

4. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, успех, карьера / Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1993. – 214 с.
5. Шепель В.М. Настольная книга бизнесмена и менеджера. / Пер. с нем. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 304 с.

Канаева Н.Н., Лыхина Н.И., Матвеев В.В. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В КРЫМУ

Целью данной статьи является рассмотрение проблем, касающихся развития рекреационной отрасли Крыма.

Будущее Крыма и уровень жизни населения в значительной мере зависит от эффективности управления рекреационной отраслью Крыма. Национально-этнические, социально-культурные, хозяйственно – экономические, экологические характеристики Крыма будут определяться уровнем функционирования и развития именно этой отрасли.

Как известно, современная индустрия туризма является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства.

По данным ВТО во всем мире число иностранных туристов в 2000 году достигло 700 млн. человек, причем континентальная Европа приняла 403,3 млн. международных туристов, а Американский регион – 129 млн. туристов. На долю туризма приходится около 10% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место и 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений [2].

По прогнозам специалистов высокие устойчивые темпы роста экономических показателей в сфере туризма сохраняются [1], и к 2010 году количество международных туристических поездок составит около одного миллиарда, а поступления от туризма достигнут 1,1 трлн. долл. США [2,3].

Крымский полуостров, занимая около 4,5% площади, концентрирует 29,6% всех рекреационных ресурсов, 10% емкости гостиничного фонда, 40% емкости здравниц Украины. В межрайонном территориальном разделении труда автономия выделяется, прежде всего, производством оздоровительных и лечебных услуг (70% и 11% от всех целей посещения организованных рекреантов соответственно).

Туристическая отрасль Крыма сегодня вносит активный и существенный вклад в экономику Крыма. Ее развитие и укрепление является мощным фактором, содействующим укреплению национального единства и культурной интеграции.

В тоже время существует ряд факторов, как объективных, так и субъективных, не позволяющих использовать мощности этой отрасли в полной мере. Очевидно, что процесс функционирования рекреационной отрасли Автономной Республики Крым существенно зависит от времени года и природно-климатических факторов.

Отрицательное воздействие на развитие санаторно-курортной и туристической отраслей Крыма оказывают сезонность, неравномерность и неоднородность распределения рекреантов в различных местах отдыха и лечения, что влечет за собой перегруженность предприятий сферы обслуживания городов-курортов, перенаселение отдельных зон и районов, нарушение санитарно-гигиенических норм и экологической ситуации в отдельных регионах Крыма и др.

Поэтому в настоящее время актуальными являются задачи планирования развития рекреационной отрасли в Автономной Республике Крым и сбалансирование в достаточной степени спроса и предложения организованного и неорганизованного отдыха

Величина среднего потока прибывающих в Крым туристов за 2000 – 2002 г.г. стабилизировалась и составляет 4,5 млн. чел. [4].

Неорганизованный отдых в Крыму носит сезонный характер, что видно из анализа тренд-сезонного временного ряда пассажиропотока с дискретностью один год. На рис.1 видно, что массовый пиковый «летний» поток неорганизованных отдыхающих наблюдается в период с 20 мая по 1 октября.

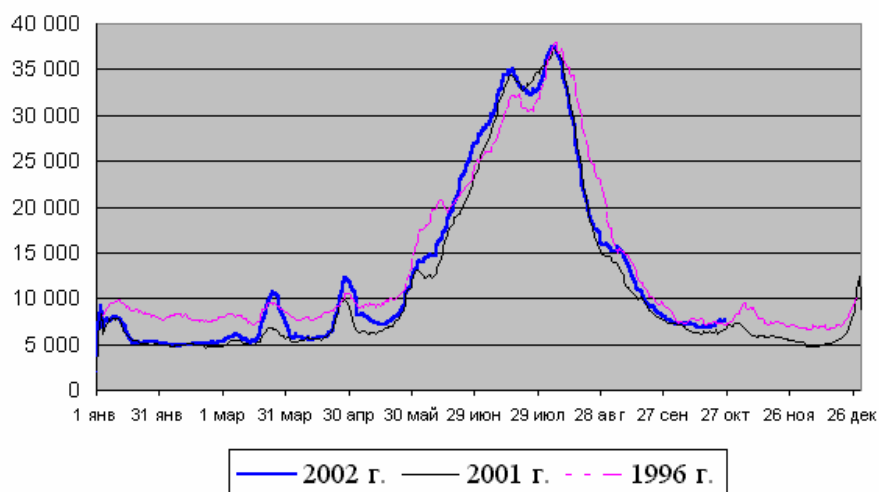


Рис. 1. Пассажиропоток в Крым по железной дороге в 1996, 2001, 2002 гг.

В таблице 1 представлены числа, равные долям прибывших по железной дороге в отдельные месяцы. По данным Крымской дирекции Приднепровской железной дороги основная масса пассажиров приезжает в Крым в летние месяцы.

Таблица 1. Значения сезонных коэффициентов прибытия туристов по железной дороге по месяцам

Месяц	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1998	0.048	0.038	0.047	0.05	0.061	0.137	0.221	0.203	0.062	0.043	0.042	0.047
1999	0.046	0.036	0.047	0.047	0.06	0.118	0.215	0.193	0.073	0.055	0.053	0.055
2000	0.046	0.036	0.044	0.048	0.06	0.082	0.223	0.214	0.079	0.057	0.056	0.055
2001	0.045	0.033	0.042	0.047	0.055	0.119	0.236	0.207	0.077	0.049	0.044	0.045

Для повышения эффективности деятельности санаторно-курортного и туристского комплекса необходимы меры, позволяющие, во-первых, привлечь рекреантов в Крым, во-вторых, уменьшить влияние сезонности отдыха в Крыму.

