

УДК 338.488.2:640.4

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

І. Пандяк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. П. Дорошенка, 41, м. Львів, 79000, Україна*

Проаналізовано особливості сучасного стану, головні проблеми та шляхи реалізації розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. Виявлено необхідність модернізації сучасної мережі готельних підприємств високої категорії, підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, диверсифікації обслуговування ділових туристів.

Ключові слова: готельний бізнес, діловий туризм, корпоративне управління.

Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави, окремих туристичних центрів є сучасна туристична інфра-структура. Особливо привабливий серед перспективних напрямів діловий туризм. Сьогодні діловий туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку готельних послуг посідає в економічних та економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців важливе місце. Головні сучасні теоретико-методологічні засади вивчення вітчизняного готельного господарства в економічному та геопросторовому аспекті розкриті в праці С.І. Байлика [1], який проаналізував типологію готелів за рівнем комфорту та функціональними ознаками, принципи формування сучасної готельної мережі в Україні та за кордоном.

Особливості формування індустрії гостинності та ринку готельних послуг на сучасному етапі, формування державної політики регулювання виробничо-комерційної діяльності та розвитку конкуренції в готельному бізнесі розглянуто в працях В.І. Карсекіна, Т.І. Ткаченка [3], Х.Й. Роглева [5]. Комплексність наукового аналізу соціально-економічних та геопросторових аспектів рекреаційно-туристичного комплексу України властива працям О.О. Любіцевої [4], О.О. Бейдика [2], де наведено розгорнутий аналіз методологічних та методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку.

Наша мета – вивчення сучасного стану ринку вітчизняного готельного господарства, тенденцій та проблем його трансформації.

Діловий туризм – новітнє явище в сегменті туристичного розвитку світової економіки, що виникло в 70-х роках XX ст. у Європі. Цей напрям туризму охоплює поїздки, зумовлені професійною діяльністю і пов'язані з діловими зустрічами, конференціями, стажуванням та ін. Європа сьогодні лідирує в світі за кількістю прибулих і

витратами на діловий туризм; високі темпи збільшення кількості ділових туристів характерні для Північної Америки та Східної Азії.

Світовий досвід організації ділових поїздок формувалася впродовж декількох десятиліть. У цьому сегменті туристичної діяльності з'явилися асоціації, наукові й освітні заклади, друковані видання, методичні посібники, сформувалась стійка організаційна структура на засадах професійного управління. У країнах з туристичним профілем розробили й активно впроваджують програму державної підтримки розвитку ділового туризму.

Новітні трансформаційні процеси в економіці України особливо не позначились на головних принципах розвитку ділового туризму, зрештою і всієї туристичної сфери. Сьогодні нема чіткого визначення головної термінології у трактуванні головних категорій ділового туризму згідно з міжнародним досвідом та прийнятими стандартами, є проблема управління, технології організації подорожі ділових туристів. Зазначені чинники суттєво ускладнюють функціонування, знижують рентабельність вітчизняних готельних комплексів.

З урахуванням актуальності й перспектив ділового туризму в Україні сьогодні необхідно сприяти розвитку інфраструктури цієї галузі, створити інформаційну базу даних щодо пропозицій та споживачів послуг шляхом просування і розвитку світової концепції ділового туризму, освітньої діяльності. З позитивним іміджем туристичної інфраструктури в організації ділового туризму суттєво зросте роль міжнародних корпорацій в економіці держави.

В організації інфраструктури ділового туризму провідну роль відіграють готелі та бізнес-центри, водночас ці заклади повинні бути профільними, здатними забезпечити ефективну, з усіма зручностями діяльність ділових туристів. У рекламі вітчизняних готелів, насамперед вищої категорії, зазначено про забезпечення ділових туристів повним комплексом необхідних умов для професійної роботи. Проте реальна ситуація зводиться лише до пропозиції окремими висококатегорійними готелями невеликого приміщення – “бізнес-центру” з обмеженими послугами. У вітчизняному готельному бізнесі бізнес-центр найчастіше асоціюється з офісом, у якому поєднано послуги користування Інтернетом, факсом, окремо функціонує конференц-зал. У спеціалізованих готелях за кордоном бізнес-центр – це організації, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами впродовж всього часу перебування клієнта в закладі.

