

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІОЛОГІЇ, ГЕОГРАФІЇ І ЕКОЛОГІЇ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ГЕОГРАФІЇ**

**«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ
УКРАЇНИ»**

**Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Виконав: студент 4 курсу, 414 групи
Спеціальності 014.07 Середня освіта (Географія)
Освітньо-професійної програми
«Середня освіта (Географія)»
Іваскевич Івільй Володимирович
Керівник к.соц.н., доцент Гоманюк М.А.
Рецензент к.геогр.н., доцент Давидов О.В.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ	5
1.1. Поняття інсентив-туризму та його класифікація.....	5
1.2. Світовий досвід розвитку інсентив-туризму.....	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ	17
2.1. Сучасний стан пріоритетних напрямків інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях.....	17
2.2. Різновиди напрямків розвитку інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях.....	19
РОЗДІЛ 3. ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ	27
3.1. Фактори поліпшення та рекомендації по розвитку інсентив-туризму на Півдні України.....	27
3.2. Розробка інсентив-турів в межах Причорноморського регіону на базі Херсонської, Одеської та Миколаївської областей для співробітників компанії UPG та Ubisoft.....	34
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

Актуальність. В наш час діловий туризм перетворюється на перспективну галузь економічного життя України. Тому, розгляд сучасних тенденцій розвитку інсентив-туризму в Причорноморському регіоні є актуальним і сприяє процесу інтеграції країни на світовому ринку інсентив-туризму.

Інсентив-туризм Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, як одна з складових вітчизняного інсентив-туризму, займає провідні позиції в поступовому зростанні потенційних можливостей бізнес-життя України. Туристична інсентив-інфраструктура південних областей є головною умовою для активного розвитку й успішного розширення інсентив-туризму в регіоні. Ділове життя Півдня України формує економічне зростання Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, а економічне зростання залежить від бізнесової інсентив-індустрії, як чинника стабільності туристичної галузі.

Неможливо інтегрувати в світовий ринок інсентив-послуг без використання унікальних туристичних можливостей південних областей. Без подальшого розвитку сфери інсентив-туризму Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, без об'єднання зусиль по створенню спільних проектів не досягне максимуму українська туристична сфера гостинності.

Пошук партнерів та інвесторів, постійний обмін інформацією, залучення найкращих спеціалістів, реклама, діловий етикет та підвищення кваліфікації персоналу дадуть змогу підняти інсентив-туризм Півдня України на новий рівень.

Інсентив-туризм в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях набирає обертів та вносить вклад в соціальний та економічний розвиток України.

Інсентив-туризм — це особливий туристичний вид діяльності з певною специфікою й екстравагантністю. Це створення нових ділових відносин, які поєднуються з відпочинком та оздоровленням. Розвиток ділової туристичної галузі Причорноморського регіону сприятиме ефективному використанню потенціалу кожної з областей.

Мета дослідження є аналіз сучасного розвитку інсентив-туризму на Півдні України

Завдання дипломної роботи:

- дослідити теоретичні основи розвитку інсентив-туризму;
- виявити особливості та проаналізувати пріоритетні напрямки інсентив-туризму в південних областях;
- визначити головні проблеми інсентив-туризму на Півдні України та розробити шляхи покращення;

Об'єктом дослідження є інсентив-туризм Одеської, Херсонської та Миколаївської областей як складова індустрії туризму України

Предметом дослідження є особливості розвитку інсентив-туризму на Півдні України

Для розв'язання поставлених завдань використані наступні **методи:** аналізу при вивченні теоретичних положень про інсентив-туризм, синтезу, картографічний, розробка інсентив-турів та класифікації.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел – 40 найменувань. Робота викладена на 41 сторінці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ–ТУРИЗМУ

1.1. Поняття інсентив-туризму та його класифікація

В сучасних умовах діловий туризм є одним з основних напрямків міжнародного туризму, який виконує посилююче значення ділового життя і посідає провідні позиції в економічному розвитку країн з розвинутою національною економікою.

Діловий туризм сприяє національній інтеграції окремої країни на міжнародному ринку співпраці.

Англійська мова, як міжнародна, не використовує термін *tourism* у сфері ділового туризму. Бізнес в співтоваристві з туризмом застосовують окреме поняття — *businesstravel*.

Діловий туризм — різнобарвний та різноманітний. За інформацією Всесвітньої туристичної організації від 2018 року понад 73% його обсягу складають корпоративні поїздки (так звані *corporatetravel*) — це ділові поїздки для однієї чи декілька осіб, які мають бізнес мету, а також організація і проведення різноманітних корпоративних заходів, які організовують промислові і торговельні компанії. В обсяг ділового туризму входять інсентив-тури (від англійського слова *incentive* — стимул) — мотиваційні поїздки для співробітників окремих компаній з метою активного заохочення та просування і продажу виробленого цією компанією товару. Тому, стає можливим сформувавши поняття інсентив-туризм.

Інсентив-туризм — вид ділового туризму, який об'єднує в собі бізнес мету та туристичні поїздки, що організовуються підприємствами та фірмами для своїх співробітників як винагорода за роботу. Це пошук нових партнерів для розширення свого бізнесу. Існують два види інсентив-турів: індивідуальні та групові.

При організації турів та проведенні інсентив-програм організатори вирішують різноманітні цільові завдання. Відповідно до фінальної мети існують 3 різновиди інсентив-програм:

- заохочувальні (екскурсія для кращих працівників за підсумками року);
- мотиваційні (робоче зібрання дилерів з регіонів для показу нового сегменту товарів і демонстрація оновлених можливостей при наданні послуг, комбінують з розважальною програмою);
- тренінг-тури (відпочинок на природі з діловим завданням по організації корпоративного командного осередку).

Інсентив-програма — це такий спосіб заохочення працюючих службовців та їх керівників, коли працівники різних фірм разом з клієнтами об'єднуються не тільки для роботи, а й для відпочинку. Такий засіб спілкування створює довготривалу кооперацію.

Використані клієнтами комбіновані корпоративні інсентив-програми мають значний ефект, а саме: квест-тренінги, кваліфікаційні освітні програми, які чергуються з відпочинком, семінари з екскурсіями, участь співробітників у виставках та конференціях, спортивні розваги або тимбилдінг.

В середньому тривалість інсентив-туру складає від 3 до 7 днів. Склад інсентив-груп буває різний, та фундаментом виступають керівники (34%), середня ланка (27%), представники партнерських організацій (близько 29 %), а на дистриб'юторів - 10%.

При організації інсентив-подорожей необхідно особливо звернути увагу на:

- високі стандарти при розміщенні та обслуговуванні, якість розважальних послуг, першокласне обслуговування в готелях і закладах харчування;
- конференц-зали, як необхідність при проведенні корпоративних та ділових зустрічей;

- наявний імідж та престиж, організатор, який має репутацію, вибирає для групи відпочинок в найкращих умовах і несе відповідальність за масовий відпочинок в туристському центрі;
- доступність, можливість прибуття до місця призначення різними видами транспорту;
- наявність пам'яток, визначних історичних осередків, культура як елемент подорожей.

Організація інсентив-туру — це серйозний та непростий процес, який потребує ретельної підготовки. Ретельність підготовчого процесу вимагає від двох місяців до року і гарантує проведення запланованого туру на високопрофесійному рівні.

Груповий інсентив-тур — це внутрішньо корпоративна подія, це ґрунтовно організована та ретельно спланована подія. Це спільний відпочинок, де велике значення відіграє вдало продумане дійство з урахуванням побажань всіх учасників. Груповий тур, присвячений до конкретної дати - Новий рік, 8-березня чи ювілей фірми — це підсумовування, це церемонія нагород і початок нового проекту. Кожен учасник пройшов певний етап і закінчує його на позитиві. Груповий інсентив-тур — нагорода від організації для подальших звершень.

Сучасний бізнес гармонійно працює з командою однодумців, яка формується з креативних людей. Кожен займає своє конкретне місце, досконало виконує свою роботу. Єднання всіх членів команди приводить до успіху і перемагає в боротьбі з конкурентами.

