

КРИМ обов'язково стане територією успіху

Лучія ПУЗИКОВА

50

«Наша Батьківщина там, де ми живемо, де виховуємо своїх дітей і пам'ятаємо батьків. І можемо вважати своє життя не марно прожитим лише тоді, коли, торкаючись рідного коріння, згадуємо лише щасливі сторінки нашого минулого. Хоч би куди закидала нас доля, хоч би як випробувувала на міцність, ми зобов'язані зберегти в чистоті джерело нашого життя, щоб не припинявся потік добра та світла до нашого спільного дому».



Ці слова належать **Лері СВАНІДЗЕ** – одному з перших кримських підприємців, котрий створив на території півострова унікальне виробництво, порівнятися з яким можуть зовсім не багато подібних до нього на території СНД.

Лері Сванідзе – людина, відома не тільки в Криму, а й в Україні. Він очолює підприємство «Стартінвест», яке займається проектуванням, будівництвом і експлуатацією канатних доріг. Лері Георгійович знаменитий ще й тим, що багато працює над собою. У важкий час перебудови, маючи диплом про вищу освіту, успішно закінчив ще один університет – Європейський, а потім – Київську національну академію державного управління при Президентові України. Захистив дисертацію, брав участь у міжнародних технічних форумах і конференціях. Ось вже декілька років поспіль Лері Сванідзе є депутатом Кореїзької селищної ради. До цих своїх обов'язків він ставиться сумлінно та з душею. У Кореїзі всі знають, що жодного прохання про допомогу Лері Георгійович не залишає без уваги.

За інноваційний підхід до вирішення технічних, економічних і управлінських питань Л. Сванідзе удостоєний почесних міжнародних і вітчизняних нагород.

Щоб стати директором підприємства «Стартінвест», треба було відродити все виробництво буквально з попелу. Підприємство дісталось родині Сванідзе занедбаним і роз-

краденим. Починали з нуля. Саме тоді й стали в нагоді інженерні знання подружжя Лері й Надії Сванідзе, котрі обоє мають вищу технічну освіту. І це дало їм змогу поставити перед собою нереальне за тих умов завдання, щоб перевірити себе на міцність і набути безцінного досвіду роботи. Згодом у сім'ї Сванідзе виростили ще два фахівці – донька й зять. Вони також присвятили себе роботі в «Стартінвесті», який нині є перспективним і конкурентоспроможним виробництвом України, здатним розв'язувати водночас із іншими проблемами й екологічні проблеми Криму.

У «Стартінвесті» все підпорядковано служінню справі й усебічній турботі про працівників. По-перше, збережено старі кадри, котрі є вирішальною силою в реалізації будь-якого проекту. Кожне нове рішення піддається мозковому штурму, серйозному аналізу. По-друге, в «Стартінвесті» створено школу підготовки молодих кадрів, і в ній опановують мистецтво працювати не лише українці, а й молоді з інших держав СНД. До речі, нинішнього літа дипломи отримали 16 фахівців із Узбекистану.

Прийшовши на це підприємство, люди залишаються тут надовго або назавжди. Бо тут цікаво, і сама обстановка надихає на плідну роботу та креативний підхід до вирішення завдань.

Іще один важливий чинник на користь «Стартінвесту» – тут кожен знає, що треба робити.

Підприємство може пишати-ся своїм соціальним пакетом і діяльністю профспілкової організації. У талановитих молодих працівників «Стартінвесту» є шанс вступити до вузу й отримати матеріальну підтримку в період навчання. Під час міжсезоння всі співробітники в обов'язковому порядку проходять безплатну вакцинацію. Тут налагоджено харчування, у місцевій їдальні смачно й ситно годують.

Керівник підприємства Лері Сванідзе – людина з серйозним державним мисленням. Його хвилює все: і доля близьких, і доля Криму, і доля України в цілому.

Протягом декількох років він очолює медіа-раду нашого часопису на Півдні України. За його активної участі журнал Верховної Ради України «Віче» реалізовує Міжнародний проект «Святий вечір». Метою останнього є пошук людей у всьому світі, котрі безкорисливо допомагають українським дітям, що потрапили в біду та постраждали від Чорнобильської катастрофи. Ми знайшли дуже багато адрес доброти в різних країнах, зібрана журналістами інформація про це лягла в основу книжки «Світ, в якому ти живеш».

Наступний етап проекту розкаже про життя й діяльність українців зарубіжжя. Цю тему Л. Сванідзе вважає дуже важливою, неодноразово в своїх інтерв'ю згадуючи про неоціненний внесок «заробітчан» в економіку України.



– **Лері Георгійовичу, чим для вас особисто є Крим?**

– Це мій дім. Я тут живу, у Криму здобув освіту, отримав путівку в життя. І тут живе моя сім'я. Тому, як і в кожній людині, у мене найскромніше бажання – хочу, аби наш спільний дім завжди був теплим і гостинним. До цього прагну в своїй виробничій і суспільній діяльності, цим вимірюю всі свої вчинки.

