

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

Туризм на современном этапе развития экономики и культуры становится все более значимым явлением в социальной и культурной жизни людей, превращается в массовый процесс международного масштаба. Современный туризм – это крупная отрасль общественного производства, оказывающая влияние на развитие и деятельность других отраслей хозяйственного комплекса, расширяющая сферу приложения труда. Туризм влияет на отраслевую структуру занятости населения, способствует формированию высоких нравственных качеств, культурному воспитанию людей.

На долю туризма приходится около 10% мирового валового продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений.

Крым ищет пути выхода из сложившегося тяжелого социального и экономического положения. Туризм может и должен стать приоритетным направлением в экономике региона, ведь история развития туризма в Крыму насчитывает более ста лет.

Министерством курортов и туризма Крыма, согласно выданным лицензиям, предоставлено право на осуществление туристической деятельности около 600 субъектам предпринимательской деятельности.

Вопросам изучения проблем развития международного туризма посвящено много научных трудов, как отечественных, так и зарубежных ученых трудов М.П. Крачило, Б.Л. Финагеева, Н.Н. Городецкой, П.Д. Подгородецкого, Д. Байер, С. Беккер, К. Клемм, П. Бернеккер, М. Бейтель, Е. Бьювантер, А. Буркат, Р. Клевендон, В. Данц, В. Смит, В. Мунт, С. Деккер-Хорц, А. Дреш, Г. Меттеус, С. Флохманн, Х. Хесслер, Н. Хинске, Г. Сигаух и т.д.

Тем не менее, поиск решений успешного развития и функционирования международного туризма в Крымском регионе в условиях рыночной экономики актуален и сегодня.

Цель исследования заключается в определении основных направлений перспективного развития международного туризма в Крыму, адекватной развитию рыночной экономики в туристическом бизнесе, выявлению негативных факторов маркетинга туристического бизнеса в регионе, разработке рекомендаций по использованию комплекса маркетинговых исследований.

Для достижения поставленной цели в магистерской диссертации сформулированы и решены следующие задачи:

- ◆ обоснована необходимость развития международного туризма в регионе;
- ◆ проанализирован природный и приобретенный потенциал, способствующий успешному развитию инфраструктуры туризма;
- ◆ внесены предложения по рациональному использованию природных ресурсов в туристическом бизнесе;
- ◆ дана сравнительная оценка использования туристического маркетинга в Крыму и за рубежом;
- ◆ определены экономические, социальные и организационные факторы, способствующие развитию международного туризма в регионе.

Многочисленное анкетирование показало, что одним из мотивов туристических путешествий является стремление людей к общению с природой. Привлекательный ландшафт, чистый воздух и вода, просторные пляжи, обилие лесонасаждений, дороги, пролегающие по живописным местам, -- все это относится к туристическим ресурсам, делающим Крым привлекательным.

Крым имеет все предпосылки для развития международного туризма на полуострове, так как обладает достаточными туристическими ресурсами разного характера (табл. 1).

Таблица 1

Перспективы использования туристического потенциала в Крыму

Категория	Всего	Используется	В перспективе	Наименование
Музеи:	343	все		краеведческие, исторические
в т. ч. филиалы общественные	26 300	все все		естественнонаучные, литературные, художественные
Пещеры	850	4	50	Красная, Мраморная, Эминс-Баир- Хосар и Трехглазая
Тропы	16	4	11	Боткинская, Штангеевская в Ялте, Галицына в Новом Свете, Карадагская в Коктебеле
Исторические памятники	878	все		культовой, дворцовой светской архитектуры (171 международного значения)
Природного характера	2070	1020	1570	уникальные природные ландшафты, природный климат
Антропогенного характера	1080	310	920	исключительность
Итого	5237	2559	2551	

Чтобы объекты природы стали туристическими ресурсами, нужно создать на них спрос. Для этого необходимо:

1. Использовать целенаправленную рекламу для формирования экскурсионного спроса. (Таблица 2)
2. Обеспечить доступность естественных природных комплексов с использованием живого труда по обеспечению современного сервиса.
3. Выявить привлекательность туристического продукта, для увеличения объемов спроса по интересам.
4. На сегодняшний день на внутреннем рынке Крыма действует 535 субъектов туристической деятельности, из них:
5. Предприятия различных форм собственности – 477 субъектов.
6. Предприниматели, имеющие патент или лицензию на осуществление туристической деятельности – 58.
7. Иностранным туризмом занимается – 307 субъектов.
8. Международный туризм – 187 субъектов.

Средства рекламы можно представить следующим образом:

Таблица 2

Реклама в Крыму

Виды рекламы	Наличие	Качество	Примечание
Каталоги	да	среднее	дизайн и содержание
Брошюры, проспекты	да	разное	зависит от изготовителя
Письма-продажи	да, редко	низкое	издают самостоятельно
Реклама по телевидению и радио	да, часто	среднее	влияет много факторов
Уличная реклама	да, часто	низкое	плохая узнаваемость и содержание
Реклама в пунктах продажи	да, редко	низкая	плохая организация и подготовка туроператоров

Естественно, реклама очень дорого обходится не только предприятиям, но и региону, а самое главное, что она необходима, и тратим мы на нее очень мало.

В 1998 году в бюджете Крыма на рекламу было выделено 2 млн. грн., а потратили 438,9 тыс. грн. Можно только представить, сколько потенциальных клиентов не услышали о нашем полуострове. В 2000 – запланировано потратить на рекламу 1 млн. грн. На такие деньги можно изготавливать достаточно рекламы низкого качества или мало – высокого качества. Не удивительно, что иностранные туристы предпочитают нашему Крыму Турцию, Грецию, Болгарию, в этих странах соответственно затрачивают на рекламу 12 млн. долл., 80 млн. долл., 7 млн. долл.

Отмечу, что туризм – это крупная отрасль общественного производства, оказывающая влияние на развитие и деятельность других отраслей хозяйственного комплекса. Для Крыма туризм может и должен стать приоритетным направлением в экономике региона, как один из путей выхода из сложившегося тяжелого социального и экономического положения.

Пути совершенствования развития международного туризма в Крыму:

1. Законодательная база по своему содержанию благоприятна для развития туризма, но несовершенство налоговой политики вызывает некоторые противоречия.

2. Очень важно для развития международного туризма использовать весь комплекс туристического маркетинга, а не отдельные его элементы, как это делаем мы сегодня. Выборочное использование маркетинговой системы приводит к серьезным ошибкам и значительно снижает конкурентоспособность туристического бизнеса в Крыму.

3. Важно также усилить поддержку в продвижении Крымского туристического продукта на международном рынке в таких направлениях, как реклама, связь с общественностью и поддержка продаж.

4. Доступность туристического продукта позволит увеличить объемы продаж, тем самым увеличить наполняемость бюджета АРК.

5. Нужны неординарные меры на уровне Правительства Украины. С такой инициативой сейчас выступает Совет министров Автономной Республики Крым. Сегодня мы сформируем новые цены на наши путевки, стараясь сделать их конкурентоспособными.

6. Необходима единая методика расчета себестоимости, порога рентабельности (с учетом сезонности), комиссионные для турагентств, которая поможет определить порядок в ценах. Только тогда государство сможет со своей стороны эти цены регулировать, не препятствуя хозяйственной деятельности предприятий.

7. Важным является и повышение сервиса в предоставлении туруслуг до европейского уровня, для этого необходима организация школ турагентов.

8. Внедрение Интернет в туристический бизнес позволит повысить популярность региона, увеличит число клиентов и доступность информации о субъектах туристической деятельности в Крыму.