Під час спільних заходів, поза робочим середовищем, команда гуртується. Це дає змогу кожному продемонструвати свої вміння, здібності і таланти. Неформальна обстановка, без суворої субординації, дозволяє відчути себе в колективі більш впевнено.

Корпоративні заходи приносять більше дивідендів, ніж витрати на посилення дисципліни.

З кожним роком розширюються кордони ділового туризму. З розвитком бізнесу з'являються компанії, що беруть на себе організацію мотиваційних турів. Вони допомагають і розробляють спеціальні поїздки для заохочення робітників. За домовленістю з керівництвом туристичні агенти планують й організують інсентив-тури. Ця система заохочення дуже дієва і, в першу чергу, залежить від вдало підбраного туру та чіткої організації подорожі.

Інсентив-оператори пропонують десятки різноманітних програм. Як правило, туристичні програми складаються по країнах з різноманітними, а іноді й екзотичними напрямками. Це може бути ділова зустріч на островах, альпійський сніданок, гастрономічний тур Іспанією, чудовий відпочинок на круїзному лайнері, лицарський турнір для бізнес-групи в замиському палаці англійського лорда.

Безперечно, інсентив-індустрія буде розвиватися і інсентив-туризм буде розвиватися також. За прогнозами експертів з різних країн, ХХІ столітті стане ерою туризму. Туристична подорож стане основною формулою при заохоченні робітника для підвищення працездатності по різних напрямках у всіх галузях. Мотивація в системі праці збільшиться, виросте й потреба в інсентив-туризмі.

В термінології ділового туризму замість поняття Business travel часто використовують англійський термін-аббревіатуру MICE, цей термін точно показує структуру MICE-продукції:

Meetings - Ділові зустрічі;

Incentives - Інсентив-туризм;

Conferences - Конференції;

Exhibitions - Виставки.

В Україні самими популярними серед MICE-продуктів є поєднання конференцій і інсентив-програм. Асоціація ділового туризму зазначає, що близько 45% клієнтів віддають перевагу поєднаним програмам. Згідно з опитуванням, зустрічам в системі конференцій віддають

перевагу 17% клієнтів. На інсентив-туризм в структурі МІСЕ-туризму припадає близько 31%. Ділові поїздки і інсентив-програми найбільше замовляють ресторатори та готельні комплекси, логістичні компанії, ІТ-компанії, фінансові та бізнесові організації.

Сучасні event-агенції знаходяться в непростих умовах які призвели до зменшення туристичного пасажиропотоку. Кількість людей, які подорожують з бізнес-метою, зменшується в умовах, коли погіршуються можливості для ведення торгівлі та розвитку економіки.

Не зважаючи на економічні проблеми в господарюванні, враховуючи кризову ситуації в інсентив-галузі, робітники туристичної сфери активно розвивають інсентив-туризм. Це економічна привабливість України. Ринок ділового туризму дуже перспективний, незалежно від сезонності попит на діловий туризм існує.

На конкурентному ринку туризму необхідно враховувати поетапний маркетинг. Крім того, при проведенні заходів, треба усвідомити, що занадто заощаджувати нерозумно. Скорочувати витрати недоцільно, тому, що для виведення українського туристичного продукту на міжнародний ринок необхідні інвестиції. Туристичні послуги як товар мають свої характерні особливості та переваги. Окремі опції послуг потребують мінімальних витрат. Останнім часом інсентив-туризм набув значення соціального явища і перейшов з категорії елітного продукту в категорію доступного продукту.

При зростанні кількості корпоративних відпочинків та мотиваційних відпусток популярність туристичної галузі буде поступово збільшуватися.

Україна очікує поетапний приріст візних туристів, які віддають перевагу інсентив-програмам. Спеціалісти ділового туризму та працівники івент-галузі максимально взаємодіють для реалізації основної мети туристичної індустрії.

Інсентив-туризм має переваги для об'єднання потенціалу Але, об'єднання потенціалу ділового життя не відбувається планово. Інсентив-туризм – валютне джерело надходжень і зайнятість населення. Недооцінка перспектив не дає змоги для сформування високої престижності країни.

Інсентив-туризм — один з найперспективніших напрямів сучасного туризму. Високі темпи його розвитку визначають, в першу чергу, глобалізація світової економіки і «стирання кордонів». Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Та, відправляючись в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції — вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу [18].

Сучасна ділова поїздка — це комплекс робочих зустрічей, цікавих програм та спланованих заходів.

Інсентив-туризм — це поєднання культурної та екскурсійної програми з діловою частиною бізнес-туру. Він акумулює роботу і відпочинок. Туристичні агенти корегують базові програми таким чином, що клієнт, вирішивши свої основні бізнес-питання, має можливість привабливо відпочити. Після підписання контрактів, виконання семінарських завдань, після складних конференцій і зустрічей міжнародних делегатів, звичайний співробітник і його керівник будуть мати змогу трішки відпочити у відрядженні, урізноманітвивши свій робочий час.

Конгрес-туризм динамічно розвивається. Зростання попиту до об'єднуючих конференцій, нарад і семінарів дає можливості бізнесменам комунікувати між собою. Обмін інформацією, переговорні процеси, зустрічі в неформальній обстановці стимулюють інтерес до конгресно-виставкового туризму.

Залучення культурної програми виводить інсентив-туризм на більш значущий рівень ділового життя.

Таким чином, сьогодні, інсентив-туризм — це складний комплекс професійної, комерційної, розважальної, рекреаційної та суспільної ділової активності. (Рис.1.1)

