

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. Сьогодні туристичний бізнес можна розглядати як один з найбільш перспективних напрямів розвитку цього ринку. Україна займає одне з помітних місць в світі щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів. Нині туристичною діяльністю в Україні займається понад 1,5 тис. підприємств, на яких працює майже 100 тис. чол. Для обслуговування туристичних потоків задіяно більше 3 тис. лікувально-оздоровчих закладів, майже 1,5 тис. туристичних баз, готелів, мотелів і кемпінгів різних форм власності. За оцінками фахівців, Україна може приймати до 10 млн. туристів на рік [3].

Останнє десятиліття активно розвивається діловий туризм. Щорічно бізнес-поїздки займають близько 100 млн. поїздок, що становить 20% від всіх туристичних подорожей. Розвиток ділового туризму в Україні став одним з пріоритетних напрямків в рамках програми розвитку туризму до 2022 року. Зараз бізнес-тревел активно розвивається в індустріальних містах України: Київ, Харків, Одеса, Дніпропетровськ. До того ж, приїзд іноземних бізнесменів це ще й можливість залучення інвестицій в країну. За даними Всесвітньої туристичної організації, добові витрати делегатів різноманітних ділових зустрічей, конгресів становлять \$ 350, в той час як звичайний турист витрачає за день в середньому \$ 100-200 [1].

Діловий туризм – це порівняно нове явище, яке отримало свій розвиток в 80-х роках 20 століття, завдяки активізації ділових, наукових і культурних обмінів між країнами. За цей час в індустрії ділового туризму склалася стійка організаційна структура, з'явилися і оформилися асоціації, наукові та навчальні заклади, спеціалізовані печатні видання. Діловий туризм є одним з найприбутковіших і найперспективніших видів туризму, який характеризується високим і стабільним зростанням і відносною стійкістю до впливу економічних, політичних, кліматичних, та інших факторів. Діловий туризм – це складне поняття. У його структурі виділяють 2 сегменти – класичні ділові поїздки (КДП), і сегмент, назва якого утворює англійська аббревіатура – "MICE" (переговори (Meetings), інсентів-заходи (Incentives), конференції (Conventions), виставки (Exhibitions)). Більше 70% обсягу ділових поїздок складають відрядження – як індивідуальні ділові поїздки, так і корпоративні для участі в заходах, що проводяться промисловими і торговими корпораціями. Поїздки для участі в роботі тематичних з'їздів, конференцій, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організацій, становить близько 16% ринку ділового туризму. На інсентів-тури – поїздки, організовані компаніями з метою мотивації співробітників, зайнятих переважно просуванням і продажем виробленого цією компанією товару припадає 2% ринку ділового туризму. І, нарешті, 11% обсягу ділового туризму займають поїздки з метою участі та огляду торгово-промислових виставок, ярмарків. Експерти відзначають наступні тенденції розвитку вищезазначених складових MICE в найближчому майбутньому:

- основну частку складуть індивідуальні ділові поїздки, які продовжуватимуть рости;
- підвищиться попит на відвідання різних галузевих виставок;
- буде чітко простежуватися зростання конгресного туризму, при цьому все більше будуть затребувані послуги з організації міні-виставок, презентацій, а також семінарів і тренінгів під час проведення конференцій;
- досить бурхливими темпами буде розвиватися сектор інсентів-туризму;

– збережеться тенденція скорочення тривалості ділових заходів до 2-3 днів і середньої кількості учасників. В Україні існує деякий бар'єр між клієнтом і компанією, яка надає послуги МІСЕ. Часто потенційні клієнти не знають про існування такого інструменту розвитку бізнесу. Це пов'язано з відсутністю інформаційної бази, заходів спрямованих на висвітлення тенденцій ринку і розвитку ринку [4].

За даними ICCA (International Congress and Convention Association), сьогодні в Україні проводиться 7 великих конгрес-заходів, що становить 0,1% європейського ринку конгресів. Для порівняння: у Словенії проводиться 44 заходи на рік, Румунії – 39, Латвії – 28, Росії – 48 [1].

З великої кількості туристичних підприємств України лише невеликий відсоток туристичних фірм надає послуги з ділового туризму. Це послуги, починаючи із зустрічі в аеропорту, транспортування по місту, бронювання місць в готелях, оренди конференційних залів, офісного устаткування, організації харчування, культурного та спортивного дозвілля і закінчуючи придбанням авіаквитків в зворотну сторону. Нині відповідати потребам ділових туристів в Україні прагнуть не тільки туристичні компанії, готелі, але й авіакомпанії – поліпшення розкладу авіарейсів допомагає діловим туристам оптимальним чином побудувати свій графік, скориставшись, наприклад, нічним перельотом. Також наявність нічних та експрес-поїздів між регіональними центрами країни є позитивним моментом у плануванні бізнес-подорожей. Розвиток світових новітніх технологій в електроніці та супутникового зв'язку вже сьогодні вимагає від організаторів національного конгресного туризму проводити в Україні ділові конференції з використанням сучасних інноваційних технологій. Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України.

За дослідженнями міжнародних ділових організацій столиця і інші міста України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Ще одна відмінна риса українських готелів – висока вартість номерів, часто не відповідає якості пропонованих послуг. У нашій державі лише 18% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу, які розташовані в Києві та найбільших регіональних центрах (Одесі, Львові, Харкові, Дніпропетровську). Абсолютно очевидно, що місце бізнес-центрів та бізнес-готелів в діловій інфраструктурі України, попит на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії будуть постійно збільшуватись. В Україні за десять років з 2011 по 2021 рік з урахуванням коригування на інфляцію обсяг приватних подорожей збільшиться на половину (49,1%), а ділових поїздок більш ніж в два рази (на 112,1% або в 2,121 рази) [2]. Розвиток ділового туризму на базі новітніх інформаційних технологій, останніх світових досягнень в цій області може стати одним з ефективних ресурсом розвитку вітчизняних компаній та їх інтеграції в світовий економічний процес.

Література

1. Деловой туризм по-украински: первые шаги к признанию. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://visittoukraine.com/ru/novosti/delovojj-turizm-po-ukrainski-pervye-shagi-k-priznaniju.html>
2. Максимюк М.Н. Оценка состояния перспективы развития делового туризма в Украине / М.Н. Максимюк Культура народов Причерноморья. - 2012. - №234. - С.67-70.
3. Олійник В.Д. Національний туризм: стратегія оптимального розвитку / В.Д. Олійник Науковий часопис Національного педагогічного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 4. Географія і сучасність, 2014. – Випуск 28. – С.202-208

4. Стан ділового туризму в Україні. Електронний ресурс. Режим доступу:
<http://trime.ua/shkola-delovogo-turizma/sostoyanie-delovogo-turizma-v-ukraine.html>