

надає доповіді на студентських науково-технічних конференціях, звіти про свою діяльність, має свою сторінку на сайті Інституту.

Цілі діяльності СКБ наступні:

- розвиток творчості і винахідництва у студентів, аспірантів, співробітників;
- підтримка талановитої молоді, схильної до науково-технічної творчості і винахідництва;
- створення умов для комерціалізації завершених розробок студентів, аспірантів і молодих учених, виконаних в СКБ, з метою генерації нової хвилі підприємців у сфері інформаційних комунікацій, радіоелектроніки і бізнес-технологій;
- допомога в реєстрації права власності на об'єкти інтелектуальної власності, створені в процесі роботи в СКБ.

Дворічний досвід роботи СКБ показав високу зацікавленість студентів в інноваційній діяльності, починаючи з першого року навчання в інституті. Як наступний крок планується розвиток системи підтримки створення молодіжних інноваційних підприємств, які призначені для комерціалізації створених нових технологій.

Таким чином, в роботі обґрунтовано необхідність розробки і впровадження організаційно-економічного механізму підтримки інноваційного молодіжного підприємництва на рівні регіону, що включає два основних компоненти – підготовку кадрів і створення відповідної інфраструктури для інноваційного підприємництва. Дія запропонованого механізму розглянута на прикладі формування студентського конструкторського бюро, що створено на базі інституту економіки і управління Республіканського вищого навчального закладу «Кримський гуманітарний університет».

#### Література

1. Ларина Р.Р. Инновационная модель формирования университета предпринимательского типа / Р.Р. Ларина, И.Ю. Гришин // *Професіоналізм педагога в контексті європейського вибору України: якість освіти – основа конкурентоспроможності майбутнього фахівця: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Ялта (22-24 вересня 2011 року)*. – Ялта: РВНЗ КГУ, 2011. – Ч.2. – С.45-47.
2. Тарасенко Т.В. Научный потенциал как важнейший фактор инновационного развития Украины в условиях глобализации / Т.В. Тарасенко // *Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка і підприємства та організація виробництва*. – Суми. – 2006. – С. 205-211.
3. Кирпот О.І. Сутність і зміст малого підприємництва / О.І. Кирпот // *Вісник Української Академії державного управління при Президенті України*. – К.: Видавництво УАДУ. – 2000. – №4. – С. 233-240.
4. Хомин О.В. Интеллектуальное предпринимательство в условиях формирования социально ориентированной экономики / О.В. Хомин // *Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: матеріали Другої Всеукраїнської науково-практичної конференції. Том 1*. – Полтава: Скайтек, 2007. – С. 157-161.
5. Воробьев Е.М. Структуризация и моделирование инновационного процесса на микроуровне / Е.М. Воробьев, Т.В. Тарасенко // *Вчені записки Харківського гуманітарного університету*. – Х.: Изд-во НУА, 2005. – Т.11. – С. 361-369.
6. Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2012-2016 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 12.03.2012 № 294. // *Офіційний вісник України, 2012. – № 29. – 18 с.*

332.143:338.48

*Вязовик С.М., к.э.н, доцент,  
Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского*

### **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

Среди множества проблем турбизнеса весьма значимой является информация, от полноты, достоверности и своевременности которой зависит, прежде всего, спрос на туристские услуги и, разумеется, предложение услуг. Если в далёком прошлом турист отправлялся в путь часто, чтобы собрать информацию о неведомом и распространить её по возвращении, то сегодняшний турист в большинстве своём желает предварительно получить наиболее полную информацию об условиях предстоящего путешествия, чтобы знать, на что он может рассчитывать за свои немалые деньги. В то же время предпринимателю турбизнеса для привлечения большего числа туристов необходимо иметь информацию об их потребностях, о том, за что турист готов платить деньги.

