

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Круцько Віталій Ігорович
Перспективи розвитку ділового туризму в Тернопільській області /
Development Prospects of MICE Tourism in Ternopil Region

спеціальність: 242 - Туризм
магістерська програма – Міжнародний туризм

Виконав студент групи Тм-21
Круцько В.І.

Науковий керівник:
І.О. Продан

Магістерську роботу допущено до захисту:

" ___ " _____ 2018 р.

Завідувач кафедри

_____ Ю.П. Гуменюк

ТЕРНОПІЛЬ – 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	7
1.1. Сутність ділового туризму та фактори його розвитку в регіоні.....	7
1.2. Інструментарій регулювання ділового туризму на регіональному рівні.....	15
1.3. Методологія оцінювання ефективності розвитку ділового туризму в регіоні	24
Висновки до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕСУРСІВ ТА УМОВ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	37
2.1. Моніторинг ділової активності в Тернопільській області.....	37
2.2. Дослідження рівня розвитку інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області	47
2.3. Оцінка рівня конкурентоспроможності ділового туризму у Тернопільському регіоні.....	56
Висновки до розділу 2.....	63
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	64
3.1. Визначення ключових напрямків розвитку ділового туризму в Тернопільській області.....	64
3.2. Розробка ділових турів як передумова забезпечення конкурентних переваг регіону.....	72
3.3. Побудова комплексу інноваційних заходів по вдосконаленню методів регулювання ділового туризму в регіоні.....	82
Висновки до розділу 3.....	92
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96
ДОДАТКИ.....	103

ВСТУП

Актуальність теми магістерської роботи. У світі одним із найбільш перспективних та прибуткових видів туризму є діловий туризм. Ще в 2013 році витрати на ділові поїздки в світі склали понад 1,1 трлн. доларів США і продовжують впевнено зростати в 2018 році. Цей вид туризму дозволяє збільшити додатковий прибуток суб'єктів туристичної індустрії, так як «ділові туристи» відрізняються набагато більшими фінансовими (матеріальними) можливостями в порівнянні із простими туристами. Відповідно до щорічного звіту Глобальної асоціації ділового туризму (англ. GBTA) в 2016 році бізнес-тревел демонстрував темпи зростання на рівні 6,9 %, незважаючи на збереження нестійких явищ в економіках як розвинених, так і країн, що розвиваються. Експерти прогнозують помірне зростання витрат на діловий туризм і в поточному році - на рівні 8,6%. За попередніми оцінками, далі індустрію чекає більш скромне, але все ж стабільне зростання на рівні 7,1% в 2017 році, 8,6% в 2018 і 6,4% в 2019 році [20, с. 196].

Перед керівництвом як держави, так і кожного регіону сьогодні стоять нові виклики. Адже для збереження рівня відвідуваності та лояльності туристів виникає потреба у консолідації учасників галузі ділового туризму та індустрії зустрічей для ефективного просування міста і регіону як MICE дестинації.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідження питань розвитку ділового туризму в світі та Україні, його просування розглянуто у працях вітчизняних науковців, серед яких В. К. Федорченко, М. П. Мальська, І. Беліцька, А. Ю. Александрова, С. П. Кузик, М. Гасієв, В. А. Безнесюка, Л. Г. Агафонові, О. Є. Агафонові, І.Т. та ін. Серед зарубіжних науковців, що активно досліджують специфіку розвитку ділового туризму, слід виділити А. Александрову, В. Гаворецькі, Дж. Джафарі, В. А. Квартальнов.

Аналіз великої кількості публікацій щодо розвитку ділового туризму дає підстави стверджувати, що навіть питання термінологічного апарату галузі на сьогодні не є остаточно узгодженим. Все це пояснюється дуже складною

структурою галузі, де окремі учасники зацікавлені відносити себе до суміжних галузей, що ідентифікує їх специфічні особливості.

Мета магістерської роботи. Метою магістерської роботи є обґрунтування теоретичних аспектів та розроблення рекомендацій щодо перспектив розвитку ділового туризму в Тернопільській області.

Для досягнення поставленої мети в магістерській роботі передбачено виконання таких завдань:

- дослідити економічне значення поняття «діловий туризм»;
- визначити ефективний інструментарій регулювання ділового туризму на регіональному рівні;
- здійснити моніторинг ділової активності та дослідження рівня розвитку інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області;
- оцінити рівень конкурентоспроможності ділового туризму у Тернопільському регіоні;
- розробити ефективний діловий тур.

Об'єктом магістерської роботи є процеси розвитку ділового туризму в регіоні.

Предмет магістерської роботи – теоретичні та прикладні засади розвитку ділового туризму в контексті підвищення конкурентоспроможності регіону.

Методи магістерської роботи. У магістерській роботі використано такі наукові методи як: аналізу, порівняння (при формуванні ефективного інструментарію регулювання ділового туризму на регіональному рівні; при здійсненні дослідження рівня розвитку інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області); анкетування, спостереження (при проведенні оцінки рівня конкурентоспроможності ділового туризму у Тернопільському регіоні); індукції, дедукції (при проведенні моніторингу ділової активності в Тернопільській області); моделювання, логічного узагальнення (при побудові та розробленні ділового туру “ІСС-Т”).

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, монографії, матеріали науково-практичних конференцій,

дані статистичної звітності Управління міжнародного співробітництва та фандрайзингу Тернопільської ОДА, інтернет-ресурси, власні дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретичному обґрунтуванні й розробленні рекомендацій щодо розвитку ділового туризму в Тернопільській області. Зокрема, розроблено діловий тур “ІСС-Т” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil), який покликаний забезпечити популяризацію економічного потенціалу та інвестиційних переваг Тернопільської області, що у свою чергу створить можливості для розвитку інфраструктури та стимулювання ділової активності в регіоні.

Практичне значення одержаних результатів. Результати магістерської роботи знайшли практичне застосування в діяльності Управління міжнародного співробітництва та фандрайзингу Тернопільської обласної державної адміністрації (довідка №45-8/01-09 від 24.01.2018р).

Матеріали дослідження можуть використовуватися у навчальному процесі Навчально-наукового інституту міжнародних економічних відносин ім. Б. Д. Гаврилишина Тернопільського національного економічного університету.

Апробація результатів роботи. Основні наукові положення, висновки і результати магістерської роботи опубліковано в 6 наукових працях, з них в 2 відображені основні результати досліджень. Основні положення, сформульовані в магістерській роботі, доповідалися й отримали позитивні відгуки на Міжнародній науково-практичній конференції “Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації” проводилась 22–23 вересня 2017р. у ХУУП (м. Хмельницький); Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих учених “Міжнародний бізнес і туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку”, яка проводилася 12-13 травня 2016 р. (м. Збараж), Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених “Сучасні тенденції розвитку міжнародного бізнесу та туризму в Україні”, яка проводилася 2-3 квітня 2015 р. у ТНЕУ (м. Тернопіль), Науково-практичній конференції студентів та молодих учених “Управління в сучасних умовах: новітні підходи та проблеми практики”, яка проводилася 27-28 березня 2014 р. у ТНЕУ (м. Тернопіль), Науково-практичній конференції студентів та

молодих учених “Управління в сучасних умовах: новітні підходи та проблеми практики”, яка проходила 27-28 березня 2014 р. у ТНЕУ (м. Тернопіль).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

1.1. Сутність ділового туризму та фактори його розвитку в регіоні

Одним з найважливіших і найбільших сегментів міжнародного туризму в сьогоденні є діловий туризм. Сьогодні кожна четверта поїздка в світі відбувається в рамках ділової подорожі. Незважаючи на особливу популярність, динамічне зростання показників розвитку ділового туризму в світі і окремих економічних регіонах, в сучасному науковому та професійному середовищі не визначено однозначне і повне розуміння поняття «діловий туризм». В зарубіжній і вітчизняній літературі поняття «діловий туризм» трактується по-різному, існують різні думки фахівців, незалежних експертів і організацій, які обґрунтовують визначення цього виду туризму в авторській обробці.

Слід зазначити, що галузь ділового туризму та індустрія зустрічей у світі активно розвивається та змінюється. Але навіть питання термінологічного апарату галузі на сьогодні не є остаточно узгодженим. Є терміни, такі як MICE, які активно використовуються в азійському регіоні та на пострадянському просторі, але зовсім не сприймаються в Європі та США. Навіть сам термін «діловий туризм» на сьогодні не є універсальним. Все це пояснюється дуже складною структурою галузі, де окремі учасники зацікавлені відносити себе до супутніх галузей, що ідентифікує їх специфічні особливості. Наприклад, готелі ідентифікують себе як представників готельної індустрії в першу чергу, потім як представників галузі гостинності, потім як представників галузі туризму, і вже десь на периферії своєї галузевої ідентифікації готелі визначають себе як учасники галузі ділового туризму та індустрії зустрічей. Останнім часом все більше науковців з усього світу в своїх дослідженнях визначають галузь

ділового туризму та індустрію зустрічей як окрему галузь, що не є складовою узагальнюючої галузі туризму.

Відтак, вважаємо за доцільне розпочати з аналізу еволюції поняття «діловий туризм» в зарубіжній літературі.

Девідсон Р. трактує поняття «діловий туризм» як «поїздки, пов'язані з професійно-діловими, робочими питаннями» [55, с.37-43]. Згідно з трактуванням вчених Сворбрук Дж. і Хорнер С. термін «діловий туризм» являє собою широке поняття, яке слід розуміти як «весь досвід бізнесмена» [54, с. 3]. Використання терміну «туризм» відноситься до людей, які залишають своє постійне, звичне місце проживання (територіальний аспект) як мінімум на один день з якихось причин, в той час як ділові поїздки можуть бути пов'язані з одноденним відвідуванням тієї чи іншої території з діловими цілями. Крім того, на думку авторів Р. Девідсона та Б. Коупа, ділові поїздки складаються з двох різних категорій, до яких відносяться індивідуальні ділові тури і бізнес-туризм [56,с.175-178]. Перше відноситься до людей, чиї подорожі є частиною їх роботи, і, як наслідок, відбуваються на регулярній основі. Що стосується другої, а саме бізнес-туризму, то вона являє собою широке значення, яке використовується для визначення індустрії бізнес-подорожей.

Як вважає В. А. Квартальнов, діловий туризм багатогранний та охоплює чимале коло поїздок:

- індивідуальні ділові поїздки (відрядження) працівників з метою перемовин, участі в нарадах, презентаціях;
- поїздки на конгреси, конференції, семінари;
- поїздки на виставки, ярмарки, біржі;
- інсентив-туризм – форма стимулювання працівників у вигляді безкоштовних туристичних поїздок;
- обслуговування делегацій – поїздки на спортивні змагання, гастролі, офіційні делегації [33, с. 13].

На рис. 1.1. представлено види ділового туризму, які автор самостійно виділив, проаналізувавши наукові праці та дослідження фахівців галузі.



Рис. 1.1. Види ділового туризму

Джерело: побудовано автором

Вітчизняні економісти, що займаються дослідженням питань розвитку туризму, також приділяють особливу увагу розкриттю сутності поняття «діловий туризм».

В «Енциклопедії туризму» автори Зорін І. В. і Квартальнов В. А. дають таке визначення поняттю «діловий туризм»: тимчасові відрядження і поїздки зі службовими цілями, включаючи участь в конференціях, конгресах без отримання доходів у місці відрядження [6, с. 65].

Існують такі відмінності ділового туризму від туризму:

- ділові подорожі можуть відбуватися і відбуваються саме в робочий час (що суперечить поняттю туризму, який представляє собою вид подорожі у вільний від основної роботи час);
- ділові поїздки припускають відшкодування витрат в формі оплачуваних витрат за службові відрядження в місці виїзду (в той час як туризм – подорож, не передбачає відшкодування витрат туриста з боку організації, що надає туристичну послугу);
- діловий туризм, орієнтований на досягнення певних цілей з позиції підприємницької діяльності, тобто в концепції індустрії туризму, повинен мати

економічну складову (приносити вигоду, прибуток), в той час як туризм, з позиції споживача послуг, не переслідує економічних результатів;

– туристична діяльність включає туроператорську і турагентську діяльність, призначену для формування і реалізації туристичного продукту, передбачає фінансове забезпечення, систему страхування та інші умови. У сфері ділового туризму дані види діяльності нерідко не мають практичного застосування, так як відвідування ділових заходів не вимагає залучення посередників в особі турагентств і представництв; ділові зустрічі здійснюються шляхом прямих переговорів між виробниками і споживачами туристичних послуг, або вимагають створення спеціальної форми взаємодії між ними [43, с.11].

Класифікація ділового туризму за різними критеріями представлена у табл.1.1.

Таблиця 1.1.

Класифікація ділового туризму за критеріями

Критерії	Види	
Цілі	Комерційна	Некомерційна
Кількість учасників	Не більше 50 учасників	Більше 100 учасників
Тривалість	Короткотривалі (до декількох годин)	Довготривалі (декілька тижнів)

Джерело: згруповано автором на основі [42, с. 13]

Сміт Дж., Татаринів А. А., Пошнагов С. Л., Трьохлібов П. С. трактують поняття «діловий туризм» як туристична подорож з діловими цілями без отримання доходів за місцем відрядження [42, с. 22]. Смирнова О. А. пропонує більш розгорнуте визначення ділового туризму, розглядаючи його як сукупність відносин і явищ, які виникають при переміщенні і місцезнаходженні в робочий час людей, основною мотивацією яких є відвідування та участь в різного роду ділових зустрічах, конгресах, конференціях, виставках, ярмарках та інсентив-заходах, в місцях, відмінних від їх звичайного місця проживання і роботи [32, с. 56-68].

У збірнику статей «Діловий туризм та індустрія МІСЕ: основи, поняття та тенденції» дуже детально відзначаються особливості ділового туризму [32, с.54-67]. Наприклад, на відміну від масового туризму рішення про ділове відрядження, джерела і розміри його фінансування зазвичай приймають не самі ділові туристи («туристи на роботі» виконують свої професійні обов'язки за межами звичайного середовища), а інші особи (керівник або власник компанії, начальник відділу підприємства та ін.).

Особливо важливим фактором розвитку сучасної економічної системи в епоху процесів глобалізації та інтернаціоналізації є фактор інноваційності розвитку галузі. Разом із цим, у сфері ділових подорожей ще застосовується поняття МІСЕ-туризм, що є загальноприйнятим терміном в азійському регіоні та на пострадянському просторі. Він позначає комплекс з чотирьох основних елементів: Meetings – зустрічі, Incentives – заохочувальні поїздки/тури, Conferences – ринок конференцій, Events/Exhibitions – великі регіональні, національні, глобальні заходи/виставки. Інноваційний характер МІСЕ-індустрії має суттєвий сприятливий вплив на розвиток просування регіональної економіки.

Сучасні автори по-різному пояснюють інноваційність розвитку МІСЕ-індустрії. Історично діловий туризм розглядався, як поїздки зі службовими цілями, тобто до ділового туризму відносили всі види відряджень, як спосіб переміщення з одного місця в інше для досягнення певних цілей в певний час. Вивчення різних визначень ділового туризму у вітчизняній спеціальній літературі дозволяє зробити висновок про те, що трактування терміну «діловий туризм» вітчизняними вченими і практиками повністю відповідають поняттю «Business Travel».

Діловий туризм, будучи складовою частиною туризму, включає в себе споживачів і виробників послуг (об'єктів і суб'єктів), наділений ознаками (призначення, ціна, тривалість), використовує законодавчі регулятори (страхування, заходи безпеки), залежить від інфраструктури туристичних послуг (розміщення, транспорт, суспільне харчування). Саме тому, доцільно

змодельовати схему прямого і непрямого впливу ділового туризму на економіку регіону (рис.1.2.).

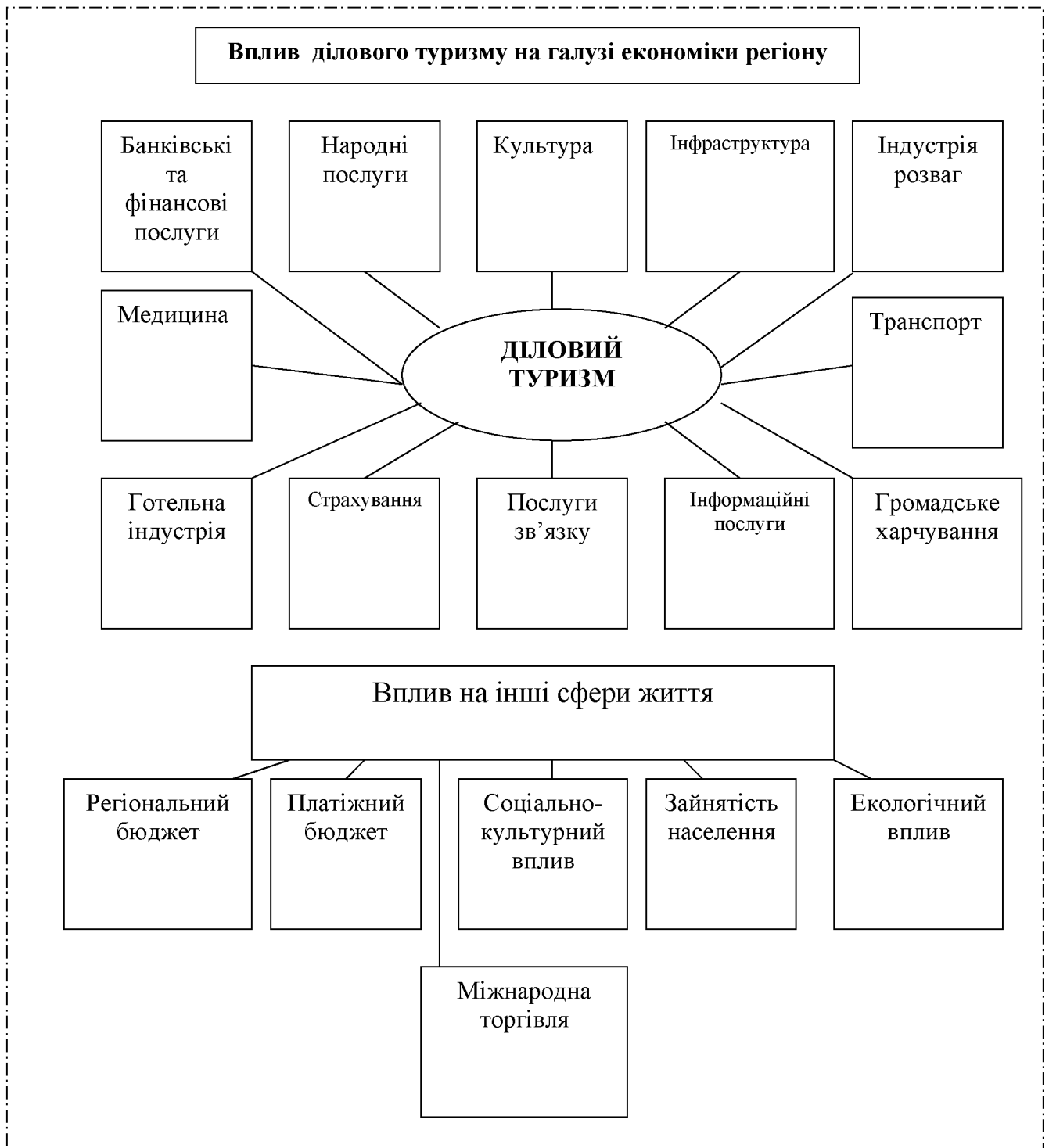


Рис. 1.2. Схема прямого і непрямого впливу ділового туризму на економіку регіону

Джерело: побудовано автором

На рис.1.2. видно, що прямий економічний вплив індустрії МІСЕ – це ті види доходів і ефекти, які отримують економічні суб'єкти, населення,

регіональні органи влади та місцевого самоврядування безпосередньо від туристів. До них належать: прибуток туристичних компаній (головне джерело доходів від туризму), який може бути спрямований на реалізацію інвестиційних проектів та розширення виробничої діяльності компаній. Крім того, прямий вплив ділового туризму на національну та регіональну економіку включає також надходження до бюджетів всіх рівнів за рахунок різних платежів і зборів.

Слід зауважити, що непрямий економічний вплив ділового туризму – це ті види доходів і ефектів, які отримує економіка області внаслідок стимулювання загальної економічної ефективності, пов'язаної з витратами туристів на території. Як непрямий економічний ефект розглядається сукупність грошових коштів, витрачених туристичними компаніями, самими туристами, підприємствами туристичної інфраструктури на території регіону на придбання виробничого устаткування, споживчих товарів і послуг у підприємств, що не належать до туристичної індустрії. Крім того, непрямими доходами від туризму є лише та частина витрачених коштів (постійних і змінних витрат місцевих туристичних компаній), які не йдуть за межі регіональної (національної) економіки.

На розвиток ділового туризму впливає велика кількість факторів, що в тій чи іншій мірі корегують і спрямовують туристичні потоки. Наприклад, наявність висококваліфікованих працівників туристичної індустрії, якісного сервісу та відповідної інфраструктури часто впливають на вибір підприємства про доцільність проведення тих чи інших інтенсив-заходів, конференцій в певному регіоні. Саме тому, на рис.1.3. автором зображено сукупність реальних та потенційних факторів, що здійснюють свій вплив на розвиток ділового туризму.