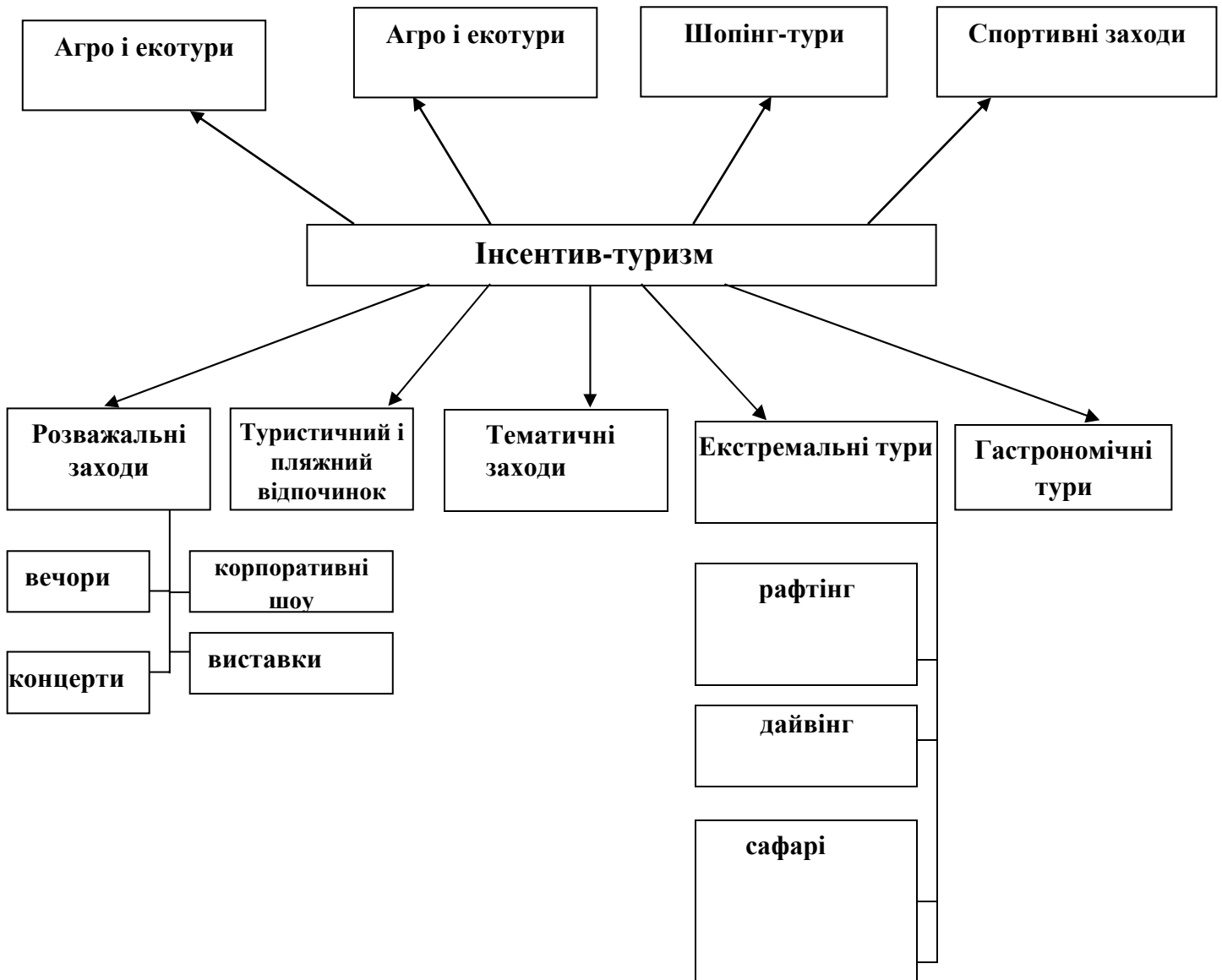


Рис. 1.1. Класифікація інсентив-туризму

Отже, інсентив-туризм — це специфічний комплекс різноманітних видів ділової діяльності та відпочинку. Інсентив-туризм об'єднує фахові

завдання з рекреацією і забезпечує особливі умови для створення фундаменту валового продукту.

Через швидке зростання туристична інсентив-галузь стане справжнім економічним феноменом XXI століття.

1.2. Світовий досвід розвитку інсентив-туризму

Перший офіційно зареєстрований інсентив-тур проведено в 1910 році корпорацією «National Cash Register Company of Danton» в США. Працівники компанії досягли високих результатів, за що й були нагороджені безоплатним відпочинком в Нью-Йорк за відмінні результати в роботі. Початок регулярного нагородження співробітників через заохочення було ініційовано в 60 роки XX століття, після початку авіаційних перельотів [2, с. 63].

В інсентив-туризмі 80% подорожей та бізнес-поїздок припадає на Європу, 10% - на США, 6% - країни Азії, 4% - інші менш популярні напрямки. В рейтингу інсентив-напрямків перше місце посідає Франція, далі за нею - Іспанія, Швейцарія, Австрія, Кіпр, США, а також країни Карибського басейну.

Заохочення в вигляді відпочинку чи екскурсії поширюється в європейських країнах. Практика довела, що інсентив-тури є найкращим стимулятором до праці працівникам в порівнянні з будь-яким іншим товаром. Так, в Великій Британії 2/5 від основних грошових трат витрачається на нагородження та заохочення своїх співробітників. Франція та Німеччина — направляють половину від загальних доходів. На кожному особу в США виділяють від 500 до 1500 доларів США. Така заохочувальна відпустка може бути до семи днів.

За інформацією Європейської асоціації з інсентив-туризму (SITE), основними країнами, які заохочують співробітників, виступають, як і раніше, США (60%), Велика Британія (20%) і Німеччина (11%). Японія нарощує кількість інсентив-відвідувачів, декілька років поспіль зростає

чисельність туристичних бізнес-груп. На жаль, це не стосується України. Українські інсентив-групи, які подорожують Європою чи Азією, поодинокі.

На ринку інсентив-туризму домінують групові подорожі, та з початку 80-х років цей сегмент відпочинку поступово знижується. Число туристів в окремій інсентив-групі може досягати 100 осіб і більше. Половина від всієї кількості груп складається з 10 людей. Склад такої ділової ланки комплектується з вищого керівництва, працівників середнього рівня, постійних споживачів та покупців.

Інсентив-туризм — один із базових елементів індустрії відпочинку МІСЕ і застосовується для досягнення конкретної мети:

- презентація і розповсюдження нового продукту або послуги;
- якісне поліпшення продуктивності;
- збільшення рівня продажів;
- формування дилерської ланки;
- формування лояльної і згуртованої команди.

Не зважаючи на світові катаклізми, індустрія МІСЕ переживає бум. Щороку, туристично-бізнесовий ринок організовує 610 млн. ділових поїздок, які дають можливість наповнення фінансової казни на суму майже \$ 430 млрд. За прогнозами фахівців, до 2021 р прибутковість індустрії МІСЕ зросте в 5 раз до \$ 2 трлн. за рік

Інсентив-туризм дуже різноманітний. Близько 73% припадає на корпоративні подорожі (так звані *corporatetravel*) — це індивідуальні ділові подорожі, які здійснюються співробітниками в період участі в бізнесових та економічних конференціях. До інсентив-туризму відносяться і інсентив-тури (від англійського слова *incentive* — стимул) — подорожі, які організовуються компаніями для мотивації співробітників з метою розширення бізнесу.

На подорожі, які мають відношення до конференцій, семінарів, під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних і інших організацій, припадає близько 16% ділового туристичного ринку.

І, нарешті, 11% — це ярмарок, виставкових центрів експозицій, конференцій та участь в їх заходах. (рис.2.1.) [18].

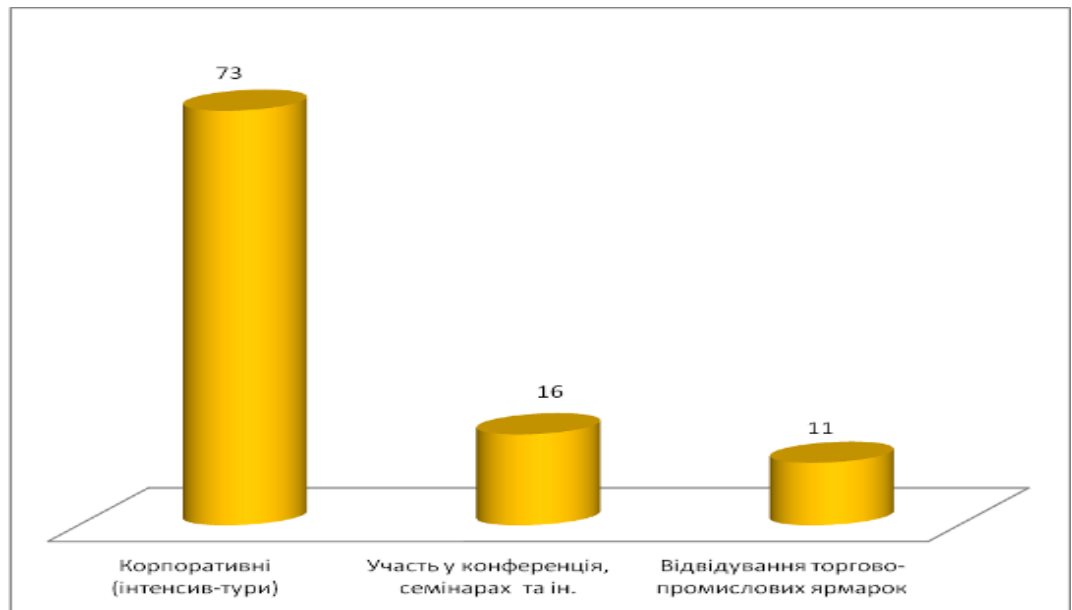


Рис. 2.1. Основні напрямки світового ділового туризму (%) 2018 р.

Сьогодні, українські туристичні компанії успішно співпрацюють з організаторами конференцій, конгресів, корпоративних заходів з питань організації обслуговування. Вони старанно і якісно виконують свої професійні обов'язки по підготовці й проведенню різноманітних подорожей та дійств для індивідуальних клієнтів і для великих груп (100 і більш осіб).

Організація бізнес-турів — специфічна. Бізнесмени за декілька місяців наперед планують свої бізнес-подорожі. Лютий-травень, вересень-листопад — це «високий сезон» у виставковому бізнесі. Тому, при організації ділової подорожі необхідно спланувати стиковку

авіарейсів, найзручніший трансфер і обов'язково врахувати комфортний відпочинок, як необхідний елемент вдалого бізнесу.

