

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Діловий туризм – один із напрямків сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Це один із найперспективніших напрямів сучасного туризму. Він є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору. Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн бізнес-турів. На діловий туризм уже припадає \$ 399 млрд з \$ 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.

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. 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.

Харківська обл. має значний потенціал для створення на його території центру бізнес-туризму та є одним з основних промислових регіонів України, що робить м. Харків місцем зустрічей бізнесменів з клієнтами, постачальниками та партнерами. Розвиток ділового туризму підвищує надходження у міський бюджет, а також піднімає рейтинг м. Харкова як гостинного і розвиненого європейського міста.

Розвиток ділового туризму неможливий без наявної розвинутої міської інфраструктури, зокрема, готельної та дорожньої. Реконструкція старого та поява нового сучасного терміналу аеропорту європейського класу створили додаткові умови для

організації прямих рейсів. Що стосується бізнес-авіації, в м. Харкові вона не дуже розвинена. На можливість міста щодо прийому ділових туристів впливає також розвиненість мереж виставкових та конгрес-центрів, бізнес-готелів, платіжних систем, сучасних технологій, насамперед, інформаційно-комунікаційних, що дозволяють діловій людині незалежно від місцезнаходження керувати своїми справами. У м. Харкові відкрито близько 50 конференц-залів місткістю від 50 до 600 осіб, однак великих виставкових залів у місті небагато: ПВЦ «Радмір Експохол», Міська Галерея, Палац Спорту. Проте в місті безліч виставкових залів меншої місткості. Також функціонують кілька компаній, що займаються наданням меблів та обладнання для проведення конференцій і переговорів. Найбільш відомі з них ТОВ «Бронт ЛТД» і Ivanuch.

В сучасних умовах господарювання при обмеженості фінансових ресурсів українських підприємств туристичного комплексу, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел їхнього фінансування. Управління інвестиційною привабливістю та податкове стимулювання є важливими чинниками, що впливають на залучення як іноземних, так і внутрішніх інвестицій у туристичну галузь. Комплексний підхід може забезпечити перетворення рекреаційно-туристичної сфери в один із пріоритетних напрямів регіонального розвитку та структурного реформування національної економіки.

Узагальнюючи існуючі проблеми, дослідники визначають такі пріоритетні завдання забезпечення ділового туризму в нашій країні:

- повернення уваги українського та іноземного туриста до можливостей ділового туризму в Україні;
- розвиток міжнародної концепції ділового туризму в Україні;
- розвиток потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні;
- надання консалтингової, маркетингової і юридичної допомоги;

- створення мережі регіональних центрів ділового туризму;
- сприяння залученню інвестицій для розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в українських регіонах;
- встановлення ділових контактів зі спорідненими закордонними організаціями;
- розробка нових програм і проведення заходів, спрямованих на вдосконалення середовища для ведення бізнесу в Україні, взаємну підтримку суб'єктів ринку ділових поїздок і послуг, розвиток в'їзного ділового туризму тощо [1–2].

Отже, сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. При цьому головним стримуючим фактором розвитку ділового туризму в Харківській обл. і в Україні в цілому є відсутність належного готельного господарства.

Список використаних джерел

1. Прохорчук І. В. Теоретичні аспекти розвитку міжнародного ділового туризму в Україні [Електронний ресурс] / І. В. Прохорчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 110 (2). – С. 116–123. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110%282%29__25 (дата звернення: 20.10.2019).
2. Андренко І. Б. Класифікація ділового туризму / І. Б. Андренко // Туризм як національний пріоритет: колективна монографія. – Харків: ХНАМГ, 2010. – 284 с.