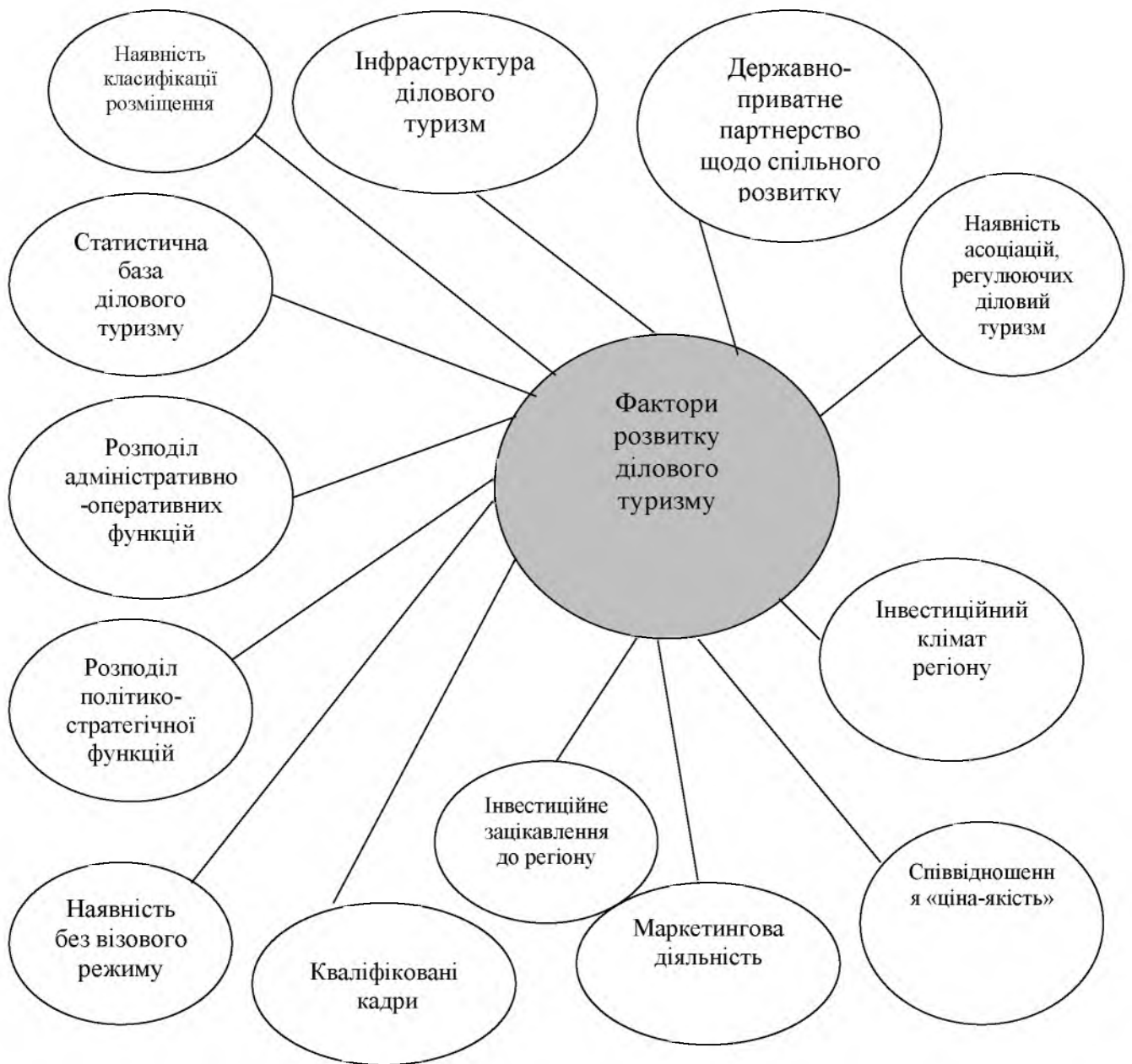


Рис. 1.3. Сукупність факторів розвитку ділового туризму

Джерело: побудовано автором на основі [7, с.62]

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що поняття «діловий туризм» на сьогодні не є універсальним. Як нам вдалось виявити, це пояснюється дуже складною структурою галузі, де окремі учасники зацікавлені відносити себе до супутніх галузей, що ідентифікує їх специфічні особливості. Проте останнім часом все більше науковців з усього світу в своїх дослідженнях визначають галузь ділового туризму та індустрію зустрічей як окрему галузь, що не є складовою узагальнюючої галузі туризму.

Враховуючи активний розвиток галузі, на думку автора, діловий туризм можна розглядати як сукупність індивідуальних ділових поїздок та бізнес-турів, що здійснюються з метою професійного зростання (довго-, короткотривалі навчання в бізнес-школах/семінари), обміну досвідом (конференції/ділові зустрічі), налагодження ділових контактів (професійні вистави/ярмарки) або ж досягнення інших встановлених перед працівником професійних цілей задля визнання та просування підприємства на національному/міжнародному рівні.

1.2. Інструментарій регулювання ділового туризму на регіональному рівні

На сьогодні галузь туристичних послуг розвивається, використовуючи якісно нові технології просування в різних куточках світу, сприяючи формуванню бренду і позиціонування регіонів, територій, міст, мегаполісів, національних економік.

У свою чергу, перехід світової економіки на сучасні інноваційні принципи функціонування визначає тенденції розвитку сектора міжнародного ринку туризму, де відбувається суттєва реорганізація, намічається синергетика функціоналу туризму, позначаються кардинально нові сегменти туристичної індустрії, такі як діловий або бізнес-туризм (англ. Business Travel), індустрія зустрічей (англ. Meetings Industry).

Інфраструктура ділового туризму є комплексом послуг, що надаються і сукупністю бізнес-майданчиків: виставкові та конгресові центри, бізнес-готелі і бізнес-центри, туристичні та консалтингові компанії, транспортні компанії, страхові компанії, платіжні та банківські системи, сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології.

Схема управління у сфері ділового туризму представлена на рис. 1.4.

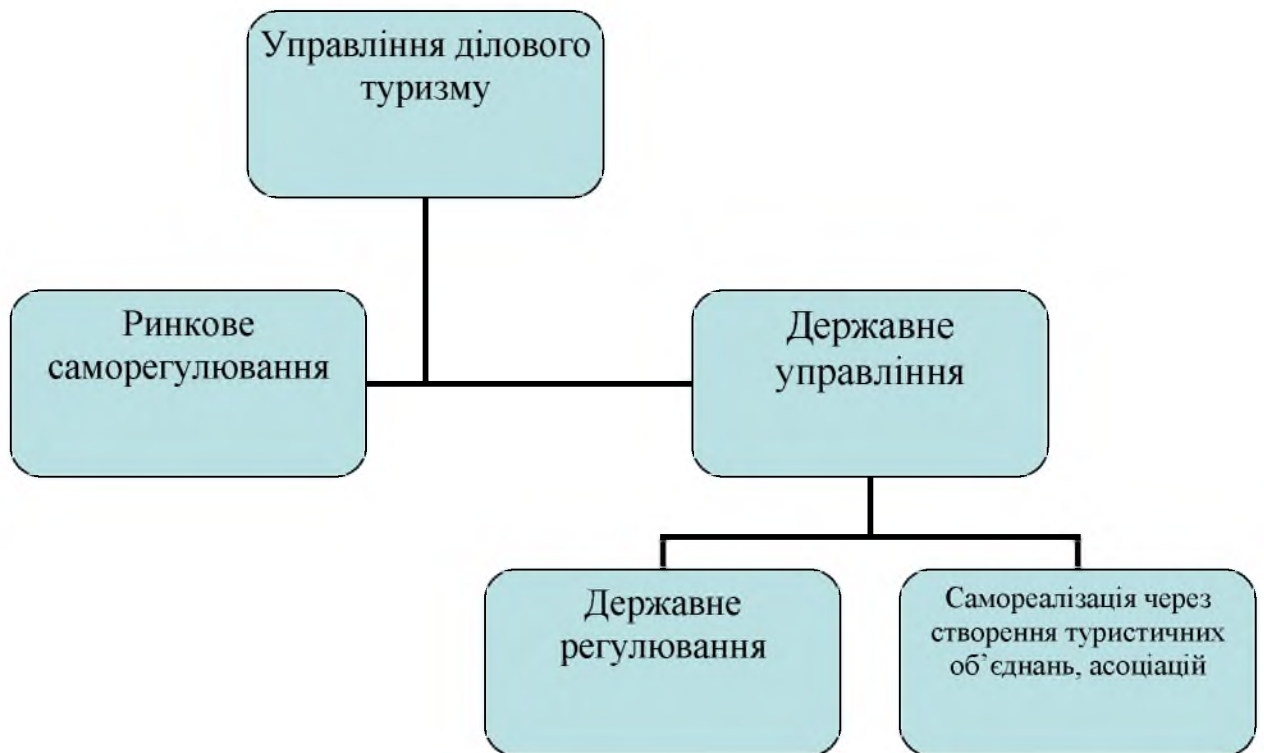


Рис. 1.4. Схема управління у сфері ділового туризму, [51, с.67]

Джерело: сформовано автором

Багатогранний комплекс послуг, що надаються з супроводу бізнесу в сфері ділового туризму дозволяє його споживачам завжди залишатися залученими в актуальні тенденції, а інноваційні рішення, як продукт обміну світовим досвідом роблять постачальників і споживачів послуг сучасними гравцями міжнародного ринку бізнес-технологій. Саме тому, регулювання ділового туризму повинне відбуватись на різних рівнях, враховуючи при цьому взаємодію між ними (рис. 1.5.).

Процеси глобалізації в своєму стабільному розвитку справляють істотний вплив на сучасні правила гри на світовому ринку і визначаються країнами спільно, зокрема, в рамках міжнародних, регіональних і національних професійних асоціацій, об'єднань та союзів.

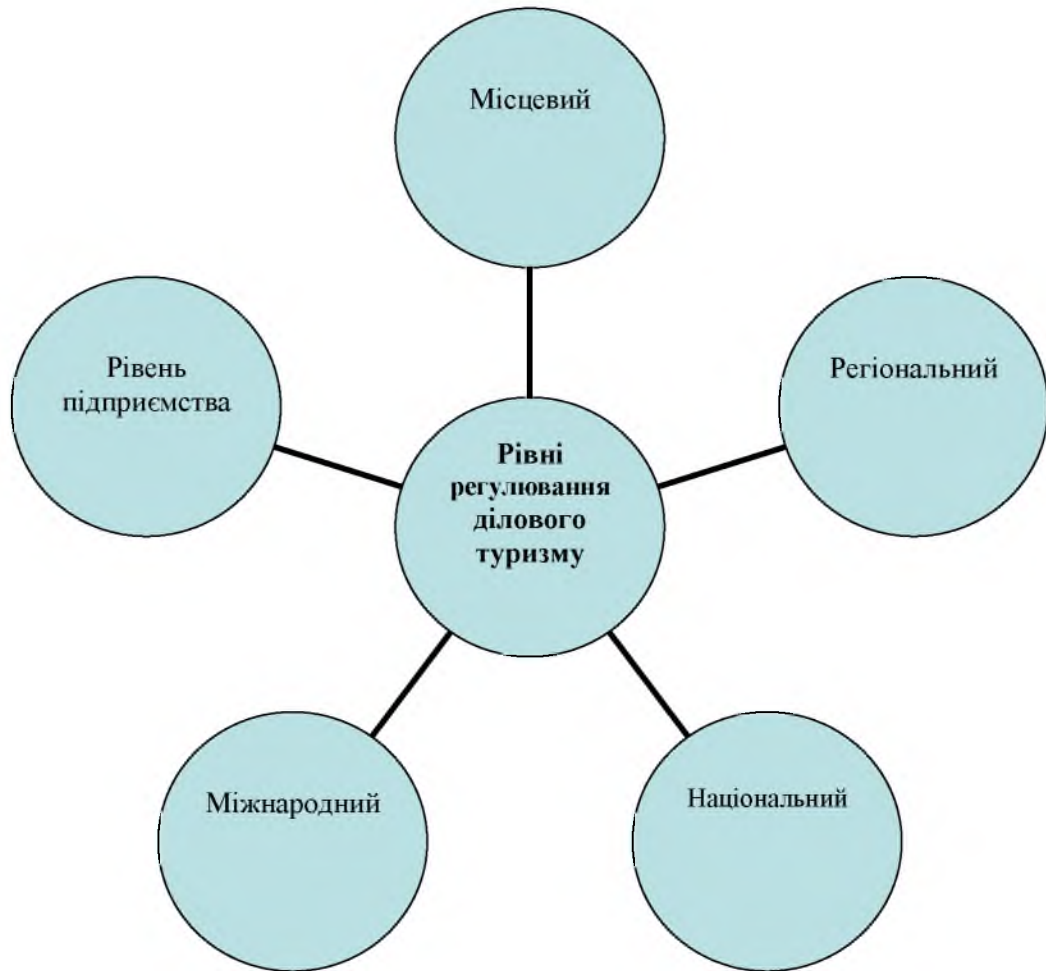


Рис.1.5. Рівні регулювання ділового туризму

Джерело: побудовано автором

Практика показує, що для створення сприятливих умов розвитку економіки регіону дуже важлива реальна діяльність неурядових громадських організацій. У світовій практиці такі організації ділового профілю є ефективним механізмом для комунікації бізнесу з різними громадськими і державними інститутами.

Разом із цим, великого значення набуває проблема стратегічного планування ділового туризму, що в значній мірі полягає у правильній розробці, прийнятті та реалізації стратегії, яка би відповідала конкретним цілям розвитку

ділового туризму в регіоні. Відтак, доцільно розглянути основні принципи стратегічного планування ділового туризму на регіональному рівні (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

**Принципи стратегічного планування ділового туризму на
регіональному рівні**

Принцип	Значення та роль
Цілеспрямованість	Формування кінцевих систем в аналізованому періоді цілей
Комплексність і системність	Планування галузі ділового туризму в комплексі та взаємозв'язку із іншими галузями
Адаптивність	Врахування чинника невизначеності, що обумовлює необхідність корекції цільового блоку чи інших розділів плану
Варіативність	Розробка декількох напрямків розвитку і способів їх реалізації
Баланс інтересів (принцип партнерства)	Забезпечення консенсусу між різними владними структурами, соціальними та професійними групами
Легітимність	Обов'язковість розгляду і прийняття запропонованого варіанту стратегічного документа на рівні державного органу влади
Захист від негативних можливих наслідків розвитку ділового туризму	Формування звіту негативних наслідків на стадії перед планової розробки, а також оцінки різних варіантів розвитку і вибору оптимального варіанту, при якому негативний вплив ділового туризму був би оптимізований

Джерело: побудовано автором на основі [3, с.74]

Глобалізація світової економіки призводить до того, що міжнародні організації все більше контролюють світове господарство. Поступово відбувається процес, при якому повноваження управління окремої країни перерозподіляються на міжнародний рівень.

На даний момент світова економіка вступає в стадію геоекономічного розвитку, де конкуренція між провідними сферами економічної взаємодії стає основним фактором. Економічна конкуренція буде здійснюватися головним

чином між інтернаціонально розвинутими територіями, регіонами і підприємствами, включаючи такі як ТНК, втрачаючи національно-орієнтоване значення. Відповідно регіональні суб'єкти стоять перед непростим вибором: або закритися від впливу глобалізації і прагнути робити все необхідне власними силами для свого внутрішнього ринку (автаркія), або стати на шлях формування інноваційної, відкритої світу, конкурентоспроможної економіки, привабливої для інвестицій і багатосторонньої співпраці в рамках стратегічного партнерства.

Таким чином, ускладнюється процес регулювання ділового туризму. Адже потрібно сформувати відповідну систему, при якій ключові питання розвитку ділового туризму будуть виділятися в окремі програми, а не вирішуватися в рамках комплексних програм соціально-економічного розвитку регіону. Саме тому, доцільно виділити основні етапи регулювання ділового туризму в регіоні (табл.1.3.).

Вивчення світового досвіду показує очевидність економічної доцільності розвитку корпоративного бізнесу. В економіці більшості розвинених країн особливу роль відіграють інтегровані об'єднання, їх розвиток носить стійкий і закономірний характер.

Для ефективного розвитку економіки і, зокрема, індустрії гостинності та туристичного сектора, необхідний інтеграційний підхід бізнесу і держави, громадських і комерційних структур.

У світовій економіці асоціації є потужним інструментом розвитку бізнесу, здійснюючи професійні консультації та навчання, надаючи інформаційну, маркетингову і юридичну підтримку своїм членським організаціям, інтегруючи світові компанії в міжнародне співтовариство ділового туризму. Розвиток ділового туризму також засновано на інтегрованому підході.

Таблиця 1.3.

Основні етапи регулювання ділового туризму

Етапи	Заходи
1. Оцінка стану індустрії ділового туризму зі співвідношення попиту та пропозиції	<ul style="list-style-type: none"> – Збір статистичних даних із різноманітних джерел – Аналіз прикладів різноманітних успішних світових центрів ділового туризму – Проведення маркетингових досліджень
2. Створення пропозицій щодо регулювання ділового туризму	<ul style="list-style-type: none"> – Визначення цілей і задач розвитку – Створення механізму регулювання – Вибір найбільш ефективних способів та методів регулювання – Оцінка результатів на основі аналізу ефективності проведення ділових заходів
3. Створення комплексу додаткових підходів щодо регулювання, направлених на досягнення поставлених цілей	<ul style="list-style-type: none"> – Розробка комплексу заходів – Обґрунтування доцільності їх проведення – Опис етапів їх проведення

Джерело: побудовано автором на основі [32, с.77]

На сьогоднішній момент на світовій арені налічується понад 40 глобальних галузевих асоціацій ділового туризму, що представляють на міжнародному, регіональному та національному рівнях інтереси всіх категорій працівників і структур, зайнятих в сфері організації та обслуговування галузі.

Найбільшими міжнародними галузевими асоціаціями ділового туризму та індустрії зустрічей є Міжнародна асоціація конгресів і з'їздів (International Congress and Convention Association, далі ICCA), Міжнародне об'єднання професіоналів зустрічей (MPI), Асоціація працівників корпоративних поїздок (ACTE), Міжнародна асоціація менеджменту регіону (DMAI), Міжнародна

асоціація професійних організаторів конгресів (IAPCO), Товариство працівників інсентив і туристичних поїздок (SITE) [4].

Вищевказані учасники міжнародного ринку ділового туризму та індустрії зустрічей є головними гравцями в сфері створення, розвитку і поширення світового потенціалу професійних знань про індустрію. Саме галузеві об'єднання заявляють про себе як про дієвий механізм комунікації бізнесу. Ними формуються сучасні правила гри на ринку, ведеться найуспішніше лобювання інтересів агентств і компаній, просування конкретних галузей, в тому числі ділового туризму та індустрії зустрічей. У свою чергу, зустрічі, організовані під егідою міжнародних асоціацій, грають все більш важливу роль для наукового прогресу, розвитку медицини, пошуку ефективних рішень проблем суспільства і навколишнього середовища. Розвиток якісної освіти – як інструмент національного і регіонального економічного розвитку, обмін конструктивними ідеями щодо якісного управління знаннями, сертифікації, розробки нових шляхів навчання – все це є продуктом культурного, комунікативного обміну за допомогою ринку міжнародного ділового туризму та індустрії зустрічей.

Попит на ділові поїздки та туристичні послуги є ключовим рушійним фактором ринку ділового туризму. Враховуючи його особливості, доцільно розглянути інструментарій регулювання ділового туризму в регіоні, що представлений у табл. 1.4.

Ринок ділового туризму займає незначну нішу в структурі туризму, але відноситься до числа найбільш динамічно розвинутих сегментів. За даними UNWTO, ділові туристи в загальному світовому туристичному потоці становлять близько 25% від усього світового туристичного потоку, однак на них припадає до 60% загальних надходжень в туристському сегменті [19, с. 44].

Таблиця 1.4.

Класифікація інструментарію регулювання ділового туризму в регіоні

Сфери	Сукупність інструментів
Правова	<ul style="list-style-type: none"> – Вдосконалення законодавства – Митне регулювання для учасників ділового туризму – Боротьба із корупцією та злочинністю
Економічна	<ul style="list-style-type: none"> – Управління якістю – Цільові бюджетні фінансові програми розвитку ділового туризму – Створення благополучних умов для залучення інвестицій в індустрію ділового туризму
Науково-освітня	<ul style="list-style-type: none"> – Розвиток наукового дослідницького потенціалу сфери ділового туризму – Створення інформаційно-аналітичної бази – Підвищення рівня кваліфікації кадрів для індустрії ділового туризму
Сфера організації ділового туризму	<ul style="list-style-type: none"> – Формування іміджу регіону як центру ділового туризму – Сприяння в провадженні національного продукту на світовому та вітчизняному рівнях – Створення умов для цільового використання інфраструктури – Координація діяльності національного та приватного сектору в галузі регулювання ділового туризму

Джерело: побудовано автором на основі [32, с. 79]

Конгресовий туризм є одним з найбільш вигідних видів ділового туризму, де кожен учасник зазвичай відносить витрати на кошти свого підприємства, крім того, отримує відрядження і тому має можливість витратити чимало коштів. За статистикою турист, що прибуває на конференцію, витрачає значно

більше коштів, ніж звичайний турист, який прибув на відпочинок. Аналітики ABARUS MR відзначають, що «середній іноземний турист витрачає на готель, ресторани, сувеніри, музеї та інше близько 150 дол. США в день, в той час як приїхавши на конференцію – близько 350-500 дол. США [32, с. 44]

Слід також враховувати, що інвестиції в виставково-конгресовий бізнес дають п'яти-семиразовий пов'язаний економічний (мультиплікативний) ефект в таких суміжних секторах, як транспорт і торгівля, ресторани і готелі, поліграфія і реклама, культура і туризм, створюють десятки тисяч нових робочих місць.

Уряди багатьох країн світу, регіональні та місцеві органи влади цілеспрямовано сприяють створенню в своїх містах відповідної інфраструктури, удосконалення транспортної системи, будівництва готелів. Заходи з числом учасників більше трьох тис. чол., складаючи близько 15% від загальної кількості світових конгресів, дають приймаючим країнам майже 50% сукупного доходу від міжнародного конгресового ринку. Наприклад, Палац Конгресів в Парижі щорічно проводить 1900 різних заходів з сумарним обсягом понад 200 млн. дол. США [32, с. 45].

Принципи розвитку ділового туризму, повинні бути сформовані на базі загальних принципів і законів організаційного розвитку, на основі яких виробляється методологія дослідження процесів, що протікають в соціально-економічних системах. Також дані принципи повинні враховувати специфіку ділового туризму.

Разом зі схожістю з іншими видами туризму, діловий туризм має і ряд специфічних, характерних тільки йому, особливостей. Найголовніше це те, що 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.

Отже, сучасний туризм із діловою метою стає все більш привабливим для залучення інвестицій у бюджеті регіону та держави. Однією із основних причин цього є його поза сезонність, прогностичність, орієнтація на клієнта з

високим рівнем доходу. При цьому головним стримуючим фактором розвитку ділового туризму є відсутність належного регулювання у правовій, економічній, науково-освітній та у сфері розвитку ділового туризму на регіональному та національному рівні. Також відсутня скоординована система просування українських туристичних продуктів на світовий ринок, недостатньо реклами українських курортів. І, звісно, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел фінансування розвитку туристичної галузі взагалі та ділового туризму, зокрема.

Входження нашої держави до безвізового режиму дає змогу відвідувати Україну жителям 122 країн. Також дедалі більша кількість відкриття міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

1.3. Методологія оцінювання ефективності розвитку ділового туризму в регіоні

Досліджуючи проблеми збору, обробки та аналізу статистичної інформації в українській індустрії ділового туризму, постає питання, чому такого великого значення цих питань надають Всесвітня туристична організація (ВТО), статистична комісія ООН, країни з розвиненою туристською інфраструктурою і чи можуть статистичні дані допомогти розвитку внутрішнього і в'їзного ділового туризму. Світова практика показує, що хороший стан інформаційної бази – одна з головних передумов успішної роботи національної індустрії гостинності. Статистична інформація необхідна органам управління різних рівнів, фінансовим інститутам, і самим підприємствам бізнесу [25].

На думку автора, відсутність сучасної статистики в сфері ділового туризму призводить до недостовірного відображення процесів, що

відбуваються в українському туристичному бізнесі. Механізми, які діють в Україні в цей час, не надають державним органам управління туризму оперативних відомостей, що тягне за собою:

- неможливість прийняття ними ефективних управлінських рішень;
- складності визначення в повному обсязі спектра дії ділового туризму на економіку регіону;
- проблеми з розробкою та реалізацією адекватних заходів державного регулювання ділового туризму.

Для аналізу впливу ділового туризму на економіку регіону, на думку автора, доцільно використовувати методику оцінки стану і перспектив розвитку туризму, запропонованою ВТО, стосовно індустрії ділового туризму з урахуванням її специфіки. Вона включає складання таблиць з в'їзного туристського споживання відвідувачів і відвідувачів-резидентів, внутрішньою пропозицією і попитом, зайнятості в організаціях туристичної індустрії, витрат на розвиток ділового туризму, а також по нецінними показниками – кількістю прибуттів, поїздок, ночівель, засобів розміщення тощо [25].