База ділової подорожі — сукупність зустрічей і заходів, добре продуманих і спланованих. Всім туристичним компаніям без кропіткої підготовки, розуміння специфіки професійної діяльності і чіткого планування не обійтися.

Ділові подорожі організуються, з додатковою екскурсійною програмою. Стандартна програма — розміщення, сніданки, трансфери, оформлення віз. Додатково можуть надаватися такі опції як: акредитація на виставку, перепустки, послуги перекладача, оренда автомобіля і багато іншого, що може бути необхідним на тому чи іншому заході. Крім того, існують спеціальні знижки для клієнтів на оплату квитків в бізнес-класі, а також при організації VIP-обслуговування на території аеропортів, тощо.

Експерти виділяють наступні тенденції в розвитку складових МІСЕ в найближчому майбутньому: будуть превалювати індивідуальні ділові подорожі і їх кількість продовжить неухильно зростати, стійко підвищиться попит на відвідування різних галузевих виставок, зросте попит на інсентив-туризм.

При цьому, при досить бурхливих темпах розвитку в секторі інсентив-туризму будуть зберігатися тенденції по скороченню тривалості ділових заходів до 2-3 днів і середньої кількості учасників.

Більшість західних компаній витрачають щорічно значні суми на організацію такого роду заходів і роблять це не даремно. Вигода позначається в значному зростанні продажів, підйомі корпоративного духу, поліпшенні відносин всередині команди. Як підсумок — збільшення доходів компанії.

Найбільша міжнародна професійна асоціація компаній, що працюють в сфері заохочувальних поїздок, базується в Нью-Йорку. Налічує 2100 членів з 67 країн. Основними функціями цієї асоціації є

- проведення конференцій;
- публікації різних матеріалів про індустрію інсентив-туризму;
- сертифікація організаторів інсентив-турів.

Європейський інсентив-туризм з'явився в середині ХХ століття, а його розквіт був в 70-80-ті роки ХХ століття. Тоді була створена спеціальна європейська асоціація по інсентив-туризму

В сфері інсентив-туризму працюють справжні професіонали, послугами яких користуються великі корпорації, фінансові установи та співробітники компаній.

Інсентив-туризм якісно функціонує, базуючись на такі головні складові:

- професійні працівники інсентив-галузі;
- спеціалізований друк;
- туристичні ярмарки, ділові виставки та конференції;
- наукові дослідження;
- підвищення кадрової кваліфікації;
- професіоналізм керуючого складу.

Таким чином, проаналізувавши міжнародний досвід, можна зробити висновок, що інсентив-туризм — це основний елемент індустрії відпочинку ділового життя. Застосовується з метою мотивації для досягнення вдалих результатів бізнесу.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

2.1. Сучасний стан пріоритетних напрямків інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях

Південь України — базова складова туристичної бізнес-індустрії, яка має значний ресурсний і трудовий потенціал.

Одеська, Херсонська та Миколаївська області володіють непогано розвиненою інфраструктурою для реалізації бізнес-продукту в сфері інсентив-туризму, який приносить великі прибутки. Не зважаючи на негативні тенденції фінансової кризи, в сфері інсентив-туризму Півдня України стабільно була присутня позитивна динаміка.

Фактично, більша частина інсентив-туристичних послуг, які надаються українськими агенціями, припадає на Причорноморський інсентив-регіон.

Наявність Чорного й Азовського морів, мальовничі береги річок і озер, лікувальні грязі, сприятливі кліматичні умови дають можливість цілорічно надавати послуги в туристичній сфері.

Південь України має унікальні природні передумови, які треба використовувати на повну силу. Саме це привабить внутрішнього та міжнародного бізнес-туриста.

Розвиток інсентив-туризму в цьому регіоні допомагає вітчизняній інсентив-індустрії займати провідне місце в національній економіці.

Інсентив-туризм — різновид бізнес-туризму. Це заохочення в вигляді відпочинку чи нагородження співробітників через заохочення з метою ділової туристичної поїздки. Зростання безоплатного відпочинку призвело до появи спеціалізованих туристичних співтовариств, які регулярно організовують виставки, проводять конференції, друкують необхідну літературу.

Індустрія туризму — трудомісткий процес, що займає важливе місце в економіці кожного регіону України. Вона є активним джерелом надходження валюти і має вплив на платіжний баланс країни, на розвиток соціальної та культурної сфер, екологію.

Туристична сфера та її послуги не існують окремо від держави і суспільства: для туристичного розвитку необхідна стратегія державного управління. А будь-яке стратегічне завдання в сучасних умовах здійснюється за допомогою моніторингу туристичної діяльності.

Це правове врегулювання, сприяння підприємствам готельного і туристичного комплексу в розвитку виробництва, укладання угод з метою створення сприятливих умов для розвитку міжнародного туризму та поліпшення умов бізнес-туризму на території держави і її окремих областей. Взаємодія всіх ланок туристичної індустрії Причорноморського регіону, об'єднання зусиль інсентив-туризму створять фантастичні можливості для максимального використання бізнес-потенціалу Одеської, Херсонської та Миколаївської областей.

Розвиток інсентив-туризму на Півдні України потребує вагомої державної підтримки. Зростання вітчизняної економіки не може здійснюватися без активного розвитку туристичної галузі.

Для перспективного розвитку інсентив-індустрії в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях державна підтримка має бути законодавчою, організаційною (поетапний розвиток областей та стимулювання окремих туристичних суб'єктів), фінансовою (підтримка потенційних інвесторів) та інформаційною.

Розвиток туристичної інсентив-галузі в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях не однорідний і кожна область має свої особливості.

Найбільших результатів в сфері організації інсентив-туризму вдалося досягти Одеській області. Сприятливі умови для поєднання ділового туризму і відпочинку, наявність рекреаційних ресурсів,

туристичний імідж, транзитні можливості, диверсифікація туристичного ринку — ділові заходи поєднуються з іншими видами туризму, історична та культурна спадщина, велика кількість бізнес-готелів — фактори позитивного розвитку інсентив-галузі в Одеській області.

Інсентив-туризм Миколаївщини ще тільки починає свій розвиток. Тому, стимулювання миколаївських суб'єктів туристичної інсентив-галузі збільшить обсяг туристичних послуг в області, створить конкурентний бізнес-продукт.

Фінансової державної підтримки потребують, без винятку, як Одеська, так і Херсонська з Миколаївською області. Підтримка потенційних інвесторів стане основою для активного зростання бюджетних надходжень і розширення сфери інсентив-туризму Причорноморського регіону.

Південь України — найбільш перспективний регіон серед туристично-бізнесових територій.

Одеська, Херсонська та Миколаївська області є значущими активами економічного розвитку країни.

2.2.Різновиди напрямків розвитку інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях

Одещина може запропонувати бізнес-туристам широкий вибір екскурсійних послуг, пляжний, оздоровчий туризм та безліч цікавих заходів.

За кількістю гостей Одеській туристичний регіон — лідер серед трьох південних областей. Різноманіття туристичної аудиторії може зосередити свою увагу на всіх принадах Одеської області. Так, за інформацією Головного управління статистики в Одеській області, в 2019 році, близько 3,3 млн. туристів приїхали з 23 областей України, 1,5 млн. були туристами із 114 країн світу, що складає 45% від всієї кількості [11]. Серед такої чисельності туристів відсоток інсентив-

відпочиваючих склав лише 7%. Топ країн, з яких приїжджали іноземні туристи — Росія, Молдова, Білорусь, США, Ізраїль і Німеччина.

В Одеській області розвиток туризму спрямований як на зовнішній, так і на внутрішній соціально-економічний розвиток.

Останні п'ять років, за участю представників трьох держав — України, Румунії і Молдови, на базі Одеської області, активно розвивається бізнес-туризм в рамках туристичного проекту «Нижній Дунай». Цей проект має за мету розробити єдину туристичну сферу для подальшого розвитку інсентив-туризму в регіоні.