Несмотря на последние достижения в области информационного обеспечения на сегодняшний день одной из основных проблем остается создание и поиск релевантной информации по всему спектру туристско-рекреационных услуг. Отсутствует также возможность сравнения услуг, например, по таким показателям, как цена, удаленность от населенного пункта, экологическая обстановка, наличие инфраструктуры и культурно-развлекательных комплексов.

Учитывая вышеизложенное, создание системы информационного обеспечения является необходимым условием инновационного развития туристско-рекреационной дестинации и требует, прежде всего, наличие высококачественной информации, которой должны быть присущи определенные свойства, различающиеся по многим классификационным признакам услуг, и, которая должна соответствовать определенным стандартам.

Исследования по использованию новейших технологий информационного обеспечения в деятельности предприятий туристско-рекреационной сферы осуществляли: С. Аримов, В. Балута, П. Бурцев, А. Виноградова, А. Галиновский, А. Губанова, Д. Донской, А. Демаш, М. Ефремова, И. Зорин, И. Калашников, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, М. Огороков, М. Подсолонко, М. Робсон, О. Тоффлер, М. Хайдеггер и другие.

Туристскую дестинацию рассматривали в своих работах отечественные и зарубежные ученые, такие как: Л. Анастасова, Е. Богданов, В. Василенко, К. Купер, К. Макарычева, В. Матиссон, П. Мерфи, Т. Румянцева, Н. Шмолл, Д. Флетчер, Р. Фостер и другие.

Однако, несмотря на существующие разработки в обозначенной предметной области, практически отсутствует системный подход к исследованию проблем формирования комплексной информации инновационного развития туристско-рекреационной дестинации.

Цель статьи заключается в обосновании необходимости формирования системы информационного обеспечения инновационного развития туристско-рекреационной дестинации.

Согласно поставленной цели предусмотрено решение следующих задач:

определить роль информации как ресурса и продукта экономической деятельности в туристско-рекреационной сфере;

выявить недостатки в информационном обеспечении туристско-рекреационных дестинаций Украины;

определить основные характеристики, элементы и процесс формирования системы информационного обеспечения устойчивого инновационного развития туристско-рекреационной дестинации.

В нашем исследовании мы будем использовать понятие «туристско-рекреационная дестинация», которое нередко ошибочно используют как синоним понятий «туристско-рекреационный комплекс» или «туристско-рекреационный регион» и будем придерживаться следующей формулировки. Туристская дестинация – это территориальное образование, специализирующееся на оказании туристско-рекреационных и санаторно-курортных услуг, в административных границах одного или нескольких муниципальных образований – фактически может быть сопоставимо с понятием «город-курорт» [1].

Удовлетворение спроса в сфере туристско-рекреационных услуг невозможно представить без соответствующего информационного обеспечения. Технологические нововведения по приему и передаче информации облегчают работу предприятий, значительно влияют на изготовление и продажу туристского продукта, на скорость устаревания туристского продукта и т.д. Также они предоставляют свободу доступа к информации реальным и потенциальным потребителям туристских и рекреационных услуг в виртуальном пространстве, позволяя тем самым «выбрать путешествие и оздоровление (лечение), не выходя из дома».

Особенностью современной туристско-рекреационной сферы является то, что она развивается на стыке, пересечении основных секторов информационной экономики – реального, денежного и виртуального.

В настоящее время можно отметить наличие тенденции роста виртуального сектора на фоне сокращения реального. Денежный сектор, расширяясь, сближается с виртуальным, что наглядно проявляется в развитии системы электронных платежей и в туристско-рекреационной сфере. Виртуальный сектор представлен такими структурами, как туристский Интернет-магазин, туристские Web-фирмы, виртуальные институты сервиса, виртуальные выставки и т.д., с помощью которых формируются интерактивные связи с реально действующими субъектами.