Як наслідок, інформація, систематизована подібним чином, повинна стати основою для побудови моделі розвитку ділового туризму на територіальному рівні, в якій, крім основних чинників, будуть враховані параметри інвестиційної програми розвитку ділового туризму регіону.

Прогноз обсягів туристського споживання на певній території, зроблений з урахуванням туристично-рекреаційного, культурного потенціалу, можливостей операторської та агентської мереж, індустрії ділового туризму, дозволяє оцінити ефективність розвитку цієї індустрії і запропонувати заходи для активізації цього процесу.

На сьогодні доцільно враховувати мультиплікативний ефект розвитку в'їзного та внутрішнього ділового туризму, що виникає в результаті створення робочих місць і реалізації товарів і послуг туристам підприємствами суміжних галузей – культури, науки, освіти, сільського господарства, торгівлі, зв'язку, транспорту та т. д. Відповідні методики розроблені ВТО, але впровадження їх

пов'язане з чималими труднощами в організації статистичного обліку і звітності на загальноукраїнському і регіональному рівні внаслідок суперечливості статистичних даних по галузях.

При оцінці використання ресурсів регіону виходять, перш за все, з того, що стратегічний потенціал – це система, де ці ресурси взаємодіють один з одним. Використання ресурсів найбільш доцільно характеризувати за допомогою таких понять, як «продуктивність» (забезпечує діяльність кожного ресурсу конкретним показником) і «ефективність» (розглядає цінність ресурсу з точки зору гармонійного, комплексного використання).

Формування системи цільових показників і критеріїв оцінки ефективності дозволяє визначити рівень досягнення цілей на кожному рівні управління. Система цільових показників встановлює бажаний або нормативний рівень значень показників, в той час як критерії системи кількісних показників, ефективності орієнтують виконавців на досягнення цільового рівня найбільш економічним способом [32]. Відповідно до цього, автор розглядає основні критерії оцінки ефективності розвитку ділового туризму в регіоні, що представлені у рис. 1.6.

Розглянемо кожен з критеріїв оцінки більш детально.

1) Економічна ефективність на національному, регіональному та місцевому рівні може оцінюватися на основі системи мультиплікаторів, які дозволяють врахувати не тільки прямі, але і непрямі ефекти розвитку ділового туризму:

- мультиплікатор доходу, який показує додатковий дохід (заробітну плату, ренту, прибуток і т.д.), отриманий в результаті збільшення витрат ділових туристів;
- мультиплікатор продажів, який вимірює додаткові обороти (валову виручку) туристичних підприємств в результаті збільшення витрат ділових туристів;
- мультиплікатор зайнятості, який визначається як загальна кількість додаткових робочих місць, створених за рахунок збільшення витрат ділових

туристів, або як відношення числа робочих місць, створених додатковими витратами, до загальної кількості робочих місць в туристичній галузі. Розрахунок цього мультиплікатора є найбільш складним через широке поширення тимчасової (сезонної) і неповної зайнятості в діловому туризмі. Даний мультиплікатор може використовуватися і в якості показника соціальної ефективності;

– мультиплікатор інвестиційний, який визначається як вплив капіталовкладень на сумарний дохід. Збільшення інвестицій в індустрію ділового туризму вплине на економіку регіону в цілому, так як послідовно залучаються багато галузей народного господарства.

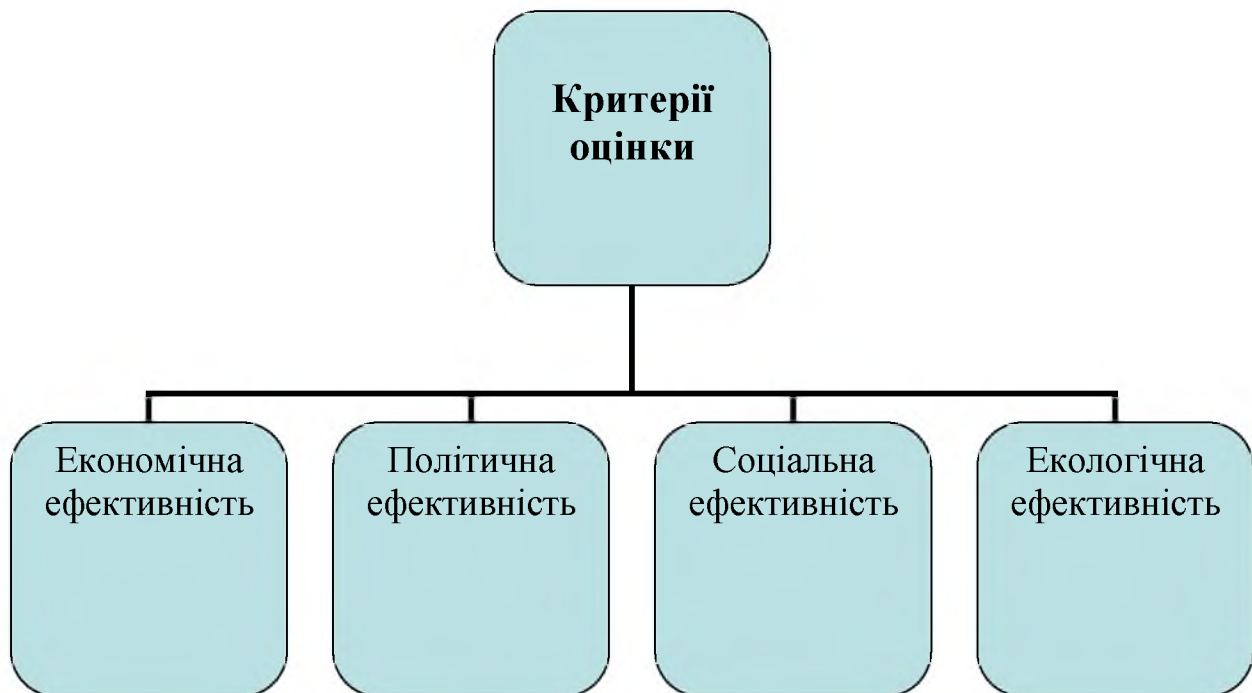


Рис. 1.6. Критерії оцінки ефективності розвитку ділового туризму в регіоні

Джерело: побудовано автором на основі [21, с. 98]

На рівні окремих заходів і проектів оцінка економічної ефективності повинна базуватися на зіставленні здійснених витрат і отриманих доходів (результатів) [20].

2) Оцінка політичної ефективності розвитку ділового туризму відображає ступінь його впливу на рішення внутрішніх і міждержавних питань, політичну стабільність регіону.

3) Оцінка соціального розвитку ділового туризму показує ступінь впливу індустрії ділового туризму на стан системи освіти, охорони здоров'я, культури, кримінальну ситуацію і міграційні процеси. Крім того, оцінюється навантаження на інфраструктуру регіону (готелі, автомобільні дороги, мережі електропостачання, системи водопостачання і т. д.), оскільки їх додаткове використання може створювати серйозні проблеми для місцевого населення.

4) Навколишнє середовище, природне і штучне, є найбільш фундаментальною складовою туристичного продукту. Проте, як тільки починає розгортатися туристська діяльність, навколишнє середовище неминуче піддається змінам або для забезпечення туристичної діяльності, або внаслідок неї. Ці дії можуть бути як позитивними (це відрізняє туристські проекти від більшості інвестиційних проектів в галузях промисловості), так і негативними. Розвиток ділового туризму є неможливим без впливу на навколишнє середовище, проте, за рахунок раціонального планування і регулювання цього впливу можна мінімізувати його негативні наслідки [20].

Таким чином, необхідно визначати можливий вплив розвитку ділового туризму на навколишнє середовище вже на ранній його стадії, оскільки легше і дешевше уникнути шкоди для навколишнього середовища шляхом коригування або відхилення планів розвитку, ніж усунути шкоду, заподіяну в разі здійснення певного проекту.

Головна проблема стратегічного планування – розробити, прийняти і реалізувати таку стратегію, яка не просто відповідала б пріоритетам та інтересам певних груп лобіювання, а об'єктивно орієнтувалася б на перспективні цілі розвитку ділового туризму в регіоні з урахуванням складної і прогнозованої економічної кон'юнктури. Наприклад, на вирішення цього завдання націлена концепція ключових факторів успіху (ключових факторів) міст і регіонів, що розвиваються в останні роки рядом західних дослідників на

підставі розробок професора Гарвардського Університету Р. М. Кайтера [40, с. 157]. У концепції зазначається, що для успіху міських спільнот в умовах глобалізованої ринкової економіки вирішальне значення має формування сукупності «твердих» і «м'яких» системних факторів, що забезпечують ефективність впливу певного набору ключових факторів успіху регіону (табл.1.5).

«Жорсткі» чинники, значущі для будь-яких галузей: природний клімат, транспорт, інженерні мережі, системи постачання газом, водою, енергією, робоча сила, земельні ділянки та виробничі приміщення.

До «м'яких» чинників відносять: діловий клімат (платежі і тарифи, господарське регулювання; система підготовки та підбору кадрів, місцева влада як діловий партнер), податковий клімат (гнучкість, податкові пільги), підприємницький клімат (система інформування та навчання підприємців, програми підтримки підприємництва), інвестиційний клімат (кредити, пільги), інноваційний клімат (система навчання і перепідготовки кадрів, консультивання, науковий потенціал), якість життя (культура, спорт, дозвілля, безпека, освіта).

Розробка концепції регулювання ділового туризму окремо взятого регіону дозволяє встановлювати тісні взаємозв'язки між діловим туризмом та іншими секторами економіки, поєднувати державні інтереси з інтересами приватних структур і місцевого населення [40, с. 192].

Наприклад, в процесі дослідження було встановлено, що північно-західний регіон має унікальні конкурентні переваги, такі як доступний висококваліфікований людський ресурс, великий науковий, промисловий, культурний і природний потенціал, що є факторами, що стимулюють приплив інвестицій в економіку міста.

Ключові фактори успіху регіону

Фактори	Сутність
Компетенція майстерності	Здатність виробляти товари/послуги в сфері матеріального виробництва на рівні світових стандартів
Компетенція знань	Здатність створювати і продавати нові знання, технології і наукомісткі продукти і послуги
Компетенція зв'язків	Здатність створювати і продавати послуги в сфері комунікації матеріальних, інформаційних, фінансових і людських потоків
Компетенція ефективного управління	Управління містом як єдиною системою, націлена на досягнення загальних цілей провідних груп впливу
Компетенція співпраці	Здатність ефективно виявити і погоджувати інтереси різних груп впливу, стратегічних партнерів, на цій основі формулювати загальні цілі їх досягнення
Компетенція життєзабезпечення	Здатність створювати середовище проживання, що задовольняє і перевершує очікування представників провідних груп за сукупністю важливих для них аспектів якості життя

Джерело: побудовано автором на основі [40, с. 157]

Розглянемо більш детально кожен чинник.

В той же час, для прикладу, до недавнього моменту в Тернополі не приділялося достатньої уваги реалізації великих фінансових програм з підвищення інвестиційної привабливості міста. Як наслідок, спостерігалось уповільнення темпів приросту інвестицій на територію Тернопільської області, особливо в частині прямих іноземних інвестицій. У зв'язку з цим, слід виділити найбільш значущі чинники інвестиційної привабливості регіону (табл. 1.6).

Таблиця 1.6.

Фактори інвестиційної привабливості регіону

Фактори	Значимість
Податкове законодавство	1
Захищеність прав особистої власності	2
Митна політика	3
Політична стабільність	4
Розвинений банківський сектор і система бухгалтерського обліку	5
Рівень корупції і свавілля влади	6
Відносини з українськими постачальниками	7
Рівень злочинності	8

Джерело: сформовано автором

Таким чином, всім перерахованим вище питанням необхідно приділяти особливу увагу, щоб в подальшому вони не стали серйозною перешкодою для просування бренду Тернопільщини в якості одного із потенційного центру розвитку ділового туризму зі стабільними політичними і економічними умовами праці.

При детальній оцінці потенціалу розвитку ділового туризму в регіоні і розробці цільових програм, ще доцільно розглянути цільові показники, які застосовуються для аналізу стану туристичної галузі в цілому (табл. 1.7.).

Таблиця 1.7.

Показники аналізу стану індустрії ділового туризму регіону

Показники	Цілі використання
Вартісні	При розрахунках фактичних і передбачуваних витрат бізнес-туристів, доходів від ділового туризму та ін., необхідних для реалізації стратегії
Натуральні	При характеристиці таких цільових установок, як збільшення інтенсивності потоків ділових туристів, кількість і потужність введених в дію об'єктів ділового туризму і т. д. Для встановлення прямого співвідношення між обсягом пропозиції послуг ділового туризму в їх речовій формі і обсягом потреби в даних послугах
Якісні	Характеризують споживчу вартість послуг (корисність), умови розвитку окремих суб'єктів туристичного виробництва, ступінь їх ефективності (рівень обслуговування)
Економічні	Характеризують ефективність використання трудових і фінансових ресурсів: – вплив ділового туризму на платіжний баланс (обсяг потоку бізнес-туристів, надходження вітчизняної та іноземної валюти від ділових туристів, показники фінансово-економічної діяльності, витрати на діловий туризм (млн \$), приріст ВВП, або валового національного доходу, обумовлений туристською діяльністю);
	– безпосередня зайнятість населення регіону в інфраструктурі ділового туризму і т.д.

Джерело: побудовано автором на основі [51, с.181-183]

Таким чином, розглянемо перелік дещо модифікованих показників, результати розрахунку яких важливі при оцінці стану ділового туризму в регіоні на даний момент і побудові прогнозів його розвитку в майбутньому [51, с. 181-183].

1) Загальне число бізнес-туристів вимірюється кількістю людей, які взяли участь в діловій поїздки. Цей показник визначається шляхом підсумовування кількості бізнес-туристів за певний період, прийнятих на обслуговування по днях реєстрації, тобто в перший день обслуговування.

2) Кількість туристів вимірюється в людино-днях та визначається шляхом множення загальної кількості бізнес-туристів на середню тривалість (в днях) перебування одного бізнес-туриста в регіоні:

$$D = K_{\text{бт}} * T_{\text{ср}},$$

де D – кількість туроднів, чол/днів;

$K_{\text{бт}}$ – кількість бізнес-туристів, осіб;

$T_{\text{ср}}$ - середня тривалість перебування одного туриста в регіоні, дні.

3) Величина сумарних витрат бізнес-туристів (P) в певному регіоні визначається наступним чином:

$$P = D * P_{\text{ср}},$$

де $P_{\text{ср}}$ – середні витрати бізнес-туриста за добу.

4) Середньомісячна кількість туроднів, проведених бізнес-туристом в певному регіоні, визначається шляхом ділення річної кількості туроднів на 12 місяців.

$$D_{\text{см}} = D_{\text{год}} / 12 .$$

Матеріально-технічна база є основою розвитку ділового туризму, так як вона створює всі необхідні умови для обслуговування бізнес-туристів повним комплексом послуг. Представлені в табл.1.8. показники визначають потужність матеріально-технічної бази ділового туризму в певному регіоні.

Таблиця 1.8.

Показники, що характеризують стан і розвиток матеріально-технічної бази індустрії ділового туризму

Елементи	Показники
1	2
Засоби розміщення	<ul style="list-style-type: none"> – загальна кількість готелів, – загальна кількість номерів/місць, – кількість готелів класів, найбільш популярних серед бізнес-туристів (3-5 *), – середньорічний відсоток завантаження (%), – відсоток завантаження в активний період року, – співвідношення ціна\якість
Транспортні засоби	<ul style="list-style-type: none"> – наявність всіх сучасних засобів пасажирського транспорту на міжнародних і внутрішніх лініях, – доступність і зручність, – вартість проїзду\оренди
Туристська виробнича інфраструктура	Наявність і зручність парковок, засобів зв'язку і комунікації, громадських туалетів, системи видалення сміття і інше
Додаткова інфраструктура ділового туризму	<ul style="list-style-type: none"> – загальна кількість та місткість конференц-залів і конгрес-центрів (кількість місць) – наявність в центрах повного набору сучасного технічного обладнання для проведення ділових зустрічей
Культурно-видовищні і спортивні підприємства	<ul style="list-style-type: none"> – загальна кількість об'єктів, – кількість місць у кожному об'єкті, – доступність, – привабливість.

Продовження таблиці 1.8.

1	2
Інформаційно-довідкова служба	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення бізнес-туристів необхідною інформацією про умови перебування в місці призначення, з питань безпеки (до прийняття рішення про поїздку, в момент покупки туру і під час перебування в місці призначення), – забезпечення необхідною інформацією вітчизняні та зарубіжні представництва, туристичних агентств

Джерело: побудовано автором на основі [32, с. 107]

Серед методів регулювання, спрямованих на формування образу регіону як центру ділового туризму, на думку автора, необхідно виділити розробку грамотної стратегії в області просування даного бренду на вітчизняному та світових ринках. В даний час в умовах загострення конкуренції між світовими центрами ділового туризму для окремих міст і цілих країн створюються чудові, продумані рекламні компанії. У Стокгольмі, наприклад, створена особлива спеціалізована служба, яка займається розвитком ділового та конгресового туризму: заздалегідь відстежує плануються в різних країнах ділові заходи та виходить до організаторів з пропозиціями щодо їх організації [63].

Отже, слід зазначити, що оцінка ефективності розвитку ділового туризму в регіоні є одним із ключових елементів розвитку інфраструктури регіону. Світова практика розвитку ділового туризму показує, що збір інформації та детальний її аналіз дозволяє ефективніше оцінювати інфраструктуру розвитку регіону. На даний момент на території усієї України немає чіткого ведення інформаційно-статистичної бази внутрішнього і в'їзного ділового туризму, що негативно впливає на розвиток МІСЕ в Україні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

В цьому розділі автором було розглянуто сутність ділового туризму та фактори його розвитку в регіоні, інструментарій регулювання ділового туризму на регіональному рівні, а також методологію оцінювання ефективності розвитку ділового туризму в регіоні. Відповідно до цього можна зробити такі висновки:

1. Враховуючи активний розвиток галузі ділового туризму та індустрії зустрічей, питання термінологічного апарату галузі на сьогодні не є остаточно узгодженим. Тому, на думку автора, діловий туризм можна розглядати як сукупність індивідуальних ділових поїздок та бізнес-турів, що здійснюються з метою професійного зростання (довго-, короткотривалі навчання в бізнес-школах/семінари), обміну досвідом (конференції/ділові зустрічі), налагодження ділових контактів (професійні вистави/ярмарки) або ж досягнення інших встановлених перед працівником професійних цілей задля визнання та просування підприємства на національному/міжнародному рівні.

2. У процесі регулювання ділового туризму потрібно сформувати відповідну систему, при якій ключові питання розвитку ділового туризму будуть виділятися в окремі програми, а не вирішуватись в рамках комплексних програм соціально-економічного розвитку регіону. Саме тому, автором наведено класифікацію інструментарію регулювання ділового туризму в регіоні. До основних принципів стратегічного планування ділового туризму варто віднести: цілеспрямованість, комплексність, варіативність, адаптивність тощо.

3. Відсутність сучасної статистики в сфері ділового туризму ускладнює аналіз, що в свою чергу призводить до недостовірного відображення процесів, що відбуваються в українському туристичному бізнесі. Усі провідні центри ділового туризму світу саме від чіткого ведення інформаційно-статистичної бази внутрішнього і в'їзного ділового туризму отримують додаткові варіації та методи покращення ділового туризму в регіоні, а саме це і є прогресом просування ділового туризму в подальшому.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РЕСУРСІВ ТА УМОВ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Моніторинг ділової активності в Тернопільській області

У світовій практиці розвиток індустрії ділового туризму є невід’ємною умовою розвитку успішного бізнесу, що забезпечує регіон робочими місцями, притоку іноземної валюти в регіон, а також розвитку галузей промисловості, науки, освіти, культури, туризму тощо. Саме тому, великого значення набуває розвиток ділового туризму як в Україні в цілому, так і в Тернопільській області зокрема. Адже питання регулювання ділового туризму як на рівні держави, так і регіону не повинно обмежуватись постановкою окремих задач, а потребує системного та комплексного підходу.

Тернопільська область на сьогодні є центром Західної України, адже через неї проходять міжнародні транспортні коридори у напрямках Берлін - Одеса та Балтійське море – Чорне море, а також є досить наближеною до європейських кордонів. Зокрема, Тернопіль як логістичний центр Західної України, має такі переваги:

- найкраще логістичне розташування, близькість до національного кордону на заході країни;
- близькість до міжнародних сполучень та транскордонних магістралей;
- відносно мале освоєння території та можливість втілення креативних проєктів;
- компактність, комфортність міста;
- відкритість до ініціатив, створення інноваційних проєктів;
- успішний досвід втілення творчих проєктів;
- тісні історичні та культурні зв'язки та контакти з українськими діаспорами тощо.

Попри багату духовну та культурну спадщину Тернопільщина є осередком ділової активності. В реальному секторі економіки області діє більше 300 промислових підприємств, серед яких виробництва з давніми традиціями та сучасні новостворені, багато з яких є загальновідомими брендами в Україні та експортерами товарів. Вагомою є частка підприємств машинобудування, спиртової галузі, в останні роки стрімко розвивається добувна промисловість [30].

В табл. 2.1. представлено найбільш пріоритетні галузі економіки за кількістю ділових заходів, що проводяться в Тернопільській області.

Таблиця 2.1.

Пріоритетні галузі економіки за кількістю ділових заходів, що проводяться в Тернопільській області

Пріоритет	Галузь
1	Сфера промисловості (зокрема агропромисловий комплекс)
2	Спиртова галузь (алкогольні підприємства, перш за все виробники пива ТОВ “Опілля”, ТОВ “Микулинецький Бровар”)
3	Виробники продуктів харчування (молочна\м’ясна галузь - ПрАТ “Молокія”, “Тернопільський м’ясокомбінат)
4	Міжнародні навчально-наукові конференції в освітній галузі (три національних університети, бізнес-школи)
5	Сфера нерухомості (автосалони, ТРЦ, офіс центри тощо)
6	Добувна промисловість (корисні копалини)

Джерело: згруповано автором на основі [4, с 56]

Основу промислового комплексу формують підприємства харчової галузі. Молочна галузь входить до п’ятірки лідерів із виробництва молока, сиру, йогуртів.

За останні роки в промисловий комплекс модернізовано та внесено майже 1 мільярд гривень капітальних інвестицій та акумульовано 30 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій. 20 підприємств випускають інноваційну продукцію [30]. Тернопільщина в інвестиційній діяльності співпрацює з партнерами із 38 країн світу, географія зв'язків постійно розширюється, в області діє понад 230 підприємств з іноземним капіталом [30].

Підприємства області виробляють третину спирту та м'яса мороженого в державі, де довірили свої капітали німецькі, чеські, естонські, кіпрські, польські, бельгійські, угорські, іспанські, датські, швейцарські інвестори.

Підприємства Тернопільщини експортують продукцію до 73 країн світу - найбільше до Польщі, Німеччини, Угорщини, Білорусії, Нідерландів, Франції, Італії, Китаю, Тайланду, Єгипту [30].

