




**Дипломна робота на тему:
«РИНОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ:
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТСЬКОЇ
ФІРМИ ТОВ ЦМС «ОПТИМА»»**

- Виконав: студент II курсу, групи Тмаг-56-17 спеціальності 242 «Туризм»
- Сміян Микола Сергійович
- Керівник : к.е.н., доц. КУТЕП Мельник І.Л.

Актуальність теми

Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів. Частка ділового туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 25 відсотків, а 50 відсотків доходів авіакомпаній та 60 відсотків доходів готелів складає обслуговування туристів саме цієї категорії.



На думку закордонних експертів, до 2020 року кількість міжнародних ділових поїздок зросте в три рази — з 564 млн. до 1,6 млрд. у рік. При цьому оборот даного сектора збільшиться в 5 разів — з 400 млрд. доларів США до 2,0 трлн.

Визначення ділового туризму за різними авторами



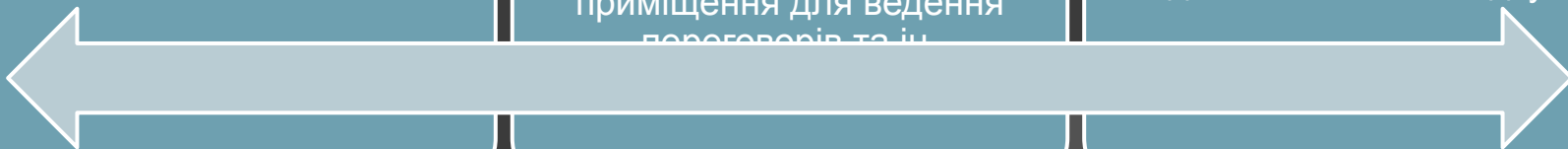
Діловий туризм - це поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес» називаючись «бізнес-поїздками» .



Діловий туризм – це подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих заходах. Тут велике значення має наявність при готельних комплексах спеціальних залів, обладнання для зв'язку (телефони, факси, Інтернет), приміщення для ведення переговорів та ін.



Діловий туризм - це обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків як за місцем проживання, так і в інших регіонах, що дозволяє більш якісно і з меншими витратами організувати свою діяльність або поїзду.



Види ділових подорожей

конгрес (формальна зустріч делегатів, що звичайно належать до певної сфери, для обговорення питань)

конференція (формальний обмін думками на зустрічі), саміт (та ж конференція за участю високих посадовців),

з'їзд (зустріч людей, що мають загальні цілі, наприклад збори делегатів політичних партій)

симпозіум (захід, що супроводжується бесідами в невимушеній обстановці, або формальна зустріч, коли фахівці роблять короткі повідомлення на певну тему)

семінар (лекція, що супроводжується обміном думок учасників)

- ◎ У структурі ділового туризму виділяють *два сегменти* – класичні ділові подорожі та сегмент, назву якого утворює англomовна аббревіатура MICE. Аббревіатуру складають перші літери англійських слів: Meetings – М (зустрічі), Incentives – І (інсентив-заходи), Conventions – С (конференції), Exhibitions – Е (виставки).

Пріоритетні завдання в розвитку ділового туризму в Україні



привернення уваги українського та іноземного туриста до можливостей ділового туризму в Україні;



розвиток міжнародної концепції ділового туризму в Україні;



розвиток потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні;



надання консалтингової, маркетингової і юридичної допомоги;



створення мережі регіональних центрів ділового туризму;



сприяння залученню інвестицій для розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в українських регіонах;



встановлення ділових контактів із спорідненими закордонними організаціями;



розробка нових програм і проведення заходів, спрямованих на вдосконалення середовища для ведення бізнесу в Україні

Спираючись на опитування, проведене в 2017 році, ми виділимо найбільш популярні туристичні напрямки в світі. <https://migration.gov.ua/ua/2017/10/01>

Світу в 2018 році. Згідно з даними туристської організації ООН (UNWTO), показником росту туризму в світі в 2017-2018 році більше 82 млн чоловік.

США замикає трійку світових лідерів за відвідуваністю. У цих великих країнах, багатьох інших, різноманітною щорічно приїжджає понад 80 млн туристів, а в 2017 році відмітка знайти захоплення набула близько до 90 млн. Операції туризму проводяться щорічно у формі близько 9% ВВП.

Китай за останні роки став найбільш популярною країною для подорожі китайці. Посідає стільки місць в світі (близько 250-260 млрд доларів). Туризму в Китаї більше ніж в 14 інших країнах.

