

Все це потребує реалізації низки заходів: реконструкції фортеці, розробки екскурсійних програм, розміщення білбордів на швидкісній трасі, якою багато автотуристів зараз оминають м.Красноград, розповсюдження рекламних буклетів на пункті митного контролю “Гоптівка”.

Отже, насправді Харківщина має досить потужний невикористаний історико-культурний потенціал як складову туристичних ресурсів і одним із об'єктів які можуть приносити дохід регіону є Більовська фортеця м.Краснограда.

1. Гукова Е.А. Украинская линия и украинский ландмилицкий корпус в трудах военных историков // Электронный журнал "Знание. Понимание. Умение". – (2009) (6). URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/6/Gukova/>.
2. Мариненко Д.Т. Красноградский район (Историко-краеведческий очерк). Красноград, 1992 // Дали зовут. URL: <http://dalizovut.narod.ru/lovushka/lovushka.html>.
3. Пирко В.О. История ландмилиции // Майдан – Пульс Громадянського Спротиву України. URL: <http://maidan.org.ua/>.
4. Петрухинцев Н. Н. Царствование Анны Иоанновны. Формирование внутривосточного курса и судьбы армии и флота 1730-1735 гг. – СПб., 2001. – 120 с.
5. Пенской В. В. Украинский ландмилицкий корпус в XVIII веке // Вопросы истории. – 2000. – № 10. – С.147.
6. Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України: Постанова Кабінету Міністрів України №928 від 03.09.2009 р. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
7. Офіційний сайт Національного історико-археологічного заповідника “Кам'яна могила”. URL: <http://www.stonegrave.org>.

Отримано 03.02.2012

УДК 338.48 (477.54)

Т.О.ГОРБАНЬОВА

Харківська національна академія міського господарства

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В м. ХАРКОВІ: ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ

Розглядається питання сталого розвитку ділового туризму в м. Харкові, наводиться перелік головних проблем та сучасний стан їх вирішення. Також аналізується наявність у місті ресурсів, необхідних для розміщення ділових туристів, проведення конференцій, виставок, семінарів тощо. Крім цього, розглядається позитивний вплив підготовки міста до проведення фінальних матчів чемпіонату з футболу Євро-2012 на розвиток МІСЕ-індустрії в м. Харкові.

Рассматривается вопрос стабильного развития делового туризма в г.Харькове, приводится перечень основных проблем и современное состояние их решения. Также анализируется наличие в городе ресурсов, необходимых для размещения деловых туристов, проведения конференций, выставок, семинаров и т.п. Кроме этого, рассматривается позитивное влияние подготовки города к проведению финальных матчей чемпионата по футболу Евро-2012 на развитие МІСЕ-индустрии в г. Харькове.

The question of stable development of business travel in Kharkiv, problems to be solved

for this purpose and current state of their solution are discussed in this article. The presence in city of required resources for business travelers' accommodation, organization and holding of conferences, exhibitions, seminars and so on are also analyzed in this article. Besides, the positive influence of preparation to the holding of final matches of the football championship Euro-2012 on development of MICE-industry in Kharkiv is examined in this article.

Ключові слова: діловий туризм, конференц-послуги, MICE-індустрія, Євро-2012.

Діловий туризм є найбільш пріоритетним напрямком розвитку туризму в Харкові, бо місто позиціонується саме як діловий центр України завдяки значним сприятливим ресурсам: вигідне територіальне положення, транспортна доступність, наявність великої кількості підприємств, заводів, вищих навчальних закладів тощо. Через це необхідність вивчення проблемних моментів, стримуючих розвиток даного виду туризму в місті, необхідних дій для їх ліквідації та сучасний стан їх виконання є надзвичайно актуальною темою сьогодення.

Питання розвитку ділового туризму в м.Харкові згадується в роботах Андренко І.Б., Писаревського І.М. [1, 6] та інших науковців. В даній статті аналізується потенціал міста для розвитку цього виду туризму та наводиться чіткий перелік кризових моментів, потребуючих вирішення для покращення стану MICE-індустрії в місті, та збільшення кількості туристів, які приїжджають до Харкова саме з діловими цілями.

Мета даного дослідження – визначити необхідні напрямки дій для покращення сучасного стану розвитку ділового туризму в м. Харкові, а завдання – визначити основні фактори, які перешкоджають сталому розвитку MICE-індустрії в місті, та які заходи необхідно вжити для їх усунення; ознайомитися з результатами роботи міської влади щодо покращення ресурсної бази міста.

В останні роки вчені та практичні працівники, предметом вивчення і діяльності яких є сфера послуг, визначають підвищений і постійно зростаючий інтерес до ділового туризму.

В спеціалізованій літературі існує безліч визначень поняття «діловий туризм». На нашу думку, визначення, яке наводять Зорін І.В. і Квартальнов В.А., найбільш точно розкриває сутність цього терміну. На їх думку, діловий туризм (Business Travel) – це тимчасові відрядження та поїздки зі службовими цілями, включаючи участь у конференціях, конгресах і т.д. без отримання доходів у місці відрядження [3].

