

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В ТУРИЗМІ

© Михайліченко Г.І., 2011

Щорічно туристичний ринок зазнає втручання факторів, дію яких або неможливо передбачити, або важко подолати. Суцільні політичні катаклізми ряду країн активного туризму, зміни в кліматі традиційних туристичних дестинацій, епідеміологічний стан в країнах третього світу корегують маршрути подорожей вітчизняних туристів і зорієнтовують залишати кошти в межах країни.

Позитивні зрушення реорганізації туристичного ринку з'явилися не завдяки виваженій державній політиці з підтримки і розвитку інноваційних процесів в сфері туризму, а завдяки саморегулюючим ринковим механізмам, міжнародній конкуренції та приходу на український ринок закордонних операторів, які диверсифікували свій асортимент на внутрішній туризм.

Наголошуючи на збалансованій взаємодії всіх суб'єктів туристичної діяльності, варто було б наголосити ще й на консолідації для забезпечення цієї взаємодії зусиль всіх підприємств туріндустрії з метою становлення системи нормативно-правового, організаційного, інформаційно-аналітичного та фінансового забезпечення інноваційних процесів, що відбуваються на ринку.

Незважаючи на деякі успіхи в стабілізації макроекономічних показників, не вдається домогтися вітчатних результатів в створенні сприятливих умов для інноваційної діяльності вітчизняних виробників турпродукту, що, зокрема, відбивається на показниках експорту інноваційної продукції, а для сфери туризму – експортної орієнтації національного туристичного продукту.

Сучасний туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля і подорожі. [1, с.36]. Як висновок до змін курсу розвитку сфери туризму науковцями узагальнено: "Індустрія туризму в умовах кризи - криза змін і невизначеності; криза, викликана швидше змінним характером самої галузі. ...Нова технологія, більш досвідчені споживачі, глобальна реструктуризація економіки та екологічні межі зростання лише деякі з проблем, що стоять перед галуззю сьогодні." [2]

«Нова туристична індустрія» є дуже широке поняття, має розлоге значення, яке визначає широту розуміння туристичного попиту, що охоплює не лише матеріальні цінності й послуги, які служать безпосередньо туристичному споживанню, але й такі різновиди економічної активності, які повністю або частково залежать від руху подорожан і розвиток яких без туризму не був би можливим (або був би істотно обмеженим). Тож, подальший розвиток туризму не можливий без інноваційних змін, які мають дещо стихійний та непередбачуваний характер впливу на кінцеві результати діяльності підприємств, що ставить досить хиткий за характером ведення бізнесу спосіб господарювання на ще більш ризикований шлях, а отже і потребує значних наукових досліджень та імплементацію результатів інноваційної діяльності.

Структурний аналіз конкурентоспроможності розвинених економічно і технологічно країн світу свідчить про нецінові фактори конкурентоспроможності, які обумовлені новизною продуктів, їхньою якістю, наукоємністю та високою технологічністю, й досягнення таких характеристик продуктів за рахунок інноваційних чинників розвитку. Ці процеси не минули і сферу туризму, яка до недавнього стрімко розвивалася та мала стабільні темпи динамічного розвитку з приростом на рівні 5-6% щорічно.

На сьогодні туристичний ринок переживає ряд ґрунтовних перетворень, які суттєво змінюють бізнес-процеси, що протікають на ньому і вимагають формування такої інформаційної інфраструктури, яка забезпечить сталість у динаміці споживання рекреаційних ресурсів планети,

задовільнить зростаючі потреби людства у відпочинку, оздоровленні, втамування пізнавальних інтересів «людини подорожуючої» (*homo viator*), примножить економічну складову чинників розвитку туризму як мультигалузевої сфери залучення людської праці, отримання доходів від експорту товарів і послуг, віжновлення і розвитку депресивних регіонів і районів світу.

Необхідним у формуванні економічного впливу на систему туризму є позиціонування його в загальних суспільних відносинах, інвентаризація стану й визначення рівня завданої шкоди в цілому господарському комплексу країни (регіону), виваженні факторів впливу на відновлення туристичних процесів і обмінів, збільшення обсягів надходжень від обслуговування туристів, позиціонування їх пріоритетів та вимог попиту на туристичні та паратуристичні товари і послуги.

Спад попиту на туристичні послуги в кризові 2008-2010 роки дозволив по іншому переглянути та оцінити ситуацію попереднього безпрецедентного розвитку. Як вказує проведений аналіз показників розвитку туризму за останні двадцять років (1990-ті – 2000-ні роки), туризм справді швидко відновлюється, дво-трирічні спади є нетиповими, динаміка позитивна може бути вже на слідуючий після кризового рік, що засвідчує про надзвичайну стійкість туристичного попиту, який коливається під дією загрози безпеки (1991, 2001, 2003, 2009 рр.), уразливістю перед шокowymi ситуаціями (2010р.) та пов'язаним з цим збільшенням вартості турів. [3]

Швидкий підйом туристичної активності в 2010 році свідчить про здатність сектора відновлюватися в середньостроковій та довгостроковій перспективі, підтримуючи лозунг, що він є ключовим двигуном для створення таких необхідних робочих місць в мінливому економічному середовищі.

