедорожниках по недоступным для обычных авто горным трассам Ай-Петринской яйлы и пещерным городам Крыма, а также с экстремальным велотреком по яйле.);

- **Дайвинг** (центры Севастополя («Альфа», «Крым-Марина-Сервис», «Крымский подводный клуб», «Север-Ферн»), Балаклавы («Акварин»), Ялты («Акваспорт»), Судака («Шельф») и Алушты («Deep Quest Diving»). Главными районами дайвинга являются акватории юго-западного Крыма от м. Лукулл до м. Сарыч; южного и юго-восточного Крыма и Тарханкута):

- **Яхтинг** (ряд хорошо оборудованных марин появился в окрестностях Севастополя и Балаклавы – «Золотой символ», «57 яхт-клуб Черноморского флота», «Юг» и др. Популярные яхтенные маршруты проложены от Севастополя до Тарханкута, Н. Света, Варны и Стамбула):

- **Аэротуризм** (развит на плато Узун-Сырт; плато Ай-Петри; у сел Строгановка и Пожарское, в Байдарской долине и других регионах. Различные формы экстремальных аэроспортивных занятий присутствуют в туристском предложении спортивных и туристских фирм Крыма: парапланерного клуба «Бриз» (Коктебель), «Туравтосервис» (Коктебель), Центра воздухоплавания при НИИ аэроупругих систем» (Феодосия), «DrogZoneКрым» (Симферополь), Бахчисарайского аэроклуба.);

- **Военный туризм** (использование многочисленных полигонов, стрельбищ, богатого арсенала уникальной военной и космической техники в с. Перевальное, аэропорту «Бельбек» (Севастополь) и на авиабазе ВВС Украины «Кировское» и др.);

- **Этнографический туризм** (в Крыму создано 14 культурно-этнографических центров крымских татар, греков, армян, немцев и караимов в Симферопольском, Белогорском, Бахчисарайском районах, Старом Крыму и Евпатории; действуют 5 этнографических маршрутов);

- **Паломнический туризм** (разработана Большая паломническая программа, включающая 6 маршрутов, охватывающих посещение всех православных святынь Крыма. В Евпатории организован экскурсионный маршрут, интересный для представителей разных конфессий – «Новый Иерусалим» (Текие дервишей – Армянская церковь – Синагога Егия – Караимские кенасы – Мечеть Хан-Джами – Собор Св. Николая);

- **Научный туризм** (ежегодно в Крыму проводится около 100 региональных, общеукраинских и международных научных форумов. Очень часто они проходят в межсезонный период, а местом их проведения избираются крымские здравницы и курортные отели, что положительно влияет на загрузку гостиниц и занятость персонала. На крымском рынке успешно работают предприятия, обеспечивающие конференц-сервис – «Partner Crimea Conference Service», «Кенеш», «Галактика-тур», «Крымский Клуб Путешествий», «Крымское бюро путешествий и экскурсий», «Крымтур», «Черномор-тур», «СНП-Крым»);

- **Фестивальный туризм** (посещение туристами Фестиваля молодежной рок-музыки «Республика «Z» («Казантип»; Международного фестиваля исторического фехтования «Генуэзский шлем»; Рыцарского фестиваля «Стальная Роза»; фестивалей авторской и бардовской песни «Балаклавские каникулы», «Крымское Приазовье»,

бардовского фестиваля в долине Ашлама-Дере близ Бахчисарая Фестиваль «Джаз-Коктебель» многих других);

- **СПА-туризм** (получил развитие с созданием современных отелей со СПА-центрами – «Пальмира-Палас» и «1001 ночь», Ялта и др.).

#### **Актуальные задачи инновационного процесса**

К числу приоритетных в международном туризме направлений [3], пока слабо представленных в туристском предложении Крыма, относятся сельский (зеленый туризм), экологический туризм и развлекательный туризм. Очевидным фактом является то, что наращивание материально-технической базы традиционной купально-пляжной рекреации в ущерб новым видам рекреации и туризма окажет негативное воздействие на конкурентоспособность крымского региона на европейском рынке, однако для внутреннего туризма (Украина) и соседского туризма (страны СНГ) ведущие курортные районы Крыма будут востребованы и в ближайшей обозримой перспективе.

Особым инновационным направлением следует признать **возрождение старого исчезнувшего турпродукта на качественно новом уровне**. Так, актуальна проблема восстановления системы маршрутной рекреации и горных приютов в Горно-Предгорном Крыму, распавшейся в результате отмены профсоюзных дотаций. Удачным примером инновационного подхода к ее решению является семейное предприятие Титовых, организующее комфортабельные приюты в популярных районах самостоятельного туризма (Демерджи, Баксан). Показательно, что эта же тенденция использования кемпингов, оснащенных современными достижениями в области комфорта и гигиены, прослеживается в деятельности канадской сети КОА Kampgrounds [10].