Регіон привабливий для туристів своїм Придунав'ям, наявністю історичних і культурних пам'яток, працюючими трудовими ресурсами. Морські піщані пляжі, дивовижний лиман, чарівне містечко Вилкове, Ізмаїл та Кілія, лікувальні особливості морського узбережжя, приваблива інфраструктура, колорит і гастрономічне різноманіття селища Шабо, велика кількість закладів туристично-рекреаційного призначення по всій території гарантують Одеському регіону першість в розвитку інсентив-індустрії. (рис.2.1.)



Рис. 2.1. Потенційні місця для проведення інсентив-туризму

Регіон прекрасно забезпечений водними ресурсами. Це додаткова можливість привернути увагу інсентив-туристів, які люблять круїзний туризм. Цей перспективний різновид інсентив-відпочинку набирає популярності та слугує додатковою грошовою інвестицією в обласний бюджет.

Тому, Одеський регіон сформував такі напрямки інсентив-туризму:

- конгресово-виставковий інсентив-туризм;
- концертно-розважальний відпочинок;
- гастрономічний туризм;
- рекреаційний тімбилдинг.

З 2014 року в місті Одеса було запроваджено проведення регіонального туристичного круглого столу, де учасники від Одеської, Миколаївської і Херсонської областей регулярно представляють свої інноваційні бізнес-програми, обговорюють проблемні питання щодо перспектив розвитку інсентив-туризму на території південного регіону України.

На жаль, туризм в Одеській області активований в основному на зовнішнього споживача. Необхідно розвивати діловий туризм. Розвиток інсентив-туризму в цьому регіоні допоможе вітчизняній інсентив-індустрії зайняти провідне місце в національній економіці.

Одеський регіон — туристична перлина, яка об'єднує в собі значущі активи і ресурсні потенціали.

На степовому півдні України знаходиться Миколаївська область, яка оточена теплими водами Чорного моря, помірно-континентальним кліматом, що сприяє її туристичному розвитку.

Сьогодні, Миколаївщина продовжує залишатися центром важкої промисловості, суднобудування й мореплавства і має безліч туристичних принад. Наявність скелястих схилів Південного Буга з його мінливою течєю дозволяє займатися альпінізмом і різноманітними

видами водного спорту, але існують певні проблеми в розвитку туристичної галузі. Інсенсив-туризм тільки починає активізуватися на Миколаївському ринку послуг.

В Миколаївській області сформувалися такі різновиди інсенсив-туризму:

- тематично-археологічний інсенсив-відпочинок;
- екстремальний інсенсив-туризм;
- промислово-діловий туризм.

Історико-культурний потенціал Ольвії та екстремально-рекреаційні можливості Мигії, аромати моря та степових трав, Тилігульський лиман, багатий на рибу, і виноградні плантації могли б стати мотивацією для відвідування Миколаївської області бізнес-туристами. (рис.2.2.)



Рис. 2.2. Потенційні місця для проведення інсенсив-туризму

Мінеральні води, Бейкуська рапа, Дніпро-Бузький лиман, залишки скіфських поселень, Морська обсерваторія, найстаріший в Україні Миколаївський яхт-клуб дозволяють зацікавити бізнес-туристів відпочити або оздоровитися після плідної праці.

Інсентив-туризм Миколаївщини — найменш розвинена галузь господарства, що історично обумовлено. Так, за інформацією Головного управління статистики в Миколаївській області, в 2019 році регіон відвідало лише 250 тисяч туристів [10]. Інсентив-туризмом займаються виключно з бізнес-партнерами та потенційними клієнтами.

Туристичний потенціал Херсонської області величезний. Херсонська область розташована на двох морях — Чорному, Азовському і озері Сиваш, а це більше 200 км узбережжя. Через всю область протікає найбільша річка України — Дніпро, 16 малих річок, на її території знаходиться Каховське водосховище, Дніпро-Бузький лиман, озера, дніпровські плавні.

Розвиток ділової туристичної галузі Херсонщини — це формування конкурентно-спроможного, такого, що відповідає міжнародним стандартам, туристичного продукту, який направлений на максимально ефективне використання бізнес-потенціалу міста. Херсонщина має вигідне геополітичне і стратегічне положення з розвинутою інфраструктурою. Тому, в останні роки, в області створилися сприятливі передумови для формування високорентабельної туристичної галузі. Розвиток торговельно-економічних відносин з далеким і ближнім зарубіжжям формують умови для розвитку ділового туризму в Херсонській області.

Існує думка що, ХХІ століття перетворить заохочувальний інсентив-туризм в основний. Нагородження через заохочення поширюється і в Україні. Херсонщина не є винятком.

Інсентив-туризм Херсонщини вирізняється специфічним туристичним продуктом, який має свої особливості. Перегони на яхтах, степові аромати Асканії, риболовля в дельті Дніпра, полювання, пікніки в Олешківських пісках, дегустація страв та солодке вино — це мала частка того, що запропонує Херсонська область своїм діловим туристам.

Сьогодні, лише окремі міста Херсонщини відповідають сучасним вимогам інсентив-туризму. (рис.2.3.)

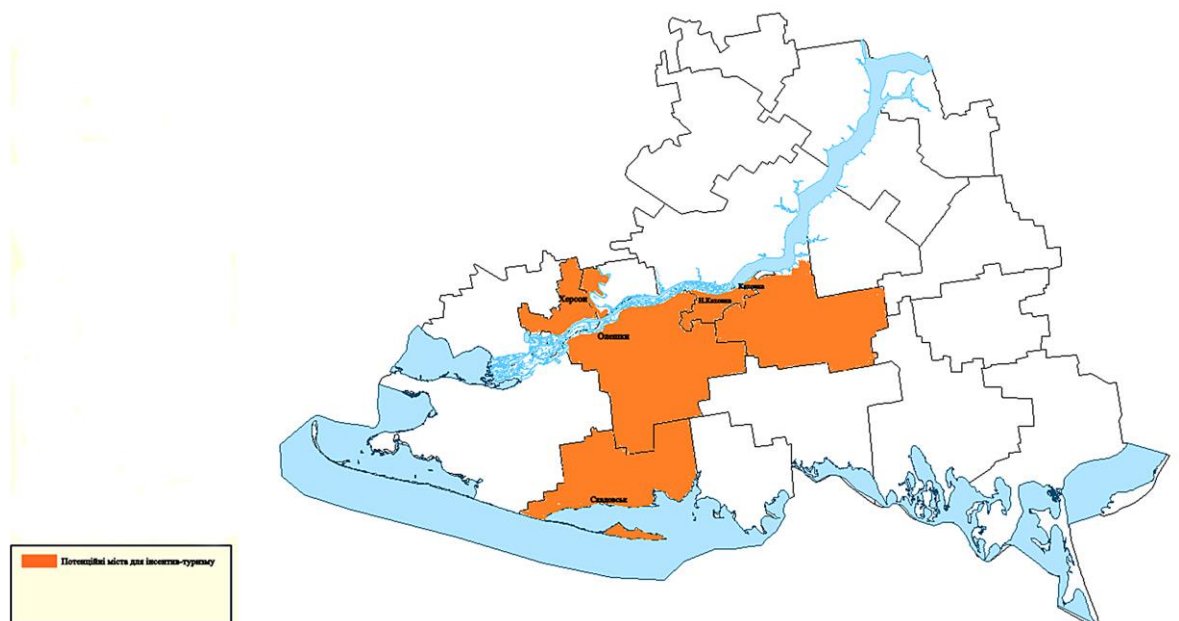


Рис. 2.3. Потенційні міста для інсентив-туризму

Тому, на Херсонщині сформувалися такі три напрямки інсентив-туризму:

- колективні подорожі, які організуються після ділових заходів;
- корпоративний заохочувальний діловий відпочинок;
- індивідуальні чи групові туристичні інсентив-подорожі.