Іспанія замикає трійку найбільш відвідуваних країн світу. Мільйони туристів в рівній мірі можуть насолодитися гавайських пляжах, до відвідування диких місць на величезних просторах Аляски.

Франція замикає трійку найбільш красивих країн світу. Разом з США сучасний Китай залучає велику кількість іноземців і в свою країну (майже 60 млн осіб на рік). Тут знаходиться безліч історичних пам'яток, середземноморськими узбережжями. Не менш важливі історія, культура, мода, мистецтво і знаменита італійська кухня.

Середземноморськими узбережжями. Не менш важливі історія, культура, мода, мистецтво і знаменита італійська кухня.

Аляска доглянутими історичних і пам'яток, річчю Велику стіну, а такі як Шанхай і ясніють неолоритною архітектурою. Щорічно відвідуваними містами перевищує 200 мільйонів осіб. Найбільш популярними вважаються Рим, Мілан, Венеція.

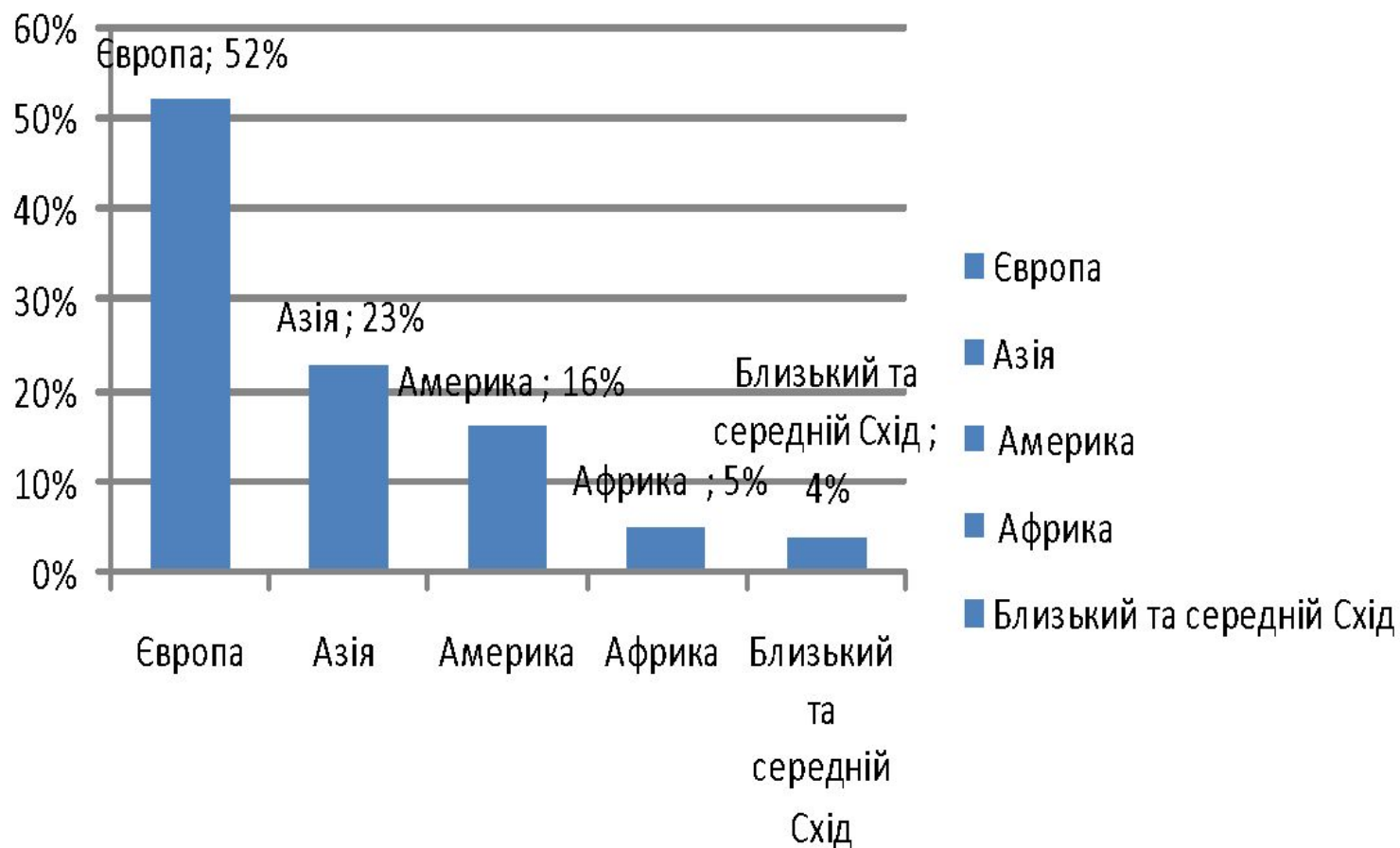
Історичних і пам'яток, річчю Велику стіну, а такі як Шанхай і ясніють неолоритною архітектурою. Щорічно відвідуваними містами перевищує 200 мільйонів осіб. Найбільш популярними вважаються Рим, Мілан, Венеція.

