

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

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Діловий туризм — один з найперспективніших напрямів сучасного туризму. Високі темпи його розвитку визначають глобалізація світової економіки і «стирання кордонів». Тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже вітчизняний туризм як повноцінна індустрія знаходиться на етапі свого розвитку, передумовами ефективності якого є розташування України в центрі Європи на перехресті транспортних шляхів, сприятливі природно-кліматичні умови, необхідні людські та матеріальні ресурси.

Лідером з прийому ділових туристів в Україні є Одеська область. Багато іноземних інвестицій також залучено до Львова. Туристична інфраструктура Карпат зараз лише розвивається, проте за десяток років цілком «дотягне» до курортів Словаччини та Польщі.

Водночас в Україні існує ціла низка проблем, які заважають швидкому розвитку ділового туризму, зокрема [2, с.78]:

- відсутність стандартів і технічних регламентів, гармонізованих з європейськими, щодо об'єктів туристичної інфраструктури;
- невідповідність інфраструктурного й інформаційного забезпечення сучасним вимогам;
- застарілість матеріально-технічної бази сфери туризму та курортів;
- дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі.

Для подолання визначених проблем слід здійснити ряд послідовних кроків в таких напрямках:

1. Послуги українських бізнес-центрів мають створювати комфортну обстановку для ділового туриста, що означає, що в номері для такого туриста

має бути створений свого роду міні-офіс: просторий стіл з якісним освітленням, комп'ютер із виходом в Інтернет, телефон, факс.

2. Необхідна підготовка висококваліфікованих працівників готелів, які були б здатні на відповідному рівні обслуговувати й організовувати корпоративні заходи культурно-розважального напрямку.

3. Для подальшого розвитку ділового туризму, Україні вкрай необхідне підвищення іміджу в туристичному співтоваристві, залучення до світового простору. Для цього потрібно спрямувати зусилля на розвиток інформаційно-рекламної та виставкової діяльності, організацію професійних ярмарків в Україні [1, с. 67].

Підводячи підсумки, слід відзначити, що незалежно від економічної ситуації в Україні, ділові подорожі не втрачатимуть своєї актуальності. Попри це на сьогодні існує ряд проблем, які суттєво гальмують розвиток бізнес-туризму. Водночас Україна володіє сприятливими перспективами та туристичним потенціалом для подальшого розвитку ділового туризму в якості гравця на світовій арені.

Література

1. Костинець В.В. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг / В.В. Костинець // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 3 (09). – С.66-70.

2. Мельник А. О. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції. / А.О. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – С. 76-81.

3. Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в умовах українських реалій / О.В. Ольшанська, Д.В. Григорчук // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2018. – Спецвипуск. Серія «Економічні науки» – С. 281-289.