Велика площа сільськогосподарських земель, в тому числі чорноземів сприяє ефективному розвитку аграрного сектору. Потужна аграрна галузь дозволяє місцевим виробникам не лише забезпечувати внутрішні потреби населення області, а й реалізовувати сільськогосподарську продукцію на експорт. Тернопільщина входить до п'ятірки лідерів виробництва ріпаку, гречки, цукрових буряків. Функціонує розвинута інфраструктура агропромислового комплексу – 12 сучасних зернових елеваторів, 3 насінневі заводи, 7 сучасних картоплесховищ, 10 овочесховищ [30]. В області розпочато реалізацію 11 інвестиційних проектів у галузі тваринництва. У розвиток аграрного сектору лише за 1 рік вкладено понад 800 млн. грн. капітальних інвестицій. В господарствах області посаджено майже 1000 га садів і будуються 3 фруктових сховища [30].

Найбільш привабливими галузями економіки для іноземних інвесторів є:

- сільське господарство;
- добувна промисловість;
- транспорт і логістика;
- виробництво харчових продуктів;
- енергетика та енергозбереження;

– IT-сектор.

Поступово активізується зовнішня торгівля товарами області та нарощуються обсяги експорту продукції. Тільки за червень-липень 2017 року зовнішньоторговельний оборот товарами області зріс більш, ніж на 77,0 млн. дол. США. При цьому експорт товарів – на 38,0 млн. дол. США, у тому числі в країни Європи – на 29,5 млн. дол. США, Азії – на 2,6 млн. дол. США. Зокрема, за цей час відчутним для області став експорт товарів області до Республіки Польща (обсяг зріс на 23 млн. дол. США), удвічі зріс експорт до Федеративної Республіки Німеччина [30].

Експортні поставки до Литовської Республіки за 7 місяців 2017 року зросли у 3 рази в порівнянні з аналогічним періодом минулого року, у 4 рази – до Латвійської Республіки [30].

На азіатському напрямку експорт товарів області до Ірану зріс у 5 разів та сягнув 3,5 млн. дол. США, Іраку – в 1,5 рази та сягнув 2,8 млн. дол. США, Ізраїлю – в 1,8 рази до 2,0 млн. дол. США, Грузії – у 5 разів до 1,3 млн. дол. США [30].

На основі проведених досліджень туристичних потоків з діловою та службовою метою слід зауважити що Тернопільська область лише розпочинає себе позиціонувати як осередок для створення бізнес-туризму.

Індустрія зустрічей – важлива сфера суспільного життя, що забезпечує потреби в організації ділових зустрічей, конференцій, конгресів, семінарів, тренінгів та інших масштабних заходів серед населення. Укладання будь-якої угоди вимагає переговорного процесу.

Місце та умови проведення переговорів впливають на спілкування із діловими партнерами і можливість переконати їх погодитися або не погодитися з певними умовами контракту, що може значною мірою впливати на рівень прибутку та й на успіх бізнесу загалом. Отож ділові люди (бізнесмени) готові виділяти значні кошти на проведення ділових переговорів.

В загальному, коректний аналіз, як і статистика індустрії ділового туризму залишається проблемною. Так, як на даний момент не існує

достовірної інформації. Дійсно, в Тернополі проходить велика кількість ділових заходів, які не попадають в міжнародну і навіть місцеву статистику. Так, в місті проводиться чимало конференцій академічних і наукових інститутів. Вони, як правило, невеликі за кількістю учасників (від 100 до 300 чол.) і проводяться в стінах тієї чи іншої наукової або освітньої організації. Крім того, розвивається великий пласт заходів, що проводяться комерційними підприємствами і організаціями (від декількох десятків до декількох сотень учасників).

У більшості регіонів України поступово створюються нові виставкові організації і конгресові бюро, компетентні фахівці, у ділових зустрічах з'являється все більше спонсорів. Дедалі більшого значення набуває проведення конференцій по розвитку ділового туризму, організація вітчизняних і міжнародних виставок, наукових конференцій і ярмарків для самого широкого кола відвідувачів. У країні діють представництва іноземних торгових фірм, авіакомпаній, банків, до яких приїжджають партнери із інших міст і країн світу.

За останні 5 років на території Тернопільської області було проведено чимало заходів, які мали на меті об'єднати однодумців та стимулювати подальший розвиток економіки в Тернопільській області. Зручне транспортно-географічне розташування асоціює Тернопільщину як сучасний логістичний центр. Адже Тернопільська область володіє надзвичайно великим потенціалом у всіх сферах, а зокрема в історичній, культурній, економічній та освітній. Про це свідчить те, що вже другий рік поспіль на Інвестиційний форум, який на Тернопільщині проводиться у новому форматі (а загалом це вже дев'ятий по рахунку інвестфорум) збирається все більше іноземних учасників і представників дипломатичних установ. Аналіз динаміки та структури учасників інвестиційних форумів у Тернопільській області упродовж 2014-2017 рр. зображено на рис. 2.1.

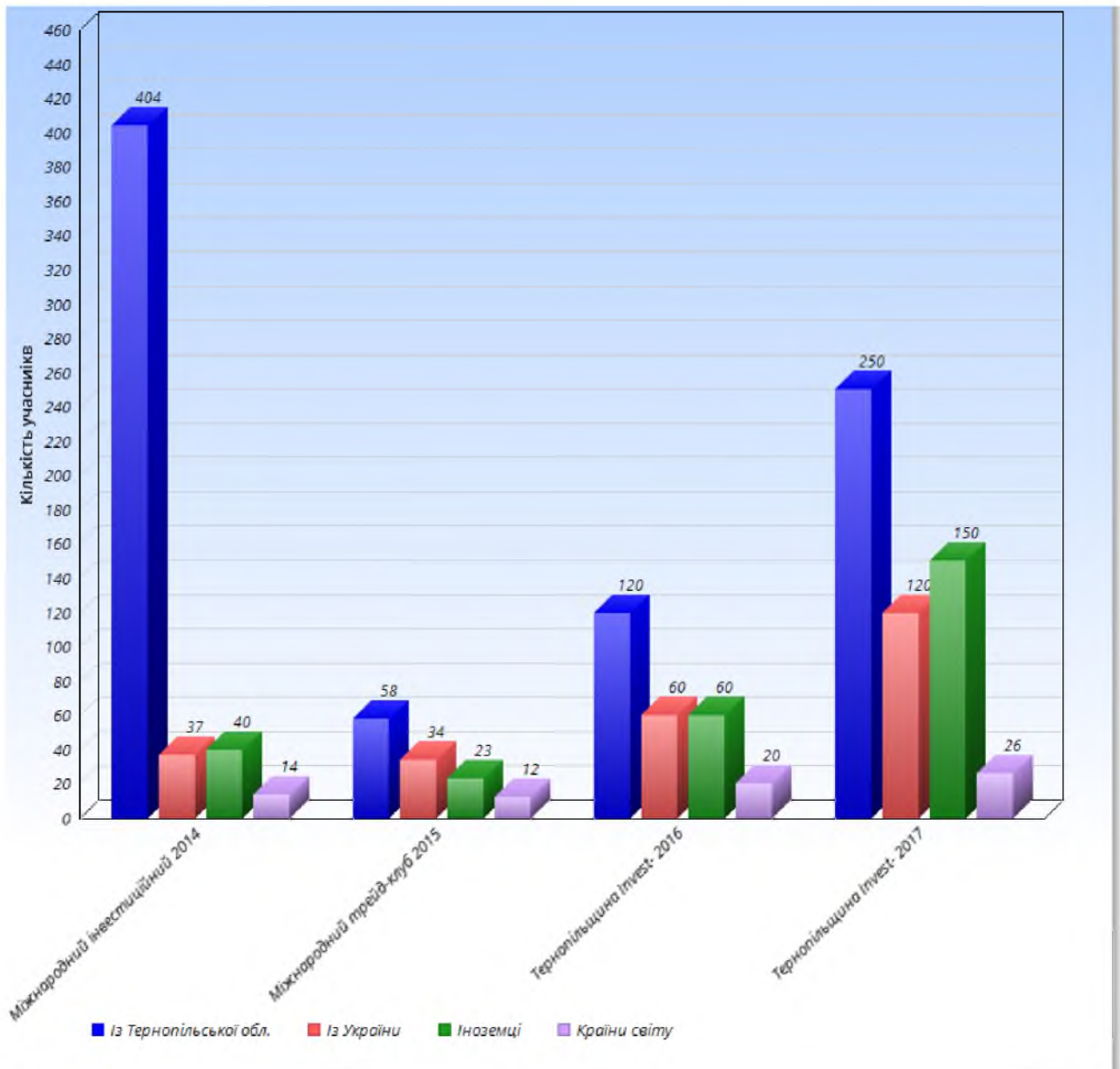


Рис. 2.1. Аналіз динаміки та структури учасників інвестиційних форумів у Тернопільській області упродовж 2014-2017 рр.

Джерело: побудовано автором на основі звітності Управління міжнародного співробітництва та фандрайзingu Тернопільської ОДА

Для аналізу динаміки та структури учасників інвестиційних форумів та результативності їх проведення у Тернопільській області упродовж 2014-2017 рр. використаємо дані Управління міжнародного співробітництва та фандрайзingu Тернопільської обласної державної адміністрації. Зокрема проаналізуємо найбільш ефективні та результативні ділові заходи для регіону за останні роки, серед яких слід виділити такі як:

1. VIII Міжнародний інвестиційний форум в м. Тернопіль (11-12 жовтня 2013 року). Під час проведення VIII Міжнародного інвестиційного форуму в м. Тернопіль взяло участь 404 учасники від області, 40 іноземних представників та 37 учасників з України, загалом – 481 учасників. На форумі були присутні представники 14 країн світу, а саме: Великої Британії, Узбекистану, Італії, Польщі, Болгарії, Німеччини, Швеції, Швейцарії, Іспанії, Чехії, Кіпру, Естонії, Литви, Вірменії [30]. Потрібно також виділити те, що усі провідні підприємці (бізнесмени) області були активними учасниками форуму.

2. Міжнародний трейд-клуб в Україні у Тернопільській області (8-9 жовтня 2015 року), метою якого було покращення ситуації у сфері зовнішньоекономічної діяльності. У заході взяли участь політики, посол з особливих доручень Міністерства закордонних справ України Данилейко Олександр, члени Міжнародного Трейд-клубу в Україні з 12 зарубіжних країн, секретар Українського Бізнес Клубу в Чехії – Олесь Шокало, делегація Тауразького повіту Литовської Республіки на чолі з Мером Тауразького самоврядування – Сігітасом Мічіулісом [30].

На заході було представлено конкретні інвестиційні проекти, зокрема у галузях сільського господарства, промислового виробництва, розвитку транспортної та туристичної інфраструктури, виробництва будівельних матеріалів.

3. Міжнародний інвестаційний форум «Тернопільщина Invest- 2016» (19-20 травня 2016 року). Участь в міжнародному інвестиційному форумі “Тернопільщина Invest – 2016” взяли понад 25 офіційних делегацій з 20 країн світу [30]. Зокрема, це представники таких країн: Республіки Словенія, Королівства Бельгія, США, Королівства Норвегія, Угорщини, Німеччини, Литовської Республіки, Польщі, Республіки Сербія, Словаччини, Узбекистану, Грузії, Японії, Латвійської Республіки, Аджарської Автономної Республіки, Франції, Чехії, В’єтнаму, Туреччини, Вірменії.

В рамках Форуму було досягнуто певних домовленостей між представниками обласної та районної державних адміністрацій з

представниками іноземних делегацій. Зокрема, офіційні делегації представників автономної Республіки Аджарія (Грузія), Литви та Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) відвідали Теребовлянський район, ознайомилися з виробничими потужностями ТОВ «Микулинецький Бровар» (сmt. Микулинці), провели перемовини з керівництвом ТОВ щодо налагодження співпраці суб'єктів господарювання Аджарії з ТОВ «Микулинецький Бровар». Цікавими для аджарської делегації виявились пропозиції ТЗОВ «Феропласт» та ВАТ «Теребовлянська фабрика ялинкових прикрас».

Представники литовської делегації зацікавився налагодженням співпраці з ТОВ «САЮЗ», на ринку, відомі, як торгова марка «ELEYUS». Також під час форуму досягнуто домовленостей про відкриття філіалу ТОВ «ОСП Корпорація “ВАТРА” в Литовській Республіці.

Представники районної адміністрації Шумського району обговорили питання налагодження співпраці в плані створення молочних кооперативів, сировину постачатимуть на виробництво ПрАТ «Тернопільський молокозавод» («Молокія»), де буде виготовлятися готова продукція на експорт в Республіку Польща. Налагоджено також контакти з німецькою компанією «WIRSOL» з перспективою побудови фото-електростанції в Шумському районі [30].

Бережанський район в рамках форуму відвідав президент Американської Торгівельної Палати в Україні Андрій Гундер та делегація польських підприємців. Іноземні представники ознайомились з виробничими потужностями заводу «Мікрон». Андрій Гундер ознайомився з проектною документацією щодо відновлення Бережанського склозаводу, зацікавився проектом та презентуватиме його у Американській Торгівельній Палаті в Україні.

Після проведення форуму особливо виділяється візит Надзвичайного та Повноважного Посла Японії в Україні Сігекі Сумі, який задекларував розширення інвестиційної діяльності в області (м. Чортків) підприємства зі 100%-м іноземним капіталом ТОВ „СЕ Борднетце-Україна”, – системним

розробником і постачальником продукції для автомобілів моделей „Volkswagen Golf” та „Audi”.

4. Міжнародний інвестиційний форум “Тернопільщина Invest – 2017” (24-25 травня 2017 року). Участь у Форумі взяли понад 40 іноземних офіційних делегацій з 27 країн світу [30]. Зокрема, Королівства Бельгія, Королівства Норвегія, Угорщини, Федеративної Республіки Німеччина, Литовської Республіки, Республіки Польща, Республіки Сербія, Республіки Білорусь, Словацької Республіки, Республіки Узбекистан, Грузії, Японії, Французької Республіки, Чеської Республіки, Соціалістичної Республіки В’єтнам, Турецької Республіки, Республіки Вірменія. На рис. 2.2. зображено структуру учасників Міжнародного інвестиційного форуму «Тернопільщина Invest- 2017».



Рис. 2.2. Структура учасників Міжнародного інвестиційного форуму «Тернопільщина Invest- 2017»

Джерело: Джерело: побудовано автором на основі звітності Управління міжнародного співробітництва та фандрайзінгу Тернопільської ОДА

Після декількох років проведення Форумів у Тернопільській області суттєво зросла зовнішня торгівля. Впроваджується також стратегія малого і середнього підприємництва. В області створені зручні умови для ведення бізнесу і здійснення інвестиційної діяльності.

Зокрема, на Форумі, що відбувся у 2017 р. було запропоновано кілька пропозицій від потенційних інвесторів щодо Тернопільського аеропорту. Слід виділити представників іранської авіакомпанії, що має представництво в Україні, які хочуть взяти частину нашого аеропорту під техмайданчик, адже в жодному іншому летовищі Західної України немає можливості ремонтувати літаки і проводити їх технічний огляд. Інша пропозиція стосується запуску з Тернополя регулярних пасажирських авіарейсів, але для цього необхідно суттєво відремонтувати термінал.

Підбиваючи підсумки цих форумів, ми бачимо що було залучено велику кількість “десанту” не тільки з Тернопільщини. Це є хорошим знаком для розвитку економіки області в подальшій перспективі, проте для більш ефективної реалізації усіх проектів потрібна більш сучасна та ефективніша інфраструктура на теренах Тернопільської області.

Проведений аналіз ділової активності в Тернопільській області дозволяє зробити висновок, що розвиток ділового туризму в регіоні є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних регіонах області, створює матеріальну базу для розвитку туризму в цілому.

Але в останні роки підприємства перебувають під впливом нестабільної економіко-політичної ситуації країни, що призводить до зміни туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, довгої окупності таких проектів тощо. Поліпшенню ситуації, на думку автора, сприятиме розробка програми розвитку готельного та туристичного бізнесу, пошук фінансових джерел та створення сприятливого інвестиційного клімату для іноземних інвесторів.

2.2. Дослідження рівня розвитку інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області

Сучасні тенденції в організації конференцій, симпозіумів, конгресів, семінарів тощо зводяться до того, що організатори все менше орієнтуються на глобальні відкриття чи навіть отримання нової інформації. Ділові люди, що працюють у різних сферах, зокрема і в науці, чекають 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 [19, с.150].

Діловий туризм на Тернопільщині має розвиватися на ґрунті особливої української національної та регіональної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і творчу активність. Важливого значення для регіону, що приймає, набуває приязне ставлення ділових людей до регіону і бажання відвідати його ще раз. На жаль, сьогоденні умови ділового туризму в Україні та на Тернопільщині такого бажання в багатьох випадках не викликають.

Діловий туризм як окремий напрямок виділяють та пропонують не достатньо багато туристичних компаній в Україні. Туристичні підприємства орієнтуються в першу чергу на запити споживачів. Вони можуть надати діловий тур або організувати колективний виїзд в рамках напряму «індивідуальний туризм», але як окремий вид туристичних послуг просувати діловий туризм не вигідно для більшості туристичних підприємств України.

Розвиток Тернопільської області, у тому числі й розвиток інфраструктури регламентується такими нормативними актами як:

1. Стратегія регіонального розвитку Тернопільської області на період до 2015 року (затвердженою рішенням обласної ради від 27 травня 2008 р. № 280);

2. Програми соціально-економічного та культурного розвитку Тернопільської області на 2014 та 2015 роки;

3. Проект Стратегії розвитку Тернопільської області на період до 2020 року та Плану заходів з її реалізації;

4. Схема планування території області, схеми планування територій районів та генеральні плани населених пунктів.

Проаналізувавши індустрію зустрічей Тернопільщини, слід виділити значні інфраструктурні ресурси, зокрема:

1. інфраструктуру розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, туристичні бази, бази відпочинку, кемпінги та інші);

2. транспортну інфраструктуру (аеропорт, залізничний вокзал та станції, автовокзал, розгалужену мережу транспортних шляхів);

3. заклади харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні та інші заклади);

4. розважальні заклади; заклади культури та мистецтва; торговельні центри;

5. організації туризму – туроператори та турагенти.

Інфраструктуру розміщення

Сьогодні на території усієї України близько 20% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. Проте більшість із них знаходяться у Києві, Львові, Одесі, Харкові, Дніпрі.

У Тернопільській області із 61 зареєстрованих готелей конференц-зали є лише у 8 та ще 7 можливо взяти в оренду (Драматичний театр, Палац кіно, Бункермуз, Соло Ной та Поліглот, Garden hall, ТРЦ «Подільняни»). Така мала кількість приміщень є однією із багатьох проблем розвитку ділового туризму на Тернопільщині.

За даними booking.com на території Тернопільської області зареєстровано 22 готелі. Із них лише 4 мають “зірковість” (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Характеристика готелів Тернопільської області

Назва готелю	Зірковість	Відгуки	Наявність конференц-залу (к-сть чол.)
Готельний комплекс Юхнович	3*	9,0	-
Готель Тернопіль	3*	8,3	220
Avalon Palace	3*	8,7	100
Premier Hotel Pochaiv	4*	9,3	-
Готель Галичина	3*	8,3	110
Готель Алігатор	Відсутня	8,2	-
Готель Пасаж	Відсутня	9,2	-
Pallada Hotel	Відсутня	7,6	-
Reikartz Пochaiv	Відсутня	8,3	80
Hotel Kalyna	Відсутня	9,3	-
Готель Мішин-сіті	Відсутня	8,4	-
Готель Едем	Відсутня	-	-
Готель Злагода	Відсутня	7,3	-
Готель Панорама	Відсутня	8,9	150

Продовження таблиці 2.2.

Готель Сапсан	Відсутня	9,2	-
Готель Акант	Відсутня	8,1	-
Готель Мопасо	Відсутня	7,3	100
Готель Камелот	Відсутня	7,7	100
Готельний комплекс Глобус	Відсутня	8,5	2зали 60 та 100
Готель Козацька хата	Відсутня	-	-
Готель Надія	Відсутня	6,3	-
Готель Оріся	Відсутня	7,6	-

Джерело: побудовано автором за даними системи інтернет-бронювання booking.com

У вітчизняному готельному бізнесі бізнес-центр найчастіше асоціюється з офісом, у якому поєднано послуги користування Інтернетом, факсом, окремо функціонує конференц-зал. У спеціалізованих готелях за кордоном бізнес-центр – це організації, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами впродовж всього часу перебування клієнта в закладі.

Необхідна 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 організувати корпоративні заходи культурно-розважального напрямку, тобто «дні компанії», свята, вечірки, поїздки містом тощо.

Крім забезпечення гостей ділових форумів сучасною оргтехнікою, доступом до Інтернету, оперативною поліграфією, мобільною фуршетною групою, слід організувати можливість здійснення фінансових розрахунків, бізнесу. З цією метою в номері такого клієнта повинний бути створений своєрідний міні-офіс. Котрий міг би надати усі сприятливі умови для роботи, відпочинку та зустрічей – своєрідне приміщення наближене до умов постійного місцезнаходження, яким би ділова людина могла завжди тримати руки на пульсі.

Слід також зазначити, що у місті Тернополі є можливість проведення ділових зустрічей у “Garden hall”, “Подoliaни” - “Podolynu Hall”, котрий може вмістити більше 200 учасників. Ще одним ресурсом для проведення ділових зустрічей можуть стати Тернопільські університети, у приміщеннях яких є усе необхідне для проведення заходу із приблизною кількістю 150-200 осіб.

Транспортна інфраструктура ділового туризму

1. Автовокзал

15 лютого 2016 відкрився автовокзал міжнародного класу, який забезпечує автобусне сполучення з райцентрами та іншими населеними пунктами області, з окремими обласними центрами України. Сьогодні з Тернополя курсують автобуси до більшості європейських міст. Автовокзал відповідає усім стандартам.

2. Залізничний вокзал

Через Тернопіль проходять більшість важливих залізничних вузлів державного та міжнародного значення. Також є можливості скористатись швидкісними поїздами «Інтерсіті». Залізничний вокзал “Тернопіль” через своє розташування у центрі міста дозволяє гостям міста із зручністю добратися до будь якого куточка міста досить швидко.

3. Дорожні сполучення

Як зазначалось у розділі 2.1 через Тернопіль проходять міжнародні транспортні коридори у напрямках Берлін - Одеса та Балтійське море - Чорне море, а також є досить наближеним до європейських кордонів. Протяжність

мережі автомобільних доріг загального користування Тернопільської області становить 5003,6 км, із них 4979,7 км (99,5%) з твердим покриттям. Однією з проблем транспортної підсистеми є транспортно-експлуатаційний стан переважної більшості автомобільних доріг, який не відповідає сучасним вимогам та потребує поліпшення з урахуванням соціально-економічних потреб області. На даний час ремонту потребують 83 % від усієї протяжності автомобільних доріг області [11]. Це суттєвий аргумент для залучення коштів для будівництва високоякісних доріг.