Лідери ділового туризму за кількістю конференцій, за даними
Міжнародної асоціації конгресів та з'їздів за 2017 рік

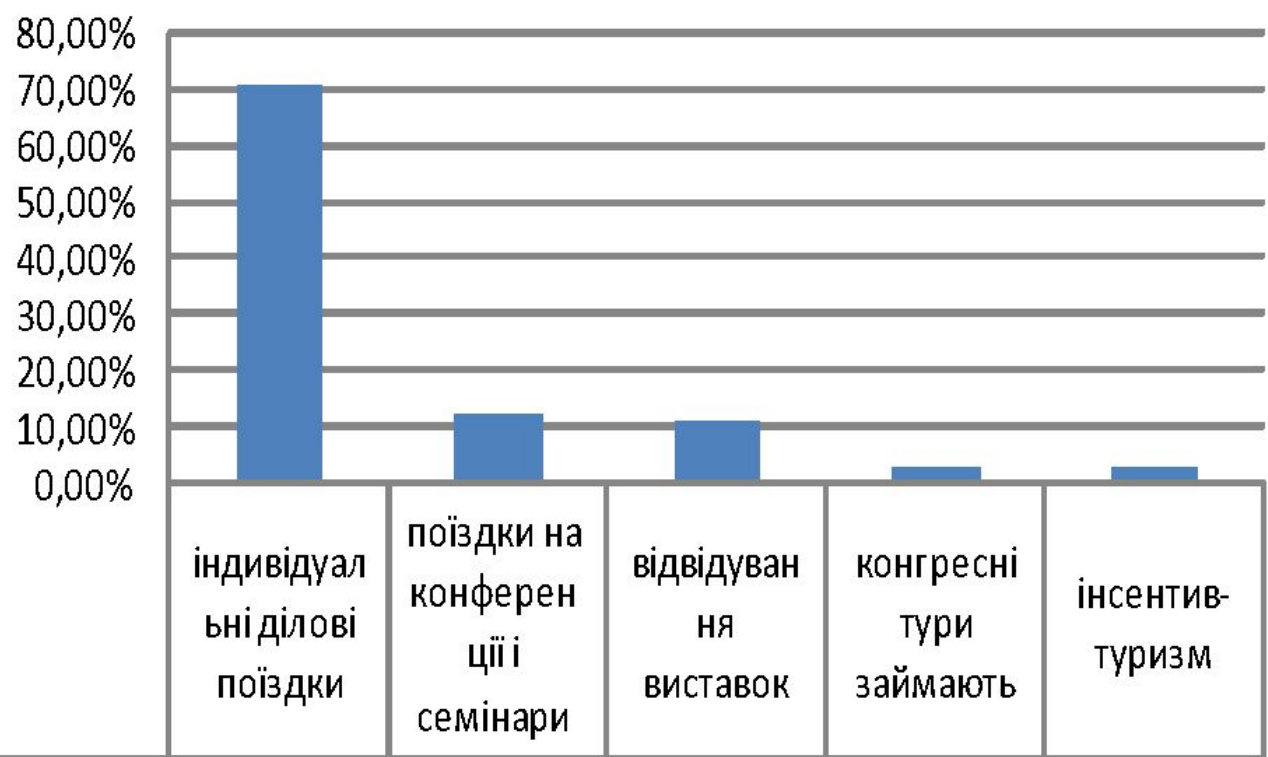
Топ-5 країн	США	Німеччина	Іспанія	Велика Британія	Франція
Кількість конференцій	376	320	275	270	240

Топ-5 міст	Відень	Сінгапур	Барселона	Берлін	Гонконг
Кількість конференцій	129	125	116	100	95