Позитивними факторами, які спонукатимуть до покращення ситуації стали: зростання впевненості бізнесу та споживачів, невисокі процентні ставки, які на короткострокову перспективу будуть помірно зростати; відновлення, яке настає після різкого спаду та перехід на новий життєвий цикл за «новими» правилами ведення бізнесу (перехід на інший рівень спіралі (за Меншем), що супроводжується «духом співробітництва та партнерства, породжених кризою і будуть збережені зацікавленими сторонами» (на думку ЮНВТО – Всесвітньої туристичної організації); проявлена сектором гнучкість в реагуванні на швидкі зміни попиту (запровадження логістичних концепцій «just in time» та «quick response» з метою здешевлення вартості туристичного обслуговування); нестабільна кон'юнктура ринку, яка зробили його сильніше. Кризи надають можливість для усунення основних структурних недоліків та здійснення стратегій, які сприяють сталому розвитку та переходу до «зеленої» економіки.

За поширеним визначенням *інноваційна інфраструктура* представляє собою виробничу; науково-технічну (технопарки, інкубатори наукоємких технологій) та інші складові винайдення, творчого пошуку та імплементації різного виду новацій. Тому, у відповідь на виклики сьогодення, ЮНВТО виробила істотну здатність координувати ухвалення політичних рішень по стратегічних питаннях, що відносяться до сфери туризму у всьому світі. Враховуючи *трансверсальну* природу туризму, його розвиток вимагає використання знань в різних областях, починаючи з транспорту, доставки товарів і надання послуг, і закінчуючи питаннями заощадження енергії, якості, стійкості у використанні природних ресурсів, охорони здоров'я і належного управління в цілому.

Тому, для ЮНВТО стало надзвичайно важливим участь у всіх видах діяльності, пов'язаних з управлінням знаннями, і створення постійного *Глобального співтовариства знань в туризмі*, за допомогою якого зміцниться потенціал розробки і ухвалення рішень ЮНВТО в області світової політики туризму, наукових дослідженнях та сертифікації освітніх програм TedQual.

Грунтовні дослідження Робочої групи з питань управління знаннями ООН з 2006 р. підтверджують, що туристська політика відноситься не тільки до сфери галузевих інтересів, але і є важливим інструментом для розробки ключових стратегій, що стосуються зайнятості, регіонального розвитку, скорочення убогості населення ряду країн світу, формуванням конкурентоспроможності і стійкості підприємств і організацій. [4]

ЮНВТО визнала що інновації слід активно розповсюджувати серед держав-членів через Мережу розповсюдження знань ЮНВТО, метою створення якої стало: надавати підтримку з усіх

питань в області науки, технологій, інновацій і управління знаннями, що стосується туристичної діяльності, політики і управління туризмом, в цілях сприяння підвищенню конкурентоспроможності сектора і досягненню глобальних задач розвитку, досягнення сталості підприємств, впровадження принципів добросовісного управління, визначених Організацією Об'єднаних Націй та іншими міжнародними інститутами управління; створення банку рекомендацій, кращих прикладів практичної діяльності, добровільних стандартів, кодексів та норм, які складуть Кодекс Туризму (*Codex Turismus*), що можуть широко застосовуватися в туристичній діяльності, політиці та управлінню в сфері туризму та пов'язаних з ним областях.

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – 3-є вид.-ня, перероб. та доп. – К.: «Альтпрес», 2005. – 436с.: іл., картосхеми. – с. 253; 2. *Innovation and Growth in Tourism* – ISBN 92-64-02501-4@OECD 2006; 3. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій.//UNWTO World Tourism Barometer, February 2011// www.unwto.org; 4. Сеть распространения знаний ЮНВТО: Концепции и членство. - Пояснительная записка // <http://know.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptsandmembershipussian.pdf>

Н.О. Михайленко

Херсонський національний технічний університет

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РИБНИХ ГОСПОДАРСТВ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

© Михайленко Н.О., 2011

В Херсонській області сьогодні налічується 46 риболовецьких підприємств, які займаються виловом та розведенням риби. За даними Головного управління статистики щорічно виловлюється близько 5,4 тисяч тон рибної продукції, з яких на штучні водойми припадає майже 50 % виловленої за рік риби та інших водних живих ресурсів [1]. В останні роки спостерігається стійка тенденція до зростання питомої ваги вилову риби у штучних водоймах. Це пов'язано з погіршенням екологічного стану в низов'ях Дніпра та у Чорному і Азовських морях, що в свою чергу зменшує популяції промислових видів риб і призводить до необхідності збільшення потужностей підприємств, які займаються її розведенням.

Більшість підприємств області, які займаються розведенням промислових видів риб, були засновані ще за радянських часів, і тому значна частка обладнання застаріла як морально так і фізично. Виробництво залишається достатньо енергомістким, а витрати на електроенергію складають близько 20 % усіх витрат. Аналіз стану й якості обладнання, що використовується на більшості підприємств області, свідчить про необхідність його заміни чи принаймні модернізації. Якість води ставків є чи не найважливішим фактором результативності штучних водойм. Чим вище якість води і відповідність її потребам риби, тим успішніше проходить її нащадкування. Отже, щоб уникнути забруднення мінеральними речовинами і збіднення води киснем необхідно здійснювати фільтрацію і аерацію [2]. Для цього більшість підприємств використовують насосні станції, що були споруджені ще в 70-х рр. минулого століття, коли проблемами економії енергоносіїв ніхто не переймався.

Розрахунки, проведені на «Херсонському виробничо-експериментальному заводі по розведенню молоді частикових риб» свідчать про можливість зниження витрат електроенергії за рахунок встановлення компенсаторів реактивної енергії, які представляють собою компенсатори, що комутуються конденсаторними контакторами, команди управління реактивною енергією