Для уменьшения влияния сезонности необходимо:

- совершенствовать рекреационную инфраструктуру, повысить уровень комфортности рекреационных предприятий и улучшить качество обслуживания рекреантов;
- вырабатывать оптимальную ценовую и налоговую политику в рекреационной сфере;
- осуществлять эффективную рекламную кампанию, рассчитанную в первую очередь на Россию, Украину, Республику Беларусь;
- развивать новые виды рекреационной деятельности и туризма, не зависящие явно от времени года (исторический, автомобильный, зеленый, религиозный, юношеский познавательный и другие виды туризма);
- возродить краткосрочный отдых по маршрутам выходного дня;
- формировать потоки туристов для различных категорий населения по интересам, по возрасту, по убеждениям и т. д.;
- *развивать информационное обеспечение и совершенствовать систему распространения и продажи путевок с применением новейших информационных технологий (сети Internet) и др.*

Особое значение здесь принадлежит рекламе рекреационной отрасли, являющейся важной составляющей рынка и маркетинговой политики рекреационных организаций и предприятий инфраструктуры.

Оптимальное рекламное обеспечение позволит не только улучшить показатели спроса на рекреационные услуги, расширить рынок, повысить эффективность рекреационной отрасли, но и будет способствовать улучшению социально-политических отношений между народами, в первую очередь, Украины, России и Белоруссии.

В настоящее время туризм это благо и для рекламного бизнеса, позволяющего в результате квалифицированного проведения рекламных кампаний оперировать со значительными денежными ресурсами, со-

вершенствовать свою структуру и функции. Информация о предоставлении рекреационных услуг – выгодный товар, в тоже время, от качества рекламы зависит работа всей рекреационной отрасли Крыма.

Кроме этого реклама способна:

- пробудить интерес к Крымскому полуострову;
- создать положительный образ места отдыха;
- значительно увеличить туристические потоки в Крым.

Для решения указанных проблем необходимы дальнейшие исследования, направленные на разработку методов и приемов, позволяющих нейтрализовать или уменьшить влияние форс-мажорных факторов (международных конфликтов, погодных условий, изменений курсов валют и др.). Необходимо также устранить противоречия между статическим спросом и динамичным потреблением рекреационного продукта, обеспечить оптимальное распределение рекреантов (по региону, по типам рекреационных предприятий и т.д.), устранить разрыв между представлением рекреантов о качестве ожидаемого отдыха и самим отдыхом; оптимизировать потребительскую стоимость объектов рекреационной деятельности и др.

Источники и литература

1. Государственная программа развития туризма на 2002–2010 годы. Утверждена постановлением Кабинета Министров Украины 29 октября 2002 г. – № 583.
2. Сборник статистических данных по туристским расходам. Техническое пособие. – Мадрид: WTO, 1995. – 103 с.
3. Туризм в эпоху альянсов, слияния и приобретений. – Мадрид: WTO, 2002 г. – 169 с.
4. Отчет о научно-исследовательской работе " Разработка методических рекомендаций по расчету неорганизованных отдыхающих в Крыму на основании данных пассажиропотока. / Шифр 2248. – Симферополь: КАПКС, 2002. – 87 с.

Карташевская И.Ф.

КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ГЕОГРАФИИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ, КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛЮ

Постановка проблемы. Управление туристской, курортно-рекреационной отраслью представляет сложную организационно- производственную систему. Эффективность управления тесно связана с прогнозированием и планированием. Из зарубежных источников известно, что наибольшая (до 40 %) доля финансовых неудач в условиях рынка объясняется ошибками при планировании работ, следующей по удельному весу причиной неудач являются ошибки в обработке экономической информации (35%), далее идут недостатки в информационном обеспечении при организации работ.

Прогнозное моделирование успешно может быть использовано для построения структурной и логической блок-схемы развития туристской и курортно- рекреационной отрасли. Подобная модель представляет среднесрочную целевую комплексную программу, которая имеет целый ряд методических и организационных особенностей. Целью статьи является рассмотрение методических особенностей построения кластерной модели географии управления курортно-рекреационной отраслью.

Территориальный рекреационный комплекс представляет базисную субстратную модель, состоящую из взаимосвязанных подсистем: групп отдыхающих, природного и культурно-исторического потенциала, туристской инфраструктуры, обслуживающего персонала и органа управления [3]. Эффективность управления каждой из подсистем может быть выражена в виде совокупности экономических моделей. Конечным итогом взаимодействия системы управления, базисной территориальной рекреационной модели будет являться социальный эффект.

Предлагаем в качестве объекта исследования использовать кластерную модель географии управления под которой будем понимать совокупность экономических, социальных моделей, позволяющих достичь эффективности функционирования системных блоков базисной модели территориального рекреационного комплекса.

Кластерная модель предполагает возможность проверки истинности ее оригиналу в виде экономических показателей, повышения жизненного уровня населения, вовлеченного в рекреационную, туристскую деятельность. В прикладном аспекте все составляющие совокупных моделей могут быть оформлены в виде среднесрочной целевой Программы развития туристской, курортно- рекреационной отрасли. Работа над Программой включает ряд последовательных организационных шагов, среди которых:

- разработка методологии модели Программы;
- выработка методики структуры;
- детальная разработка структурных блоков и подпрограмм;
- утверждение наилучшего варианта;
- рассылка структурного проекта в регионы;