Зростання показників внутрішнього туризму в Україні відбувається під впливом економічних і політичних чинників. Протягом останніх років потік туристів збільшився в 1,5 рази. Анексія Криму викликала перерозподіл туристичних потоків. Як альтернативу закордонному

пляжному відпочинку обираються регіони України, розташовані на узбережжі Азовського і Чорного морів.

Тому, Херсонська область, як зона туристичного потенціалу, має багато можливостей для розвитку внутрішнього інсентив-туризму. Вигідне розташування, багаті природні та суспільно-географічні туристичні ресурси, рекреаційні можливості становлять потужний потенціал для зростання інсентив-туризму в регіоні.

Протягом туристичного сезону 2019 майже 4 млн. туристів відвідали Херсонщину, серед них 100 тисяч — іноземці, відсоток інсентив-туристів склав 4 %. Область увійшла до перших трьох найбільш відвідуваних регіонів України [12]. Туристичні потоки ділового туризму зростають завдяки сприятливим умовам та потужним інвестиціям.

Існує ряд сприятливих умов для інтенсивного розвитку саме інсентив-туризму в Херсонській області:

- природно-кліматичні умови;
- конкурентні ціни;
- сприятливі умови бізнес-клімату;
- розвинена транспортна інфраструктура;
- наявність аеропорту;
- кваліфіковані кадри.

Туристичну привабливість Херсонської області можна оцінити зростанням інвестицій в сферу туризму. Іноземні інвестиції надійшли в економіку області з 39 країн світу (Кіпр, Беліз, Великобританія, Німеччина, Туреччина) [12].

Херсонська обласна адміністрація проводить активну політику рекламування регіону для ділового та інсентив-туризму.

Туристичні потоки на Херсонщині зростають вражаючими темпами, а саме, протягом останніх п'яти років у середньому на 20% щорічною.

Тому, покращення організації туристичної діяльності в сфері інсентив-туризму на території Херсонської області є невідкладним та пріоритетним.

Раціональне використання туристичного потенціалу Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, створення умов для розвитку інсентив-туризму Причорноморського регіону перетворить Південь України в конкурентоспроможний, високорентабельний бізнесово-туристичний регіон.

Вихід на світовий інсентив-ринок прискорить соціально-економічний розвиток Одеської, Херсонської та Миколаївської областей та підвищить якість життя населення відповідно до європейських стандартів.

РОЗДІЛ 3.

ГОЛОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

3.1. Фактори поліпшення та рекомендації по розвитку інсентив-туризму на Півдні України

Сьогодні, туристична бізнес-індустрія Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, яка надає послуги інсентив-туристам, має доволі типовий спектр бізнес-послуг.

Основна проблема — наявність професіоналів та кваліфікаційна кадрова підготовка на ринку інсентив-індустрії. Проаналізувавши фахову підготовку працівників туристичної сфери, можна стверджувати, що тільки 15-25% мають вищу або середню освіту по спеціальності - туризм. Тому, для підвищення рівня обслуговування та надання якісних послуг, необхідно звернути увагу на підготовку фахівців з туризму, підтримувати тісний зв'язок з університетами та факультетами, де готують спеціалістів туристичної галузі. Обов'язкове володіння іноземними мовами, знання ділового етикету, стажування в найкращих готельних комплексах України, обмін досвідом з провідними спеціалістами інсентив-індустрії сприятимуть поліпшенню якості обслуговування та наданню якісних туристичних бізнес-послуг.

Вищі навчальні заклади, в кооперації з органами державного управління, здійснюють моніторинг кадрового рівня підготовки та розробляють і впроваджують основні принципи й стандарти професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії.

Розвиток туристичної індустрії Причорноморського регіону ґрунтується на міжнародних стандартах, враховуються інтереси туристичного бізнесу Одеської, Херсонської та Миколаївської областей для подальшої взаємодії і розвитку інсентив-туризму в регіоні.

Для реалізації стратегії розвитку інсентив-туризму необхідно залучити в'їзний та внутрішній туристичні потоки, створити сучасну готельну інфраструктуру, забезпечити бізнес-туристам якісне обслуговування та першокласний відпочинок. Діяльність інсентив-туристичних комплексів повинна відповідати вимогам сучасного інсентив-туризму.

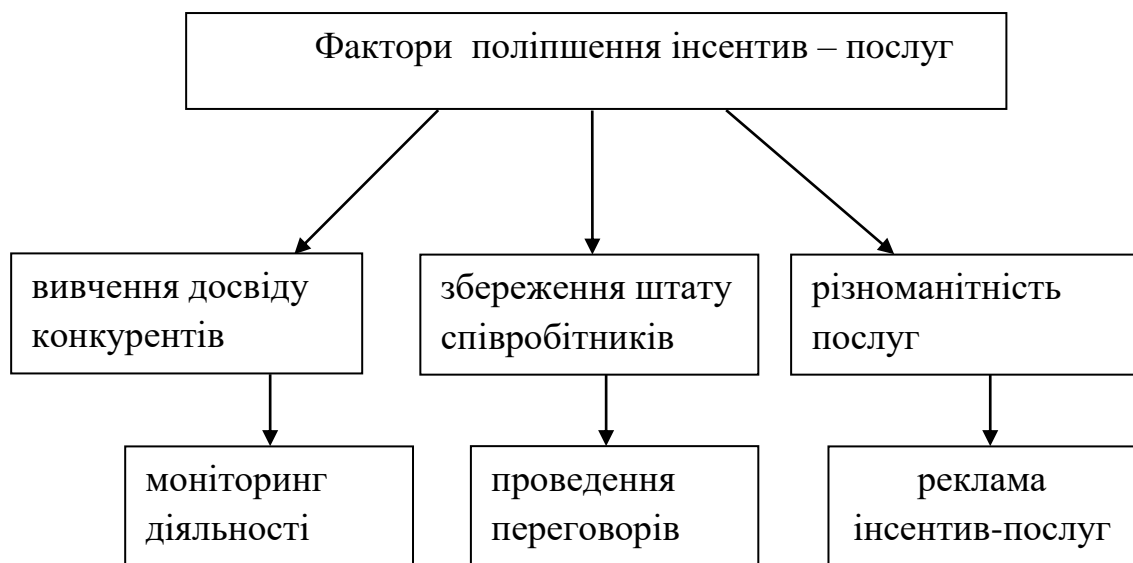


Рис. 3.1.Фактори поліпшення інсентив – послуг

Складено автором за [18].

Удосконалення інфраструктури ділового туризму, створення сучасних умов для бізнес-відпочинку — головні напрямки розвитку причорноморської регіональної економіки. Економічне зростання, процеси інтеграції, розвиток ділових відношень між областями потребують нового бачення розвитку інсентив-туризму та інсентив-інфраструктури. Щоб задовольнити сучасні потреби необхідно створити сучасну туристичну інфраструктуру на Півдні України та популяризувати окремі туристичні маршрути через медіа-ресурси.

Шляхи поліпшення розвитку інсентив-туризму:

- створення єдиного туристичного порталу про Причорноморський регіон на різних мовах;
- створення позитивного образу регіону;
- розвиток ділового річкового та морського туризму;
- анонсування туристичних заходів на різних мовах;
- медійно-маркетингова популяризація регіону;
- рівномірне залучення туристичного потоку по всій території ;
- взаємодія з міжнародними бізнес-порталами.

Для забезпечення інсентив-туристів сучасним рівнем комфорту, для рівномірного приймання бізнес-туристів на території трьох областей доцільно створити регіональні готельні союзи з поступовим входженням в національні туристичні бізнес-корпорації. Комплексний підхід при аналізі шляхів підвищення інвестиційної привабливості регіону, модернізація засобів розміщення, стабілізація туристичного інсентив-ринку та гнучка цінова політика — важливі умови для реалізації бізнес-програми в сфері інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях.

При стабільному ринку інсентив-туризму, при зростанні головних економічних параметрів туристичної інфраструктури ціни на інсентив-послуги залишаються дорогими. Для туристично-ділової сфери Півдня України актуальними є впровадження принципів фінансового менеджменту та ефективне управління доходами.