4. Аеропорт Тернопіль

Аеропорт “Тернопіль” знаходиться на відстані 2 км від самого міста, що дозволяє туристам швидко та без проблем дістатись до міста. Однією із проблем є, те що сам аеропорт не приймає міжнародних рейсів через своє матеріально-технічне забезпечення. Проте після проведення Міжнародного інвестиційного форуму «Тернопільщина Invest – 2017», де було розглянуто питання майбутнього аеропорту “Тернопіль”, є перспектива його реанімації. Згідно нового проекту аеропорт буде мати загальну площу більше 150 га та зможе приймати гостей із усього світу [30]. У проекті також пропонується побудова міжнародного логістичного центру, який у свою чергу буде надавати такі види послуг:

- міжнародні та внутрішні авіапослуги
- якісні складські приміщення
- функцію митниці та зберігання товарів
- торгові приміщення

Орієнтовна вартість проекту будівництва 158 млн. євро, а окупність проекту складе 5 років [30].

Стійкі тенденції економічного зростання та євроінтеграційні процеси в Україні, зростання попиту на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії зумовлюють потребу розвитку інсентив-інфраструктури в державі. З цією метою важливо розробити головні принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, актуальні концепції побудови комплексних

систем керування бізнес-готелями та бізнес-центрами, проблеми формування єдиного інформаційного простору. Для реалізації зазначених підходів необхідно проаналізувати шляхи та методи підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації сучасної мережі закладів гостинності, якісного сервісного обслуговування ділових туристів.

Транспортна інфраструктура ділового туризму в Тернопільській області представлена на рис.2.3.

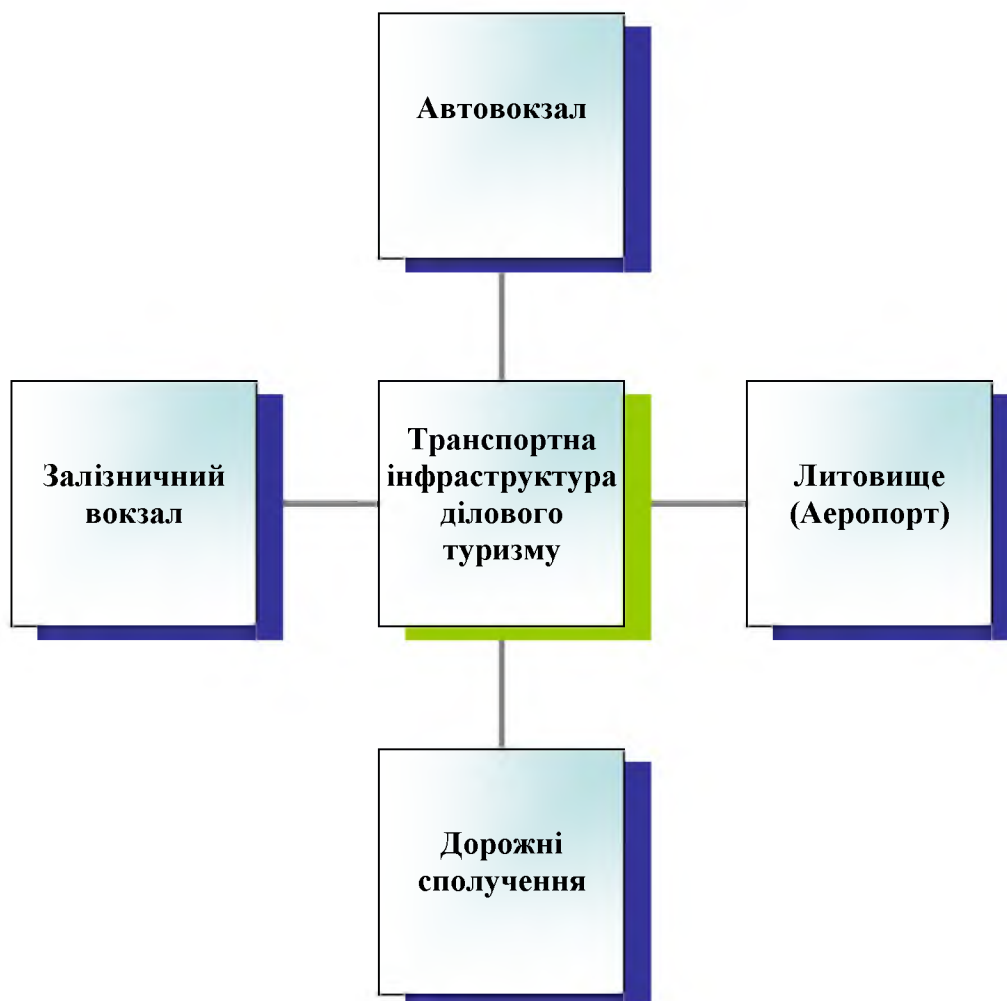


Рис. 2.3 Транспортна інфраструктура ділового туризму в Тернопільській області

Джерело: побудовано автором

Заклади харчування та розважальні заклади

На території Тернопільської області велика кількість першокласних гастрономічних та розважальних закладів, котрі, у свою чергу, надають якісні послуги. Серед них слід виділити такі як: Jan Amor, Forum Hall, Кнайпа 1540, Старий млин, Garden Hall, Avalon Palace, ТРЦ “Подолляни”, Файне місто, Ковчег тощо. За допомогою проведеного анкетування було визначено рівень та якість обслуговування вищеперерахованих закладів за такими критеріями: рівень сервісу, розміщення, ціна та якість кухні. За результатами опитування 297 тернополян та гостей міста було сформовано графічне зображення оцінки гастрономічних закладів м. Тернополя, що представлено на рис. 2. 4.

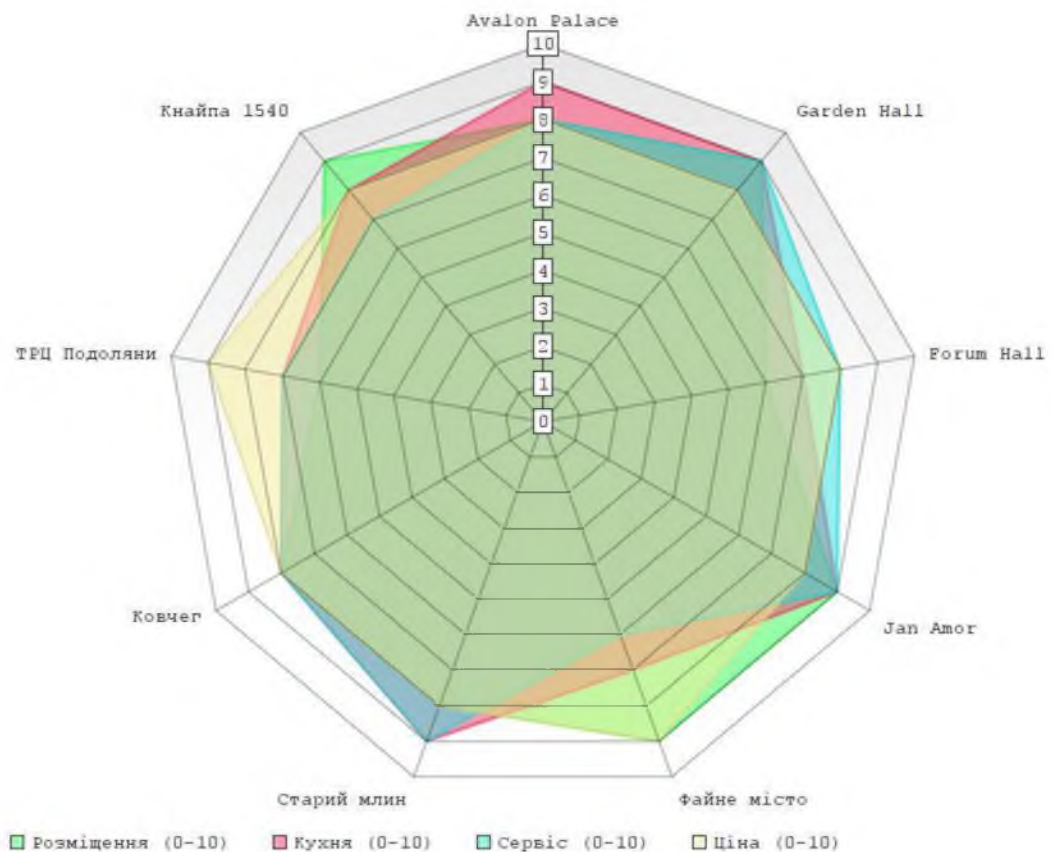


Рис. 2.4. Оцінка привабливості закладів харчування м. Тернополя
Джерело: сформовано автором на основі проведеного анкетування

Проте, за результатами проведеного дослідження, рівень індексу розвитку інфраструктури Тернопільської області становить 1,22756. За результатами

аналізу даних 2014-2015 років, Тернопільщина посіла 2 місце за рівнем розвитку інфраструктури серед усіх областей України [11].

Практично по усім інтегральним індексам показники Тернопільської області є вищими, ніж відповідні середні показники по Україні, а показник індексу розвитку складової житлово-комунального господарства по Тернопільській області більш, ніж у два рази перевищує середній показник по державі (табл.2.3.).

Таблиця 2.3.

Показники індексів розвитку інфраструктури Тернопільської області порівняно з відповідними показниками в середньому по Україні

Інтегральні індекси за складовими		Значення індексу	Рейтинг по Україні
Індекс розвитку транспортної складової	ІРт.с.	0,9587	15
Індекс розвитку складової зв'язку	ІРс.з	1,0358	18
Індекс розвитку природоохоронної складової	ІРп.с.	1,4175	5
Індекс розвитку рекреаційної складової	ІРр.с.	1,4293	3
Індекс розвитку складової ЖКГ	ІРс.жкг.	3,0551	2
Індекс розвитку освітньої складової	ІРо.с.	09877	7
Індекс розвитку медичної складової	ІРм.с.	1,0010	14
Індекс розвитку складової складової соціального забезпечення	ІРс.с.з.	1,0039	13
Індекс розвитку культурної складової	ІРк.с.	1,0376	9
Розрахунок інтегрального індексу розвитку інфраструктури	ІРінф.	1,2276	2

Джерело: згруповано автором на основі [11].

Аналіз стану окремих інфраструктурних складових Тернопільської області засвідчив про наявність хороших інфраструктурних умов для ділового туризму, про це свідчать показники індексів розвитку інфраструктури Тернопільської області. Проте є перешкоди які потрібно долати, щоб сприяти більш стійкому розвитку ділового туризму в регіоні.

Оновлення та розширення кількості та якості одиниць рухомого складу всіх складових транспортної підсистеми дасть можливість створення сприятливих умов щодо включення її до мережі міжнародних транспортних коридорів. Залізничний вузол міста Тернополя надає можливість сполучення практично з усіма обласними центрами України, країнами ближнього зарубіжжя, а потенційне будівництво аеропорту “Тернопіль” дасть змогу отримувати кошти через потужний логістичний центр.

2.3. Оцінка рівня конкурентоспроможності ділового туризму у Тернопільському регіоні

На даний момент світова економіка вступає в стадію геоекономічного розвитку, де конкуренція між провідними сферами економічної взаємодії стає основним фактором. Економічна конкуренція буде здійснюватися головним чином між інтернаціонально розвинутими територіями, регіонами і підприємствами, включаючи такі як ТНК, втрачаючи національно-орієнтоване значення. Відповідно регіональні суб'єкти стоять перед непростим вибором: або закритися від впливу глобалізації і прагнути робити все необхідне власними силами для свого внутрішнього ринку, або стати на шлях формування інноваційної, відкритої світу, конкурентоспроможної економіки, привабливої для інвестицій і багатосторонньої співпраці в рамках стратегічного партнерства.

Разом зі схожістю з іншими видами туризму, діловий туризм має і ряд специфічних, характерних тільки йому, особливостей. Найголовніше це те, що 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. Таким чином, важливого значення набуває здійснення заходів щодо забезпечення конкурентних переваг Тернопільської області в індустрії зустрічей та МІСЕ.

З метою проведення дослідження рівня конкурентоспроможності ділового туризму у Тернопільському регіоні нами було здійснено онлайн-опитування тернополян. Анкета опитування представлена у Додатку А.

Основні результати анкетування 243 респондентів дали змогу оцінити якими конкурентними перевагами в розвитку ділового туризму наділений регіон. Слід зазначити, що рівень розвитку ринку ділового туризму на Тернопільщині респонденти оцінювали по-різному, виявлено ряд розбіжностей. Зокрема, 37 % опитаних вважають, що діловий туризм знаходиться на етапі становлення в Тернопільському регіоні і потребує великих зусиль з боку державних структур та підприємців. 31% опитаних вважають, що явище ділового туризму в Тернопільському регіоні не розвинуте взагалі, бо галузь не є в пріоритетних напрямках серед офіційних програм соціально-економічного розвитку регіону. Для прикладу, вже 22% опитаних вважають, що діловий туризм в цілому по області на стадії розвитку, а 7% опитаних вважає що, діловий туризм лише сформувався у місті Тернопіль. Лише 3 % респондентів відзначили, що на їхню думку діловий туризм розвинений у достатній мірі по всій області. Графічне зображення результатів проведеного дослідження рівня розвитку ділового туризму в Тернопільській області наведено на рис.2.5.

Таким чином, результати проведеного опитування відображають поділ думок населення Тернопільщини на бачення майбутнього потенціалу розвитку ділового туризму в регіоні, а серед деяких існує думка, що його на території регіону не існує, або ж лише в місті Тернопіль.

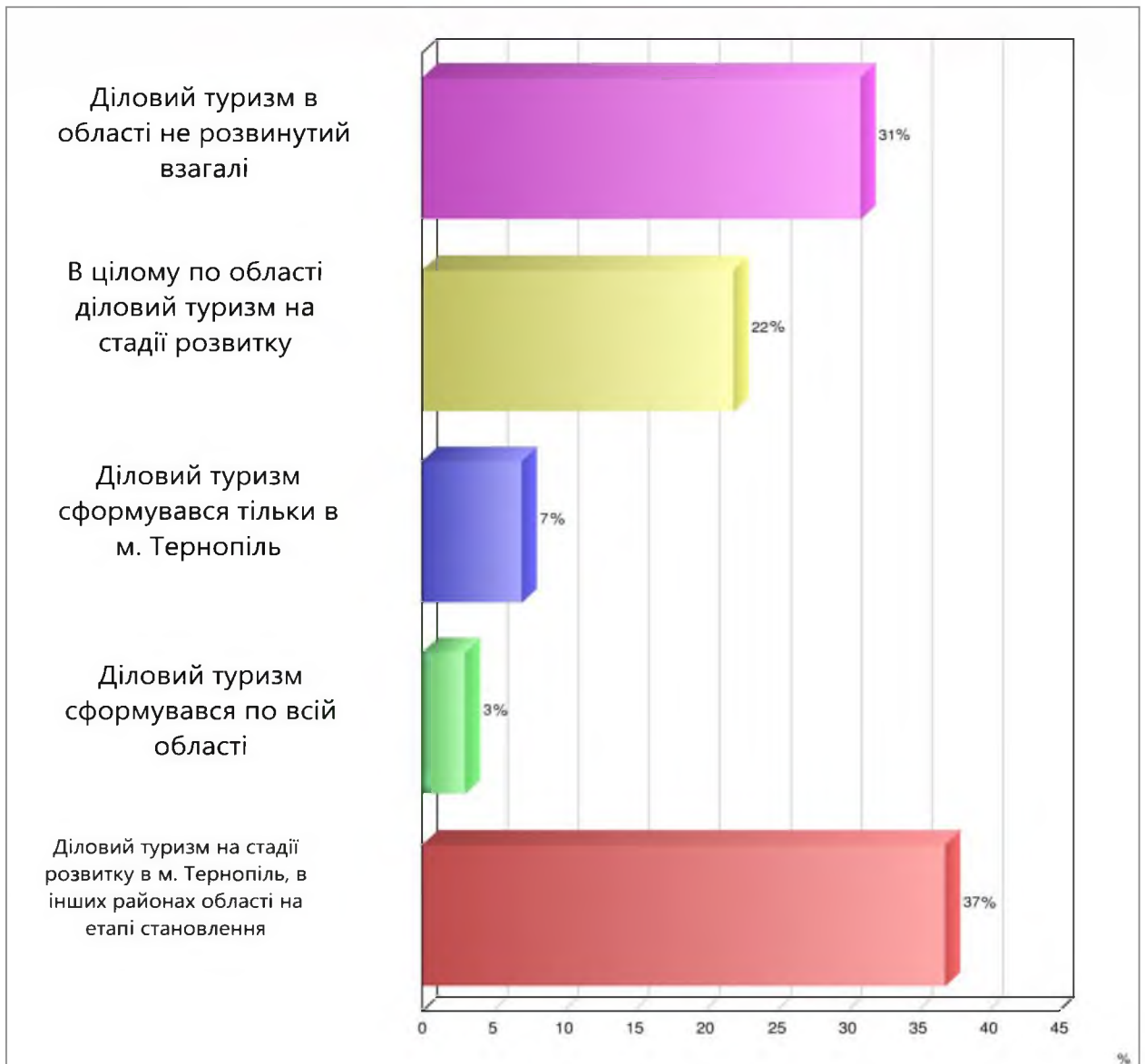


Рис. 2.5. Оцінка стану ринку ділового туризму у Тернопільській області
Джерело: сформовано автором на основі проведеного анкетування

Серед опитаних було проведено ранжування проблем за гостротою їх вирішення, але при цьому наголошувалося на необхідності їх розгляду і вирішення в комплексі, тому виділення їх по пріоритетності досить умовно. У той же час, практично всі опитані респонденти висловили думку, що першочерговою проблемою є відсутність законодавчих та нормативних документів з ділового туризму, в яких повинні бути чітко прописані пункти, спрямовані на вирішення інших актуальних проблем. Серед них були виділені фактори розвитку ділового туризму (табл.2.4)

Таблиця 2.4.

Фактори розвитку ділового туризму

Проблема	Значимість
Не сформованість портфелю підтримки ділового туризму на національному рівні	1
Відсутність достатнього бюджетного фінансування та інвестування	2
Відсутність маркетингової політики	3
Нерозвинена інфраструктура ділового туризму	4
Невідповідність ціни і якості надання послуг	5
Відсутність достовірної статистики	6
Нестабільна політична ситуація	7
Нерозвинена система професійної підготовки кадрів для індустрії туризму та наукове забезпечення цієї підготовки 6%	8

Джерело: сформовано автором на основі проведеного анкетування

Отже, як зазначалося вище першу позицію займає відсутність законодавчо-нормативної бази, у якій у свою чергу мало би бути чітко прописані етапи розвитку ділового туризму. Із невеликою перевагою респонденти обрали: відсутність фінансування із державного бюджету та інвестицій; відсутність правильно поставленої маркетингової політики регіону.

Це в свою чергу свідчить про низький рівень довіри серед уряду держави та потенційних інвесторів. Слідом за ними тернополяни вважають, що на території регіону недостатньо розвинута інфраструктура для проведення ділових зустрічей. Та приблизно однакову оцінку отримали невідповідність ціни і якості надання послуг, нестабільна політична ситуація, слабка система підготовки кадрів.

На питання «Які ділові заходи, на вашу думку, сприяють стимулюванню ділової активності в Тернопільській області?» респонденти виділили Міжнародні конференції TEDx та «Тернопільщина Invest», 33% та 37% відповідно. Міжнародним науково-практичним конференціям на базі університетів респонденти надали значно меншу оцінку і вважають, що вони значно менше стимулюють активність ділового туризму, а міжнародний трейд-клуб отримав прихильність лише у 12% респондентів (рис. 2.6.).

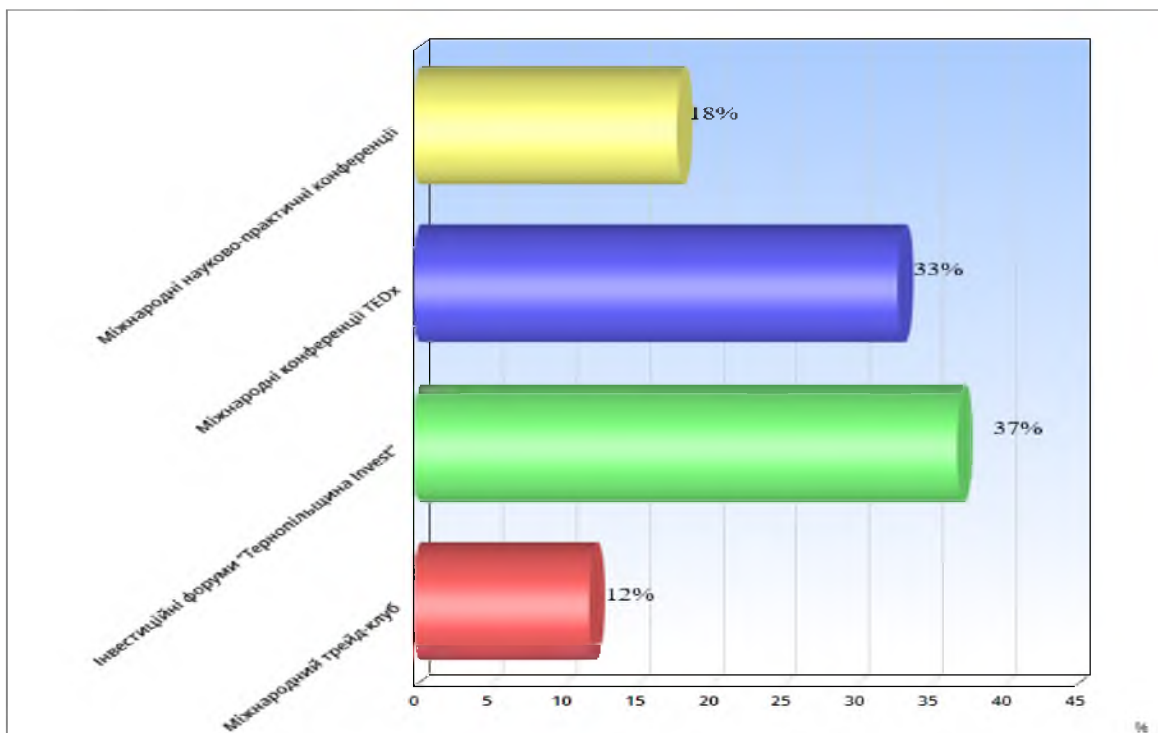


Рис. 2.6. Моніторинг ділових заходів, що сприяють стимулюванню ділової активності в Тернопільській області

Джерело: сформовано автором на основі анкетування

Варто зазначити, що під час проведення Форуму «Тернопільщина Invest-2017» було запропоновано створення інвестиційного проекту «Transimperia», котрий би знаходився поблизу одного із найбільших торгово-розважальних центрів західної України ТРЦ «Подолани».

Цікавим проект став для усіх присутніх, так як, колишню будівлю заводу «Сатурн» із земельною ділянкою 1,2 га, територією 13600 кв.м, приватною власністю пропонують реконструювати у Центр розвитку економічного,

соціально-культурного та інноваційно-технічного прогресу не лише Тернопільського регіону, а цілої України.

Аргументація створення даного проекту цілком проста та логічна:

1. Відсутність якісних виставково-експозиційних площ;
2. Нестача культурно-історичних атракцій у місті;
3. Недостатній і розпорошений розвиток місцевих ремесел;
4. Недостатня увага до розвитку творчої молоді;
5. Нестача робочих місць для представників громади.