Стійкі тенденції економічного зростання та євроінтеграційні процеси в Україні, зростання попиту на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії зумовлюють потребу розвитку інсентив-інфраструктури в державі. З цією метою важливо розробити головні принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, актуальні концепції побудови комплексних систем керування бізнес-готелями та бізнес-центрами, проблеми формування єдиного інформаційного простору. Для реалізації зазначених підходів необхідно проаналізувати шляхи та методи підвищення інвестиційної привабливості проєктів будівництва, модернізації сучасної мережі закладів гостинності, повносервісного обслуговування ділових туристів.

Сьогодні в Україні лише 18% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. Геопросторово майже всі висококатегорійні готелі розташовані в Києві та найбільших регіональних центрах (Донецьку, Одесі, Львові, Харкові, Дніпропетровську). Водночас згідно з моніторингом інсентив-інфраструктури міжнародними спеціалізованими організаціями, висококатегорійні готелі

України суттєво поступають за рівнем сервісу, посідають останню позицію серед готелів Східної Європи.

Проблему створення інфраструктури гостинності з сучасним рівнем комфорту для приймання ділових туристів можна вирішити шляхом створення національних готельних союзів з поступовим їх входженням у міжнародні готельні корпорації. У цьому разі потрібний комплексний підхід з аналізом методів та засобів підвищення інвестиційної привабливості проєктів будівництва та модернізації сучасних засобів розміщення для ділових туристів, форм власності й організації управління, а також стабілізації ринку готельних послуг шляхом підвищення заповнюваності та водночас впровадження гнучкої цінової політики з урахуванням сучасних ринкових реалій.

Доцільним сьогодні вважається широке запровадження франчайзингу, що дасть змогу підвищити ефективність функціонування підприємств і не потребує зміни форм власності. Організації, спроможні виконувати функції консолідації готельних підприємств у готельні ланцюги, повинні насамперед мати значні фінансові ресурси або могли їх залучати. Не обов'язковою умовою є профільна належність до гостинності, володіння готельними підприємствами. Водночас важлива проблема успішної реалізації франчайзингу – підготовка і розробка економічно ефективного бізнес-проєкту.

Сьогодні простежується стабілізація ринку вітчизняного ділового туризму, стійкі повільні тенденції зростання головних економічних параметрів функціонування об'єктів туристичної інфраструктури – збільшення доходів з одночасним нормуванням прямих тарифів. Зростання попиту на готельні послуги породжує проблему диверсифікації пропозиції шляхом розширення послуг, формування гнучкої цінової політики. Однак, за рівнем цін на послуги розміщення українські готелі залишаються дорогими закладами.

Актуальна проблема у готельній сфері України стосується впровадження принципів фінансового менеджменту для ефективного управління доходами підприємств. Політика гнучких цін зумовить розширення попиту в період зменшення кількості клієнтів, натомість, за умови стійкого попиту обсяги знижок треба зменшувати. Іншою вагомою проблемою фінансового менеджменту є запровадження системи тарифів, зокрема для готелів, що спеціалізуються на прийманні окремих категорій ділових туристів.

Зазначимо, що впродовж останніх двох років завдяки позитивним зрушенням у нормативно-правовій базі господарської діяльності готельних підприємств, крім відміни готельного збору, ухвалено інші закони спрямовані на активізацію готельного бізнесу. У більшості випадків вартість проживання не зменшилась, вивільнені фінансові ресурси найчастіше спрямовують у диверсифікацію виробництва – реконструкцію номерного фонду, розширення спектра послуг. У такій ситуації простежується зростання заповнюваності в готельних закладах різної категорії, розмірів та просторового розташування.