Діловий туризм – перспективна і високорентабельна галузь туризму. Його частка в міжнародному туристському обміні, за деякими оцінками, становить від 10 до 20% [2]. Цей вид туризму є одним із найбільш прибуткових і має величезне значення для приймаючої сто-

рони. За прогнозами, до 2020 р. обсяг ділових поїздок в світі збільшиться до 1,6 млрд. дол., а загальна прибутковість галузі становитиме 2 трлн. дол. [1].

Ще в 1970-х роках фахівці Всесвітньої асоціації центрів міжнародної торгівлі прийшли до висновку, що темпи економічного зростання кожної конкретної країни, а також її бізнес-привабливість безпосередньо залежать від рівня розвитку в ній ділового туризму. Статистика показує, що сьогодні кожна четверта туристська поїздка в світі відбувається в зв'язку зі службовою необхідністю. І хоча ділові поїздки в глобальному турпотоці становлять усього 20-25%, на їх частку припадає до 60% загального обороту туристської індустрії [4].

В сучасній літературі для позначення сфери ділового туризму також використовується англійська аббревіатура MICE – спеціальний термін, що застосовується в міжнародній практиці ділового туризму для позначення ключових англійських слів, які характеризують основні складові індустрії ділового туризму:

M – Meetings (зустрічі);

I – Incentives (заохочувальні поїздки);

C – Conferences або Congress (конференції, конгреси);

E – Exhibitions або Events (виставки, події).

В Україні MICE-індустрія лише з'являється, і для її сталого розвитку необхідно виконати певні специфічні вимоги до туристського сервісу. На прикладі м. Харкова можна побачити, які існують проблеми розвитку ділового туризму в Україні.

Місто Харків виступає на турринку України, в першу чергу, як адміністративний, діловий та науковий центр. Переважна кількість туристів, які зупиняються в готелях міста, приїждять до Харкова саме з робочими цілями. Тому проблеми розвитку ділового туризму в нашому місті потребують особливо ретельного розгляду.

Серед основних проблем слід зазначити:

1. Недостатня розвиненість готельної інфраструктури міста.

Більшість готелів Харкова досить старі і потребують принаймні часткової реставрації; також вони не відповідають європейським та світовим стандартам, що значною мірою впливає на їх привабливість для туристів, особливо іноземних.

2. Відсутність великих, сучасно обладнаних місць для проведення конференцій, виставок, зустрічей та засідань.

Сьогодні в місті лише презентаційно-виставковий центр «Радмір Експохол» може надати послуги для проведення конференцій більш ніж на 500 місць.

3. Незадовільний стан транспортної інфраструктури Харкова.

На сьогодні стан транспортної інфраструктури міста не відповідає світовим стандартам з комфортності, ефективності, безпеки та потребує реалізації ряду заходів.

4. Незбалансованість співвідношення ціна/якість.

Аналіз цін на номери в провідних готелях Харкова (таких як «Харків», «Космополіт», «Аврора», «Чічіков», «Вікторія», «Віва») показав, що, в середньому, вартість однієї ночі перебування в стандартному номері складає 700-800 грн., що є відповідним (а часом і вищим) до рівня цін на розміщення в готелях країн Європи (в Чехії вартість аналогічного розміщення в середньому дорівнює 750 грн., в Австрії – 800 грн., в Словачії – 500 грн.). В той час як рівень сервісу, устаткування та комфортабельності є значно нижчим.

5. Нестача кваліфікованого персоналу, який би володів навичками проведення та організації великих конференцій, виставок, тощо.

6. Слабка розвиненість інфраструктури підприємств, які надають супутні послуги.

Якщо відповідально й уважно підійти до перелічених кризових моментів і, ретельно їх проаналізувавши, розробити відповідну стратегію дій щодо їх усунення та просування образу міста Харкова як ділового центру України, гідного приймати в своїх готелях та конференц-залах великі вітчизняні й іноземні групи туристів, це може в перспективі дати значний економічний ефект, залучити гроші та інші ресурси на подальший розвиток інфраструктури міста, покращення рівня життя його мешканців. Також зріст чисельності туристів, які прибувають з діловими цілями, сприяє розвитку економічних зв'язків Харкова з регіонами України та зарубіжжя [6].

Слід зазначити, що, більшою мірою завдяки майбутньому проведенню в м.Харкові фінальних ігор чемпіонату з футболу Євро-2012, місцева влада вже почала вирішувати деякі з перелічених проблем таким чином:

1) В місті будуються та вже побудувалися декілька нових готелів високого класу.

Серед них слід окремо виділити «Superior Golf Club» 5* і «Харків Палас» 5*. Це перші готелі в м.Харкові, які були з самого початку заплановані як п'ятизіркові; вони відповідають європейським стандартам сервісу, обладнання та комфортності. Однак проблема реставрації старих готелів («Мир», «Національ», «Турист» та ін.) так і не вирішена.