Також серед переваг є створення Тернополя як центру логістики Західної України (рис 2.7). Як зазначалось вище це дасть змогу розвитку таких складових як: економічній, комерційній, інноваційній, технологічній, соціально-культурній тощо. До економічної та комерційної складової планується віднести розвиток та спорудження:

- Торговельно-офісно-розважального центру з комплексом послуг;
- Виставкові зали, конференц-зали, ресторани, лаунч-зони.

До інноваційної та технологічної складових планується створення ІТ-кластеру із необхідною інфраструктурою: приміщення ІТ-компаній, коворкінг-центри, конференц-зали.

До соціально-культурної складової планується створити:

- Історико-культурний центр транскордонного співробітництва;
- Музей ретро-автомобілів;
- Музей I Світової війни та інших воєн на території Західної України;
- Мультикультурний етнографічний центр;
- Зони для інсталяцій та експозицій.

Очікування від реалізації проекту:

1. Створення умов для економічної привабливості регіону, створення центру кластерного типу.
2. Створення туристичного кластеру та посилення туристичного потоку в 2-3 рази.



Рис. 2.7. Переваги створення м.Тернополя як центру логістики Західної України

Джерело: сформовано автором за результатами Інвестиційного форуму “Тернопільщина-Invest 2017”

3. Створення нових робочих місць для ІТ та творчих проєктів - орієнтовано для 500 осіб.

4. Збільшення кількості освітніх, професійних проєктів – на 20 одиниць.

5. Збільшення кількості культурних подій – фестивалів, вуличних ринків, конференцій – на 40 одиниць.

6. Збільшення обсягу виставково-експозиційних площ – 4000 кв. м.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

В цьому розділі автором було проведено моніторинг ділової активності Тернопільської області, дослідження рівня розвитку ділової інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області та проведена оцінка конкурентоспроможності ділового туризму в Тернопільській області. Відповідно до цього можна зробити такі висновки:

1. Із початку 2014 року на території Тернопільської області прослідковується стабільна тенденція щорічного проведення одного, проте «потужного» міжнародного інвестиційного форуму, учасниками якого є гості з усього світу. Про це свідчить останні 4 інвестиційні форуми. За період проведення 4 форумів учасниками стали близько 1250 осіб, із них 832 особи із Тернопільської області, 205 іноземців, 186 учасників із інших куточків України та 16 послів. У ході роботи цих форумів було підписано близько 20 угод про співпрацю із представниками бізнес-середовища Тернопільщини, створено нові підприємства та робочі місця.

2. На сьогодні розвиток інфраструктури ділового туризму в Тернопільській області знаходиться на етапі свого розвитку. Основними проблемами розвитку є мала кількість спеціалізованих апартаментів, низький рівень сервісу, не працюючий аеропорт та занедбаний стан автомобільних доріг. Проте, слід зазначити, що проглядаються позитивні тенденції розвитку інфраструктури, а саме провідна позиція у індексі розвитку інфраструктури по усій Україні, перспектива відновлення роботи аеропорту «Тернопіль» та відкриття нових готелей, закладів гастрономії та розважальних комплексів.

3. Конкурентоспроможність ділового туризму Тернопільської області на сьогодні є на стадії становлення. Так як, діловий туризм починає розвиватись рівномірно по усій території України. За результатами проведеного анкетування, слід зазначити, що думки респондентів розбігаються, але більшість вважає, що потрібно приділити значну увагу законодавчо-нормативній базі, котра би у свою чергу дала змогу для розвитку ділового туризму в Україні.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Визначення ключових напрямків розвитку ділового туризму в Тернопільській області

У всьому світі діловий туризм є ключовим елементом стимулювання зростання національних економік, ефективним поштовхом розвитку суміжних галузей: транспортний комплекс, готельний бізнес, виставково-ярмаркова діяльність. Діловий туризм, як особливий вид туристичного сектора, в меншій мірі залежить від сезонності і економічних спадів. Як наслідок, бізнес в діловому туризмі більш стійкий до економічних криз та інших проявів нестабільності економіки.

Певна формула успіху індустрії зустрічей полягає в тому, що процвітання будь-якої території, країни, регіону, так само як і будь-якого бізнесу, не обходиться без активного обміну інформацією, використання і впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу всіх рівнів ділової освіти, участі в міжнародних конгресах, виставках і МіСЕ-заходах. Завдяки цьому перспективи розвитку ділового туризму орієнтовані не тільки на короткострокові перспективи, а й на довгостроковий розвиток в майбутньому.

Новим плином глобалізації світової економіки є зростання і розвиток бізнес-технологій, ділових і консалтингових послуг. Цей процес відіграє значну роль в міжнародних економічних відносинах в сфері міжнародної торгівлі послугами. Саме тому, дуже важливо досліджувати питання як конкретний регіон себе позиціонує, тобто який образ міста чи області створено серед мешканців та людей, що його відвідують. Формування так-званого бренду тісно переплітається із стратегією розвитку регіону. Регіон повинен бути гідно представлений на усіх можливих заходах як ділового характеру, так і пізнавального.

Найбільш ефективні шляхи популяризації ділового туризму Тернопільської області наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Шляхи популяризації ділового туризму Тернопільської області

Шляхи просування	Оцінка
Форуми, презентації, міжнародні конференції, семінари з проблем розвитку ділового туризму; виставки з ділового туризму і MICE-індустрії	1
Формування високоякісних Інтернет-ресурсів з ділового туризму, видання та друк тематичних збірників та каталогів, присвячених ділового туризму	2
Галузеві - економічні, культурні, освітні, наукові форуми, конференції та презентації	3
Багатопрофільні туристичні виставки, наприклад щорічна UITT - туристична виставка «Україна - Подорожі та Туризм» (березень, м.Київ)	4

Джерело: сформовано автором

Аналізуючи табл. 3.1., слід звернути увагу на те, що велика частина опитуваних фахівців бізнес-сфери та сфери туризму відстоюють думку, що в даний час перераховані шляхи популяризації та просування українського продукту ділового туризму реалізуються не в достатній мірі. Натомість необхідно забезпечити систематичне та планомірне використання кожного з перерахованих шляхів в довгостроковій перспективі.

Слід також враховувати, що інвестиції в виставково-конгресовий бізнес дають п'яти-семиразовий пов'язаний економічний (мультиплікативний) ефект в таких суміжних секторах, як транспорт і торгівля, ресторани і готелі, поліграфія і реклама, культура і туризм, створюють десятки тисяч нових робочих місць.

Розглянемо основні мотиви проведення та організації ділових заходів в Тернопільській області (табл. 3.2.).

Таблиця 3.2.

Мотиви проведення ділових заходів в Тернопільській області

Основні мотиви	Значимість
Формування та зміцнення іміджу регіону\підприємств	1
Залучення нових клієнтів і партнерів	2
Пропозиція на ринку нових товарів і послуг	3
Підвищення лояльності серед існуючих клієнтів і партнерів	4
Обмін досвідом, потреба в інформації	5
Мотивація партнерів	6
Залучення уваги з боку ЗМІ	7
Потреба в навчанні працівників	8
Налагодження ділових та дружніх контактів	9

Джерело: згруповано автором

Мотиви проведення ділових заходів у Тернопільській області дають нам змогу звернути увагу на конкретний аспект розвитку ділової активності регіону. Якщо пояснити простими словами, то проведення міжнародних форумів, конференцій є невід’ємним елементом формування бренду міста та області, що залишається у пам’яті туристів та потенційних інвесторів. Це включає в себе унікальні особливості, що зацікавлюють споживача. Це привертає увагу цільових клієнтів, бо саме для них ці заходи організуються. Фактично просування бренду – це створення бажаної репутації міста чи регіону. А це тягне за собою значне зростання інвестицій, збільшення кількості туристів та ділових відвідувачів і приводить до покращення враження, патріотичних почуттів до Тернопільщини у самих тернополян.

Відтак, дуже важливим є привернути достатньо уваги вдосконаленню системи регулювання ділового туризму на рівні області. На думку автора, найбільш ефективні методи регулювання ділового туризму в Тернопільській області представлено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3.

Методи регулювання ділового туризму в Тернопільській області

Основні методи регулювання	Значимість
Створення нормативно-правової бази в області ділового туризму	1
Вдосконалення системи ліцензування, сертифікації та стандартизації	2
Розвиток інвестиційної політики	3
Маркетингова політика	4
Кадрова політика	5
Податкове / митне регулювання	6

Джерело: згруповано автором на основі [12].

Одним з найбільш ефективних методів державного регулювання ділового туризму запропоновано комплексне використання ліцензування, як гарантії якості роботи туристичних підприємств і наданих туристичними послуг, і нової форми регулювання – «фінансові гарантії», які є певною формою захисту споживача. Саме поєднання цих адміністративних методів регулювання дозволить створити в регіоні передумови для ефективного управління і розвитку ділового туризму, отже, підвищить імідж української, в тому числі тернопільської, туристичної індустрії як на українському, так і на міжнародному ринку ділового туризму.

В сьогоднішній Тернопільській області найбільш пріоритетним для розвитку сектором економіки, на думку більшості опитаних, є науково-промисловий сектор економіки. У свою чергу, діловий туризм найбільшою мірою сприятиме розвитку саме у цьому напрямку.

Слід врахувати той факт, що ще у серпні 2017 р. великої підтримки серед населення набула ініціатива Тернопільської міської ради про створення Індустріального парку у Тернополі, під яким розуміється спеціально підготовлена промислова зона із відповідною підготовленою транспортною та інженерною інфраструктурою, з відповідним регуляторним режимом, з

певними інвестиційними стимулами для виробників промислової продукції, перш за все переробників харчової продукції, для переробної промисловості, науково-дослідних закладів і для компаній сфери ІТ.

Згідно проекту на території загальною площею 15 га (неподалік ринку “Мотор”) планується створити майданчик з усіма необхідними комунікаціями, близько до головної дороги та аеропорту (4 км) [29].

Слід підкреслити, що в Україні на сьогодні створено близько 30 індустріальних парків, але далеко не всі з них працюють на повну силу [29]. Світова практика свідчить про ефективність створення таких парків. За останнє століття особливо хороші результати показали наші сусіди - Словаччина, Чехія, Туреччина, Румунія, Угорщина. Наприклад. В Туреччині сьогодні створено 250 індустріальних парків, в Чехії близько 100, в Угорщині понад 200, у Польщі є 42 індустріальних парки і ще близько 20 відповідних спеціальних економічних зон. Ці країни показали в тричі збільшення ВВП на рівні держави і в тричі збільшення експорту.

Важливим є те, що індустріальні парки притягують інвестора, перш за все, пільгами. Для прикладу, на рівні держави – це зменшення податків або нульове мито на ввезення продукції з-за кордону (обладнання, устаткування, що не виготовляється в Україні). Є також можливість співфінансування з боку Фонду регіонального розвитку за умови якщо міський бюджет або компанія дає 10%, а 90% сплачується з державного Фонду [29]. На рівні міста для підприємства зменшується земельний податок, податок на нерухомість тощо. Окрім пільг існують спеціалізовані кредитні програми для учасників індустріального парку, які дають змогу отримати в державних банках фінанси для бізнесу на більш вигідних умовах. Для міста та області цей проект дасть змогу розвивати сучасні технології, випускати нову продукцію, при чому зароблятиме і бізнес, і місто (рис.3.1).

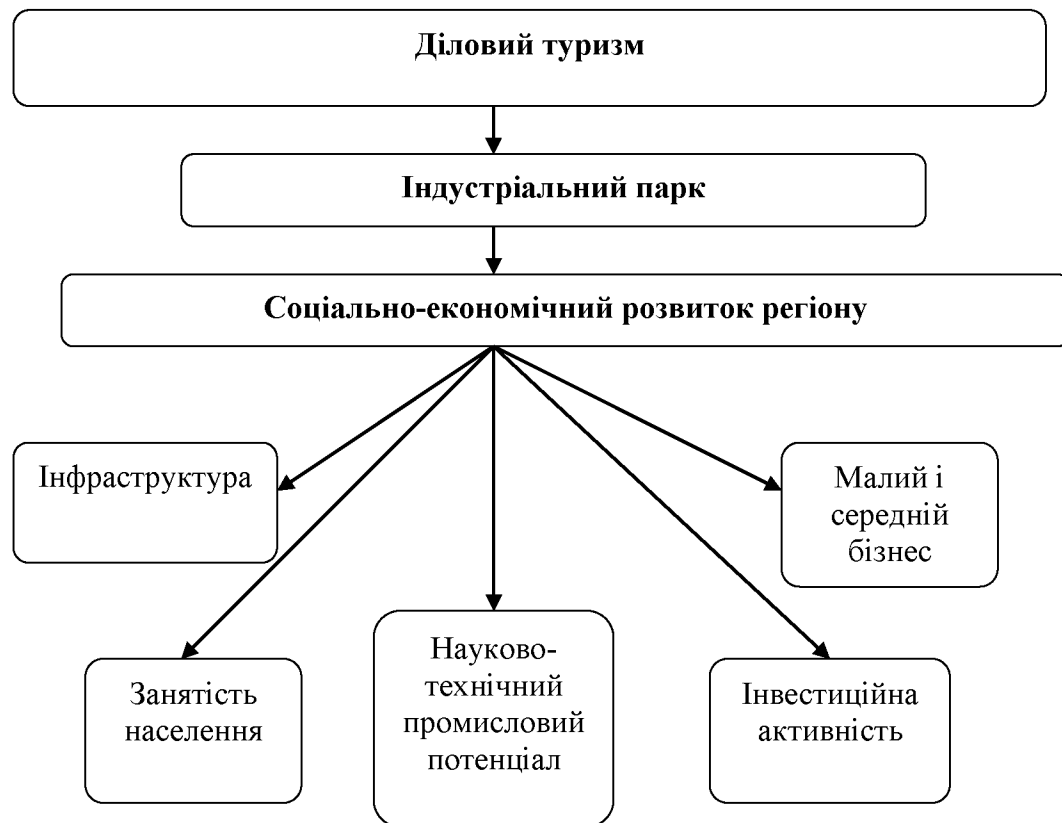


Рис. 3.1. Схема впливу ділового туризму на соціально-економічний розвиток регіону

Джерело: побудовано автором

В результаті, формування індустрії ділового туризму і її вплив на розвиток регіону через створення індустріального парку дозволить:

- 1) збільшити бюджет регіону за рахунок реалізації інвестиційних проектів в науково-технічній, промисловій, освітній сферах;
- 2) розвинути виробничу, соціально-культурну інфраструктуру;
- 3) забезпечити інвестиційну активність українського і міжнародного капіталу;
- 4) створити нові робочі місця;
- 5) розвинути малий і середній, переважно інноваційний бізнес;
- 6) наситити ринок нової вітчизняної конкурентоспроможної продукцією;

7) забезпечити поповнення бюджету за рахунок доходів від ділових туристів та отримання доходів суміжними галузями економіки, наукою, освітою, культурою, охороною здоров'я;

8) надати стимулюючий вплив на імідж міста, регіону, країни в цілому.

Світовий досвід створення індустріальних парків показує, що економічний розвиток на основі індустріального парку та концепція розвитку регіону сприяє перетворенню областей в високорозвинені регіони, забезпечені високими технологіями в різних сферах промислового та сільськогосподарського виробництва, транспорту, зв'язку. Індустріальна паркова концепція розвитку покликана об'єднати науку, освіту, виробництво і соціальну сферу за сприяння відповідних підрозділів державних і муніципальних органів влади (рис. 3.2.) [8].

Виділяють дві моделі державного сприяння створенню та розвитку індустріальних парків – азіатську й американську. Відповідно до азіатської моделі створення та розвитку індустріальних парків держава може надати землю під проект, запропонувати стимули для залучення робочої сили, а також сприяти залученню міжнародного фінансування для розвитку інфраструктури. Удосконаленням та іншими питаннями щодо створення індустріального парку займаються приватні компанії (власники і девелопери). Згідно з американською моделлю створення та розвитку індустріальних парків громадські агентства розвитку відповідальні за більшість індустріальних парків, що розміщують виробництво. Проект створення індустріальних парків фінансується переважно за рахунок реалізації державних і міжнародних програм розвитку.

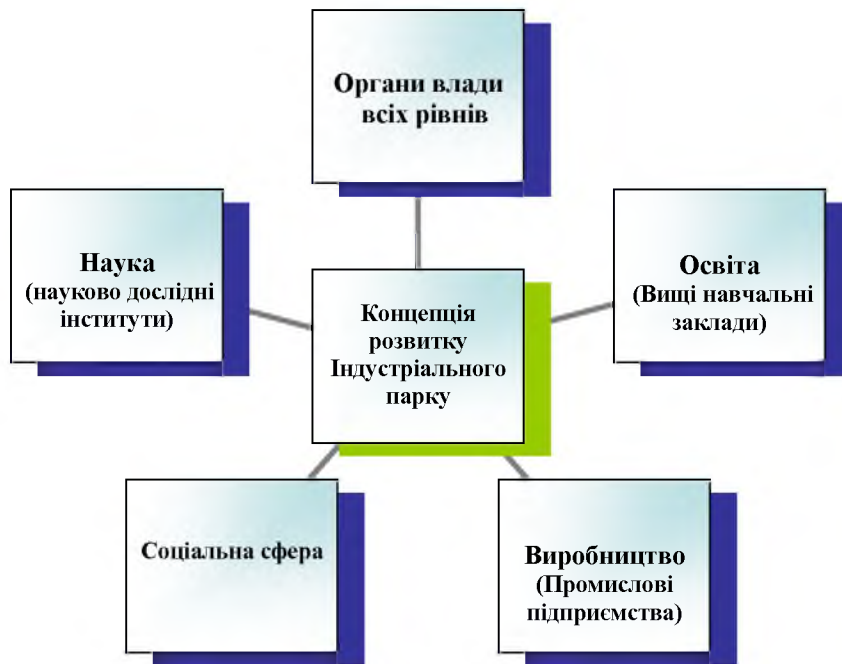


Рис. 3.2. Елементи індустріальної паркової концепції розвитку регіону
Джерело: побудовано автором

Індустріальний парк – найважливіший елемент сучасної ринкової системи; організаційна форма зрощування підприємств, інноваційних компаній, виробничих підприємств, консалтингових центрів, підприємств сфери послуг, вищих навчальних закладів, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиних механізм [8].

Здійснивши аналіз особливостей досвіду еволюції інноваційної сфери виробництва в країнах Європейського Союзу та в Україні, можна зазначити, що формування та розвиток нових форм інноваційної діяльності (технополіси, технопарки, індустріальні (промислові) парки, кластери та ін.) має позитивну тенденцію перспективного їх подальшого розвитку і регіональні особливості. В Україні сьогодні інтерес викликає розвиток технопарків та індустріальних парків. Основна роль технопарків полягає у формуванні технологічної бази країни, технологічному трансфері, забезпеченні конкурентоспроможності товарів і послуг.



Рис.3.3. Схема ключових сфер застосування ділового туризму в Тернопільській області

Джерело: побудовано автором

На думку автора, просування бренду міста, невід'ємним елементом якого є індустріальний парк, що є загально визнаним світовим свідченням розвинутої економіки та інноваційного шляху розвитку регіону, буде привертати увагу великої кількості бізнесменів та інвесторів. Це, в свою чергу, вимагає створення привабливих умов для ділових зустрічей, переговорів з проблем підвищення конкурентоспроможності країни в світі, обміну ідеями по створенню і впровадженню наукових розробок і нових технологій, розвитку різних галузей.

3.2. Розробка ділових турів як передумова забезпечення конкурентних переваг регіону

MICE у світі та Україні все більше користується популярністю серед бізнесменів. У епоху, коли час ціниться більше отриманих прибутків люди бізнесу його цінують найбільше, тому індустрія ділового туризму в

Тернопільській області повинна запропонувати продукт, який би зумів бізнесменів зацікавити та у подальшому змусити повернутися назад у даний регіон. Сьогодні найбільш популярні напрямки бізнесу для організації бізнес-турів у Тернопільській області представлено на рис.3.4.

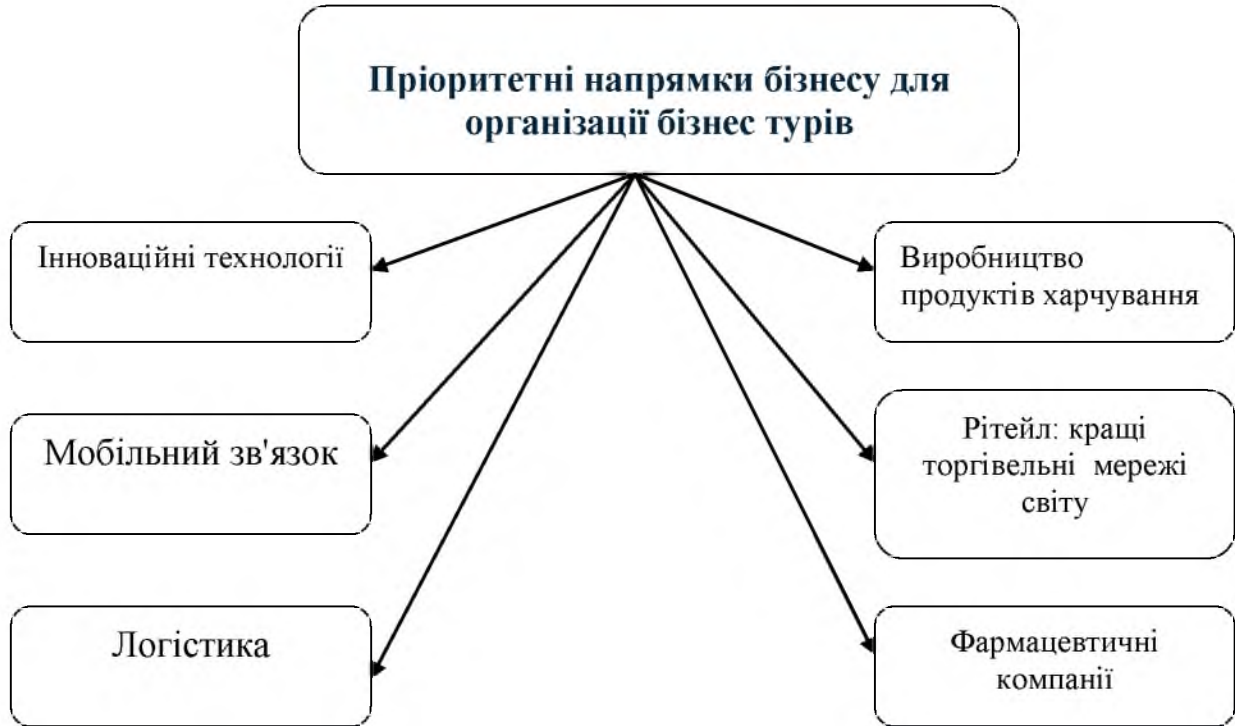


Рис. 3.4. Пріоритетні напрямки бізнесу для організації бізнес-турів у Тернопільській області

Джерело: сформовано автором

Діловий туризм стає найперспективнішим і популярним напрямком сучасного туризму. Все частіше бізнесмени і підприємці шукають ділових партнерів закордоном. Вирушаючи в Business Travel, вони ставлять перед собою завдання дізнатися нові можливості для розвитку свого бізнесу.

