

Ісаченко Ю.А., студентка
Київський національний університет технології та дизайну

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

В умовах сьогодення тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, володіє сприятливими природнокліматичними умовами, значним історико-культурним потенціалом, необхідними людськими та матеріальними ресурсами для поступального розвитку туристичної сфери, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг. Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави в цілому.

Діловий туризм - комплексний та багатогранний. Понад 73% його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий corporate travel) – індивідуальні ділові поїздки та подорожі з метою участі в заходах, які організують промислові й торговельні корпорації. Сюди ж слід віднести інсентив-туризм (MICE-tourism) – 8%, що покликаний деформалізувати рутину бізнесу, поєднуючи справи та розваги, і служити мотивацією-винагородою для кращих працівників. Поїздки, пов'язані з участю у з'їздах, конференціях, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організацій, становлять близько 16% ринку ділового туризму. Близько 11% обсягу ділового туризму займають поїздки з метою відвідування торговельно-промислових виставок, ярмарків та участі в їхній роботі.

Сьогодні замість терміну діловий туризм часто використовується англійський термін-аббревіатура – MICE, що точно відображає структуру цього виду туризму: meetings/incentives/conferences/exhibitions, що в перекладі означає: зустрічі/інсентив/конференції/виставки.

Діловий туризм є прибутковим, оскільки людина, що поїхала в ділову поїздку, може витратити не лише свої фінанси, але і гроші компанії, яка відрядила свого співробітника. Завдяки цьому бізнес-турист має можливість витратити більше грошей, ніж звичайний турист.

Типовий турист, що подорожує зі службовими цілями, - це людина середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівник, власник бізнесу. Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, рушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції – вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Ділові люди, що працюють у різних сферах, зокрема і в науці, чекають від ділових поїздок не тільки укладення нових вигідних контрактів, а й підвищення творчої активності в результаті зміни обстановки і набуття нових незабутніх вражень про країну перебування, які можуть бути забезпечені лише національною специфікою. Окрім проживання, конференц-залів, екскурсій, замовники хочуть бачити ексклюзивні пропозиції. Наприклад, поїздка в Чорнобиль – модна ідея для гостей з Азії та Америки.

Організація ділових поїздок – дуже складна справа. Проте вже чимало українських фірм займаються цим бізнесом. Зростає їхній професіоналізм, напрацьовується досвід. Цей факт разом зі зростанням міжнародних контактів вітчизняних бізнесменів дає надію на повноцінний розвиток ділового туризму вже в недалекому майбутньому.

Однією з тенденцій у діловому туризмі є створення туристичних компаній, які спеціалізуються на різних видах туризму, і, зокрема, поява фірм, що займаються винятково бізнес-поїздками і проведенням виставок, семінарів і конференцій за кордоном, а також фірм, що спеціалізуються на інтенсив-програмах, які використовуються керівниками компаній для заохочення своїх кращих працівників.

За словами спеціалістів бізнес-тревел, найчастіше відрядники відвідують Київ та крупні обласні центри: Харків, Дніпропетровськ, Львів, Одесу.

Незважаючи на те, що західна частина України приваблює багато туристів з усього світу, завдяки тому, що це найбільш екологічно чистий регіон нашої країни, багатий на мінеральні джерела, цілюще повітря та відомий гірськолижний курорт Буковель, - як напрямок ділового туризму західний регіон користується популярністю в основному серед ділових людей української столиці. Ймовірно, це пов'язано з тим, що час, затрачений на проїзд з інших регіонів України може зайняти від 16 до 24 годин. Проте, західний регіон часто використовують для мотиваційних поїздок (зокрема, гірськолижні тури як винагороди для кращих співробітників або партнерів).

Ефективне управління та створення в регіонах і в Україні в цілому сучасної та високоефективної туристичної та курортно-рекреаційної індустрії сприятиме економічному та соціальному розвитку багатьох регіонів, забезпечить створення нових робочих місць і комплексне залучення інвестицій, сприятиме відродженню та збереженню пам'яток культурної спадщини, відповідальному ставленню до навколишнього середовища, корінним чином змінить стиль та якість життя наших громадян. Комплексний підхід до управління рекреаційно-туристичною сферою може забезпечити необхідну охорону, збереження і використання історико-культурного та природного середовища та перетворення рекреаційно-туристичної сфери в один із пріоритетних напрямів регіонального розвитку та структурної розбудови національної економіки.

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, найбільша кількість бізнес-туристів прибуває в Україну з Росії та Білорусі. А ось зі сторони мультинаціональних корпорацій інтересу до України як до місця проведення ділових заходів поки що не спостерігається. Серед європейських ділових гостей можна відмітити бізнес-туристів із Польщі, Чехії, Німеччини, Франції. Основна ціль таких візитів - відвідування дочірніх підприємств та компаній-партнерів, що знаходяться в Україні.

Діловий туризм в Україні наразі є одним із пріоритетних напрямів у рамках програми розвитку туризму до 2022 р.

Підводячи підсумки, відзначимо, що сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. При цьому головним гальмівним фактором розвитку ділового туризму є відсутність належної готельної інфраструктури. Інфраструктурне й інформаційне облаштування туристичних об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база санаторно-курортних закладів відверто застаріла. Відчувається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом. Відсутня скоординована система просування українських турпродуктів на світовий ринок, бракує реклами українських курортів. І, звісно, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел фінансування розвитку туристичної галузі взагалі та ділового туризму зокрема.

Входження нашої держави до дедалі більшої кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дадуть змогу змінити ситуацію на краще, адже Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 185 с.
2. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с.