Туристские программы в Крыму должны строиться по принципу гибких индивидуализированных туров с учетом постоянно меняющегося спроса и моды в туризме. В частности, необходимо шире использовать интерес к этническим (ностальгическим) объектам со стороны англичан-потомков участников Крымской войны. Руководство недавно созданной в Симферополе французской фирмы «Club-Ukraine» планирует организацию поездок французов в Крым с целью не только осмотра достопримечательностей, но и получения услуг т.н. «зубных туров» (лечение и протезирование зубов в крымских поликлиниках обходится намного дешевле, чем во Франции).

**Территориальная структура инновационного процесса в туристско-рекреационном комплексе Крыма** отличается неравномерностью и даже моноцентричностью. Большинство продуктовых инноваций практикуют районы старого рекреационного освоения (Б. Ялта, Алушта, Евпатория, Феодосия), что в определенной мере оправдано проблемой устаревания их туристского продукта. Совершенно недостаточный уровень инновационности турпродукта демонстрируют районы Северо-Западного и Восточного Крыма, развивающиеся по сценарию стихийной застройки узкой прибрежной полосы ведомственными базами отдыха и частными мини-пансионатами. Оценивая перспективы создания продуктовых туристских инноваций в других регионах Крыма, следует опираться на детальное изучение рекреационного ресурсного потенциала, выявление недоиспользованных возможностей и необходимости искусственного создания ресурсов и рекреационной среды в целом. В районах с бедными рекреационными ресурсами (например, в равнинном Крыму) к туристским программам могут привлекаться техногенные

объекты, целесообразна организация тематических парков, этнографических и развлекательных центров и т.д., создающих новые туристские дестинации.

Среди технологических инноваций в крымском туристско-рекреационном продукте огромное значение приобретает **информатизация туристского бизнеса** [5;6;10]. Из 181 туроператора, работающего на полуострове, 106 предприятий имеют собственные сайты (в т.ч. 53% приходится на симферопольские фирмы; 17% – евпаторийские; 12% – ялтинские; 5% – феодосийские; 4% – сакские и по 1% – на керченские и бахчисарайские). Большинство сайтов содержит информацию о туристском предложении, справочную информацию о регионе, новостийный блок (аттракции, события, акции в туризме) и документальный блок (включая договоры с клиентами и партнерами). На сайтах фирм, в отличие от специализированных туристских порталов и краеведческих сайтов («Отдых в Крыму», «Зверозуб») недостаточен объем справочной ресурсной информации, которая нередко является основой мотивации поездок в Крым. Калькуляцию туров в онлайн-режиме времени осуществляют сравнительно немногие туроператоры (не более 5-10% по регионам Крыма). Система онлайн-бронирования и продаж туров внедряется медленно по причинам высокой стоимости поддержки программно-технологических модулей, несовершенства электронных платежных систем, необходимости обучения персонала за счет фирмы и незначительных объемов сделок по сравнению с крупными гостиничными и туристскими ТНК. Обязательным элементом Интернет-маркетинга должна стать полиязычность информационной поддержки сайтов, что существенно расширит аудиторию читателей и клиентов из-за рубежа.

Позиционирование Крыма как туристского региона формируется многими поисковыми системами, серверами и Интернет-магазинами других стран СНГ, в первую очередь, российскими («100 дорог», «Туры. ру»; «Трэвл. ру»). Однако контекстная реклама, которую проводят многие московские фирмы, часто вступает в противоречие с продвижением тупродукта южных районов России – главного конкурента Крыма. Для создания целостного позитивного устойчивого имиджа Крымского региона необходима развернутая программа государственной поддержки новейших информационных технологий и финансируемых государством рекламных кампаний. В реальности для целей поддержки крымского туризма Министерству курортов и туризма АР Крым выделяется не более 1,5 млн. грн. в год. Осталась до конца нереализованной программа создания в Украине системы туристских информационных центров (ТИЦ). В Крыму ТИЦ созданы в Симферополе, Севастополе и Белогорске, однако отсутствие координации действий между структурами туристского бизнеса и органами регионального управления не способствует их эффективной работе.

Среди **организационно-управленческих инноваций** в туристско-рекреационном комплексе АР Крым заслуживает упоминания идея создания туристских кластеров, поддерживаемая многими крымскими учеными и общественными организациями [1;12;14;15]. Первый кластер из 9 предприятий и организаций, совместно участвующих в создании турпродукта «Байдары-тур» Севастополя, организован в 2004 г., однако конкретный механизм согласованных действий всех участников кластера пока не выработан. На наш взгляд, нуждается в восстановлении ранее существовавшая в Крыму система территорий приоритетного развития со специальным льготным режимом функционирования туристских и санаторно-курортных предприятий. Эти формы

организации туристского пространства позволят преодолеть депрессивные тенденции в туристско-рекреационной сфере и создать благоприятные условия для инвестиционного обеспечения инновационной деятельности в регионах.

Слабо внедряются инновации в систему подготовки кадров для туристско-рекреационного комплекса Крыма. Анализ лучших национальных стандартов образования в рамках специальности «Туризм» позволяет обозначить основные составляющие современных образовательных технологий – это:

1. Гибкость и вариативность системы обучения с использованием непрерывного ступенчатого повышения квалификации.
2. Возрастание роли практической направленности образования и самообразования.
3. Внедрение информационных технологий на всех стадиях подготовки специалистов.
4. Мониторинг рынка рабочей силы в туризме.

