

*Хрущ Ю.М., асистент,
Прядко І.В. студентка 1 курсу, напрям підготовки «Туризм»,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
pryadko10a@yandex.ru*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ

Актуальність дослідження. З кожним роком ділові, культурні та наукові зв'язки між регіонами і країнами стають все більш тісними. Діловий туризм відіграє в цьому важливу роль. Він є одним з провідних і найбільш динамічно розвиваючих галузей світової економіки. За свої швидкі темпи зростання діловий туризм визнано економічним феноменом ХХІ століття. Цей вид туризму відіграє важливу роль в розвитку національної економіки, сприяє її інтеграції у світовому економічному ринку. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться в п'ятеро - з \$399 млрд. до \$2 трлн., а кількість ділових поїздок потроїться - з 564 млн. заходів до 1,6 млрд. [2].

Метою дослідження є аналіз особливостей розвитку і організації сучасного ділового туризму в світі та Україні та виявлення перспектив розвитку ділового туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку ділового туризму в Україні й світі присвятили свої праці такі вчені, як: С.І. Нікітенко, М.П. Мальська, В.К. Федорченко, В.А. Квартальнов, А.Ю. Александрова, С.П. Кузик, М. Гасієв та ін.

Виклад основного матеріалу. Діловий туризм – поїздки співробітників компаній/організацій з діловими цілями (на виставки, конференції і тому подібне), організація корпоративних заходів і популярний напрям сучасного туризму. Діловий туризм - комплексний та багатогранний. Понад 73% його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий *corporate travel*) – індивідуальні ділові поїздки та з метою участі в заходах, які організують промислові й торговельні корпорації. Сюди ж належить

інсентив-туризм (MICE-tourism) -8%, що покликаний деформалізувати рутину бізнесу, поєднуючи справи та розваги, і слугувати 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.

Види ділового туризму: конгресно-віставковий туризм, інтенсив-туризм, проведення подієвих заходів і ділові поїздки (відрядження, бізнес-тури) бізнесменів і підприємців.

Головна відмінність ділового відпочинку від масового туризму – це ухвалення рішення про відрядження, джерела і розміри фінансування, орієнтуючись на ділову необхідність. У більшості випадків рішення приймають керівник або власник компанії, начальник відділу, а не самі бізнес-туристи.

Діловий туризм - в усьому світі вважається найбільш перспективним видом туризму в силу своєї всесезонності, прогнозованості, орієнтації на клієнтів з високим рівнем доходу. Для ділового туризму практично обов'язковою умовою є володіння англійською мовою. Основним постачальником ділових туристів в Європі є Німеччина. Щорічно понад 5 млн. німців відправляються у відрядження, з них 3% виїжджають за кордон, 21% подорожує за кордоном, і по своїй країні, 76% здійснюють службові поїздки по Німеччині. Середня тривалість службової поїздки на інший континент становить 12-13 днів, всередині регіону - 5-6 днів, а по своїй країні - 3-4 дні [2].

Серед європейських держав, з яких беруть потоки ділових людей виділяються (окрім Німеччини) Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Швеція, Швейцарія. Особливе місце займає Бельгія з головним містом Брюсселем, що є одночасно і столицею ЄС. У Франції та Бельгії кожне десяте

прибуття здійснюється з діловими цілями. Все більш помітну роль у цьому процесі починає грати Китай, який за прогнозами експертів, скоро буде включений в десятку найсильніших країн у сфері ділового туризму.

Стрімко розвивається діловий туризм на американському континенті. Кожна восьма поїздка відбувається зі службовими цілями. Основні потоки ділових людей направляються в США, Канаду і Мексику, які лідирують на всіх сегментах туристичного ринку в Західній півкулі.

Діловий туризм в Україні лише починає розвиватися. Організація ділових поїздок, які відбуваються з обов'язковою розважальною програмою, є доволі складною справою. За словами спеціалістів бізнес-турів, найчастіше відрядники відвідують Київ та крупні обласні центри: Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Львів, Одесу.