Мені імпує той факт, що нарада, проведена Президентом України 3 серпня в Сімферополі, стала логічним продовженням ініціатив глави держави зі стратегічного розвитку автономії.

Нещодавно прийнято план розвитку АРК до 2017 року «Крим – територія успіху». І, сподіваюся, саме він мобілізує нас усіх на вирішення пріоритетного завдання розвитку нашого півострова – розширення сфери туристичного обслуговування.

Торік 3 червня стартувала державна цільова програма формування позитивного іміджу України до 2011 року, що також може відіграти важливу роль у відкритті нових можливостей для підвищення конкурентоспроможності наших туристичних послуг. На жаль, у цій програмі не враховано особливостей просування Кримського регіону на міжнародному ринку. Зволікати з цим не можна. Ми маємо повернути до Криму потік туристів, котрі віддають перевагу курортам інших країн. Я вірю, що це можливо і знаю, що вся галузь налаштована на «перезавантаження».

– **А що для цього треба зробити?**

– Гадаю, назріла необхідність у створенні окремої структури, яка

оперативно та скоординовано формувала б бренд Криму. Неможливо увести конкурентну боротьбу за туристичні потоки й інвестиційні рейтинги без спеціальних зусиль, спрямованих на розвиток найпривабливішого бренду регіону. Розв'язання цього завдання фахівці бачать у розробці логотипу й слогану – так званих ключових символів. Але вони становлять мінімальний набір необхідних інструментів для створення бренду.

За логікою, спочатку необхідно здійснити стратегічний аналіз, розвинути платформу бренду, визначити варіанти позиціонування, комунікацій, сформувати бренд-культуру. Лише професійний бренд працює на залучення туристичного потоку. «Назустріч сонячним обіймам» – наш офіційний туристичний символ і слоган, який працює понад 10 років, уже не здатний надихати на рішення інвестувати в Крим, а розбещений увагою турист теж навряд чи зацікавиться згаданим закликком.

– **Лері Георгійовичу, які перспективи формування справді кримського туристичного продукту?**

– На перше місце треба ставити розвиток відновної медицини. Цілющі властивості кримської природи справді унікальні. Гріх не використовувати їх на повну силу. Адже йдеться про здоров'я нації. Тут важлива й підтримка профспілок. Кримські здравниці повинні працювати цілодобово. Я розумію, взимку важко розраховувати на прибуток, але навіть +15 відсотків або 20 можуть відіграти позитивну роль в економіці підприємства. У нього з'явиться можливість утримати фахівців, допомогти їм пережити зиму. Щодо оздоровлення дітей, то Євпаторії немає аналогів не тільки в СНД, а й далеко за його межами.

Необхідно говорити про продовження курортного сезону в Криму. Школом треба починати роботу наприкінці вересня. Це дасть можливість для чудового сімейного відпочинку.

Бачу перспективу й у спорудженні готелів провідних

міжнародних брендів (хай у нас на ринку працюють «Хілтони» й «Плази»). Якщо в нас є попит на VIP, напрошується пропозиція. Ми маємо бути чутливішими до змін на ринку туристичних послуг. «Усе включено» – сьогодні послуга, в яку людина із задоволенням інвестує. Саме за цим і поспішають до Туреччини.

– **Що ви вважаєте слабкою ланкою в розвитку туристичних послуг у Криму? Чи є можливості для її подолання?**

– Людський чинник. Кадри ми чомусь звикли шукати за межами Криму. Ці старання, як правило, марні. До нас приїжджають люди, котрі розглядають Крим як можливість поєднання роботи й відпочинку, часто-густо зловживаючи другим. У таких працівників, як правило, відсутність кримського патріотизму спричиняє цілковиту байдужість до результатів праці. Треба готувати кадри на місці, треба їх випробувувати в справі. У цьому сенсі хочу висловити вдячність очільникам Феодосії. У центрі міста працює кафе, де стажуються випускники торговельно-кулінарного ліцею. У цьому підприємстві найнижчі ціни та найсмачніше харчування. Молодь зі студентської лави усвідомлює, що тільки висока відповідальність за виконання роботи може врятувати репутацію закладу за умов жорсткої конкуренції. Такі кадри нам потрібні, справжні патріоти свого підприємства.

– **Як ви оцінюєте підсумки цьогорічного літа?**

– Сезон був гарячим у буквальному розумінні цього слова. Але ми щиро раді, що всі заходи із залучення туристів дали чудові результати. У нас, порівняно з торішніми показниками, відпочило на 20 відсотків туристів більше.

Багато уваги поточного року приділили Криму і Президент, і новий уряд АРК. Нині важко сказати, чи можемо ми розраховувати на те, що всі, хто рвонув до Криму цього літа, приїде до нас знову. Маємо час поміркувати на цю тему, попрацювати над помилками, подумати, як зробити наступний сезон привабливішим для ще більшої кількості гостей.