Країни-лідери за доходами від туризму



Сегменти ринку ділового туризму

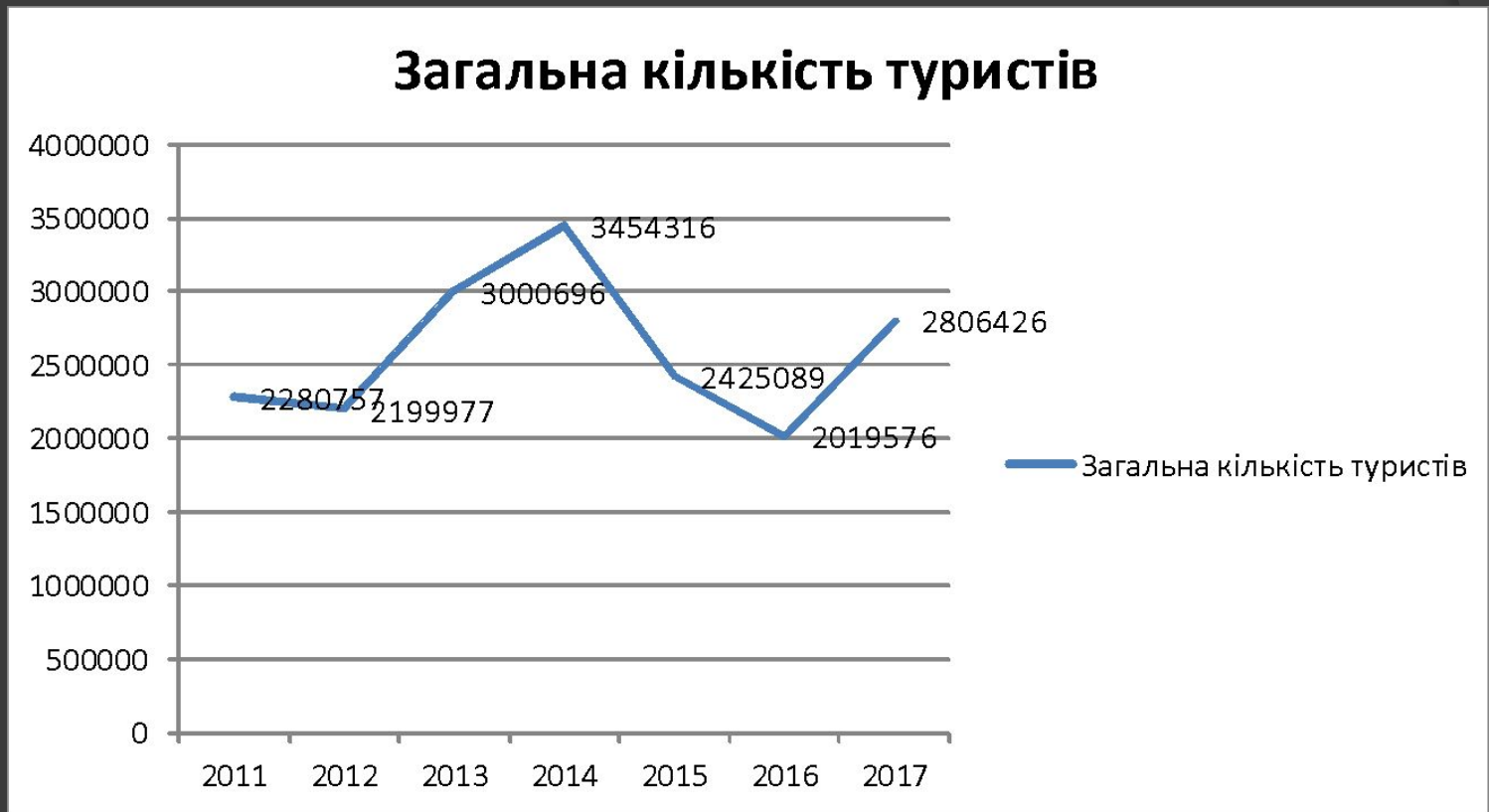


■ Сегменти ринку ділового туризму	70,80%	12,60%	10,90%	2,80%	2,90%
-----------------------------------	--------	--------	--------	-------	-------

Туристичні потоки України (2011-2017 роки)

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ²	Кількість іноземців, які відвідали Україну – усього ²	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами – усього ³	У тому числі		
				іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615
2014	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2015	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2016	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561
2017	26437413	14229642	2806426	39605	2289854	476967

