

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Фактором, снижающим конкурентоспособность туристической организации, является наличие лишь одного вида оказания услуги, так как возникает зависимость от изменения цен и конъюнктуры рынка. Поэтому для обеспечения ее стабильности в конкурентной среде целесообразно осуществлять расширение видов деятельности — *диверсификацию*.

В туристическом бизнесе понятие диверсификации (от лат. *diversus* — «разный», *facere* — «делать») включает разработку новых направлений туризма, совершенствование существующих туров, сглаживание сезонности путешествий с целью удовлетворения потребностей различных сегментов рынка.

Как средство повышения конкурентоспособности организации стратегия диверсификации предполагает выход на новые рынки сбыта и формирование дополнительных источников дохода. В туризме, как показали наши исследования, общеприменима *горизонтальная* (освоение новых маршрутов и видов туризма), *вертикальная* (создание туроператором своего агентства, авиакомпании, гостиницы, ресторана) и *концентрическая* (дифференциация в рамках вида услуг специализации) диверсификация видов деятельности.

Приоритетом туристической политики в Беларуси является раскручивание внутреннего туризма. В связи с ограниченностью развития выездного туризма, обеспечивающего основные финансовые поступления, туристическим организациям (результаты опроса менеджеров) в целях сохранения своих позиций на рынке следует расширять и диверсифицировать свою деятельность в этом направлении. Это подтверждает и мировая тенденция [1].

Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 г. предлагает применение дифференцированного подхода через формирование новых туристических продуктов. К примеру, для граждан Китая — это «красные» туры (посещение мест, связанных с историей коммунистической партии и революционным прошлым). Как показало наше исследование, на рынке практически отсутствуют организации, предлагающие подобный туристический продукт. Этот сегмент рынка является весьма актуальным.

В нашей стране наличествует спрос на инклюзивные туристические услуги. Поэтому в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 гг. поставлена задача по разработке соответствующих маршрутов и услуг. Безбарьерная среда сформирована в 90 % аттестованных санаторно-курортных организаций страны, а из 613 средств размещения только 200 обеспечены доступностью. Нацеливаясь на людей с особыми потребностями, туристические

организации решают не только социальные вопросы, но и получают возможность обслуживать крупный рынок, добиваясь значительных выгод.

Интересным и перспективным направлением является организация детских праздников и корпоративов. Для фирм это может стать и дополнительным источником дохода, и рекламой основных услуг. С растущей популярностью квестов разумно рассмотреть вариант создания собственной квест-комнаты для организации игр с увлекательными сюжетами для различных возрастных категорий. Выгода заключается в том, что в сравнении с обычной экскурсией цена квеста выше, что позволит проекту окупиться в краткосрочном периоде.

Таким образом, диверсификация деятельности туристических организаций позволяет реагировать на изменяющуюся структуру спроса, сохранять и эффективнее использовать финансовые ресурсы, формировать дополнительные источники дохода, обеспечивая тем самым свою финансовую устойчивость и конкурентоспособность.

Источник

1. Горбылева, З. М. Туризм: переосмысление, сущностные трансформации. / З. М. Горбылева, И. А. Шамардина // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-та. — Минск, 2023. — С. 108–115.