

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Нестеренко Б.С., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Інсентив-туризм – одна із складових частин МІСЕ (meetings, incentives, conferences, events) туризму, він з'явився ще в середині минулого століття у США [1].

Інсентив-туризм – це глобальний мультикультурний інструмент управління, який за належним використанням може підвищити ефективність бізнесу. Інсентив-туризм успішно використовується багатьма підприємствами для формування підтримки згуртованих команд, мотивації співробітників і, відповідно, підвищення їх продуктивності та якості роботи. Зокрема, заходи МІСЕ включають обслуговування комерційної діяльності компаній (просування товарів і послуг, обмін досвідом, підготовка контрактів тощо).

Наразі Європа займає лідируючі позиції за кількістю ділових візитів з усього світу, витрачаючи та отримуючи найбільше коштів від цього сектора туризму. Найпопулярнішими є відрядження на різноманітні виставки та конференції. Найбільш поширені ділові поїздки Європейських країнах, зокрема: Німеччині, Франції, Голландії, Великій Британії, Швеції, Швейцарії. Практика показала, що інсентив-тури є найбільш стимулюючими для роботи. У Великій Британії підприємства на них відводять дві п'ятих загальних витрат на оплату праці працівників, а у Франції та Німеччині – майже половину. Інсентив-тури коштують від 500 до 1500 доларів США, і тривають 2-7 днів [4].

В організації подорожей беруть участь наступні види підприємств: сервісні виробничі компанії; посередницькі підприємства, що надають комерційні послуги; компанії в інших сферах діяльності, що надають супутні послуги. До них відносяться аеропорти, портові споруди, системи доріг, телекомунікації, а також споруди водопостачання.

Щороку в всьому світі відбувається понад 160 мільйонів ділових поїздок без урахування пасажиропотоку внутрішніх ділових

* Науковий керівник – кандидат економічних наук, професор С.О. Зайка

подорожей. На діловий туризм припадає близько 13 % загального пасажиропотоку, а 50 % доходів від авіації та 60 % доходів готелів формуються за рахунок обслуговування цієї категорії туристів. У сучасній структурі міжнародних ділових подорожей переважають класичні ділові подорожі та корпоративні зустрічі (на них припадає 70 % усіх ділових подорожей). Частка учасників конференцій перевищує 15 %, а частка учасників виставок і експозицій – 11 %. Приблизно 3-4 % подорожей – це інсентив-поїздки [3, 5].

Індивідуальний підхід до окремого клієнта став ключовим аспектом традиційних подорожей. МІСЕ-туристи також цінують послуги, досвід, готелі чи заходи, які спеціально розроблені для них. Для цього постачальники послуг повинні постійно дізнаватися про інтереси своїх учасників. Це має бути частиною кожного аспекту життя, від того, що їдять, до діяльності, в якій беруть участь.

Важливо справити унікальне враження. Пріоритетом бізнес-мандрівника є відвідування зустрічей і конференцій, але вони також залишаються в місті і, швидше за все, відвідують місто вперше. Ось чому важливо пропонувати щось унікальне для кожного перебування.

Треба забезпечити їм не лише заняття, яке їм подобається, але й відчуття «свіжості» в кінці подорожі. У цьому сенсі бізнес-мандрівники бачать не лише відрядження, а й фізичну та емоційну відпустку. Непоганим розвитком є впровадження туристичних карт для гостей міста, встановлення карт на вулицях, вивіски з інформацією про визначні пам'ятки, і додавання QR-кодів до об'єктів туристичного маршруту, створення екскурсійних турів для туристів, 3D маршрутів [2, 4].

На наш погляд, розвиток інсентив-туризму в Україні має надзвичайно серйозну перспективу, але у порівнянні з іншими країнами Європи, має низьку проблем, зокрема:

- недостатня кількість регіональних міжнародних аеропортів;
- нерівномірність розвитку ділового туризму серед різних регіонів;
- невідповідність якості обслуговування міжнародних клієнтів світовим стандартам;
- неналежне транспортне сполучення;
- відсутність сучасної, потужної інфраструктури для організації різноманітних заходів як у великих містах, так й в регіонах;
- впровадження та визначення пріоритетів інвестиційної політики (пошук джерел фінансування; підвищення рівня інвестиційної привабливості та впровадження податкового стимулювання);

– встановлення ділових контактів з іноземними партнерами з ділового туризму (вивчення досвіду розробки нових програм проведення заходів).

Використання інсентив-туризму в Україні є ще дуже далеким від свого максимуму і має великий потенціал для розвитку, але найбільший успіх отримають ті суб'єкти туристичної діяльності, які першими зрозуміють його важливість і першими розпочнуть реальні кроки щодо його реалізації.

Діловий туризм відіграє дуже важливу роль. Розвиток національної економіки та інтеграція її в світовий ринок також немислимі без розвитку сфери ділового туризму. Ділова комунікація, обмін технологіями і інформацією, пошук нових ринків, пошук партнерів для інвестицій і спільних проєктів, просування компаній через PR-акції, навчання персоналу та впровадження корпоративної культури – це все діловий туризм.

Отже, для розвитку ділового туризму в Україні стимулюючими чинниками будуть науково-технічний прогрес, стабільна економіка, інтенсивний розвиток транспорту, розвиток Інтернет-технологій, стабільне політичне середовище, покращення добробуту людей, підвищення рівня інтелектуального розвитку та культурної грамотності населення, розвиток готельних послуг та індустрії розваг, розширення туристичної зони, збільшення промислових кластерів.

Бібліографічний список

1. Zaika S.O. Business tourism industry: evolution and principles of organization. *Modern Issues of Physical Education, Sports, Tourism-Local History, and Physical Culture, and Recreation Work*. Monograph. Scientific editors: Nataliia Khlus and Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Applied Sciences – Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 5-45.

2. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2022 р.)*. Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2022. С. 260-261.

3. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2023.

4. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр літератури, 2004.

5. Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua/>