

УДК 338.48.2:339.5

Х.Є. Подвірна, к.геогр.н., ст. викл.

(Львівський інститут економіки і туризму)

НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті висвітлено сучасні напрями диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств для підвищення їхньої конкурентоздатності на ринку готельного бізнесу України та світу. Визначено сутність процесу диверсифікації готельних підприємств як економічного процесу. Виділено напрями диверсифікації готельних підприємств: концентричну, горизонтальну, конгломеративну. Зазначено фактори впливу на процес диверсифікації міжнародних туристичних послуг. Серед конкретних напрямів диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств визначено: включення до набору послуг клінічного обслуговування, спеціалізоване обслуговування конгресів, конференцій, семінарів, надання розважальних, спортивних, оздоровчих послуг, spa- та wellness- послуг.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, міжнародна туристична послуга, готельний заклад, готельний бізнес, диверсифікація, напрями диверсифікації.

В статье освещены современные направления диверсификации международных туристических услуг гостиничных предприятий для повышения их конкурентоспособности на рынке гостиничного бизнеса Украины и мира. Определена сущность процесса диверсификации гостиничных предприятий как экономического процесса. Выделены направления диверсификации гостиничных предприятий: концентрическая, горизонтальная, конгломеративная. Указаны факторы влияния на процесс диверсификации международных туристических услуг. Среди конкретных направлений диверсификации международных туристических услуг гостиничных предприятий определены: включение в набор услуг клинического обслуживания, специализированное обслуживание конгрессов, конференций, семинаров, предоставление развлекательных, спортивных, оздоровительных услуг, spa- и wellness -услуг.

Ключевые слова: туризм, международный туризм, международная туристическая услуга, гостиничное заведение, гостиничный бизнес, диверсификация, направления диверсификации.

The article highlights the current trends of diversification of international travel services of the hotel enterprises to increase their competitiveness in the market of hotel business in Ukraine and worldwide. The basic nature of the process of diversification of hotel enterprises as an economic process is defined. Such areas of the hotel business diversification are highlighted: concentric, horizontal, conglomerative. These factors of influence to the process of diversification of international travel services are noted. Among specific areas of diversification of international travel services of hotel enterprises are defined: the inclusion of a set of clinical care service, specialized services congresses, conferences, seminars, providing the entertainment, sports, health services, spa- and wellness-services.

Keywords: tourism, international tourism, international tourism service, hotel enterprise, hotel business, diversification, directions of diversification.

Постановка проблеми. Сучасний стан господарювання вітчизняних підприємств готельного бізнесу характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлено сезонними коливаннями попиту й неможливістю створення запасів специфічного продукту – готельної послуги, зростанням цін на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування при невисокій еластичності попиту за ціною. За останні роки завантаження підприємств готельного господарства України не перевищувало 25 % пропускну здатності; питома вага збиткових підприємств у загальній кількості готельних підприємств складала близько 30%, майже 80% потребують модернізації, автоматизації та комп'ютеризації [1]. Ситуація також ускладнюється нестабільністю зовнішнього середовища,

неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств, неадекватністю управління господарською діяльністю ринковим вимогам.

Дослідження проблематики диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств є особливо актуальним для вітчизняних готельних підприємств, оскільки вони мають усі конкурентні переваги для успішного функціонування в умовах глобалізації. Розширення напрямів міжнародних туристичних послуг для національних готельних підприємств відкриває можливість просування готельного продукту на світову готельну арену, а також залучає до глобального інформаційного простору, що в кінцевому результаті надає змогу використовувати світовий досвід організації ведення готельної справи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню аспектів диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств присвячено відносно небагато публікацій. У них автори переважно розкривають важливість ринку туристичних послуг у соціально-економічному розвитку України й обґрунтовують необхідність подальшої диверсифікації ринку туристичних послуг, наслідком чого може бути більш ефективне використання рекреаційно-ресурсного потенціалу та більш конкурентоздатна туристична сфера України [2].