Вважається, що більше 73% – це організовані корпораціями подорожі, так-звані корпоративні поїздки. В їх число входять також інсентив-тури, які проводять для мотивації і заохочення співробітників компанії. Приблизно 16% - це турне пов'язані з відвідуванням різних з'їздів, семінарів, конференцій. Відсоток, відноситься до організації торгово-виставкових ярмарків, виставок, презентацій [25].

Фахівці туристичного бізнесу стверджують, що майже чверть всіх подорожей – це ділові поїздки. Витрати бізнесменів при цьому є в три рази більшими від витрат звичайних туристів. Отже, країни та регіони, які відвідують підприємці, отримують від таких турів чималі доходи. Саме тому, ми розробили інноваційний діловий тур “ІСС-Т” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil), в основі якого комплексне глибоке занурення у інноваційно-промислове багатство Тернопільщини, зустрічі із провідними підприємствами та кращими студентами. Опис, актуальність та програма ділового туру представлені нижче. При розробці ділового туру автор взяв до уваги найбільш пріоритетні галузі бізнесу на території Тернопільщини, що ймовірно можуть бути найбільш цікавими та привабливими для потенційних інвесторів.

Діловий тур “ІСС-Т” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil)

Дата проведення: 8-14 травня 2018 року

Організатор: Тернопільська ОДА

Актуальність та опис туру. Діловий тур “ІСС-Т” розроблений з метою стимулювання ділової активності в Тернопільській області. Тернопільщина – серце західної України із високорозвиненим індустріально-аграрним сектором та із значним інтелектуальним ресурсом, так як, саме Тернопіль є студентською столицею України. Слід зауважити, що Тернопільська область – регіон, що розвивається та активно веде пошук потенційних інвесторів, а також виступає європейським містом, у якому навчається велика кількість студентів різноманітних професій.

Під час проведення ділового туру “ІСС-Т” учасники будуть мати змогу зануритись у бізнес-середовище області та відвідати найбільш прогресивні підприємства регіону та зустрітись з майбутніми потенційними працівниками – студентами. Тур покликаний познайомити учасників з інвесторами і стартапами, кращими агентствами і університетами світу

Діловий тур “ІСС-Т” – твоя можливість знайти нове рішення для розвитку бізнесу! Поговоримо про проривні технології і стартапи. Співробітники і власники місцевих компаній розкажуть свої історії і поділяться з вами можливостями ведення бізнесу в регіоні.

Даний туристичний продукт розрахований на 5 днів. Кожний із цих днів обіцяє бути насиченим та раціонально проведеним.

Діловий тур “ІСС-Т” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil) запрошує людей, котрі мають бажання та можливості інвестування своїх активів в область, що розвивається, пошуку кваліфікованих спеціалістів для підвищення конкурентоспроможності своїх підприємств.

Кому буде цікавий діловий тур? Основні переваги туру:

1. *Стартапам.* Можливість познайомитися з інфраструктурою Тернопільської області, знайти менторів та партнерів для виведення продукту на український ринок.

2. *Власникам бізнесу.* Знайти нові бізнес-моделі і технології, які допомагають розвивати бізнес, партнерів, надихнутися досвідом успішних компаній.

3. *Топ-менеджерам.* Перейняти досвід управління командою і продуктом від успішних компаній і стартапів.

4. *Інвесторам.* Ви вивчите нові бізнес-проекти і технології, які зможете інтегрувати у себе в регіоні, а також знайдете партнерів для розвитку.

Основні спікери:

1. *Чайківський Іван.* Засновник ПАП “Агропродсервіс”
2. *Ковальчук Віталій.* Голова правління ПрАТ “Тернопільський молокозавод - Молокія”
3. *Савчишин Руслан.* Засновник та генератор ідей у ІТ-компанії MagneticOne Group
4. *Дмитришин Сергій.* Засновник ІТ-компанії CrowdIn
5. *Кутузов Сергій.* Директор ІТ-компанії ELEKS Ternopil

ПРОГРАМА

Ділового туру “ICC-T” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil)

День 1. Знайомство.

Метою першого дня є знайомство організаторів, партнерів і учасників “ICC-T” для визначення бізнес-завдань та ключових цілей кожного учасника. Під час першого дня учасники ділового туру будуть мати змогу обмінятися та налагодити контакти (табл.3.4.).

Таблиця 3.4.

Структура ділових заходів у день 1

Час	Локація	Опис	Адреса	Спікери
14:00	Avalon Palace	Заселення у готель	проспект Степана Бандери, 2	
16:00	ТРЦ "Подільняни"	Круглий стіл “ <i>Можливості та специфіка ведення бізнесу у Тернопільській області</i> ”. Знайомство з усіма учасниками, короткий екскурс в особливості ведення бізнесу з тернопільськими партнерами. Визначення бізнес-завдань кожного з учасників	вул. Текстильна 28ч	Представники ТОДА, бізнесмени
20:00	Старий млин	Вечеря	вул. Бродівська 1-А	

Джерело: розроблено автором

День 2. Зустріч із представниками сфери Інформаційних технологій (ІТ-компанії)

Метою другого дня є зустрічі із представниками ІТ-компаній, дискусія про специфіку ІТ-бізнесу м. Тернополя та екскурсія перлиною Тернополя. Серед можливостей третього дня є укладання попередніх угод про співпрацю тощо (табл.3.5.).

Таблиця 3.5.

Структура ділових заходів у день 2

Час	Локація	Опис	Адреса	Спікери
9:00	Avalon Palace	Сніданок	проспект Степана Бандери, 2	
10:00	<u>Yaware</u>	Відвідування провідних ІТ-компаній Тернопільщини		Представники та керівники відділів компанії
12:00	<u>MagneticOne</u>		вул. Бродівська 5Б	
14:00	Jan Amor	Обід	вул. Бродівська,5	
16:00	<u>Crowdin</u> , <u>ELEKS</u>	Відвідування провідних ІТ-компаній Тернопільщини	вул.Шашкевича,3 вул. Оболоня, 49	Представники та керівники відділів компанії
18:00	Тернопільський став	Прогулянка-екскурсія набережною Тернопільського ставу		
19:30	РК Maxim	Вечеря	вул. Білецька, 1	

Джерело: розроблено автором

День 3. Зустріч із представниками промисловості.

Метою третього дня є зустрічі та відвідування провідних промислових об'єктів Тернопільщини. Серед можливостей третього дня є укладання попередніх угод та домовленостей про співпрацю тощо (табл.3.6.).

Таблиця 3.6.

Структура ділових заходів у день 3

Час	Локація	Опис	Адреса	Спікери
10:00	Avalon Palace	Сніданок	проспект Степана Бандери, 2	
11:00	«Молокія»	Ознайомлення з потужностями підприємства	вул.Лозовецька, 28	Представники та керівники відділів компанії
13:00	Garden hall	Обід	вул.Митрополит Шептицького, 30	
15:00	«Тернопільський м'ясокомбінат»	Ознайомлення з потужностями підприємства	с.Острів, Тернопільський р-н	Представники та керівники відділів компанії
19:00	Ковчег	Вечеря	вул. Живова, 5	

Джерело: розроблено автором

День 4. Особисті бізнес-зустрічі, зустрічі із студентами

Метою четвертого дня є особисті бізнес-зустрічі. Разом із цим, заплановано зустріч із студентами-активістами, у ході яких створюється двостороння вигода, з одного боку для представників бізнесу є можливість поповнити резерв потенційних працівників із випускників вищих навчальних закладів, з іншого для студентів – проявити себе та скористатись можливістю

успішного працевлаштування у перспективних компаніях і домовитись про особисті ділові зустрічі із переговорами. Можливостями цього дня є укладання угод, підписування контрактів (табл. 3.7.).

Таблиця 3.7.

Структура ділових заходів у день 4

Час	Локація	Опис	Адреса	Спікери
10:00	Avalon Palace	Сніданок	проспект Степана Бандери, 2	
11:00	Тернопільський національний економічний університет	Круглий стіл “Соціально-економічний розвиток Тернопільського регіону: перспективи та виклики” зустріч представників бізнесу та студентів	вул. Львівська 11	
13:00	День і ніч	Обід	вул. Карпенка, 24В	
15:00	Тернопільський національний технічний університет ім. І.Пулюя	зустріч із представниками бізнесу та влади Тернопільщини, круглий стіл “Перспективи розвитку промисловості Тернопільської області: нові можливості та виклики”	вул. Руська 56	
19:00	Avalon Palace	Вечеря	проспект Степана Бандери, 2	

Джерело: розроблено автором

День 5. Підбиття підсумків, підписання договорів та додаткові екскурсії.

Метою п'ятого дня є аналіз потенціалу та можливостей співпраці учасників, а також відвідування історичних пам'яток Тернопільщини, створення та домовленості учасників про майбутню співпрацю (табл.3.8).

Таблиця 3.8.

Структура ділових заходів у день 5

Час	Локація	Опис	Адреса	Спікери
10:00	Avalon Palace	Сніданок	проспект Степана Бандери, 2	
11:00	Збаразький замок	Екскурсія	м. Збараж	
13:00	Збаразький замок	Обід	м. Збараж	
14:00	Збаразький замок	Круглий стіл та укладання угод (підбиття підсумків)	м. Збараж	
18:00	Garden hall	Вечеря	вул. Митрополита Шептицького, 30	
20.00	Трансфер учасників додому			

Джерело: розроблено автором

Вартість ділового туру за аналізом ринку надання послуг ділового туризму в Україні є порівняно низькою, через не велику ціну за надання послуг порівняно із великими і популярними містами України, таких як: Київ, Львів, Дніпро, Харків. Було проаналізовано ринок та якість сервісу готелів, конференц-залів, закладів гастрономії та послуг перевезень обрані найбільш

привабливі, так як, для ділових людей пріоритетними є якість надання послуг під час бізнес поїздки (табл.3.9.).

Таким, чином вартість туру включає:

1. Апартаменти (зі сніданком)
2. Обіди
3. Вечері
4. Оренда транспорту
5. Оренда конференц-залів
6. Страхівка

Таблиця 3.9.

**Кошторис ділового туру “ІСС-Т”
(Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil)**

№ з/п	Послуга	Ціна за одну особу
1.	Готель	3600 грн
2.	Обіди	1200 грн
3.	Вечері	1300 грн
4.	Трансфери	400 грн
5.	Оренда конференц-залів	500 грн
6.	Фуршет	200 грн
Всього		7200 грн

Джерело: побудовано автором

Слід зауважити, що собівартість бізнес-туру за 5 днів перебування бізнесмена в Тернополі становить близько 250\$ США. Ця сума свідчить про доступність даного туру та доцільність його майбутньої реалізації. Таким чином, “ІСС-Т” дасть змогу залученню додаткових коштів у всі галузі економіки регіону.

Отже, хочеться зазначити, що проведення ділового туру “ІСС-Т” в Тернопільській області забезпечить популяризацію її економічного потенціалу

та інвестиційних переваг, як в цілому, так і, зокрема, окремо взятих районів та міст.

Відтак, проведення такого ділового туру в Тернопільській області має багато переваг для різних верств населення. У рамках проведення програмних заходів “ІСС-Т” представникам місцевого бізнесу безпосередньо в області будуть створенні так-звані „точки контактів” (майданчики) для налагодження зв’язків у сферах інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності, впровадження спільних галузевих проектів.

Для пересічних жителів “ІСС-Т” дасть змогу у подальшому бачити розвиток інфраструктури та створення додаткових робочих місць. Студентству, перш за все, дасть змогу отримати потенційну роботу та стимулювання у навчанні.

3.3. Побудова комплексу інноваційних заходів по вдосконаленню методів регулювання ділового туризму в регіоні

Найбільш успішні інноватори в туристичній сфері своїм досвідом доводять, що застосування інновацій у туризмі є необхідним не у конкурентній боротьбі, а в умовах нестабільності, це має сприйматися як сприятливі умови виживання. Ураховуючи світовий досвід застосування інноваційних технологій у туризмі, їх доцільно було б використовувати для розвитку ділового туризму, що пожвавить розвиток галузі, призведе до підвищення якості надання туристичних послуг та притягне нових учасників на ринок тернопільського туризму. Однією із багатьох інновацій в діловому туризмі є створення туристичного кластеру та індустріального парку.

Кластер ділового туризму передбачає створення в структурі Тернопільської обласної ради стратегічної одиниці, яка би координувала реалізацію стратегій розвитку ділового туризму, вдосконалення збору інформаційно-статистичної бази даних щодо в’їзних туристів, проведення промоційної компанії області на ключових ринках і покращення туристичної

інфраструктури та заходів підтримки її у належному стані. Кластер бізнес-послуг має у собі консалтингові послуги управління базами даних та інформацією, послуги програмного забезпечення тощо.

В теперішніх умовах світовий сектор бізнес-послуг є багатомільярдною індустрією. Проте для України, і для Тернопільської області зокрема, сектор ділового туризму є новою сферою діяльності. Для успішної побудови кластера ділового туризму регіон може використовувати вже існуючу конкурентну перевагу у вигляді потужних осередків ІТ-компаній, які розробляють програмне забезпечення для отримання позитивного результату.

У стратегії кластеру ділового туризму наведені основні стратегічні напрямки розвитку ділового туризму у Тернопільському регіоні. За результати досліджень були визначені види діяльності, пріоритетні для вдосконалення:

1. дослідження та аналіз ринку
2. маркетинг
3. створення сприятливого клімату для інвесторів
4. підвищення кадрового потенціалу
5. відповідність стандартам якості обслуговування. (табл.3.10.)

Згідні із табл.3.10. основи стратегії кластера ділового туризму слід звернути увагу на тому, що кластер ділового туризму на території Тернопільщини дасть змогу поступово розвивати регіон. Проте, потрібне залучення великої кількості фахівців багатьох професій (ІТ, сфера надання послуг, маркетологи, SMM та CEO).

Таблиця 3.10.

Основи стратегії кластера ділового туризму в регіоні

Стратегічні пріоритети	Зміст пріоритету
1	2
Аналіз ринку	<ul style="list-style-type: none"> – Дослідження ринку потенційних споживачів послуг ділового туризму – Розробка та складання анкет – Опрацювання та аналіз статистичних даних – Бенчмаркінг сфери ділового туризму Тернопільської області
Реклама, просування	<ul style="list-style-type: none"> – Створення рекламного ролику про якість продукції кластеру – Просування ролику через ІТ-телебачення – Публікації у провідних вітчизняних журналах
Маркетинг (пошук ринків збуту і збільшення обсягу продажів)	<ul style="list-style-type: none"> – Організація роботи з розширення географії потенційних замовників – Пошук партнерів із зарубіжжя – Розміщення реклам на різноманітних інтернет ресурсах – Просування продаж тур продуктів через туристичні агентства міста
Залучення інвестування	Залучення в члени кластера представників банківської сфери та інвесторів

Продовження таблиці 3.10.

1	2
Розвиток людських ресурсів	Навчання та перепідготовка кадрів: <ol style="list-style-type: none"> 1. Менеджер із продажу 2. Менеджер із розселення (адміністратор) 3. Бармен-офіціант 4. Покоївки
Зниження регуляторних та адміністративних бар'єрів	Проведення круглих столів із представниками влади для створення законодавчого портфелю
Якість продукції (сертифікація)	Залучення членів кластера до системи добровільного інспектування та сертифікації

Джерело: побудовано автором

Як зазначалось у розділі 3.1. органи влади Тернопільщини мають намір створення індустріально парку в Тернополі. Таким чином, прийняття цього рішення тягне за собою використання науково-промислового потенціалу регіону та передбачає розвиток ділового туризму, що приведе до комплексного розвитку усієї Тернопільської області. Для чіткої роботи індустріального парку в Тернополі потрібне залучення фахівців, котрі би приймали рішення по розвитку ділового туризму в місті та регіоні (рис.3.5).

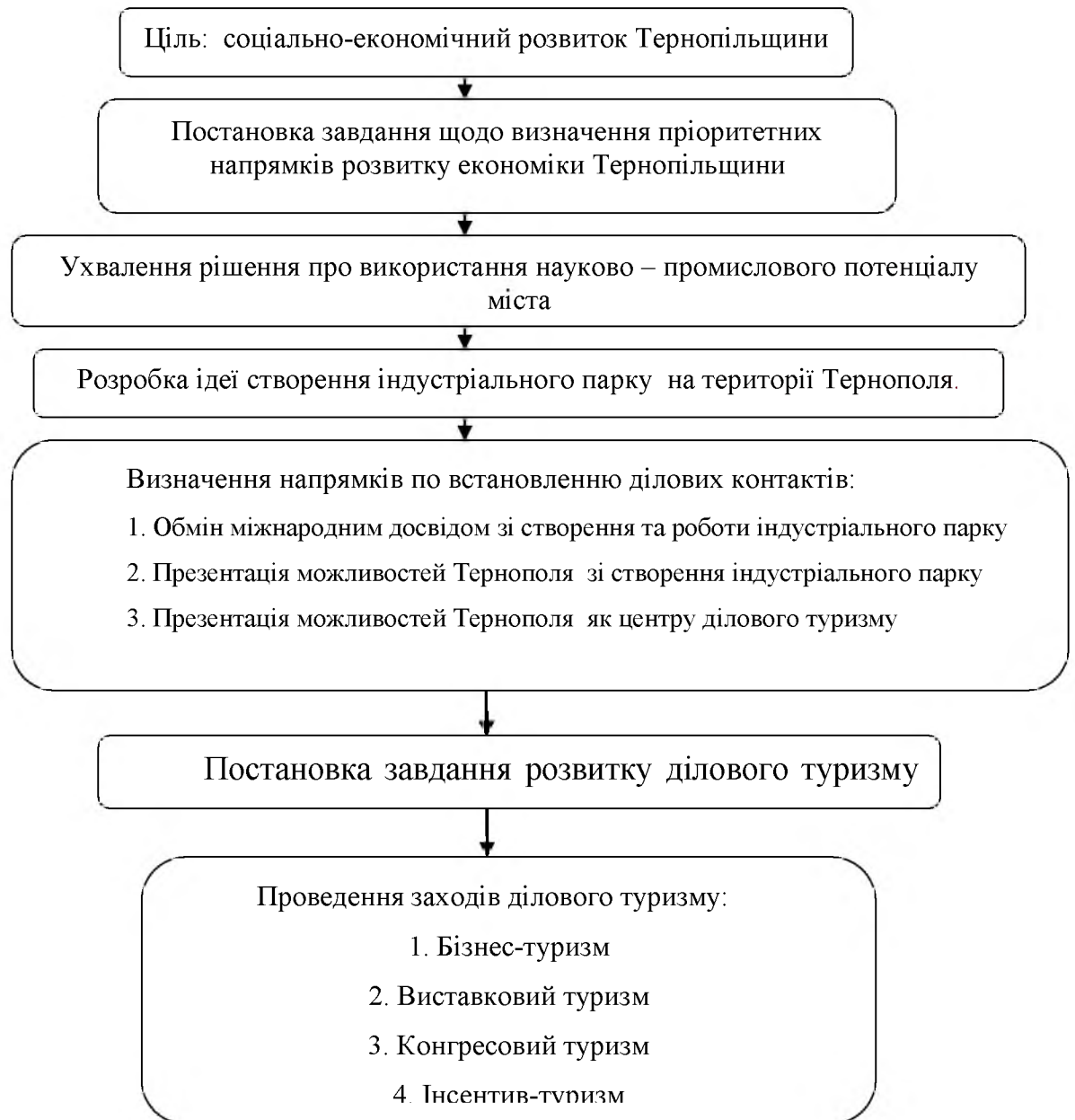


Рис. 3.5. Схема прийняття рішення по розвиток ділового туризму

Джерело: побудовано автором

У рамках Національного проекту «Нова інфраструктура», зокрема «Індустріальні парки» – створення промислово-виробничої інфраструктури (Постанова Кабінету Міністрів України від 08.12.2010 р., № 1256) передбачено створення промислово-виробничої інфраструктури (індустріальні парки у Житомирській, Закарпатській, Рівненській, Вінницькій, Львівській, Запорізькій, Тернопільській областях та ін.). Підготовлено 30 інвестиційних пропозицій, загальний потенціал яких становить 8 млрд. дол. США, та планується створити 300 тис. робочих місць. Реалізація таких пропозицій передбачає розміщення

індустріальних парків площею 10 тис. га. Один діючий індустріальний парк забезпечить участь 10–15 компаній, надходження близько 200 млн. дол. США та створення від 2,5 до 20 тис. робочих місць. Реалізація Національного проекту сприятиме визначенню інструментів підтримки найперспективніших галузей у регіонах, відпрацюванню робочої схеми планування та прийняття рішень, створенню та управлінню індустріальними парками на території України. Такий механізм у подальшому буде застосовуватися для розвитку інших індустріальних парків.

У цьому випадку сам інвестиційний проект стає джерелом ділового туризму і таким чином для більш цілеспрямованих дій в рамках проекту необхідно виділити органи влади, інвесторів, постачальників, споживачів, університети, науково-дослідницькі центри та бізнес-школи. Саме вони зможуть раціонально використати усі ресурси для створення програми розвитку ділового туризму. Грамотно побудована Програма розвитку ділового туризму як окремий інвестиційний проект, в тому числі зі створення індустріального парку, виступає фактором ефективної реалізації всього проекту. Без створення розвиненої індустрії ділового туризму неможливим є повноцінне здійснення ділових контактів із інвесторами, партнерами, постачальниками і споживачами товарів або послуг, органами влади всіх рівнів, освітніми і науковими організаціями, обмін з ними інформацією (рис 3.6).

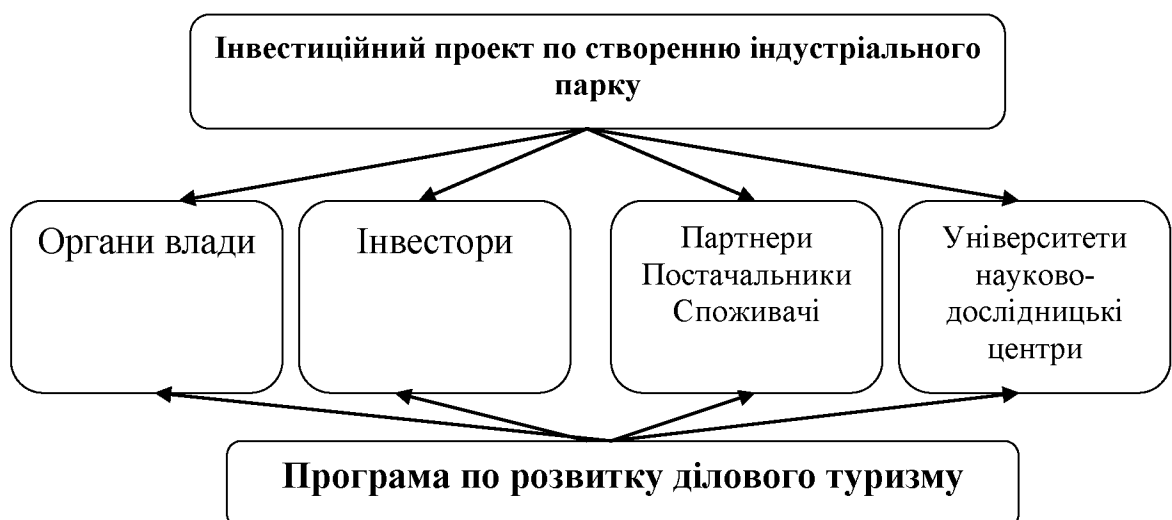


Рис. 3.6. Схема взаємодії суб'єктів ринку за допомогою ділового туризму
Джерело: згруповано автором на основі [8].

