

Міністерство освіти і науки України
Уманський національний університет садівництва
Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

«СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ
ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ:
ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА ТА ІННОВАЦІЇ
РОЗВИТКУ»

Матеріали Всеукраїнської
науково-практичної інтернет-конференції
(31 жовтня 2016 р.)

Умань
Видавець «Сочінський М. М.»
2016

УДК 640:338.48
ББК 65.44:65.433
С83

*Рекомендовано до друку вченою радою факультету менеджменту
Уманського національного університету садівництва
(протокол № 3 від 1 листопада 2016 р.)*

Рецензенти:

Пасека Станіслава Раймондівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького;

Великочий Володимир Степанович, д.і.н., професор, директор Інституту туризму Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Відповідальний редактор: Транченко Л.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Заступник відповідального редактора: Саковська О.М., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Члени редакційної колегії: Тимчук С.В., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної
С83 **індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку : матер.**
Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (31 жовтня 2016 р.) / відп. ред.
Л. В. Транченко. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2016. – 172 с.

ISBN 978-966-304-188-9

Видання містить матеріали доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку», що відбулася 31 жовтня 2016 р. в м. Умань. Розраховано на науковців, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, магістрантів, студентів, які займаються туризмом та готельно-ресторанною справою.

УДК 640:338.48
ББК 65.44:65.433

ISBN 978-966-304-188-9

© Уманський національний
університет садівництва, 2016

Олейник В.Д.

*к.е.н., доцент кафедри туристичного бізнесу та рекреації
Одеської національної академії харчових технологій*

ПРОБЛЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ БИЗНЕС- ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ В УКРАИНЕ

Актуальность данной темы predetermined ростом потока бизнес-путешественников в Украину. В украинские компании инкаминга стали больше обращаться не только люди, едущие по делу, но и организаторы МІСЕ-проектов. В свою очередь многие крупные компании открывают департаменты въездного туризма. Основная часть деловых путешествий (более 85%) - поездки по Украине. Спрос на услуги компании по организации деловых поездок возрастает. Такие тенденции показывают необходимость детального изучения данного вопроса и внедрения современных методик развития и организации делового туризма в украинских реалиях [1].

Цель исследования - разработать рекомендации по развитию делового туризма в Украине на основе оценки его состояния.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- изучить тенденции развития делового туризма в мире и Украине;
- выявить основные проблемы, препятствующие развитию делового туризма в Украине;
- разработать рекомендации по развитию делового туризма в Украине.

Деловой туризм с каждым годом обретает все большую популярность. Он позволяет одновременно заключить очередную деловую сделку и отдохнуть несколько дней в новой обстановке. Бизнес-туризм сформировался как самостоятельная ветвь современного туризма в последние десятилетия прошлого века и на сегодняшний день является одним из популярных и пользующихся высоким спросом направлений туриндустрии. Иногда бизнес-

туризм обозначают английской аббревиатурой MICE, которая произошла от слов meetings, incentives, conferences, exhibitions. Эти понятия и раскрывают суть бизнес-туризма [2].

В Украине деловой туризм начал свое развитие совсем недавно, однако уже существуют организации способствующие продвижению Украины как туристической страны на мировом рынке индустрии делового туризма. Примерами данных организаций являются- Ассоциация делового туризма Украины / BTA Ukraine - некоммерческое объединение предприятий Украины, деятельность которых связана с деловым туризмом и индустрией встреч, а также, предприятий и юридических лиц, заинтересованных в развитии делового туризма в Украине. Ассоциация организована в феврале 2007 года. BTA Ukraine это та организация, которая способствует созданию в Украине мощной структуры по организации деловых поездок, встреч и конференц услуг. Способствует продвижению Украины как туристической страны на мировом рынке индустрии делового туризма, проводит анализ рынка делового туризма в Украине, а также изучает мировой опыт развития индустрии и применяет этот опыт на территории Украины [5].

