

## **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 одну 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.