Динаміка загальної кількості туристських прибуттів в Україну за 2011-2017 роки



Кількість українських готелів по областях та готелів що надають послуги з оренди конференц-залів

Область	К-сть готелів	З них, готелі що надають послуги оренди конференц-залів	% готелів, що надають конференц-зали до кількості готелів у області
1	2	3	4
м. Київ та Київська обл.	358	101	28,21%
Львівська	340	82	24,11%
Івано-Франківська	243	72	29,60%
Одеська	629	54	8,58%
Херсонська	319	45	14,10%
Закарпатська	287	42	14,63%
Харківська	200	27	13,50%
Дніпропетровська	265	25	9,43%
Миколаївська	315	19	6,03%
Запорізька	355	18	5,07%
Полтавська	143	18	12,58%
Донецька	21	17	80,95%
Хмельницька	100	15	15%
Волинська	138	13	9,42%
Черкаська	124	12	9,67%
Вінницька	98	10	10,20%
Чернівецька	100	10	10%
Рівненська	65	9	13,84%
Тернопільська	70	9	12,85%
Житомирська	79	8	10,12%
Чернігівська	74	8	10,81%
Кіровоградська	77	6	7,79%
Сумська	62	3	4,83%

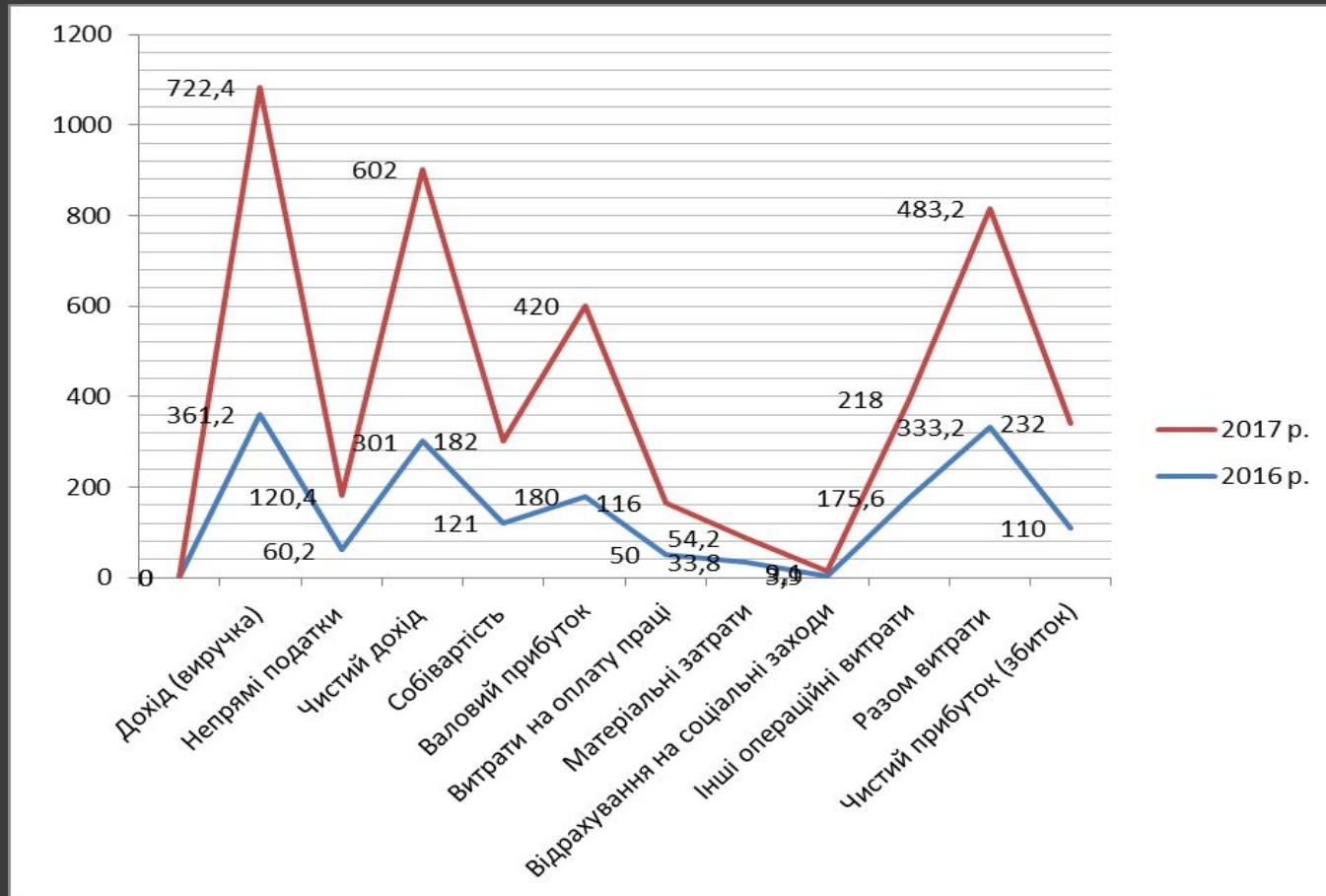
Загальна організаційно-економічна характеристика туристичної фірми ТОВ ЦМС «ОПТИМА»