Окрім цього, в деяких наукових публікаціях розкрито теоретичні засади та запропоновано рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності індустріальних регіонів шляхом формування туристичного бренду на основі розвитку промислового туризму [5, с. 110]. Також окремими авторами здійснено обґрунтування необхідності модернізації сучасної мережі готельних підприємств високої категорії, підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва та диверсифікації обслуговування ділових туристів [9]. Окремі дослідження сучасних науковців присвячено вивченню диверсифікованого розвитку сучасного механізму торгівлі міжнародними туристичними послугами в умовах глобалізації [4, с.15].

Мета статті полягає у розкритті сучасних напрямів диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств для підвищення їхньої конкурентоздатності на ринку готельного бізнесу України та світу.

Виклад основного матеріалу. Підприємства різних галузей в умовах глобалізації світової економіки, пов'язаної з взаємопроникненням технологій та капіталів, проводять диверсифікацію власної господарсько-фінансової діяльності. Сутність процесу диверсифікації як економічного процесу має велике значення для підтримання можливості подальшого ведення господарської діяльності. Саме питання обґрунтування економічного розвитку підприємства пов'язані перш за все з розробкою методики реалізації таких проектів.

Диверсифікація – це один із видів економічного процесу, який проводиться підприємствами-суб'єктами господарювання. Процес прийняття управлінських рішень щодо реалізації проекту диверсифікації досить глибоко досліджений у теорії управління [8].

Як і кожний з економічних процесів, що здійснюється суб'єктами господарювання, процес диверсифікації має певну цільову спрямованість. До варіантів цільової спрямованості можна віднести підвищення ефективності від результатів господарсько-фінансової діяльності, отримання економічної вигоди.

Основним змістом процесу диверсифікації є розвиток декількох невзаємопов'язаних або обслуговуючих виробництв, розробка нових видів товарів, робіт, послуг. Диверсифікацію визначає така її характеристика, як спрямованість на досягнення певних економічних інтересів підприємства-суб'єкта господарювання. Така характеристика диверсифікації означає, що вона враховує економічні інтереси всіх учасників господарських відносин. Заслуговує на особливу увагу така суттєва характеристика процесу диверсифікації, як безперервність господарювання, що здійснюється суб'єктами [8]. В умовах глобалізації світової економіки, пов'язаної із взаємопроникненням технологій та капіталів, цю характеристику процесу диверсифікації можна розглядати як один із найважливіших його принципів.

Диверсифікація є такою концепцією, якій не можна дати однозначного визначення. Диверсифікація – це одночасний розвиток декількох або багатьох невзаємопов'язаних

технологічних видів виробництва або обслуговування, розширення асортименту виробництва або послуг. Диверсифікація дає змогу підприємствам «триматися на плаву» при складній економічній кон'юнктурі за рахунок випуску широкого асортименту продукції та послуг: збитки від нерентабельних виробів перекриваються прибутком від інших видів продукції. Цей процес торкається насамперед переходу до нових технологій, ринків і галузей, до яких раніше підприємство не мало ніякого відношення; крім того, сама продукція (послуги) підприємства повинна бути також абсолютно новою, і завжди передбачаються нові фінансові інвестиції [8].

Основною причиною застосування диверсифікації є прагнення підвищити ефективність діяльності підприємства не лише на сьогодні та в найближчому майбутньому, але й на тривалу перспективу. Диверсифікація охоплює широкий спектр можливостей, варіюючись від досить обмеженого вторгнення в нову область виробництва лише в межах країни („вузька” диверсифікація) до широкого вторгнення у виробничі сфери інших країн („широка” диверсифікація).

Процес диверсифікації на підприємствах (суб'єктах господарювання) відбувається за основними етапами, які представлені на рис. 1.

