

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Економіка та організація туристичної діяльності (назва магістерської програми)

на тему: **«СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Сахошко Юлія Павлівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В сучасних умовах діловий туризм – це прибутковий, швидко зростаючий сегмент найбільшого у світі галузевого сектору.

Найпривабливіші ніші в бізнес-туризмі існують для країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою. Ці країни можуть продавати себе як економічно вигідні, як екзотичні місця, де корпоративні цілі можуть бути досягнуті в умовах омолодження.

Туризм є одною з провідних галузей світу, адже саме цей сектор відповідає за створення більшості робочих місць. У багатьох країнах, що розвиваються, та країн з перехідною економікою туризм став переважаючим інструментом економічного зростання.

Отже, актуальність даної кваліфікаційної роботи полягає у визначенні конкурентних тенденцій та задоволенні потреб ділових подорожей як у ефективності, так і у відпочинку.

Мета кваліфікаційної роботи є розробка напрямів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити сутність та принципи розвитку ділового туризму;
- розглянути світовий та вітчизняний досвід функціонування ділового туризму;
- визначити особливості організації ділових подорожей туристичним підприємством;
- дослідити тенденції розвитку MICE-заходів в Одеському регіоні;
- проаналізувати наявні ресурси розвитку ділового туризму в Одеському регіоні;
- провести оцінку місця готельного бізнесу в організації ділового туризму;
- визначити стратегію розвитку ділового туризму Одеського регіону;
- розробити рекомендації щодо впровадження напрямів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні;
- провести економічне обґрунтування впровадження рекомендацій.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес дослідження стратегічних напрямів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання розробки напрямів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні.

Методом дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз; графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування; експертних; конструктивний та експериментальний (оцінка результатів

запропонованих заходів щодо розробки моделі кластеру ділового туризму в Одеському регіоні).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (57 найменувань), додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 91 сторінка комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 82 сторінках. Робота містить 12 таблиць, 25 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано:

- Сахошко Ю.П. Сутність та принципи ділового туризму / Ю.П. Сахошко // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. (прийнято до друку у збірнику тез).
- Сахошко Ю.П. Регіональний напрям розвитку екскурсійної діяльності / Ю.П. Сахошко // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 459 с. С. 168-172
- Сахошко Ю.П. Аналіз розвитку туристичного ринку Чорногорії // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 459 с. С. 282-287
- Сахошко Ю.П. Сутність стратегічного управління на туристичному підприємстві // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 459 с. С. 442-445

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. Визначено сутність та проаналізовано різноманітні погляди та підходи до визначення дефініції «діловий туризм», так це поїздки, пов'язані з виконанням фахових

обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес. Діловий туризм або ділові поїздки – це, по суті, форма подорожі, яка передбачає здійснення ділової діяльності, але знаходячись далеко від дому. Розглянуто характеристиками ділового туризму, що обумовлюють високий рівень прибутковості, стійкість до сезонності та гармонійне доповнення рекреаційного туризму, інвестиції в об'єкти ділового туризму ведуть до відродження міських і внутрішніх міських територій, бізнес-туризм стимулює учасників ділового заходу повертатися до дестинації вдруге з метою розважального туризму разом з їх сім'ями.

2. Жорсткий період пандемії COVID-19 вносить корективи у сприйняття потреб та методів їх реалізації. Існує думка фахівців туристичної сфери, що ділові поїздки ніколи не повернуться до минулого рівня та віддалена робота стане новою нормою. Але позитивний прогноз стверджує, що у 2021 р. замовлення на ділові поїздки можуть бути близькими до рівня 2016 р., або приблизно на 15% нижче рівня 2019 р. За діловими мандрівниками підуть і звичайні туристи, вважають експерти.

Ключову роль у відновленні галузі відіграватиме активна політика держави у сфері туризму, її готовність співпрацювати з приватним сектором, аеропортами, авіакомпаніями, туроператорами, готельєрами; просувати імідж країни на національному та міжнародному рівнях; заохочувати безпечні подорожі, а також надавати всебічну підтримку, у тому числі інформаційну, бізнесу та туристам: тримати в курсі щодо загальнонаціональних і регіональних медичних протоколів, зробити доступною інформацію про актуальні контакти закладів охорони здоров'я тощо. Злагодженими поступовими діями держава зможе відновити після кризи і повернути галузь до активних темпів зростання.

3. Слід зазначити, що діловий туризм відрізняється від звичайного туризму не лише своїми цілями, а й інструментарієм, за допомогою якого дана поїздка організовується. Розповсюдження на ринку бізнес туризму отримали ТМС (Travel management company) – спеціалізовані агентства, що займаються організацією ділових поїздок і відрізняються від бізнес-тревел-агентств такою важливою характеристикою, як використання передових технологій, наприклад ОВТ (online booking tool) – ІТ-рішення, що являє собою сучасний онлайн-майданчик для моментального бронювання.

4. Протягом останніх кількох років роль України у міжнародному бізнесі інтенсивно зростала, і разом із економічним розвитком це призвело до значного вдосконалення туристичної галузі МІСЕ. Український МІСЕ-туризм став одним з основних напрямків ділової діяльності країни.