- Тури на міжнародні виставки
- Діловий туризм
- Візова підтримка
- Екскурсійні тури
- Лікувальні тури по Європі та США
- Рекреаційні тури
- Екзотичні тури
- Гірськолижні тури

Структура доходів та витрат підприємства

Показник	2015р.	2017 р.	Відхилення		Темп росту,%	Темп приросту,%
			+/-	%		
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів робіт послуг)	361,2	722,4	361,2	50	150	50
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	60,2	120,4	60,2	50	150	50
Чистий дохід (виручка) від реалізації послуг	301	602	301	50	150	50
Собівартість реалізації послуг	121	182	61	33,5	133,5	33,5
Валовий прибуток	180	420	240	57,1	157,1	57,1
Витрати на оплату праці	50	116	66	56,9	156,9	56,9
Матеріальні затрати	33,8	54,2	20,4	37,6	137,6	37,6
Відрахування на соціальні заходи	3,9	9,1	5,2	57,1	157,1	57,1
Інші операційні витрати	175,6	218	42,4	24	124	24
Амортизація	2,1	2,7	0,6	162	262	162
Разом витрати	333,2	483,2	150	45	145	45
Чистий прибуток (збиток)	110	232	122	52,6	152,6	52,6

Динаміка доходів та витрат туристичної фірми ТОВ ЦМС «ОПТИМА» за 2016 і 2017 роки



SWOT-аналіз підприємства

Сильні сторони (S)	Можливості (O)
<ol style="list-style-type: none">1. Наявність кваліфікованих кадрів з досвідом роботи в туризмі2. Ефективна робота всього персоналу та керівника для підтримки репутації3. Вміння професійно вести конкурентну боротьбу4. Пропозиція різних турів, розрахованих на різні цільові сегменти5. Вдале місце розташування6. Довгий термін роботи в сфері туристського бізнесу7. Сприятливий імідж на туристських ринках8. Гнучка цінова політика9. Наявність власного веб-сайту10. Індивідуальний підхід до клієнтів (максимальне задоволення потреб, запитів і потреб клієнта, наприклад, поздоровлення з Днем народження)	<ol style="list-style-type: none">1. Вихід на новий ринок2. Збільшення обсягу продажів3. Можливість розширення діяльності за рахунок статусу фірми як туроператора і турагента.
Слабкі сторони фірми (W)	Загрози (T)
<ol style="list-style-type: none">1. Зростання фірм-конкурентів2. Наявність тільки одного офісу3. Недостатні можливості фінансування4. Слабка рекламна компанія5. Відсутність ефективного маркетингу	<ol style="list-style-type: none">1. Зміна курсу валют2. Поява на ринку великої кількості конкурентів3. Зміна смаків споживачів4. Політичні фактори (митні та прикордонні формальності)5. Недосконалість державної політики у сфері інвестування6. Спад в економіці

- З урахуванням актуальності даного напрямку, ми рекомендуємо туристичній фірмі ТОВ ЦМС «ОПТИМА» розширити географію бізнес туризму (дана компанія в більшості орієнтується на європейські країни) і запровадити в рамках Форуму ділового туризму “Відкрий Україну” новаційний тур **«Одеса — центр ділового туризму України»**.