Політика гнучких цін розширить попит на туристичні послуги в період зменшення кількості туристів. Запровадження системи пільгових тарифів стане бонусом при прийманні окремих категорій ділових туристів і створить умови для зростання попиту на інсентив-відпочинок. Стійке зростання попиту на туристичні бізнес-послуги зафіксовано не тільки в Одесі та Херсоні, які традиційно є лідерами інсентив-туризму, а й в маленьких містечках та селищах.

Інсентив-туристи висувають особливі вимоги. Комфорт, швидкість, надійність, пунктуальність, зручність — особливі вимоги при організації надання послуг туристам.

Покращення організації інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях відкриває нові можливості виходу ділового туризму на міжнародний рівень. Сприятливі умови економічного розвитку ділового туристичного бізнесу, активізація туристичної діяльності дадуть змогу забезпечити високі стандарти різних побажань інсентив-туристів.

Індустрія туризму — трудомісткий процес, що займає важливе місце в економіці кожного регіону України. Вона є активним джерелом надходження валюти і має вплив на платіжний баланс країни, на розвиток соціальної та культурної сфер.

У стратегії інсентив-туризму Півдня України були визначені види діяльності, пріоритетні для вдосконалення інсентив-туризму:

- дослідження та аналіз ринку;
- створення клімату, сприятного для залучення інвестицій;
- підвищення рівня кадрового потенціалу;
- якість і відповідність стандарту обслуговування інсентив-туристів.

Розвиток людських ресурсів, їх навчання і перепідготовка сприятимуть гармонізації інсентив-туризму. Не слід забувати і про зниження адміністративних бар'єрів. Для цього необхідно проводити круглі столи, семінари, конференції з керівниками міст та областей, приймати участь в удосконаленні законодавства і системи державної підтримки малого та середнього бізнесу, впроваджувати інноваційні бізнес-проекти .

Розвиток інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях набуває значення своїми перспективами. Використання туристичного потенціалу Півдня України, створення конкурентного туристичного бізнес-продукту, збільшення обсягу

туристичних послуг, взаємодія з міжнародними спеціалістами розкривають феноменальні можливості для економічного розвитку південних областей і зростання бюджетних надходжень. Одеська, Херсонська та Миколаївська області можуть стати осередком інсентив-туризму світового масштабу.(Табл.3.2.).

Стратегічні рекомендації	Зміст рекомендацій
Аналіз ринку	вивчення ринку потенційних споживачів; розробка та складання анкет; анкетування; обробка та аналіз даних;
Реклама, просування	створення рекламного фільму; просування інформації на телебаченні; публікації в журналах;
Маркетинг, розширення ринку збуту	розширення географії потенційних замовників; пошук партнерів; розміщення інформації на сайтах; продаж тур продуктів через туристичні агентства та туроператорів;
Інвестування	залучення банків та інвесторів;
Розвиток людських ресурсів	навчання, перепідготовка;
Зниження адмін. бар'єрів	проведення столів, конференцій, семінарів, розробка пропозицій

Табл 3.2. Рекомендації розвитку інсентив-туризму в Херсонській області

Складено автором за [18].

Поступове економічне зростання, процеси інтеграції, попит на інсентив-послуги вищого ґатунку обумовлюють потреби розвитку сфери туристичної інсентив-індустрії в південних областях України. Попит на якісні послуги інсентив-інфраструктури можливо задовольнити, розробивши основні бізнесові принципи в туристичній галузі. Збудувавши нові системи керування, вирішивши проблемні питання по створенню єдиного туристичного продукту на просторах Причорноморського регіону, є можливість створити сучасний регіональний інсентив-простір Півдня України.

При аналізі ринку південних областей необхідно вивчити потенційних споживачів послуг інсентив-туризму, розробити та скласти анкети з подальшим анкетуванням. Після цього обробити дані та зробити аналіз. Створення рекламного фільму і його просування через телебачення, а також публікації оглядового характеру будуть ще одним кроком в стратегії пріоритетного розвитку інсентив-туризму. Пошук партнерів, розширення географії потенційних замовників допоможуть просуванню продукту, оновлення бази майбутніх замовників дадуть змогу збільшити продаж туристичних продуктів. Використання фінансової допомоги та участь інвесторів необхідні для поліпшення ділового туризму областей. Фінансове забезпечення сфери туристичної діяльності необхідно будувати шляхом підтримки його комерційними структурами, зацікавленими в розвитку галузі. Залучення прямих інвестицій, як внутрішніх, так і зовнішніх, залучення міжнародних грантів створять умови для розвитку фінансових можливостей.

На жаль, фінансові можливості трьох областей потребують значної корекції та додаткових надходжень. Такими додатковими фінансовими джерелами можуть бути:

1. кошти міжнародних туристичних компаній
2. кредити
3. інвестиції

4. державна та регіональна підтримка

5. вклади населення

Проблема фінансування дуже непроста: посилюється конкуренція на ринку інсентив-послуг, зменшується державне фінансування. Це змушує управління обласних державних адміністрацій брати на себе відповідальність за впровадження інвестицій в інсентив-сфері. Обласні управління корегують планування відносин між областями, взаємодіють для подальшого розвитку інсентив-туризму в регіоні.

Координація, узгодження з керівними органами управління, реклама і фінанси — стратегія розвитку інсентив-туризму на Півдні України.

Тому, необхідно побудувати оновлену туристичну стратегію державного управління. А будь-яка стратегія державного управління здійснюється за допомогою моніторингу рівня розвитку туристичної галузі Причорноморського регіону України. Тут не обійтись без кредитування та інвестицій. Для широкомасштабних капіталовкладень, для створення сприятливої бізнес-атмосфери необхідні гарантії з боку держави, необхідні умови по створенню сучасної інсентив-продукції відповідно до міжнародних стандартів.

Для адекватного впровадження у дію пропозицій інсентив-туризму необхідно гармонізувати основні складові.

Таким чином, завдяки своєму географічному розташуванню, чудовому клімату та розвиненій транспортній інфраструктурі, на Півдні України створюються сприятливі передумови для формування високорентабельного інсентив-туризму.

Просування на ринок туристичних послуг інсентив-продукту дасть змогу створити сприятливі умови для розвитку інсентив-туризму на території Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, що покращить імідж регіону.

3.2. Розробка інсентив-турів в межах Причорноморського регіону на базі Херсонської, Одеської та Миколаївської областей для співробітників компанії UPG та Ubisoft

Загальна характеристика туру: тривалість туру 4 дні (3 ночі), кількість туристів — 15. Тур розрахований на літній період. Вартість туру — договірна. (особливість інсентив-туризму).

Бізнес-конференція: Гордість UPG

Категорії туристів	Види транспортних засобів	Послідовність маршруту	Характеристика
Ділові туристи	залізничний, автомобільний річковий	День 1. Прибуття в Херсон на ж/д станцію, Поїзд 7660 в 14.48. Зустріч, трансфер до готелю «Оптіма». 16.00 Обід. 18.00 Екскурсія по р. Дніпро. 20.00 Вечеря, вільний час. Ночівля.	Південна природа, херсонські плавні і лиман, річка Дніпро і тиша - відмінне проведення часу!
	автомобільний	День 2 . 8.00 Сніданок. 9.00. Трансфер до міста Нова Каховка , в Яхт клуб «Maxim marine». 15.00 – обід (Дари Херсонщини) 18.00 Конференція, неформальні бесіди з потенційними клієнтами. 21.00. Банкет.	Комплекс розташований в Новій Каховці в 80-ти кілометрах від дельти Дніпра.«Maxim marine». одним з найкращих, великих і найбільш технічно оснащених в Україні комплексів для бізнесу і відпочинку на воді. М'який

			<p>південний клімат і мальовничий ландшафт доповнює великий спектр пропонуванних бізнес- послуг: готель, ресторан, літнє кафе, конференц - зал, зона для переговорів, релакс-зона, прокат водної техніки та багато іншого.</p>
автомобільний	<p>День 3.</p> <p>8.00 Сніданок.</p> <p>10.00 Бізнес-тренінг</p> <p>14.00 Обід</p> <p>16.00 Екскурсія до виноробного господарства Князя П.М. Трубецького. З дегустацією вин та сирів.</p> <p>20.00 Вечеря в Шато Трубецьких.</p> <p>22.00. – повернення в «Maxim marine».</p> <p>Ночівля.</p>	<p>Незабутня екскурсію по господарству Князя П.М. Трубецького, де виробляють вино. Комфортні умови, елітний відпочинок, виноградна лоза і аромати Дніпра подарують гостям враження від відпочинку. На території господарства є можливість не тільки прогулятись алеями, а й зануритись в історію виноробства, де зберігаються рідкісні вина.</p>	

Загальна характеристика туру: тривалість туру 2 дні (1 ніч), кількість туристів — 25. Тур розрахований на літній період. Вартість туру — договірна. (особливість інсентив-туризму).