На сегодняшний день различают несколько видов бизнес-туризма: индивидуальные и корпоративные деловые поездки, инсентив-туры (поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников и поддержания корпоративного духа компании), поездки для участия в работе различных выставок, конференций, симпозиумов, конгрессов, тренингов, ярмарок, презентаций, посещения предприятий и фирм-партнеров.

Бизнес-путешественники являются наиболее образованными и требовательными, они имеют определенные предпочтения в выборе гостиниц и предъявляют их владельцам свои требования, которые предполагают не только возможность работать, не покидая номера, но и широкий набор деловых услуг, и тем самым формируют специфический сегмент рынка - бизнес-отели.

Бизнес-отели - это гостиницы особого типа. Рассчитанные на конкретную целевую группу клиентов, они формируют весь спектр своих услуг соответствующим образом. Налаживание связей с корпорациями и стабильная клиентская база - вот два основных приоритета в работе делового отеля. Постоянные клиенты составляют основу процветания бизнес-отеля. Поэтому случайных постояльцев и обычных туристов в таких гостиницах практически не бывает. Во-первых, расположение бизнес-отеля, дизайн его номеров и их цена во многом далеки от предпочтений путешественника, который стремится в первую очередь к отдыху, а не к работе.

Бизнес-отели имеют одну яркую отличительную особенность - это их клиентура. Руководство такого отеля, прежде всего, нацелено на привлечение деловых клиентов. Поэтому бизнес-отели в большинстве случаев расположены в благоприятных местах, в центре или непосредственной близости от центра города. Бизнес-отель обязательно должен иметь налаженное транспортное сообщение с вокзалами, аэропортами, выставками и районами деловой активности города. Одна из причин высокой стоимости деловых поездок в том, что бизнесмены предпочитают останавливаться в дорогих отелях. В первую

очередь это связано с поддержанием имиджа своей фирмы как состоятельной и занимающей прочные позиции. Поэтому наличие четырех- и пятизвездочных гостиниц - неотъемлемая часть индустрии делового туризма. Многие бизнес-туристы при выборе отеля обращают внимание на его расположение. Как правило, бизнесмены предпочитают размещение в центре - деловой части города в отелях, расположенных в районе аэропортов. Важное условие для отелей, принимающих иностранных гостей - наличие персонала, говорящего на разных языках. Целесообразно предоставлять бизнес-туристам услуги секретаря, который также выполняет функции переводчика, резервирует места в театре, ресторане т.д.

Для деловых путешественников отель во время путешествия заменяет офис, им предоставляются факс, компьютер, ксерокс и др. Многие отели имеют бизнес-центры, где также могут предоставляться такие услуги или где гость может работать на своем компьютере.

С широким распространением интернет-технологий требования, предъявляемые к среде проживания деловых людей, значительно изменились. Сегодня номер без высокоскоростного доступа в Интернет уже не может удовлетворить путешествующего бизнесмена. Среди стандартов завтрашнего дня - обеспечение возможности проведения видеоконференций, конференц-звонков и высокоскоростной обмен данными из каждого номера. Несмотря на то, что прогнозы развития делового туризма в Украине в целом позитивны, остается ряд нерешенных проблем, препятствующих его развитию:

1) Отсутствие необходимой статистической информации о развитии делового туризма, последовательной государственной политики в сфере делового туризма в Украине.

2) Неразвитая инфраструктура делового туризма. «По результатам исследования международных деловых организаций столица и другие места Украины оказываются далеко не на высоте по качеству деловой инфраструктуры. Меньше 20 процентов украинских отелей сегодня отвечают требованиям мировых стандартов по уровню комфорта».

3) Несоответствие цены качеству предоставляемых услуг.

4) Неравномерное распределение деловых туристов по территории Украины. В основном в Украине «развивается направление «делового» туризма в крупных городах, особенно Киеве, Харькове, Донецке и Днепропетровске» [7]. Причина – развитие инфраструктуры в городах, которые принимают чемпионат Европы по футболу в 2012 г.

5) Отсутствие эффективной маркетинговой политики для продвижения делового туризма на зарубежных рынках.