SWOT-аналіз конкурентоспроможності Одеської області щодо розвитку туристичної діяльності

Сильні конкурентні позиції	Слабкі конкурентні позиції
<ul style="list-style-type: none"> * вдале економіко-географічне розташування * унікальні природно-кліматичні умови * значна кількість культурно-історичних визначних пам'яток * всесвітньо відомі туристичні бренди (Оперний театр, Потьомкінські сходи, Дерибасівська, катакомби тощо) * проведення щорічних свят «День гумору», «День міста», різноманітних * розвинута транспортна мережа * збільшення за останній час кількості засобів розміщення туристів та підприємств ресторанного господарства <ul style="list-style-type: none"> * наявність певної кількості туристичних фірм-ліцензіатів у сфері туризму * забезпечення туристичної галузі фахівцями високого рівня <ul style="list-style-type: none"> * ділова активність місцевого населення * імідж Одеси як столиці гумору, «Південної Пальміри», інтелектуального та торговельного центру, морських воріт України * Розвиток усіх видів туризму (іноземного, зарубіжного, внутрішнього) за всіма основними цілями 	<ul style="list-style-type: none"> * вузька цільова спрямованість туристопотоку (близько 90% туристопотоку подорожує з метою дозвілля і відпочинку) * труднощі з організацією морського та річкового круїзного туризму * незадовільний екологічний стан морського узбережжя, рік та лиманів * незадовільний стан відомих музеїв, невдалий вибір часу (пік туристичного сезону) для ремонту і реконструкції центральної частини міста * невизнання Оперного театру в якості «7 чудес України» * невідповідність ціни та якості послуг, які надаються підприємствами індустрії туризму * не розвиненість туристичної та загальної інфраструктури по районах Одеської області * значні недоліки в організації роботи ліцензіатів з туризму, їх низька виконавська дисципліна * абсолютне зменшення чисельності іноземних і внутрішніх туристів, що прибувають з лікувальною метою <ul style="list-style-type: none"> * надто мала частка (0,3%) надання послуг зі спортивно-оздоровчого туризму та повна відсутність обслуговування іноземних туристів за цією ціллю * недостатнє охоплення туристів екскурсійними послугами <ul style="list-style-type: none"> * недостатня пропозиція екологічного туризму по районах області * значна вузькість іноземного туристопотоку (частка 10 країн-лідерів складає 85%)

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> * інвестиційна привабливість сфери туризму * модернізація та реконструкція існуючої матеріально-технічної бази туризму * впровадження заходів щодо активнішого розвитку ділового туризму 	<ul style="list-style-type: none"> * виникнення труднощів в організації санаторно-курортного обслуговування туристів ліцензіатами в результаті неузгодженості між нормами Законів України «Про туризм» і «Про курорти» * відсутність системи соціального туризму
<ul style="list-style-type: none"> * створення програм на регіональному рівні «Малі готелі», «Готельно-туристичний комплекс», «Екскурсійна діяльність», «Спортивно-оздоровчий туризм» тощо * оптимізація організаційно-управлінської структури туристично-рекреаційної та курортної галузей на обласному, районному та міському рівнях * вихід на нові туристичні ринки * залучення додаткових груп туристів * розробка нових туристичних продуктів, оновлення програм існуючих турів, досягнення розмаїтості у пропозиціях турів * створення центрів туристичної інформації з обслуговування туристів * популяризація туристичних програм і продуктів шляхом використання регіональних ЗМІ * покращання стану зон відпочинку на морському узбережжі * створення науково-технологічної та інформаційної бази культурно-історичних визначних пам'яток 	<ul style="list-style-type: none"> * відсутність системи підготовки екскурсоводів на загальнодержавному рівні * негативний вплив законодавчої норми про виключність туроператорської діяльності, у результаті чого туроператори позбавлені можливості мати власну структуру туристичних підприємств, з послуг яких можна створювати більш якісний туристичний продукт * відсутність системи постійних статистичних спостережень в туризмі * відсутність реєстру підприємств готельного та ресторанного господарства, послуги яких сертифіковані * незадовільне користування маркетинговими інструментами для зниження впливу сезонних коливань * недостатнє користування заходами рекламно-інформаційного характеру, слабе позиціонування регіонального турпродукту на зовнішніх туристичних ринках * відсутність системи стимулювання ліцензіатів з туризму, які створюють привабливі туристичні продукти * екологічні кризи * світова фінансова криза

Програма рекламно-інформаційного туру «Одеса — центр ділового туризму України»