Информационные технологии постепенно моделируют экономическое поведение туристско-рекреационных предприятий, потребителей, взаимоотношение между ними. Компьютерные системы в туристско-рекреационной сфере имеют много разновидностей, они различаются техническими

характеристиками, функциональными возможностями, а также размерами сети. Одни из них замкнуты в границах отдельно взятого района или страны. Наряду с локальными системами электронные информационные услуги предоставляют гостиничные группы. Каждая крупная цепь отелей оснащена собственной компьютерной сетью бронирования.

Глобальные компьютерные сети резервирования имеют мировой охват, они объединили внешние системы связи авиакомпаний с комплексом компьютерных сетей отелей, санаториев и пансионатов, туристских операторов, фирм по прокату автомобилей и т. д. Данные сети позволяют резервировать пакеты комплексных услуг или отдельные их элементы - от авиаперелетов и размещения для получения туристско-рекреационных услуг до билетов в театр и страховых полисов. Наиболее известными в мире компьютерными системами бронирования и резервирования, работающими в информационном пространстве, являются системы Sabre; Amadeus; Worldspan и Galileo.

Все существующие глобальные компьютерные системы в туристско-рекреационной сфере выполняют одни и те же функции и в этом, безусловно, схожи. Вместе с тем каждая из них имеет характерные особенности, выделяющие ее в ряду подобных сетей и позволяющие вести конкурентную борьбу на рынке информационных услуг, при этом развиваясь и совершенствуясь.

Ассоциация курортов Крыма совместно с Главным управлением статистики в Крыму и ведущими учебными заведениями республики в рамках маркетингового исследования провела опрос потребителей рекреационных услуг по результатам летнего сезона 2010 года, предоставляемых крымскими здравницами в сегменте организованных отдыхающих [2]. В результате данного опроса было установлено, что 36,04% респондентов получили путевки по месту работы, при этом изменения по отношению с прошлым годом не значительные. Приобретение путевок непосредственно в здравницах заняло лидирующую позицию и составило – 37,81% по сравнению с предыдущим 2009 годом этот показатель увеличился на 13%. Через турагентства приобрели путевки – 26,15% , что на 1,5% меньше предыдущего периода. Доля категории «другое» получила всего 1,42%. Количество респондентов, которые приобрели путевку через Интернет, выросло по сравнению с сезоном 2009 года с 11,32% до 17,69% по результатам 2010 года, что свидетельствует о возрастающей роли данного канала информации в туристско-рекреационной сфере.

В подтверждение вышесказанному на предмет желаемых источников информации с предложениями по отдыху получены следующие ответы:

большинство респондентов хотели бы получать информацию из сети Интернет – 63,75%. Данный показатель вырос по сравнению с предыдущим годом на 6,46%;

получение информации посредством рекламной полиграфической продукции предпочли 25,81% респондентов. Здесь также прослеживается увеличение на 3,46%;

наконец, число респондентов, желающих получить каталог почтой, составило 9,76%, что на 8,86% меньше результата опроса по итогам сезона 2009 года [2].

Чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу о возрастающей роли Интернета, нами исследовано наличие информации в поисковой системе Google (табл. 1).

Таблица 1

Объёмы данных о туристско-рекреационных услугах в Интернете

Дестинации	Сайты	«отдых», тыс. стр.	Удельный вес, %	«Лечение», тыс. стр.	Удельный вес, %
Крым	русскоязычный	4120	33,8	2870	34,9
	англоязычный	152	1,2	61,4	0,7
Карпаты	русскоязычный	764	6,3	919	11,2
	англоязычный	39,1	0,3	61	0,7
Сочи	русскоязычный	1040	8,5	3920	47,7
	англоязычный	13,5	0,1	0,315	0,004
Анталия	русскоязычный	6040	49,5	380	4,6
	англоязычный	28,7	0,2	0,992	0,01
ИТОГО:		12197,3	100,0	8212,71	100,0

Так в поисковой системе Google на запрос «отдых» и «лечение»: в Крыму, Карпатах, Сочи и Анталии (на русско- и англоязычных сайтах) всего 12 млн. 197 тыс. страниц «отдых» и 8 млн. 212 тыс. страниц «лечение», из них половина информации (49,5%) об «отдыхе в Анталии» и почти половина (47,7%) – «лечение в Сочи», на втором месте – «отдых и лечение в Крыму». Что же касается англоязычных сайтов «Rest in the ...» и «Treatment in the.....», то их доля по всем анализируемым регионам (дестинациям) минимальна и не превышает в основном 1% от общего количества сайтов.