6) Недостаточно развитая система профессиональной подготовки и переподготовки кадров для индустрии делового туризма. Услуги по обучению и повышению квалификации кадров в сфере делового туризма предлагает Ассоциация делового туризма Украины путем организации тренингов, семинаров, международных конференций [8]. Этого недостаточно для обеспечения европейского качества обслуживания деловых туристов.

Для развития делового туризма в Украине необходимо построение

партнерских отношений между государством, учебными заведениями, предприятиями, международными организациями с целью усовершенствования системы сбора статистических данных за счет внедрения методологии WTTC, перехода средств размещения на европейскую систему категоризации HORTEC, разработки и реализации государственной политики, эффективной маркетинговой стратегии для продвижения делового туризма, развития системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров в сфере делового туризма и т.д. Это позволит получить дополнительную прибыль, обеспечить рабочие места и даст увеличение поступлений в бюджет.

Литература

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=704&Itemid=81
2. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/MICE_
3. Travel & Tourism Economic Impact 2011 World, World Travel & Tourism Council. – London, 2011. – 17 p.
4. Travel & Tourism Economic Impact 2011 Ukraine, World Travel & Tourism Council. – London, 2011. – 20 p.
5. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.mice.com.ua/>
6. Проект Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 / под ред. И.М. Яковенко. – Симферополь, 2011. – 75 с.
7. Украинский туризм в 2011 году: 10 самых актуальных тенденций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2011/08/10-trends-in-ukrainian-tourism/>
8. Ассоциация делового туризма Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mice.com.ua/index.php?Lev=ukrpartners&Lang=rus>

| | |
|--|----|
| Клименко Л.В., Халахур Ю.Л. Формування структури управління в підприємствах туристичного бізнесу..... | 51 |
| Коваленко Л.Г. Організаційно-економічні аспекти формування кластера туристично-рекреаційних послуг..... | 53 |
| Коваленко О.С. Потенціал органічного садівництва для розвитку сільського зеленого туризму..... | 54 |
| Кожухівська Р.Б. Використання специфіки маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму..... | 56 |
| Комарова К.С., Буймистру Є.А. Сертифікація надання якості ресторанних послуг..... | 58 |
| Комарова К.С., Буймистру Є.А. Сомельє – нова професія у ресторанному бізнесі..... | 60 |
| Кулібаба В.П. Мотивація персоналу закладів готельно-ресторанного господарства..... | 62 |
| Кустріч Л.О. Роль професійних комунікацій в ефективному управлінні туристичною діяльністю..... | 64 |
| Лопатюк Р.І. Розвиток туристичної діяльності в аграрній сфері України.... | 66 |
| Малюга Л.М. Конкурентні переваги підприємств готельного господарства..... | 68 |
| Марін Б.М. Інформаційні технології визначення оптимальних рівнів цін на готельні номери..... | 70 |
| Меліх О.О. Фактори конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії..... | 73 |
| Мельник Н.М. Світові культурно-мистецькі туристичні ресурси Німеччини..... | 75 |
| Мельник І.М., Філь М.І., Коропецька Т.О. Сучасний підхід гастрономічного туризму у Франції..... | 76 |
| Михайлова Н.В., Свирбиус І.В. Переваги сільського зеленого туризму в Україні..... | 78 |
| Михайлова Н.В., Свирбиус І.В., Гетьманець М.С. Інноваційні технології у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.... | 80 |
| Нагернюк Д.В. Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку України..... | 81 |
| Непочатенко В.О. Конкурентоспроможність як фактор підвищення ефективності функціонування готельних підприємств..... | 83 |
| Нестерова К.С. Система забезпечення інтересів споживачів послуг морського туризму в Україні..... | 85 |
| Нещадим Л.М. Розвиток зеленого туризму Черкаського регіону..... | 87 |
| Новак І.М., Роєнко О.А. Дослідження технології гостинності у зеленому туризмі..... | 89 |
| Олейник В.Д. Проблемы обслуживания бизнес-путешественников в Украине..... | 91 |
| Олійниченко І.В. Потенційні можливості підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії..... | 94 |