Дата	Час	Заходи	Адреса
27 березня 2019 р.	07.00	Поселення в готелі «Континенталь» 4*, сніданок (номери типу класік, двомісні)	ул. Дерибасівська, 5
	08.30-09.30	Трансфер	
	09.30-10.00	Реєстрація , відкриття Форуму	Пл. Думська, 1
	10.00-12.30	Конференція «Можливості Одеси як європейського центру ділового туризму»	Мерія м.Одеса Пл. Думська, 1
	12.30-12.45	Трансфер	
	12.45-13.45	Обід в «Zara Pizzara»	Рішельєвська, 5
	13.45-14.00	Трансфер	
	14.00-17.30	Огляд конференц-залів готелів : «Олександрівський» «Черное море» «Rapogama de luxe» «Ark Spa Palace» Готельний комплекс «Одеса» Maristella Club Санаторій ім. Горького	Олександрівський проспект, 12 Парк ім. Т.Г.Шевченко (стадіон Чорноморець) Мукачівський провулок 6/8 Вул. Генуезська, 1а Пр. Гагарінський, 5 Пр. Ванний, 3 Фонтанська дорога, 165
	17.30-18.00	Трансфер	
	18.00-20.00	Дегустація вина и одеської кухні	Пр. О. Матросова 1/1
	20.00	Вільний час	
	08:00-09:00	Сніданок в готелі	Вул. Дерибасівська, 5
28 березня 2019 р.	09.00-10.00	Оглядова екскурсія містом на електрокарах	Центр міста
	10.00-10.30	Візит в Будинок Вчених	Вул. Сабанів міст, 4
	10.30-10.40	Трансфер	
	10.40-11.30	Візит в Літературний музей, Сад скульптур и Одеський дворик Одеського літературного музею Сад скульптур – експозиція під відкритим небом	Вул. Ланжеронівська, 2
	11.30-11.45	Трансфер	
	11.45-12.45	Обід	
	13.00-16.00	Огляд конференц-залів готелів: Лофт-хостел «Айвазовський» «Брістоль» «Моцарт» «Лондонська» б/в «Сонячна» Будинок Павлович	Красний провулок, 9 Вул. Буніна, 19 Вул. Пушкінська, 15 Вул. Ланжеронівська, 13 Приморський бульвар, 11 Миколаївська дорога, 160 Миколаївська дорога, 168
	16.20-18.20	Екскурсія в музей коньячної справи ім. Н.Л.Шустова (з дегустацією)	вул. Мельницька, 13
	18.20	Вільний час	

Вартість участі у рекламно-інформаційному турі — 3125 грн.

- ◎ **Включає:**
- ◎ — участь у всіх заходах Форуму ділового туризму України;
- ◎ — проживання у готелі 4* (**двомісне розміщення**, ранній заїзд та пізній виїзд);
- ◎ — два сніданки та обіди згідно програми;
- ◎ — трансфери під час програми;
- ◎ — дегустація вина та коньяків у Музеї коньячної справи ім.М.Шустова;
- ◎ — дегустація вина та одеської кухні 27 березня;
- ◎ — екскурсія містом Одеса.
- ◎ **Не включає:**
- ◎ — проїзд до міста Одеса.

Розрахунок собівартості та ціни туру на одну особу

№	Назва статті (у вартості туру)	Вартість за одиницю (грн.)	Кількість (од./діб)	Вартість (грн.)
1	Вартість проживання в готелі «Континенталь» 4*, сніданок (номери типу класік, двомісні)»	490	2	980
2	Вартість харчування:			
2.1.	Обід в ресторані «Zara Pizzara»	180	2	360
2.2.	Дегустація вина и одеської кухні	200	1	200
2.3.	Екскурсія в музей коньячної справи ім. Н.Л.Шустова (з дегустацією)	220	1	220
3	Страхові послуги	20	1	20
4	Послуги гіда	110	5	550
5	Трансфер	170	1	170
	Разом:			2500
6	Маржинальний дохід	25%	1	625
	Ціна туру:		1	3125

Пріоритетними завданнями для розвитку ділового туризму повинні стати:

- - привернення уваги українського та іноземного туриста до можливостей ділового туризму в Україні;
- - розвиток міжнародної концепції ділового туризму в Україні;
- - розвиток потужної сучасної ділової інфраструктури в Україні;
- - надання консалтингової, маркетингової і юридичної допомоги;
- - створення мережі регіональних центрів ділового туризму;
- - сприяння залученню інвестицій для розвитку інфраструктури туристичного бізнесу в українських регіонах;
- - встановлення ділових контактів зі спорідненими закордонними організаціями;
- - розробка нових програм і проведення заходів, спрямованих на вдосконалення середовища для ведення бізнесу в Україні, взаємну підтримку суб'єктів ринку ділових поїздок і послуг, розвиток в'їзного ділового туризму тощо.

- Отже, сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу.
- Входження нашої держави до дедалі більшої кількості 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.

Дякую за увагу!