Тернопільська область, володіючи в порівнянні з багатьма регіонами України розвиненою інфраструктурою ділового туризму, сприятливим діловим та інвестиційним кліматом, популярністю в наукових і промислових колах, може стати сполучною ланкою між регіонами, що володіють високим виробничим потенціалом, регіональними органами влади, інвесторами, українськими і закордонними підприємцями. Таким чином, розвиваючи діловий туризм, регіон надає імпульс розвитку регіонів і України в цілому.

Розробка проекту по створенню індустріального парку передбачає певний позитивний вплив на розвиток ділового туризму регіону зокрема, сприяє:

1. розвитку ділових контактів в різних сферах діяльності;
2. будівництва інфраструктури ділового туризму (готелі, конгрес-центри, конференц-зали, транспортна інфраструктура);
3. залучення державних і приватних інвестицій;
4. підвищення якості та рівня послуг ділового туризму за допомогою новітніх технологій;
5. створення додаткових робочих місць;
6. просування регіону як центру ділового туризму.

У свою чергу, діловий туризм відіграє важливу роль в створенні і функціонуванні індустріального парку, надає певний вплив на соціально-економічний розвиток регіону.

Узагальнюючи вищесказане, автор наводить схему взаємодії індустріального парку і ділового туризму (рис. 3.7).



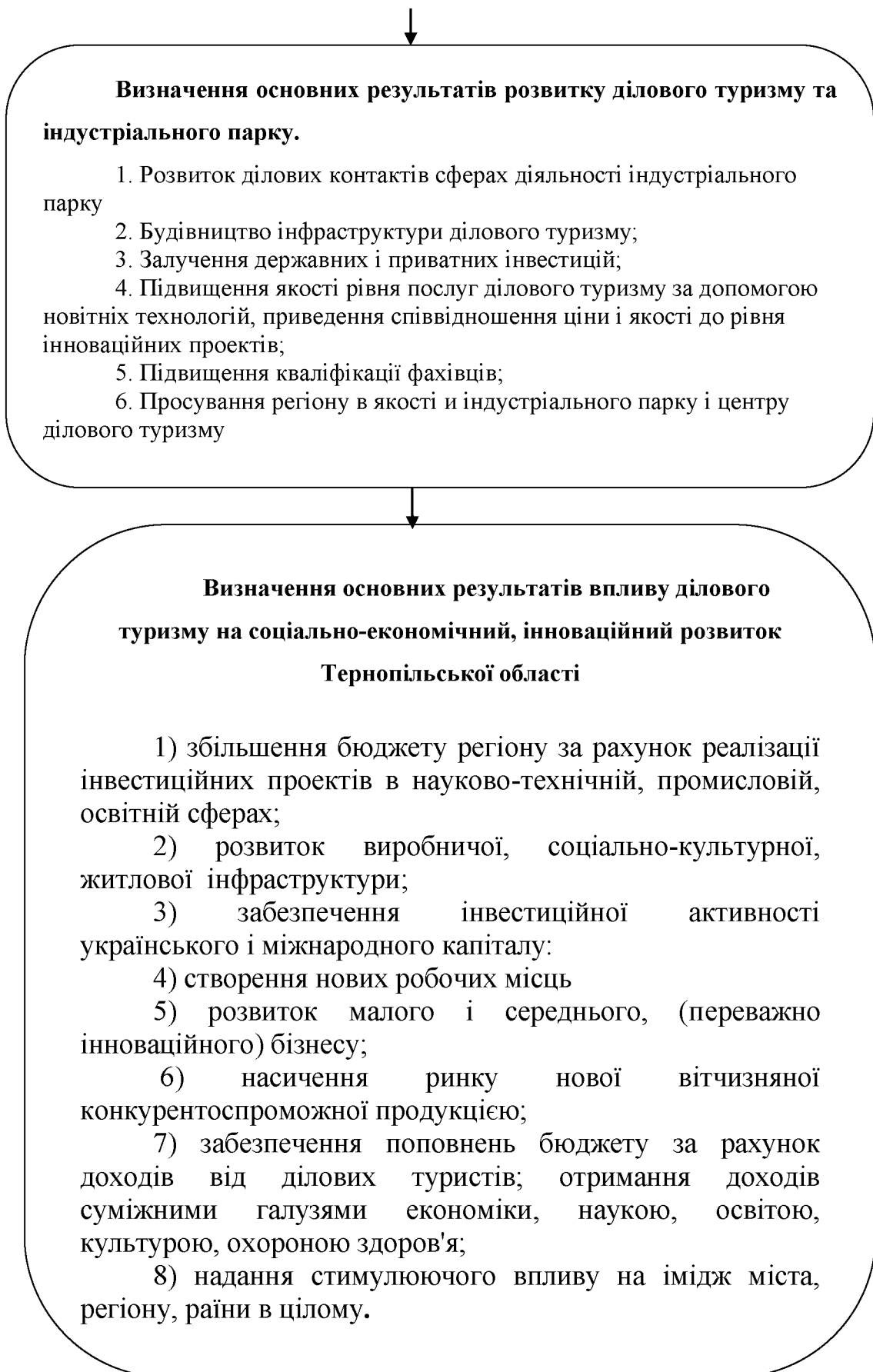


Рис.3.7 Схема взаємодії ділового туризму та індустріальному парку

Джерело: побудовано автором

Тернопіль, володіючи, в порівнянні з більшістю регіонів України розвиненою інфраструктурою ділового туризму, сприятливим діловим та інвестиційним кліматом, популярністю в наукових і промислових колах, може стати сполучною ланкою між регіонами, що володіють високим виробничим потенціалом, інвесторами, українськими і зарубіжними підприємцями. Таким чином, розвиваючи діловий туризм, місто надає імпульс розвитку регіонів і України в цілому.

Інноваційні заходи які представлені у даному розділі нададуть значний поштовх розвитку ділового туризму на території Тернопільської області та на думку автора повинні стимулюватися органами влади регіону, що у свою чергу принесе дивіденди у найближчий час.

Отже, слід зауважити, що для подальшого розвитку ділового туризму в Тернопільській області потрібно приділяти значну увагу розробці та впровадженню інноваційних заходів, котрі застосовувались провідними центрами ділового туризму світу. Це буде свідчити про конкурентоспроможність регіону на території України та бажанням виходу Тернопільської області на Європейський ринок надання послуг ділового туризму, що вже у свою чергу призведе до стрімкого розвитку інфраструктури, залучення інвестицій із зарубіжжя.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

В цьому розділі автором було запропоновано перспективні напрямки розвитку ділового туризму та інноваційні методи для більш ефективного розвитку ділового туризму в Тернопільській області, також було розроблено діловий тур “ICC-T” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil”).

Відповідно до цього можна зробити такі висновки:

1. Серед ключових напрямків розвитку ділового туризму є створення активного обміну інформацією, використання і впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу всіх рівнів ділової освіти. Згідно дослідження слід зазначити, що в теперішній час глобалізації слід приділяти увагу позитивному іміджу регіону, що в свою чергу надасть змогу розвивати діловий туризм у Тернопільській області.

2. При складанні ділового туру потрібно продумувати усі ризики та можливі зміни у програмі. Так як бізнесмени найбільше сьогодні цінять свій особистий час. Під час формування туру автор обрав найбільш зручні та якісні умови для перебування бізнесменів. Якщо взяти до уваги ціну за 5 днів перебування 250\$ США, то слід зазначити, що ціна є доступною із порівнянням до інших регіонів України та близького зарубіжжя.

3. Створення індустріального парку у Тернополі мабуть одне із пріоритетних завдань органів влади, так як це дасть можливість розвиватися економіці регіону та держави. Проте для впровадження цієї ідеї потрібно докласти максимум зусиль органам влади, потенційним інвесторам, бізнесменам регіону та навчальним закладам, які у свою чергу повинні підготувати кваліфікованих спеціалістів.

ВИСНОВКИ

Діловий туризм відіграє одну з найважливіших ролей в розвитку регіональної економіки будь-якої області, активно сприяючи інтеграції держави в світовий ринок. На високі темпи його розвитку впливає, в першу чергу, глобалізація світової економіки. При отриманні Україною безвізового режиму розвивати діловий туризм стає набагато простіше. Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном, тобто є можливість залучення іноземних інвесторів на територію як України, так і Тернопільської області. Однак, відправляючись в таку подорож, вони бажають не просто побувати на виставці, семінарі, конференції – вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Саме тому набула актуальності тема магістерської роботи: “Перспективи розвитку ділового туризму в Тернопільській області”.

Отже, в результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Досліджуючи суть поняття діловий туризм ми опиралися на праці таких вітчизняних науковців: С. І. Нікітенко, М. П. Мальська, В. К. Федорченко, В. А. Квартальнов, А. Ю. Александрова, С. П. Кузик та ін. Діловий туризм був предметом дослідження таких зарубіжних науковців як: Девідсон Р, Сворбрук Дж, Хорнер С, Б. Коупа. У цій роботі нами було розглянуто сутність розвитку ділового туризму, фактори, що визначають конкурентоспроможність бізнес туризму, а також найбільш ефективні методики: оцінки стану і перспектив розвитку туризму, які розроблені ВТО, методи підвищення інвестиційної привабливості, методи регулювання та інноваційні методи ділового туризму.

2. Велика кількість авторів розкривають сутність поняття “діловий туризм” по-своєму. Сміт Дж., Татаринів А. А., Пошнагов С. Л., Трьохлібов П. С. трактують поняття «діловий туризм» як туристична подорож з діловими цілями без отримання доходів за місцем відрядження. Смирнова О. А. пропонує

більш розгорнуте визначення ділового туризму, розглядаючи його як сукупність відносин і явищ, які виникають при переміщенні і місцезнаходження в робочий час людей. Проте, автор пропонує своє бачення ділового туризму, а саме діловий туризм можна розглядати як сукупність індивідуальних ділових поїздок та бізнес-турів, що здійснюються з метою професійного зростання (довго-, короткотривалі навчання в бізнес-школах/семінари), обміну досвідом (конференції/ділові зустрічі), налагодження ділових контактів (професійні вистави/ярмарки) або ж досягнення інших встановлених перед працівником професійних цілей задля визнання та просування підприємства на національному/міжнародному рівні.

3. Діловий туризм об'єднує корпоративну тревел-індустрію (англ. Corporate Travel Industry) та індустрію зустрічей (MICE). Класичні ділові подорожі - це "власне робота на виїзді" (відрядження з конкретними службовими цілями - реалізацією бізнес-функцій компаніями) або поїздки для підписання нових контрактів у сфері бізнесу. MICE-події - це, як правило, "обслуговування" бізнес-діяльності підприємств (обмін досвідом, презентація товарів і послуг, підготовка майбутніх договорів), тобто робота на перспективу, або здійснення допоміжних функцій (заохочення співробітників).

4. Проведений аналіз стану інфраструктури Тернопільщини засвідчив про наявність досить хороших умов для ділового туризму, про це свідчать показники індексів розвитку інфраструктури Тернопільської області. Проте є проблемні питання, які варто долати, щоб сприяти більш стійкому розвитку ділового туризму в регіоні. Зокрема, мала кількість спеціалізованих апартаментів, низький рівень сервісу, не працюючий аеропорт та занедбаний стан автомобільних доріг.

5. Ключовими напрямками для розвитку ділового туризму в Тернопільській області є покращення інфраструктури регіону, а саме: покращення транспортної інфраструктури (відновлення аеропорту, реставрація та будівництво нових автотранспортних вузлів) та покращення стану готельної інфраструктури.

6. За результатами проведеного анкетування було виявлено, що бачення сучасного стану та перспектив розвитку ділового туризму в Тернопільській області є досить різними, але анкетування дало чітку відповідь, що діловий туризм потрібно розвивати, так як, це додатковий дохід та нові робочі місця.

7. Розроблено діловий тур Тернопільською областю “ІСС-Т” (Innovate.Collaborate.Communicate@Ternopil), який покликаний забезпечити популяризацію економічного потенціалу та інвестиційних переваг Тернопільської області, що у свою чергу створить можливості для розвитку інфраструктури та стимулювання ділової активності в регіоні.

8. При сталому розвитку ділового туризму в Тернопільській області потрібне чітке розуміння створення потужних інноваційних осередків, котрі би розробляли та впроваджували новизну в індустрію ділового туризму. Такими осередками можуть стати кластер ділового туризму та створення індустріального парку

9. Запропоновано схему взаємодії ділового туризму та індустріальному парку. Впровадження проекту по створенню та функціонуванню індустріального парку передбачає значний позитивний вплив на розвиток ділового туризму регіону зокрема, сприяє: розвитку ділових контактів в різних сферах діяльності; будівництва інфраструктури ділового туризму (готелі, конгрес-центри, конференц-зали, транспортна інфраструктура); залучення державних і приватних інвестицій; підвищення якості та рівня послуг ділового туризму за допомогою новітніх технологій; створення додаткових робочих місць; просування регіону як центру ділового туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" від 05.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. - 1995. - №31. (зі змінами, внесеними законом №2608-VI (2608-1) від 19.10.2010 р.). - С. 241 - 254.
2. Білецька І. Специфіка ділового туризму: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrarticles.pp.ua/turizm/9080-specifika-delovogo-turizma.html>.
3. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. — М.: ЮНИТИ, 2006.-374 с
4. Гольдин А. А. Методические основы оценки конкурентоспособности турфирмы. — М., 2002. — 258 с
5. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – С. 55 – С.332
6. Зорин И. В. Квартальнов. В. А. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов: справочник. – М.: Финансы и статистика, 2004. с. 386
7. Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм: Учебное пособие. — М.: Изд. центр «Академия», 2004. — 192 с.
8. Індустріальні парки в Україні: проблеми становлення та перспективи розвитку : моногр. / І. Ю. Єгоров, О. М. Бойко, В. Ю. Грига ; [за наук. ред. І. Ю. Єгорова]; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»; М-во екон. розвитку і торгівлі України, Наук.-дослід. екон. ін-т. – К., 2015. – 140 с.
9. Інтернет видання «Тернопіль наживо» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ternopillive.com.ua/pershiiy-industrialniy-park-mozhe-z-yavitisya-u-ternopoli-infografika/>
10. Інтернет резервування готелів Booking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.booking.com

11. Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації. Аналітичне дослідження // ГО «Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень», Фонд імені Фрідріха Еберта. - Київ, 2017. - 108 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/13246.pdf>
12. Красовская Н. А. Генезис конгрессного туризма и факторы, определяющие его развитие / Н. А. Красовская // Экономический журнал. – 2016. – № 2 (42). – С. 79–85.
13. Круцько В. Діловий туризм - ефективний інструмент розвитку історичної інфраструктури // Міжнародна науково-практична конференція “Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку” 28-29 квітня 2017р.- с.170-171.
14. Лобанов А.С. Деловой туризм как стимул развития // Экономист. – 2013. – № 2 (36). – С. 6 – 8. - С.123
15. Любіцева, О. О. Методика розробки турів : навчальний посібник. – 2-е вид., перероблене та доповнене / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
16. Максимюк М. Н. Оценка состояния и перспективы развития делового туризма в Украине / М. Н. Максимюк // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 234. – С. 67–70.
17. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – К., 2008. – 661 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/603-mjnarodniyturizm -sfera-poslug-malska-mp.html>
18. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник.-К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272с.
19. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О. Масляк.- К.: Знання, 2008. - 343 с.
20. Міжнародна науково-практична конференція (м. Хмельницький, 22–23 вересня 2017 року) ; за заг. ред. д. е. н., проф. Синчака В. П. – Хмельницький : Хмельницький університет управління та права, 2017. – 294 с.

21. Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку // Наукові праці Черкаського державного технологічного університету. - 2008. - Том 52. - Випуск 39.-С.145
22. Олехнович Г. И. «Конкурентные стратегии на мировых рынках: [курс лекций] / Г. И. Олехнович – М.: Издательство деловой и учебной литературы, 2012. – 256 с.
23. Оливко О. А. Організація управління якістю комплексного туристичного обслуговування / О. А. Оливко // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. - Львів: ЛПЕТ, 2014.-№9.-С. 134-137.
24. Оливко О. А. Оцінка якості комплексного туристичного продукту / О. А. Оливко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - Київ: КНТЕУ, 2015.-№ 2 (100).- С. 58-63.
25. Офіційний сайт Асоціації ділового туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mice.com.ua>
26. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
28. Офіційний сайт Світової асоціації ділового туризму (Global Business Travel Association) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gbta.org/Pages/default.aspx>
29. Офіційний сайт Світової ради з подорожей та туризму (World Travel and Tourism Council) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>
30. Офіційний сайт Тернопільської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.te.ua
31. Офіційний сайт Тернопільської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua>

32. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес- готелів в Україні / І. Пандяк // Вісник Львівського університету. Серія «Економіка». – 2008. – Вип. 24. – С. 224 – 229.

33. Петрова Т. В. Особенности регулирования делового туризма в регионе. Концепция развития делового туризма на основе использования потенциала дестинации: Издательство “Директ-Медиа” монография, 2015.- 165с.

34. Поліщук В. Л. Зарубіжний досвід організації івентивного туризму та його значення для формування регіональної політики / З. В. Герасимчук, В. Л. Поліщук // Зб. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Регіональна економіка». – Випуск 8(31). Ч.1. – Луцьк: ЛНТУ.- 2011. – С.102-106.

35. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / За заг. ред. проф. В.К.Федорченка; Київ. Університет туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер.- 2002.-С.321

36. Петрова Т. В. Экономика туризма и оценка ее динамики // Экономист. — 2004.— № 12 , с. 10.

37. Продан І., Баран О. Разработка системы клиентоориентированного сервиса в заведении ресторанного хозяйства / И. О. Продан, О. П. Баран // Вестник Карагандинского государственного индустриального университета: экономика, философия, педагогика, юриспруденция. 2016. – № 3 (42). – С. 37-40.

38. Продан І. Ефективність системи управління персоналом / І. О. Продан // «Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації» : зб. тез доп. за матеріалами Тринадцятої міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчен. (м. Тернопіль, 24–25 лют. 2016 р.). – Тернопіль, 2016. – С. 87-89.

39. Продан І. О., Круцько В. І. Сучасні детермінанти розвитку ділового туризму в Україні // Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації: збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 22–23 вересня 2017 року); за заг. ред. д.е.н.,

проф. Синчака В. П. – Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2017. – 294 с.- с.195-197.

40. Продан І. Управління професійним розвитком працівників туроператорського підприємства // Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 23-24 квітня 2015 р. –Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015.- 448 с.206-208.

41. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.

42. Смаль І. Міжнародний туризм: динаміка і тенденції розвитку / І. Смаль // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2010. – № 36. – С. 4-6.

43. Смирнова, О. А. Территориальная структура делового туризма в мире: дис.канд.геогр.наук: 25.00.24 \ \ Смирнова Ольга Александровна. – М., 2006.

44. Смит Дж., Татаринев А.А., Пошнагов С.Л., Трехлеб П.С. Туризм как фактор регионального экономического развития в России. Проблемы измерения роли туризма в региональной экономике. - М.: СЕРРА.- 2002. - с. 72.

45. Статистичні дані Міжнародної асоціації конгресів і з'їздів (International Congress and Convention Association, ICCA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iccaworld.com

46. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг [Текст] / Л.В. Ткаченко. – К: Експрес, 2011. – 345 с.

47. Ткаченко Т. І. Виставковий бізнес: монографія / Т. І. Ткаченко, Т. П. Дупляк. – Київ: Київ. нац. торг.-екон.ун-т,2016. – 244 с.ISNB 978-966-629-759-7

48. Туроперейтинг: навч. посіб. / за заг. ред. д. е. н., проф. В. Я. Брича. – Київ : Кондор-Видавництво, 2014 р. – 276 с. – С. 154-169.

49. Управління з питань туризму Тернопільської облдержадміністрації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.terinvest.com.ua>

50. Холодилина Ю. Е. Социально-экономическая эффективность формирования региональной системы научного туризма / Ю. Е. Холодилина //

Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – № 8 (169). – С. 148–153.

51. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 596 с. 79.

Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації - К.:Наукова думка-2011-334 с.

52. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд.-Издательство РДЛ,2004.-376 с.

53. Business travel and tourism. John Swarbrooke and Susan Horner. Butterworth – Heinemann. Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, 2001.

54. Business Travel Seen Growing in 2011 // The Wall Street Journal, January. – 2011.

55. Davidson R. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. Essex: FT Prentice Hall, 2003.

56. Davidson, R. and Cope, B. Business Travel. Harlow: Pearson, 2003.

57. Getz, D. The impacts of mega events on tourism: Strategies for destinations. In T. Andersson, C. Persson, B. Sahlberg, & L. Strom (Eds.), 67 The impact of mega events (pp. 5–32).-Ostersund, Sweden: European Tourism Research Institute, 1999.

58. Global Exhibition Industry Statistics. – The Global Association of the Exhibition Industry. – March 2014. – 65 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ufi.org/research>

59. International Tourism 2010: Multi-speed recovery: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.

60. Krutsko, Vitaliy, Prodan, Iryna. Prospects of the MICE Tourism Development in Ukraine // Economic and Social Development of Ukraine in XXI Century: National Vision and Globalization Challenges: Collection of Scientific Articles. – Dradt2Digital Publishing House, USA. - 185 p. - P.48-50.

61. Nezdoyminov S. Prospects of development of tourist flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // Modern European Researches. Privatuniversität Schloss Seeburg. – Salzburg, Austria, 2016. – № 4. – P. 82-90.
62. Prodan, Iryna, Riznyk, Yuliia. Customer-oriented Approach as a competitive Advantage of an Enterprise // Economic and Social Development of Ukraine in XXI Century: National Vision and Globalization Challenges: Collection of Scientific Articles. – Dradt2Digital Publishing House, USA. - 185 p. - P.55-57
63. Smith, A. Events and urban regeneration. The strategic use of events to revitalise cities. London: Routledge.-2012.-p.45
64. Tendencies in world tourism: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
65. The World Map of Exhibitions Venues 2011. – The Global Association of the Exhibition Industry. – December 2011. – 8 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufi.org/Medias/pdf/thetradefairsector/surveys/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf
66. Tourism and the world economy [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm>
67. Tourism statistics in the European Statistical System [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_statistics.
68. Trade in figures: business review: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org>.
69. Travel & Tourism economic impact [Електронний ресурс] / World travel & tourism council. – Режим доступу : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Tourism_Economic_Research/Country_Reports/Ukraine/
70. WTTC / Oxford Economics 2014 Travel & Tourism Economic Impact Methodology. – Oxford economics, 2014. – 42 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>

71. Брич В. Я., Шушпанов П. Г. Соціально-економічна структура населення Тернопільської області як чинник зовнішньої трудової міграції // Україна : аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 33-37.