

НАПРАВЛЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНБАССА

Капко А. В.

Научный руководитель к.э.н. Шабалина Л. В.

Донецкий национальный технический университет

Постановка проблемы. На сегодняшний день рынок туристических услуг занимает значительную долю на мировом рынке товаров и услуг. Стремительное развитие индустрии туризма объясняется ее существенной ролью в формировании ВВП и социально-экономическом развитии страны.

В 2014-2015 гг. наблюдалось падение показателей туристического рынка Донбасса (Донецкая и Луганская область). Так, объем выездного туризма в 2014 году сократился на 92%, а въездного – на 88%, что объясняется сложной социально-экономической ситуацией и политической обстановкой в Донбассе [1-2]. По мнению экспертов, сложившаяся ситуация станет причиной банкротства около 50% туристических предприятий к концу 2015 года.

В таких условиях представляется крайне важным разработать рекомендации, которые будут способствовать развитию туристических предприятий Донбасса.

Степень изученности. Опыт антикризисного управления туристическими компаниями освещен в работах Туриянской М. П., Конищевой Н. Й. и др. Об особенностях антикризисного менеджмента в индустрии гостеприимства говорится в работах Корнева Д. А., Ковальчук А. П., Мазунова Е. Р., Костюнина А. Е. и др.

Целью работы является разработка рекомендаций по улучшению деятельности туристических предприятий Донбасса.

Объектом исследования является туристическая отрасль Донбасса.

Предмет исследования – рекомендации по улучшению деятельности туристических предприятий Донбасса.

Изложение основного материала. К негативным факторам, препятствующим развитию туристических предприятий Донбасса можно отнести медленные темпы роста объемов инвестиций в развитие туризма, несовершенство туристической инфраструктуры, неэффективность использования рекреационных ресурсов, недостаточную обеспеченность отрасли высококвалифицированными специалистами, недостаточность государственной поддержки и комплексного подхода к рекламированию национального туристического продукта. Для их преодоления могут быть предложены следующие рекомендации.

Во-первых, необходимо формирование положительного имиджа региона для привлечения иностранных туристов и инвестиций, путем проведения рекламных кампаний, способствующих информированию потенциальных клиентов. Также целесообразны сообщения в СМИ об урегулировании политических и военных конфликтов для преодоления страха у туристов перед посещением региона [3, с. 158].

Во-вторых, туристическим предприятиям необходимо обратить внимание на разработку новых туристических направлений. Среди перспективных направлений можно выделить промышленный, религиозный и рекреационный туризм, так как Донбасс располагает аттрактивными ресурсами для их развития, что обеспечит конкурентное преимущество как на внутреннем, так и на внешнем рынках [4, с. 17].

В-третьих, необходимо обратить внимание на развитие туристической инфраструктуры, в частности увеличение гостиниц эконом класса. А также развитие инженерной инфраструктуры, в том числе скоростной и удобной транспортной системы, обеспечивающей оптимальную доступность рекреационных территорий и районов. Целесообразно сокращение расходов на рекламу, за счет продвижения туров одного направления вместе, что уменьшит рекламный бюджет не в ущерб эффективности [3, с. 165].

Также необходимо обратить внимание на организационные вопросы управления туристическими компаниями. В условиях кризиса актуально

отказаться от демпинговых предложений, поддерживать постоянную коммуникацию с клиентами, обращаться к помощи психологических факторов, не использовать систему высоких скидок. Целесообразно улучшение качества обслуживания, чего можно добиться совершенствованием системы кадрового обеспечения сферы туризма в регионе, курсами по повышению квалификации и переподготовки специалистов.

На сегодняшний день адекватной возможностью развития международного туризма для предприятий Донбасса является трансграничное сотрудничество, в первую очередь с Россией, которая занимает наибольший процент в туристических потоках, как въездных, так и выездных (табл. 1).

Таблица 1

Доля России в туристических потоках Украины

Год	Въезд иностранных граждан			Выезд граждан за границу		
	Всего по Украине, тыс. чел.	из них из России		Всего по Украине, тыс. чел.	Из них в Россию	
		численность, тыс. чел.	доля, %		численность, тыс. чел.	доля, %
2012	23012	9527	41,4	21433	5941	27,7
2013	24671	10285	41,7	23761	6140	25,8
2014	12712	2363	18,6	22438	4671	20,8

Примечание: составлено автором по данным Госкомстата Украины.

Развитие трансграничного туризма дает обеим странам возможности извлечения от сотрудничества. Как пример, можно рассмотреть успешный опыт России и Китая в этой сфере, о чем свидетельствует характер турпотока между странами, показывающий большую популярность приграничных районов (табл. 2). Налаживая связь с Россией можно привлечь и китайских туристов, так как Китай занимает дну из лидирующих позиций по экспорту туристов.

Целесообразно использование Еврорегиона «Донбасс» (Донецкая, Луганская, Ростовская и Воронежская области). Для расширения трансграничного сотрудничества необходимо открыть представительства в Ростовской и Воронежской областях, создать единую маркетинговую стратегию по его позиционированию.

Таблица 2

Трансграничное сотрудничество России и Китая

Федеральный округ	Число российских туристов в Китае, тыс. чел.		Доля российских туристов по территории РФ		Число китайских туристов в России, тыс. чел.		Доля китайских туристов по территории РФ	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Год	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Дальневосточный	275,0	187,2	44	44,5	75,1	52,9	79,3	49,7
Приволжский	6,4	4,6	1	1,1	0,5	0,2	0,5	0,2
Северо-Западный	4,6	2,4	0,7	0,6	7,9	33,8	8,1	31,8
Сибирский	303,1	197,7	48,5	47,0	8,4	13,6	8,6	12,8
Уральский	14,1	11,8	2,3	2,8	0	0	0	0
Центральный	19,3	14,9	3,1	3,5	5,3	5,8	5,5	5,5

Примечание: составлено автором по данным единой межведомственной информационно-статистической системе за 2013-2014 гг.

Выводы. На основе проведенного анализа туристической отрасли Донбасса, были предложены рекомендации по снижению затрат на гостиничный комплекс и рекламу, улучшению качества обслуживания клиентов, а также развитию трансграничного сотрудничества, включающего новые направления туризма.

Список литературы:

1. Статистические данные по Донецкой области. – [Электронный ресурс] / Главное управление статистики в Донецкой области. Режим доступа к рес. : <http://donetskstat.gov.ua/> - 06.10.15
2. Статистические данные по Луганской области. – [Электронный ресурс] / Главное управление статистики в Луганской области. Режим доступа к рес. : <http://www.lugastat.lg.ua/> - 06.10.15
3. Конищева Н. Й. Маркетинговые инструменты антикризисного управления развития туристических предприятий / Н. Й. Конищева // Вестник ДИТБ. – 2012. – № 16. – С.157-166.
4. Бесклубенко Я. 27 вересня – Всесвітній день туризму / Я. Бесклубенко // Порадниця. – 2011. – №38 (760). – С.16-18.