Дослідження показали, що маркетингова стратегія 5P та метод аутсорсингу є оптимальним рішенням для виживання та відновлення компаній МІСЕ. У міру формування висококонкурентних ринків класична модель маркетингового комплексу зазнала змін і отримала додаткові елементи.

5. На 2018 рік в Україні налічується всього 4293 суб'єкти туристичної діяльності, враховуючи у загальній кількості юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Зокрема в Одеській області цей показник становив 270 суб'єктів туристичної діяльності.

Станом на 2018 рік з діловою, службовою метою в Україні туроператорами та турагентами було обслуговано всього 211794 особи. В Одеському регіоні цей показник становив 1482 особи.

Спільно з бізнесом та міжнародними партнерами Одеса була представлена на 13-ти міжнародних туристичних виставках.

6. За експертними оцінками, 92% представників індустрії ділового туризму впевнені, що сучасний бізнес-готель не мислимий без високошвидкісного інтернету, причому доступ до нього повинен бути відкритий в усіх загальнодоступних місцях.

Одеса, Київ та Львів залишаються найпопулярнішими містами для ділового туризму, розміщуючи основну масу готелів, що спрямовані на задоволення потреб бізнес-туристів. В цілому, середній рейтинг бізнес-готелів Одеси згідно Booking.com складає приблизно 8,2 бали із 10 можливих.

7. Стратегічним напрямком розвитку туристичної галузі Одеської області є перетворення її у конкурентоспроможну, високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення соціально-економічного розвитку області, підвищення якості життя населення, гармонійного розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

8. В якості активізації ділового туризму та збільшення зацікавленості ділових туристів в Одеському регіоні була здійснена рекомендація щодо будівництва нового виставкового павільйону в місті.

Виставкова діяльність є багатофункціональним явищем, що сприяє розвитку внутрішньої та зовнішньої торгівлі, зміцненню міжнародних зв'язків, пропаганді інноваційних технологій та нових видів продукції, товарів та послуг, активізує фінансові потоки, формує інформаційне середовище, яке відображає стан і тенденції розвитку галузей та товарних ринків.

9. Надано економічне обґрунтування пропозиції з будівництва нового виставкового павільйону, що сприятиме покращенню іміджу регіону та розширить можливість проведення значних за масштабом заходів ділового спрямування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи розвитку ділового туризму» проаналізовані сутність та принципи розвитку ділового туризму. Було розглянуто світовий та вітчизняний досвід функціонування ділового туризму. Визначено особливості організації ділових подорожей туристичним підприємством.

У другому розділі «Дослідження функціонування ділового туризму в Одеському регіоні» проведено дослідження стану та тенденцій розвитку МІСЕ-заходів у регіоні. Було проаналізовано наявні ресурси розвитку ділового туризму в Одеському регіоні. Проведено дослідження з оцінки місця готельного бізнесу в організації ділового туризму.

У третьому розділі «Обґрунтування перспективних напрямів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні» було визначено можливу стратегію розвитку ділового туризму в Одеському регіоні. Наведено приклад проекту, що сприятиме підвищенню іміджу регіону. Для удосконалення функціонування ділового туризму в

м. Одеса було запропоновано будівництво потужного бізнес-комплексу у вигляді виставкового павільйону з конференц-залами, які дозволять зробити виставки, конференції та семінари більш цікавими, сучасними, доступними та затребуваними. Здійснено фінансову калькуляцію вартості будівництва виставкового павільйону. Приведена кількість часу, необхідного для відшкодування вкладених у реалізацію проекту матеріальних ресурсів.

АНОТАЦІЯ

Сахошко Ю.П. «Стратегічні напрями розвитку ділового туризму в Одеському регіоні»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм», за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності». – Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2020 рік

У роботі розглянуто загальні поняття «діловий туризм», «бізнес-туризм» та його стан розвитку в країні та в Одеському регіоні. Проаналізовано міжнародний та вітчизняний досвід ділового туризму. Проведено аналіз наявних ресурсів розвитку ділового туризму в Одеському регіоні.

За результатами дослідження сформульована доцільність будівництва нового виставкового павільйону в місті Одеса. Було економічно обґрунтовано відкриття виставкового павільйону з метою розвитку ділового туризму в регіоні.

Ключові слова: діловий туризм, індустрія МІСЕ, інсентив-туризм, ТМС-агентство, ділова подорож, бізнес-готель, виставкова діяльність, віртуальна виставка.

ANNOTATION

Sakhoshko Y.P. "Strategic directions for the development of business tourism in the Odessa region"

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism", under the master's program "Economics and organization of tourism activity". – Odessa National Economic University, Odessa, 2020.

The work considers the general concepts of «business tourism» and its state of development in the country and in the Odessa region. The international and domestic experience of business tourism is analyzed. The analysis of the available resources for the development of business tourism in the Odessa region.

Based on the results of the study, the expediency of building a new exhibition pavilion in the city of Odessa was formulated. It was economically feasible to open an exhibition pavilion in order to develop business tourism in the region.

Key words: business tourism, MICE industry, incentive tourism, TMC agency, business trip, business hotel, exhibition activities, virtual exhibition.