Из проведенного анализа можно заключить, что турецкий и российский туристский бизнес ориентированы на русскоязычных туристов, что же касается Интернет-информации о туристских услугах на территории украинских дестинаций, то она хоть и не в значительной степени, но рассчитана на туристов из дальнего зарубежья.

Если же рассматривать соотношение информации на русскоязычных сайтах о туристских услугах и рекреационных (лечебных), то в Крыму преобладает первая в 1,44 раза; в Карпатах, наоборот, в 1,2 раза информация о лечении; в Сочи также в 3,8 раза больше информации о лечении. Что же касается Анталии, то информация о туристских услугах превышает наличие информации о лечебных более чем в 15 раз, что подтверждает туристскую направленность данной дестинации.

Таким образом, можно констатировать, что в Интернете не достаточно информации о рекреационных услугах крымских здравниц и это при огромном природно-рекреационном потенциале региона. Также это может характеризовать преобладание оздоровительной купально-пляжной специализации, на фоне переориентации рекреационных функций дестинации с лечебно-оздоровительных на оздоровительно-развлекательные.

При этом стоит отметить, что на рынке уже сейчас существует множество сайтов, среди которых можно выделить и весьма яркие, сконцентрированные в основном или на продвижении своего конкретного бизнеса, или на продаже практически всего спектра коммерческих возможностей туристской индустрии.

Анализ потока информации в сфере туристско-рекреационных услуг, осуществляемого различными каналами (масс-медиа, печатными изданиями, телевидением и Интернетом, в том числе), позволил определить следующие проблемы информационного обеспечения:

- информация поступает со значительным опозданием;
- информация характеризует прошлые события;
- информация содержит преимущественно общие данные без детализации;
- информация, которая исходит из разных источников, часто является противоречивой;
- недостаточность информации относительно определения будущих целей деятельности и стратегического планирования и т.д.

С целью преодоления выявленных недостатков необходимо сформировать систему информационного обеспечения инновационного развития туристско-рекреационной дестинации, основными характеристиками которой являются:

- система информационного обеспечения как функциональный комплекс, обеспечивающий органичную взаимосвязь технических средств, методов и технологий работы с информацией;

- система информационного обеспечения, учитывающая информационные потребности пользователей туристско-рекреационных услуг;

- информация о состоянии и параметрах функционирования определенных объектов туристско-рекреационных дестинаций, поступающая через определенные промежутки времени или в соответствии с потребностями в ней.

При этом основными элементами данной системы должны быть:

- подсистема сбора информации о состоянии внешней среды (путем мониторинга основных влияющих факторов: состояние мировой экономики, уровень заработных плат, последние тенденции и направления в туристско-рекреационной сфере);

- подсистема сбора информации о состоянии внутренней среды (формируется массив информационных данных из внутренних источников дестинации: ценовая политика, качество и количество предоставляемых услуг, загрузка гостиниц, развитие сферы гостеприимства, наличие предприятий общественного питания, транспорт, природно-рекреационные ресурсы, развлекательно-зрелищная сфера, туристские маршруты, экологическая обстановка и другое);

- подсистема информационных потоков (обеспечивает оптимальную циркуляцию и физическое перемещение информационных сообщений);

- подсистема информационных технологий (обеспечивает взаимодействие совокупности средств и методов сбора, накопления, перемещения, обработки информации) [2].

