

Сьогодні в нашій лексиці нараховується багато англійських слів, які активно вживаються замість українських відповідників, а саме: transfer – трансфер замість переїзд; local – локальний замість місцевий; trend – тренд замість напрям / тенденція; price list – прайс лист замість прейскурант; lounge – лаундж замість вітальня (в готелі).

Таким чином, опанування термінології туристичного бізнесу повинно орієнтувати студентів на майбутню професію, бо сучасні тенденції розвитку світової туристичної сфери, нові передові технології й екологічні підходи в організації й функціонуванні цієї галузі (особливо послуг) вимагають від професіоналів постійного фахового розвитку.

Література

1. Пасинок В.Г. Мовна підготовка студентів як загальнопедагогічна проблема: Монографія. – Харків: Лівий берег, 1991 – 154 с.

УДК 338.48

Ганжа М.О., студентка, Костинець В.В., к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

УМОВИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Сьогодні діловий туризм є флагманом туристичного бізнесу. Такий вид ділових поїздок в поєднанні з відпочинком дає вражаючі можливості для бізнесу і учасників поїздок: зустрічі і спілкування партнерів у неформальній обстановці, знайомство з новими технологіями, інвесторами, постачальниками і споживачами - все це в кінцевому рахунку веде до зростання можливостей для бізнесу. Тобто можна констатувати, що такі ділові поїздки є самоокупним видом туризму в кінцевому підсумку. Діловий туризм дає можливість знайомства з новими технологіями, зустрічі з інвесторами, партнерами, постачальниками і споживачами товарів або послуг фірми [3, с. 51]. Таким

чином, діловий туризм - одна з найбільш перспективних і високоприбуткових сфер світової економіки.

Діловий туризм поряд зі схожістю з іншими видами туризму, має і ряд специфічних, характерних тільки йому, особливостей. Так, метою даного виду туризму є, в першу чергу, певна комерційна діяльність: встановлення ділових контактів і зв'язків, відвідування та проведення конференцій, проведення переговорів з іншими компаніями. Також відмінною рисою є відсутність сезонності, характерної для інших видів туризму. Хоча певна сезонність і спостерігається, але вона пов'язана з періодичністю галузевих виставок і конференцій, а не з порами року і погодними умовами [2, с. 77].

Такий вид туризму охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або фаховими інтересами: це можуть бути бізнесмени, інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства, які здійснюють туристичні подорожі за спеціальними програмами і маршрутами.

Ділові поїздки організуються, як правило, з повною культурною і екскурсійною програмою. У стандартну програму входить проживання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додатково надаються такі послуги як: акредитація на виставку або вхідні квитки, послуги гідів, перекладачів, додаткові переїзди або оренда автомобіля і багато іншого, що може бути необхідним на тому чи іншому заході. Клієнтам пропонуються спеціальні тарифи на перельоти в бізнес-класі, організація VIP-обслуговування в аеропортах тощо.

Будь-який сучасний готель має об'єднувати в єдиний комплекс бізнес-центр, центр дозвілля, підприємства сфери послуг і торгівлі. Все це має закладатися ще на стадії проектування будівництва чи перебудови готельної мережі. Для ділових туристів велике значення мають також телекомунікаційні послуги.

Ділові туристи очікують 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. Чим більш вона диверсифікована, тим краще [1, с. 150].

Для розвитку ділового туризму у всіх країнах стимулюючими факторами є науково-технічний прогрес, стабільна економіка, інтенсивний розвиток транспорту, мережі Інтернет, тобто засобів зв'язку та інформації. Стабільна політична обстановка, підвищення добробуту населення, рівень розвитку інтелекту і грамотності населення, розвиток готельного сервісу і індустрії розваг розширюють географію туризму і збільшують масовість індустрії [2, с. 201]. Необхідною також є 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 організовувати корпоративні заходи культурно-розважального напрямку, тобто «дні компанії», різноманітні івенти тощо.

Підводячи підсумки, відзначимо, що діловий туризм набув активного розвитку нині і розвиватиметься і в майбутньому, що пов'язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки, поглибленням політичних та економічних зв'язків між різними державами світу.

Література

1. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О. Масляк. - К.: Знання, 2016. - 343 с.
2. Мельник А. О. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції. / А.О. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – С. 76-81.
3. Kostynets V. Current state and perspective for the development of industrial tourism in Ukraine / V. Kostynets // Бізнес-навігатор. Вип. 5 (54) – 2019. – С.50-54.
4. Ольшанська О.В., Мельник А.О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання / О.В. Ольшанська, А.О. Мельник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 12. – С. 212-216.