Стійке зростання заповнюваності сьогодні зафіксовано не тільки у готелях центральної частини міст, що традиційно є лідерами на ринку, але й у менш рентабельних готелях зі значною одночасною місткістю та віддалених від центральної частини міст.

Готелі середньої та високої категорії – три-п'ятизіркові, неоднорідні за базовими характеристиками – лише умовно можна об'єднати в одну групу. Згідно з аналізом, із зазначених категорій можна виділити групи прямих і непрямих конкурентів, серед яких порівняльний аналіз є логічнішим. У верхньому сегменті виділяють три підгрупи: п'ятизіркові готелі, розташовані в центрі міста, чотиризіркові більшої місткості аналогічного розташування і більш віддалені від центра тризіркові готелі значної місткості.

Готелі першої категорії є лідерами ринку ділового туризму за середнім показником доходу на номер, їхня ефективність функціонування на 100 % вища порівняно з категорією тризіркових готелів. Категорія чотиризіркових готелів поступається лідерам, проте менше помітно. Отже, чинник розташування готелю відіграє суттєву роль в економічних показниках його функціонування, номери у віддалених від центра готелях більшої місткості дають нижчі доходи, незважаючи на категорію готелю.

Важливо зазначити, що згідно з аналізом економічних показників функціонування готелів Києва та Львова, готелі категорії чотири–п'ять зірок навіть у період значного спаду рентабельності в готельній сфері впродовж 1996–2003 рр., мали стабільний попит. Ця обставина свідчить про найвищу стабільність ринку висококатегорійних готелів і не передбачає суттєвих змін з появою нових конкурентів у цьому сегменті. Сьогодні ринок верхнього сегменту спроможний забезпечити нові пропозиції, зважаючи, що обсяг становить не більше 10 % від наявної бази сфери гостинності. В інших ринкових сегментах зростання попиту на послуги зумовлює необхідність розширення матеріальної бази гостинності. Однак, проблема будівництва нових готелів пов'язана з низькою інвестиційною привабливістю сфери гостинності.

Сучасним готельним підприємствам в Україні для обслуговування ділових туристів властива типова структура послуг, низький асортимент та спеціалізація. Насамперед, спеціалізовані підприємства необхідно створювати в головних ділових центрах держави – столиці та регіональних центрах. За винятком Києва та Донецька, в інших центрах фактично нема презентабельних готелів для приймання гостей найвищого рівня повноважень – державних діячів, політиків, бізнесменів, діячів культури та спорту. У найбільших регіональних центрах – Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Львові, Запоріжжі, Севастополі найближчими роками для забезпечення попиту бізнес-туристів необхідно передбачити будівництво одного–двох п'ятизіркових готелів. У Донецьку з відкриттям “Донбас-Паласа” та “Вікторії”, попит на готелі високої категорії вдалося задовольнити. Водночас у висококатегорійних готелях потрібно диверсифікувати спектр послуг, модернізувати матеріально-технічну базу.

Поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування в національній сфері гостинності пов'язують зі створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм – міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства ведуть колективний бізнес, перебуваючи під єдиним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, посилення конкурентних позицій. Технологічно успіхи корпоративних форм гостинності пов'язані з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг та доступністю цін на всіх підприємствах мережі.

Об'єднання готелів під єдиним керуванням дає значну економічну вигоду як власникам об'єктів, так і їхнім операторам. Головна перевага – зниження загальних витрат, функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, централізовані поставки витратних матеріалів, уніфікація послуг та ін. Водночас, у вітчизняному готельному бізнесі корпоративний механізм управління – явище нетипове. Серед головних причин – відсутність досвіду корпоративного управління, значний фінансовий ризик, пов'язаний з бюрократичною процедурою розгортання бізнесу, відсутність чіткого законодавчого визначення правових, економічних та організаційних аспектів створення і розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності. Законодавча основа повинна сприяти формуванню та входженню в ринковий простір нових готельних під-

приємств, зокрема, створенню умов правового захисту та виживання малих форм у сфері гостинності.