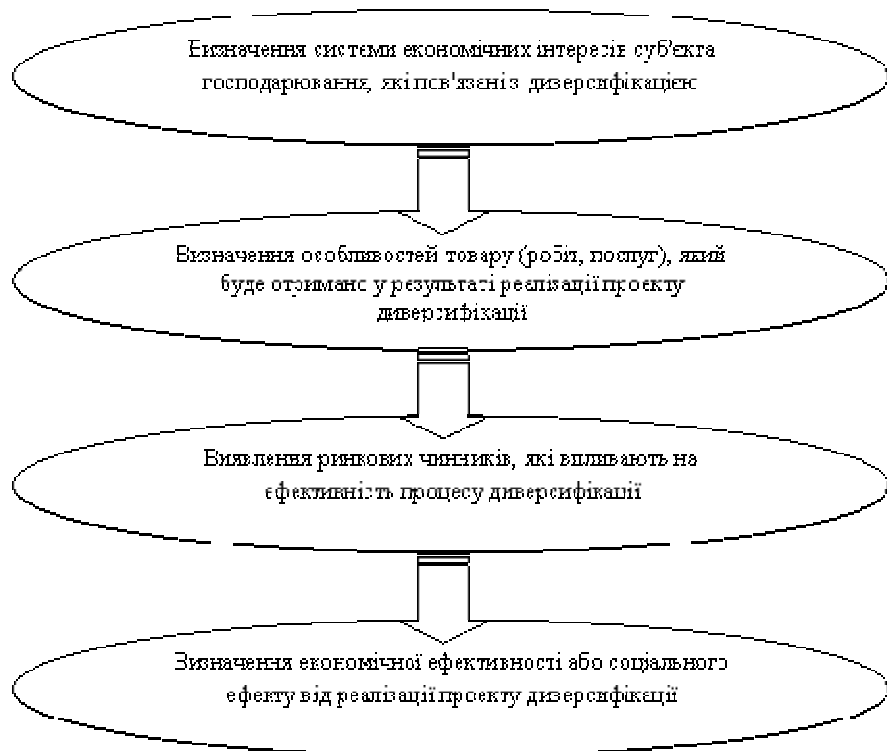


Рис.1. Етапи процесу диверсифікації

В економічній літературі виділяють такі напрями диверсифікації готельних підприємств:

- концентричну – розширення номенклатури продуктами, послугами, схожими на ті, що є;
- горизонтальну – поповнення асортименту продуктами, послугами, не пов'язаними з тими, що вже є, але можуть викликати інтерес в існуючої клієнтурі;
- конгломеративну – поповнення асортименту продуктами, що не мають відношення ні до вживаних технологій, ні до існуючих ринків [6].

Диверсифікація діяльності підприємства – це різнобічний та багатогранний процес, який за своєю специфікою є складним, але в той же самий час і дуже практичним як варіант розвитку [8]. Проте лише знання всіх можливих варіантів результату діяльності дозволить правильно обрати подальший шлях розвитку підприємства.

Доцільно зазначити, що на процес диверсифікації міжнародних туристичних послуг впливають фактори внутрішнього й зовнішнього середовища готельного підприємства.

Серед складових внутрішнього середовища потрібно відзначити: цілі, структуру, технологію, завдання й персонал, який виконує ці завдання за допомогою відповідної технології, та організаційну культуру [8].

Успіх втілення диверсифікації залежить не лише від досконалості внутрішнього середовища готельного підприємства, а й від зовнішніх щодо нього чинників. Серед них можна виділити: економічні, політичні, соціокультурні, науково-технологічні, природно-кліматичні, демографічні тощо [8].

Зовнішнє середовище підприємств готельного бізнесу складається з: *макросередовища* – віддаленого оточення, що утворюють загальні фактори, які не стосуються прямо короткотермінової діяльності підприємства, але можуть вплинути на стратегічний план його розвитку [7]; *мікросередовища* – безпосереднього оточення, що включає зацікавлені угруповання, які прямо впливають або перебувають під безпосереднім впливом основної діяльності підприємства, а саме акціонерів, постачальників, місцеві організації, конкурентів, споживачів послуг, кредиторів, профспілки, торговельні та інші організації.

У сфері готельного господарства мають місце такі рухомі сили: оновлення послуг і продукції; технологічні інновації; інновації в маркетингу, які сприяють зростанню попиту; вхід на ринок або вихід із нього великих підприємств готельної індустрії; тривала зміна попиту; зміни в державній політиці; зміни у витратах та ефективності; поглиблення знань про галузь.