Всеукраинский Круглый стол «Состояние и перспективы развития туристской науки в Украине», состоявшийся 16 декабря 2008 г. в КУТЕПЕ, обозначил ряд актуальных направлений, в т.ч. необходимости объединения подготовки специалистов для сферы туризма и гостиничного хозяйства в отдельную отрасль «Туризм», открытия научной специальности «Теория и методика профессионального образования в сфере туризма и создания специального совета по защите диссертаций по туристской проблематике. Необходимо увеличить инновационный потенциал научных разработок в сфере туризма и степень их практической реализации.

**ВЫВОДЫ.** Решение актуальной задачи роста конкурентоспособности крымского туристско-рекреационного продукта должно осуществляться на основе научно обоснованной инновационной политики государства. Ее составной частью должны стать целевые комплексные инновационные программы развития рекреации и туризма с учетом специфики и статуса отдельных регионов полуострова. Разработке программ должны предшествовать мониторинг передового опыта туристско-рекреационных инноваций, оценка возможностей его адаптации к условиям Крыма, определение возможных рисков и результатов внедрения. На всех стадиях подготовки концепций инновационных программ должны принимать участие географы.

#### **Список литературы**

1. Бережная И.В. Курортно-туристский кластер как современная форма содействия развитию субъектов малого предпринимательства / Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров. – Симферополь: Минэкономики АРК, 2007. – С.80-84.
2. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. – М.: Изд-во ПРИОР, 1999. – 144 с.
3. Десять модных тенденций современного туризма – Электронный ресурс <http://www.ukrindustrial.com/news/index.php?newsid=173791>.
4. Клейменов А.М., Сергеев Б.И. Инновационные процессы в развитии туризма //Культура народов Причерноморья. – 2004. – № 52. – Т.2. – С. 62-66.
5. Мартовой А.В., Коновалова Ю.В. Интернет-маркетинг в курортно-рекреационных и туристских учреждениях Крыма: роль Интернет-посредников //Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. 1. – С.75-87.
6. Мартовий А., Коцюхайло Н. Сайти туроператорів і турагентів Криму: показники відвідуваності //Маркетинг в Україні. – 2006. – №1. – С.23-28.

7. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. Учебник. – М.: Академия, 2002. – 240с.
8. Новиков В.С. Инновации в туризме. – М.: Изд. центр «Академия», 2007. – 207 с.
9. Резниченко Е.Н. Инновации в туристическом бизнесе // Возможности и перспективы туристического бизнеса. Сб. ст. – Симферополь: ООО «НУПЦ «Образовательные технологии», 2004. – С. 19-25.
10. Русанова А.И. Анализ веб-сайтов, формирующих виртуальный туристский образ Крыма //Записки общества геоэкологов. – 2007.
11. Сабадош Г.О. Особливості інноваційного підприємництва в туристській галузі /Туризм у XXI столітті. Матеріали міжнар. науково-практ. конференції (10-11 жовтня 2001 р.). – К.: Знання України, 2002. – С.
12. Семенов В., Мозгальова В., Давиденко І. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону //Регіональна економіка. – 2006. – 3. – С. 78-89.
13. Слепокуров А.С. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму. – Симферополь: Сонат, 2000. – 100 с.
14. Смаль І.В. Туристичні та санаторно-курортні кластери в Україні: перспективи та проблеми створення /Туристично-краєзнавчі дослідження. Вип.4. – К.: ДП «Нац. обрії», 2002. – С.214-238.
15. Цехла С.Ю. Повышение эффективности функционирования рекреационной сферы на основе кластеров/ Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров. – Симферополь: Минэкономки АРК, 2007. – С.91-94.
16. Travel and Tourism Competitiveness Report. 2008 World Economic Forum.

**Яковенко Є.В. Проблема інноваційності кримського туристсько-рекреаційного продукту / І.М. Яковенко, І.М. Яковенко // Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Географія. – 2009. – Т.22 (61). – № 2. – С.160-166.**

В статті розглянуті загальний стан і проблеми розвитку продуктивних, технологічних та організаційних інновацій в туристсько-рекреаційному комплексі Криму. Запропоновані шляхи оптимізації інноваційного процесу.

**Ключові слова:** інновації, інноваційний процес; туристсько-рекреаційний комплекс

**Yakovenko E.V. Problem of innovations of the Crimean tourism-recreational product / E.V. Yakovenko, I.M. Yakovenko // Scientific Notes of Taurida V.Vernadsky National University. – Series: Geography. – 2009. – Vol. 22 (61). – № 2. – P.160-166.**

In the article the general state and problems of development of food, technological and organized innovations of tourism-recreational complex of Crimea is considered. The ways of optimization of innovative process are offered.

**Key words:** innovations, innovative process; tourism-recreational complex

*Поступила в редакцію 20.05.2009 г.*