Актуальною в інфраструктурі гостинності для обслуговування ділових туристів є проблема професійної підготовки кадрів та кадрового менеджменту. Аналіз кадрового потенціалу готельних підприємств України свідчить, що лише 10–15 % персоналу має вищу або середню спеціальну туристичну освіту. Значна частка персоналу має короткотермінову освітню підготовку на платних семінарах та курсах. Особливо актуальною є проблема професійної підготовки та кваліфікації керівників структурних ланок та підрозділів у готелях. Головною проблемою підготовки персоналу готельних підприємств України, за винятком провідних установ столиці та найбільших регіональних центрів, є володіння основами гостинності – іноземною мовою, психологією, етикою спілкування і поведінки та ін. Відкриття останніми роками професійних вузів, факультетів, кафедр з підготовки спеціалістів туристичної сфери, обов'язкове вивчення двох іноземних мов, стажування студентів у провідних готелях і туристичних фірмах для оволодіння сучасним досвідом управлінських та виробничих процесів у туризмі й готельному бізнесі, сприятиме підвищенню якості організаційно-управлінських процесів і технології обслуговування в цій сфері. Провідні готелі та навчальні заклади організовують стажування спеціалістів у закордонних профільних вузах, готелях та туристичних підприємствах. На рівні державних органів управління туристичною сферою, наукових та навчальних установ розробляють та впроваджують національні принципи та стандарти щодо професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії, що ґрунтуються на міжнародних стандартах, інтересах національного туристичного бізнесу, зорієнтованих на підвищення ролі індустрії згідно з державними пріоритетами розвитку.

Реалізація стратегії активізації ділового туризму у структурі в'їзних та національних туристичних потоків зумовлює необхідність створення у сучасних готелях інфраструктури бізнес-центру, розважальних атракцій, підприємств торгівлі та сфери послуг. Менеджерам потрібно спрямовувати зусилля на реалізацію комплексного підходу до створення інтелектуальної інфраструктури готелю, що охоплює архітектурно-будівельні, інженерно-технічні й експлуатаційні рішення. Впровадження принципів "інтелектуального готелю" забезпечить експлуатаційним службам і клієнтам закладу якісне обслуговування. В цьому випадку діяльність готельних комплексів повинна бути спрямована на забезпечення різних побажань клієнтів. Серед головних послуг, необхідних для перебування ділових туристів – телекомунікаційні послуги, тобто можливість швидкого отримання і передавання інформації, автоматизоване управління системами життєзабезпечення, кондиціонування, супутникове й ефірне телебачення, система ідентифікації і контролю доступу та ін. Технічне забезпечення телекомунікаційних послуг повинно враховувати новітні способи передавання інформації. Сьогодні лише окремі національні готельні комплекси можуть забезпечити виділення фінансових засобів на створення і підтримання в дієздатному стані автоматизованих систем управління.

Політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшення обсягів в'їзного і внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності і відомчого підпорядкування.

Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному і муніципальному рівнях. У цьому разі стратегічним напрямом стає не тільки розважально-рекреаційний, а й діловий туризм.

-
1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
 2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ “Київ. ун-т”, 2001. – 395 с.
 3. Карсекін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні // Економіка України. – 1997. – № 9.
 4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
 5. Роглев Х.Й. Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса. // Ресторанный и гостиничный бизнес. – 2004. – № 1.
 6. Туризм в Україні – 2003: Статист. бюлетень. – К., 2004.

MODERN STATE AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE OF BUSINESS TOURISM IN UKRAINE

I. Pandyak

*Ivan Franko National University of Lviv,
P. Doroshenko Str., 41, UA – 79000 Lviv, Ukraine*

The features of the modern state, basic problems and ways of realization of development the infrastructure of business tourism, are analysed in Ukraine. It is found out the necessity of modernization the modern network of establishments of high category hospitality, increase of investment attractiveness of building projects, diversification of business tourists maintenance.

Key words: hotel business, business tourism, corporate management.

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2006
Прийнята до друку 25.10.2006