Диверсифікація у наданні послуг готелів спрямована на комплексне задоволення максимальної кількості потреб клієнтів. Здебільшого диверсифікація здійснюється у напрямках забезпечення розважальних, спортивно-оздоровчих, торговельних, а також окремих спеціалізованих послуг [3]. Додаткові послуги розглядаються власниками готелів як важливе джерело доходів, засіб продовження туристичного сезону, створення та зміцнення власної неповторної торговельної марки. Прикладами диверсифікації міжнародних туристичних послуг у готелях є: відмова від будь-яких форм самообслуговування (замість автоматів для чищення взуття обслуговування нічними чистильниками – «Frankfurter Hof», Німеччина); привітання гостя коктейлем "Ласкаво просимо" та кураторство кожного гостя («Giardino Segreto», Італія); створення центру здоров'я та краси, діяльність якого активізується в неsezонний період, коли необхідні додаткові стимули для залучення клієнтів («Kulm Hotel St. Moritz», Швейцарія).

Серед конкретних напрямів диверсифікації міжнародних туристичних послуг готельних підприємств варто перерахувати:

включення до набору послуг клінічного обслуговування: послуги спортивної медицини, курси вітамінного лікування, лікування морською водою й водоростями;

спеціалізоване обслуговування конгресів, конференцій, семінарів, симпозіумів;

організація обслуговування клієнтів спеціалізованими видами туризму: пішим, велосипедним, водним, круїзним, рибальським, мисливським, верховою їздою й альпінізмом;

обслуговування інвалідів із фізичними й розумовими відхиленнями (обладнання спеціальними ліфтами і туалетами, широкими проходами й гаражами для колясок);

створення при готельних підприємствах полів для гольфу та впровадження інших заходів щодо приємного проведення дозвілля;

організація екскурсійних турів для клієнтів готельних підприємств;

підвищення зірковості готельних підприємств за рахунок переорганізації приміщень нежитлової групи готелю, внесення сейфу для зберігання особистих речей клієнтів, збільшення кількості багатокімнатних номерів;

надання розважальних, спортивних, оздоровчих послуг, послуг гастрономічних закладів, плавального басейну, солярію, нічних клубів, косметичних і масажних салонів, spa та wellness-послуг.

Висновки. На підставі розглянутого матеріалу можна зробити висновок, що диверсифікація міжнародних туристичних послуг виступає однією зі стратегічних

альтернатив розвитку готельного підприємства, яка дозволяє отримати додаткові економічні вигоди в умовах складної ринкової кон'юнктури. Серед пропонованих перспективних напрямів диверсифікації міжнародних туристичних послуг сучасних готельних підприємств потрібно виділити: включення до набору послуг клінічного обслуговування, спеціалізоване обслуговування конгресів, конференцій, семінарів, надання розважальних, спортивних, оздоровчих послуг, послуг гастрономічних закладів, плавального басейну, фітнес-клубу, сауни, солярію, нічних клубів, косметичних і масажних салонів, spa- та wellness-послуг, які варто впроваджувати в діяльність готелів з метою розширення конкурентних переваг для успішного функціонування в сучасних умовах.

Список використаних джерел

- 1. Готельний** бізнес [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/gotelniy_biznes_-_malska_mp.
- 2. Диверсифікація** ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko3.htm.
- 3. Європейські** готелі диверсифікуються та об'єднуються в мережі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tour-cn.com.ua/news/2009-08-07-385>.
- 4. Карп В.С.** Диверсифікація торгівлі міжнародними туристичними послугами в умовах глобалізації (на прикладі країн ЦСЄ) // Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Вікторія Сергіївна Карп. – К., 2007. - 20 с.
- 5. Кулеш В.Г.** Промисловий туризм як основа формування туристичного бренду індустріального регіону/ В.Г. Кулеш // Вісник ДІТБ.– 2012. – №16. – С. 109-114.
- 6. Маркетинг** готельних послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/skybinsky.htm.
- 7. Основи** готельної справи [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi_-_rudenko_vp.
- 8. Сприяння** економічній диверсифікації в Україні: роль середовища, сприятливого для бізнесу, політики забезпечення кваліфікованими кадрами та стимулювання експорту [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/europe/ro-geneva/sro-budapest/documents/publication/wcms_168805.pdf.
- 9. Сучасний** стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/intrel/2008_24/35.pdf.

© Х.С. Подвірна

Надійшла до редакції 09.03.2014 г.