Готель «Харків Палас» будується інвесторською компанією DCH під керівництвом Ярославського А.В.; також за рахунок цієї компанії,

в рамках підготовки до Євро-2012, була проведена реконструкція ОСК «Металіст» та міжнародного аеропорту «Харків».

2) Відкриваються, головним чином як складова інфраструктури побудованих готелів, нові конференц-зали, зали переговорів та виставкові зали.

В готелі «Харків Палас» загальна площа конференц-залів складає 1500 м², зали оздоблено новітнім обладнанням, вперше в Харкові надаються висококласні послуги синхронного перекладу. Проте слід розуміти, що проблема неякісного устаткування для проведення ділових заходів не може бути вирішена лише за рахунок відкриття «Харків Паласу». Потреба міста в виставкових площах значно перевищує можливості, якими володіє готель. На сьогодні місто не має ресурсів для проведення водночас більш ніж однієї великої конференції на 500 чоловік, що недостатньо для такого великого ділового центру, як Харків. У зв'язку з цим потрібно побудувати спеціальні презентаційно-виставкові центри із залами на 1000 чоловік і більше, устатковані необхідним сучасним обладнанням, інформаційними центрами, залами переговорів, залами для проведення прес-конференцій, кімнатами для журналістів та репортерів, залами для проведення кава-брейків, банкетів, виставок тощо.

3) Починає вирішуватись проблема покращення транспортної інфраструктури міста.

Як уже зазначалося, була проведена реставрація міжнародного аеропорту «Харків», реконструкція проспекту Гагаріна, вул. Пушкінської, вул. Шевченка, вул. Чкалова, Кільцевої дороги та ін., було придбано 30 нових тролейбусів і 16 автобусів. Проте, як і в разі з попередньо розглянутим випадком, відбувається вирішення питання в масштабах окремих об'єктів, а не міста в цілому. Тобто для реконструкції обираються лише головні, центральні дороги та магістралі, тоді як загальний стан вулиць в спальних та промислових районах міста залишається на дуже низькому рівні.

4) Проблема незбалансованості співвідношення ціна/якість вирішена лише в декількох готелях.

Відповідність рівня цін рівню послуг, що надаються, існує лише в нових побудованих готелях, таких як вже зазначені «Superior Golf Club» та «Харків Палас», хоча ціни на розміщення залишаються завищеними для вітчизняних туристів. Так, за даними Державної служби статистики України, середня заробітна плата в Харківському регіоні в жовтні місяці становила 2488 грн. [5], у той час як одна ніч перебування в найпростішому номері готелю «Харків Палас» коштує 1600 грн.

Проаналізувавши сучасну ситуацію на ринку ділового туризму в м. Харкові, можна сказати, що місто володіє значним потенціалом для розвитку даного виду туризму, проте існує цілий ряд проблем, які стримують його розвиток. Серед них головними є: переважна кількість старих готелів, потребуючих значної реставрації в загальній кількості засобів розміщення в місті; відсутність необхідного для проведення конференцій, виставок, семінарів сучасного обладнання в більшості бізнес-центрів та готелів міста; незадовільний стан транспортної інфраструктури міста (поганий стан доріг, переважна кількість старих транспортних засобів); відсутність спеціалістів з досвідом проведення та організації великих заходів МІСЕ-індустрії тощо. Деякі з наведених проблем починають вирішуватись, здебільшого, завдяки наближенню проведення декількох фінальних матчів чемпіонату з футболу Євро-2012 на стадіоні «Металіст», однак дії адміністрації міста щодо їх усунення, нажаль, направлені на окремі об'єкти, а не на проблему в цілому, а тому багато конфліктних питань й досі залишаються невирішеними.

1. Андренко І.Б. Классификация делового туризма / И.Б. Андренко // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.50. – К.: Техніка, 2003. – С.181-186.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
3. Зорин И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 65 с.
4. Сердюкова Н.К. Рынок делового туризма в России: современные тенденции / Н.К. Сердюкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу: <http://mice.rsoschi.com/press>.
5. Статистичні дані по середній місячній заробітній платі в Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи / За заг. ред. І.М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків: ХНАМГ, 2011. – 284 с.

Отримано 28.12.2011

УДК 338.48

Я.А.НЕДОДАЕВ

Харьковская национальная академия городского хозяйства

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ДЕСТИНАЦИИ

Рассмотрены факторы, влияющие на потребителя туристских услуг при выборе дестинации, выявлена и аргументирована необходимость изучения поведения потребителей при выборе туристской дестинации.

Розглянуто чинники, що впливають на споживача туристських послуг при виборі дестинації, виявлено й аргументовано необхідність вивчення поведінки споживачів при виборі туристичної дестинації.

The factors influencing the consumer of tourist services at a choice destinations are considered, necessity of studying behavior consumers is revealed and given reason at a choice