Формирование системы информационного обеспечения инновационного развития туристско-рекреационной дестинации необходимо рассматривать как процесс в следующей последовательности:

- определение информационных потребностей субъектов хозяйственной деятельности и потребителей, заинтересованных в информации (конкретизация получателя данных, определение содержания необходимой информации, формулирование основных требований к определенной информации и другое);

получение необходимой информации от предприятий туристско-рекреационной сферы и статистического регионального управления, ее обработка (получение данных из внешних и внутренних источников информации, определение сроков сбора и обработки информации, оценка затрат на получение информации и эффекта от этой информации, определение исполнителей по сбору информации);

анализ полученной информации (степень ее детализации, структуризация информации, агрегирование информационных данных и их группировка в разрезе ключевых показателей деятельности рынка туристско-рекреационных услуг);

передача информации и ее интерпретация (непосредственное предоставление информационных данных потребителям, исключение возможного дублирования информационных потоков в сети, проверка корректности полученной информации, разработка и корректирование форм управленческой отчетности субъектов хозяйствования, приведение данных до стандартизированного формата предоставления);

хранение информации (предметная ориентация информационных данных, обеспечение неизменности депонированной информации, обеспечение хронологии хранения информации и ее интегрированности, определение и соблюдение сроков хранения определенной информации);

контроллинг (формулирование аналитических выводов по определенным аспектам туристско-рекреационной деятельности, разработка будущих сценариев поведения рынка туристско-рекреационных услуг, формирование выводов и предложений относительно обеспечения повышения качества обслуживания в определенном целевом сегменте, а также в целом по улучшению хозяйствования в анализируемой сфере и др.).

Выводы. Удовлетворение спроса на услуги, предоставляемые туристско-рекреационной дестинацией, зависит от комплекса информации о содержании этих услуг, а также о ценовой политике, инфраструктуре, природно-рекреационных ресурсах, экологической обстановке, культурном наследии и т.д. Данную функцию должна выполнить система информационного обеспечения, которая обеспечит не только взаимосвязь между субъектами хозяйствования в дестинации, а и с потребителями туристских и рекреационных услуг со всего мира.

Внедрение и обслуживание предложенной системы информационного обеспечения требует определенных финансовых ресурсов, поэтому на первом этапе очень важно определить источники финансирования данного проекта. Основными инвесторами могут стать как государственные органы, заинтересованные в формировании имиджа Крыма как динамично развивающейся туристско-рекреационной дестинации, так и объединения (ассоциации) субъектов хозяйствования в данной сфере деятельности.

### Литература

1. Рябцев А.А. Некоторые подходы к определению системообразующих факторов развития дестинации / А.А. Рябцев // Вестник СГУТиКД. – 2011. – № 4 (18). – С. 12-15.
2. Результаты маркетинговых исследований // Белая книга Крымского туризма: Сборник аналитических материалов. – Симферополь: ЧП «Редакция газеты «Терра Таврика»» в сотрудничестве с ВСГО «Совет по вопросам туризма и курортов» при финансовой поддержке Правительства ФРГ, 2011. – С. 14-19.
3. Дмитриев М.Н. Новые организационно-экономические отношения в туристском секторе экономики региона / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.bibl.nngasu.ru/electronic>

378.1-047.36

*Роскладка А.А., к.ф.-м.н., доцент,  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

### **ИННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МОНІТОРИНГУ ПРОЦЕСІВ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Фахова вища освіта в розвинених країнах є основним джерелом прогресу інтелектуальної економіки. Саме такий вид економіки відповідає сучасним тенденціям світового розвитку. Вищий навчальний заклад відіграє головну роль у формуванні інтелектуального потенціалу держави. Сучасний ВНЗ є складною соціально-економічною системою з неоднозначним статусом. З одного боку вищий навчальний заклад як соціально-педагогічна система вирішує освітні, наукові та виховні задачі, з іншого – це повноправний суб'єкт ринкової економіки, продуктом якого є фахівці вищої кваліфікації. Якщо просвітницька місія вищої школи досліджується та вдосконалюється вже не одне