

3. Хейм І. Домашние роботы и роботы-слуги: ожидания и реальность. URL: <https://hi-news.ru/robots/domashnie-roboty-i-roboty-slugi-ozhidaniya-i-realnost.html> (дата звернення 21.03.2020)

4. Как технология "умных отелей" совсем скоро изменит туризм URL: <https://vitiana.com/kak-tehnologiya-umnyh-otelej-sovsem-skoro-izmenit-turizm/> (дата звернення 21.03.2020)

## **ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Бардакова О.В., здобувач вищої освіти  
Науковий керівник - к.е.н., доцент Зеленська О.О.  
*Чернігівський національний технологічний університет (Україна)*

Діловий туризм (Business Travel) - один із напрямків сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Фахівці вважають його перспективним і затребуваним у постіндустріальному суспільстві видом туристичних подорожей. До того ж діловий туризм є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору.

До основних цілей здійснення ділових подорожей можна віднести:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- проведення нарад із керівництвом і колегами, представниками філій і дочірніх структур;
- інспекція роботи представництв і філій;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідини професійних заходів (виставок, форумів, конференцій і т. ін.);
- навчання співробітників;
- звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів і т. ін.

До сфери ділового туризму зараховують організацію різних конференцій, семінарів, симпозіумів, а також виставки, ярмарки, а дехто з дослідників - і "човниковий" туризм, який здійснюють дрібні оптові торговці задля закупок або продажу дрібних партій популярних товарів. Такі короткотермінові поїздки можуть відбуватися всередині країни, або навіть за її межами. Разом із поїздками на конгреси та виставки, до ділового туризму фахівці відносять інтенсив-тури. Поняття "інтенсивний" (франц. *intensify* від лат. *inten-sio* - посилення) пояснюється як спонукальний, заохочувальний. У польській літературі його ще називають "мотиваційним". Під цим видом туризму розуміють поїздки у вигляді заохочень за досягнуті успіхи в роботі, започатковані у 60-х роках у США. Приблизно через 15-20 років вони стали популярними в Європі, а згодом - в азійських країнах. Заохочувальні тури нині вважають маркетинговими та менеджерськими інструментами для досягнення мети [1].

Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів. Частка бізнес-туризму в загальносвітовому масштабі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів формуються за рахунок обслуговування туристів саме цієї категорії. На діловий туризм уже припадає \$399 млрд. із \$6,5 трлн. загальносвітового обороту туристичної галузі. 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]

Із огляду на загальносвітові тенденції, зрозуміло, що сьогодні тема розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в

центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі умови, необхідні ресурси (зокрема, людські, матеріальні), потужний туристичний потенціал, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг, у тому числі й ділового туризму. Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом.

Як уже відзначалося, цей вид туризму дуже прибутковий, оскільки людина, що поїхала в ділову поїзду, може витратити не лише власні фінансові ресурси, але й гроші компанії, яка її відрядила. Завдяки цьому бізнес-турист має можливість витратити значно більше коштів, ніж звичайний турист. Найчастіше бізнес-туристи відвідують Київ та крупні обласні центри: Харків, Дніпропетровськ, Львів, Одесу.

Західна частина України, як найбільш екологічно чистий регіон, приваблює багато ділових туристів із усього світу своїми рекреаційними принадами - мінеральними джерелами, спа-ресурсами, цілющим повітрям тощо. Як напрямок ділового туризму, західний регіон користується популярністю серед ділових людей української столиці [3]. Статистика свідчить, що з європейських ділових гостей найбільше бізнес-туристів їдуть із Польщі, Чехії, Німеччини, Франції.

Однак в Україні існує ціла низка проблем, які заважають швидкому розвитку туризму взагалі та діловому туризму зокрема.

До цього часу в нас немає стандартів і технічних регламентів, гармонізованих з європейськими щодо туристичних об'єктів та об'єктів туристичної інфраструктури. Інфраструктурне й інформаційне облаштування згаданих об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база сфери туризму і курортів, зокрема, санаторно-курортних закладів, відверто застаріла.

В Україні спостерігається дефіцит кадрів туристичної галузі, кваліфікація яких відповідала б світовим вимогам і стандартам. На даний момент часу бажання залучити якомога більшу кількість туристів у комплексі із відомою всьому світові українською гостинністю дещо нівелюють згадану проблему. На нашу думку, організація дієвої системи підвищення кваліфікації вже працюючого в галузі персоналу, здатна в короткі строки вирішити питання відповідності кваліфікації співробітників світовим стандартам. Більш тривалого часу потребуватиме оволодіння персоналом іноземними мовами, що б дозволило в майбутньому приймати більше іноземних бізнес-туристів.

Як і в будь-якій сфері вітчизняного туризму, в діловому туризмі відсутня система просування турпродуктів на світовий ринок, бракує належної реклами українських туристичних принад. Це якраз той напрямок діяльності, що дозволив багатьом успішним країнам світу залучати величезні туристичні потоки, а відтак - отримувати потужні фінансові вливання у власну економіку. І якщо тепер багато європейських (особливо популярних серед туристів країн) задумується над тим, як протидіяти овертуризму з усіма його негативними наслідками для екології, місцевого соціуму і т.д., Україна має вирішувати іншу проблему - розширення в'їзних туристичних потоків. На нашу думку, вирішення цих різнонаправлених проблем можна поєднати в єдиному, взаємовигідному для України і європейських країн процесі: спільними узгодженими зусиллями урядів обох сторін і формуванням зваженої туристичної політики перенаправити частину туристичних потоків із Європи до України.

І, звісно, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел фінансування розвитку туристичної галузі взагалі та ділового туризму зокрема. Особливу увагу слід звернути на формування туристичної інфраструктури, яка б за своїми параметрами і якістю відповідала світовим стандартам. Зрозуміло, що вирішення даного завдання потребуватиме значних витрат часу, фінансових ресурсів і праці.

Ми вважаємо, що Україна має всі можливості й потенціал стати діловою туристичною державою світового рівня, але до цього потрібно докласти багато зусиль.