Основними проблемами розвитку ділового туризму в Україні є дефіцит відповідних кадрів організації ділового туризму. Необхідна підготовка висококваліфікованих працівників відділів конференц-сервісу готелів, які були б здатні на відповідному рівні обслуговувати не лише форуми, конференції, семінари, конгреси, презентації тощо, а й організувати корпоративні заходи культурно-розважального напрямку, тобто «дні компанії», свята, вечірки, поїздки містом тощо [1].

Крім забезпечення гостей ділових форумів сучасною оргтехнікою, виходом в Інтернет, оперативною поліграфією, мобільною, слід організувати можливість здійснення фінансових розрахунків, бізнесу. З цією метою в номері такого клієнта має бути створений своєрідний міні-офіс.

Таким чином, в Україні є ряд проблем, які гальмують розвиток ділового туризму. До них належать: нестача готелів у столиці та регіонах, недостатньо великих конференц-залів, готельних номерів поблизу виставкових центрів, а також низький рівень професійної підготовки кадрів, високі ціни, невідповідність стандартам. Їх вирішення дозволить значно поліпшити стан розвитку ділового туризму в Україні [2].

Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій столиця і інші місця України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20 % українських готелі всього дні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту. Створення готелів, здатних приймати ділових туристів, уявляється нині особливо актуальним. У вирішенні цієї задачі велику роль повинна грати Держтурадміністрація та регіональні управління по туризму [3].

З урахуванням актуальності й перспектив ділового туризму в Україні сьогодні необхідно сприяти розвитку інфраструктури цієї галузі, створити інформаційну базу даних щодо пропозицій і споживачів послуг шляхом просування і розвитку світової концепції ділового туризму, освітньої діяльності. Із зростанням іміджу туристичної інфраструктури в організації ділового туризму суттєво зросте роль міжнародних корпорацій в економіці держави. Ділові подорожі незалежно від економічної ситуації завжди будуть актуальні, адже без ділових переговорів з партнерами, виставок, конгресів розвиток бізнесу може просто зупинитися.

Отже, діловий туризм - один з найперспективніших і високоприбуткових видів подорожей, який характеризується високим і стабільним зростанням і відносно стійкістю до впливу економічних, політичних, кліматичних та інших факторів. В усьому світі прискореними темпами розвивається діловий туризм, оскільки він є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору. Сьогодні діловий туризм відноситься до розряду найбільш видатних феноменів XXI століття і є основним сегментом ринку [3].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ТА ВИКОРИСТАНИХ І ДЖЕРЕЛ:

1. Деловой туризм в Украине // Украинский туризм. – 2009. – № 7. – С. 70-75.

2. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. Економіка і менеджмент культури. - 2013. - №1. - С.67-74.

3. Нікітенко С. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективирозвитку[Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/52-39-28.pdf>

*Яковенко Н.В. професор, д.геогр.н.,
Федеральний державний бюджетний навчальний заклад вищої
професійної освіти «Воронежский державний університет»,
Арсененко І.А. доцент, к.геогр.н.,
Донець І.А. доцент, к.геогр.н.,
Городецький Д.С. студент магістратури, спеціальність «Географія»
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
irina_arsenenko@mail.ru, irena_aleks1970@mail.ru*

SWOT-АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ

Для вивчення і прогнозування розвитку міжнародного туризму (МТ) в світі науковцями визначено комплексний характер широкого спектра таких методів досліджень як системний підхід і метод системного аналізу; компонентний (предметний) аспект системного аналізу; функціональний аспект системного аналізу; порівняльно-статистичний метод; картографічний метод та ін.

Одним, з принципово нових методів дослідження МТ в світі є метод SWOT-аналізу, який допомагає виявити ключові чинники успіху, тобто переваги, які найбільше сприяють його розвитку.

SWOT-аналіз - аббревіатура Strengths - сильні сторони, Weaknesses - слабкі сторони, Opportunities - можливості, Threats - загрози [1, 2]. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків розвитку МТ в світі, особливо в тих макрорегіонах, де коефіцієнт атрактивності розвитку туристичної індустрії низький. Цей аналіз уможливорює визначення не лише