Компанія Ubisoft спеціалізується на розробці та займається видавництвом відеоігор. Вона є одним з найбільших ігрових видавництв в Європі. Має філії у 26 країнах світу. Компанія анонсує випуск продовженої серії свого продукту. Представники болгарського, румунського та українського підрозділів збираються на ділову зустріч (workshops), в місті Одеса.

Українському представництву в 2020 році виповнюється 12 років. Компанія налічує два регіональних представництва в Києві та Одесі і має в планах сформувати на базі Одеської, Херсонської та Миколаївської областей Причорноморський регіональний офіс. Тому, з метою розвитку компанії та пошуку нових спеціалістів, українське представництво організовує цю інсентив-зустріч.

Категорії туристів	Види транспортних засобів	Послідовність маршруту	Характеристика
Ділові туристи	залізничний, автомобільний	<p>День 1. Прибуття в м. Одеса на ж/д станцію, в 7.00.</p> <p>Зустріч, трансфер до готелю «Олександрівський».</p> <p>14.00 Обід в ресторані «Челліні»</p> <p>15.00 Зустріч представників підрозділів компанії в конференц -залі «Модерн».</p>	<p>Розташований в центрі історичної частини Одеси. Має розвинену інфраструктуру. Налічує конференц- сервіс.</p> <p>Консультації стосовно анонсу випуску нової серії продукту. Обговорення</p>

		19.00 Вечеря, вільний час. Ночівля.	стратегії розвитку.
автомобільний	День 2 . 8.00 Сніданок. 9.00. Трансфер до селища Мигія в Миколаївській області. 12.30.Прибуття. знайомство з інструкторами, розподіл по човнах, інструктаж, рафтинг 15.00 Обід. Екскурсія на голубе озеро. Купання в Родоновому озері. 18.30 Від'їзд. Трансфер в місто Київ.	Мигія- гірська перлина серед степу. Мигійські пороги мають Верхню та Нижню секції. Придатні для активного відпочинку- рафтинг, каякинг, прогулянки, купання в Родоновому озері. Сплав на каяках по Південному Бугу, по Грушівському та Запорізькому порогах. Сучасний інсентив-релакс	

При організації та розробці туру необхідно враховувати туристичні цілі та бізнес-завдання. Інсентив-поїздка повинна на 100 % задовольнити інтересам і потребам компанії.

При розробці інсентив-продукту є можливість поєднати відпочинок з бізнесом, висловити вдячність та преміювати колег. Відчуття спільної справи дозволить досягти поставлених цілей.

Плануючи інсентив-програму, необхідно виявити вимоги та очікування колективу. Розробка інсентив-туру потребує осмисленого підходу, що приведе до збільшення доходу інсентив-агенції.

Основа інсентив-пропозиції — це реалізація інсентив-програми через затвердження концепції туристичної поїздки. При спілкуванні— обов'язкове уточнення деталей, калькуляція вартості та кваліфіковане опрацювання заходу.

Для успішного проведення інсентив-туру робота має базуватися на ретельному плануванні та професіоналізмі.

Злагоджена робота туристичних підприємств Одеської, Херсонської та Миколаївської областей — запорука успіху інсентив-індустрії Півдня України.

ВИСНОВКИ

Інсентив-туризм — один із пріоритетних напрямків міжнародного туризму, який займає провідні позиції в розвитку національної економіки багатьох країн. Діловий туризм сприяє процесам інтеграції країни на світовому ринку співпраці. Глобалізація, економічний та діловий розвиток туристичної сфери, поєднання бізнесових інтересів з рекреаційними забезпечують швидкі темпи розвитку інсентив-індустрії.

Інсентив-туризм — вид ділового туризму який об'єднує в собі бізнес-мету та відпочинок. Це пошук ділових партнерів та нових можливостей для розширення свого бізнесу.

Індустрія інсентив-туризму набуває масштабності і являє собою кооперацію відпочинку з роботою.

Створення конкурентного інсентив-продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра бізнес-послуг, удосконалення сучасної інфраструктури інсентив-туризму, організація надання послуг туристам у засобах розміщення визнано одними з пріоритетних напрямів розвитку інсентив-туризму на Півдні України.

Дослідивши сучасний розвиток інсентив-туризму в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, в дипломній роботі вдалося проаналізувати інсентив-туризм, як один з основних напрямків розвитку туристичної галузі. Були виявлені особливості інсентив-туризму в умовах сучасності. Дослідивши пріоритетні напрямки розвитку інсентив-туризму були розкриті тенденції та перспективи цієї галузі. Досягти покращення організації інсентив-туризму можливо лише маючи конкретні пропозиції та рекомендації відносно поліпшення стану інсентив-туризму.

Інсентив-туризм в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях є високорентабельним сегментом розвитку Причорноморського регіону України. Саме тут, в останні роки, швидкими темпами розвивається діловий туризм з елементами

відпочинку. Кількість іноземців, які приїжджають в південні області з бізнес-цілями, зростає, попит на якісні туристичні послуги збільшується. Ринок інсентив-послуг має бути конкурентоспроможним.

Дослідивши сучасний розвиток інсентив-туризму на Півдні України, в дипломній роботі вдалося проаналізувати інсентив-туризм Причорноморського регіону як пріоритетного в розвитку туристичної галузі Одеської, Херсонської та Миколаївської областей. Були виявлені особливості інсентив-туризму кожної області в сучасних умовах. Дослідивши пріоритетні напрямки розвитку кожної з областей, були розкриті основні тенденції розвитку та перспективи створення сучасного туристичного продукту для кожної окремої галузі.

Досягти покращення організації інсентив-туризму в регіоні можливо лише об'єднавши зусилля державних і регіональних органів влади.

Розробивши конкретні рекомендації відносно поліпшення стану інсентив-туризму, Причорноморський регіон покращить якість надання туристичних інсентив-послуг.

В дипломній роботі були визначені головні проблеми та шляхи покращення інсентив-сфери в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях.

З метою популяризації туристичної галузі та підвищення рейтингу на українському туристичному ринку, для розширення туристського співробітництва було розроблено два інсентив-тури, які будуть реалізовані влітку 2020 року.

Причорноморський регіон має величезний резерв для організації міжнародних ярмарків та конференцій які поєднують бізнесовий відпочинок з туристичними надходженнями.

Провівши аналіз інсентив-потенціалу Півдні України, можна стверджувати, що Причорноморський регіон має величезні перспективи для розвитку інсентив-туризму. Необхідно об'єднати бізнес-спеціалістів,

туристичних агентів, провідних фахівців різних галузей для розкриття туристичних можливостей Одеської, Херсонської та Миколаївської областей.

Просування інформації, публікації, пошук нових партнерів, маркетинг, залучення інвесторів та якісний менеджмент будуть сприяти розвитку інсентив-туризму на Півдні України.

Комплексний підхід і стратегія розвитку інсентив-індустрії поліпшать ситуацію на ринку туристичних бізнес-послуг.

При підтримці з боку держави та туристичних агенцій, Причорноморський регіон неодмінно займе гідне місце на українському туристичному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І.Б. Діловий туризм : навч. посібн. / І.Б. Андренко ; Харків.нац. ун-т міськ. госп-ва – Х: ХНУМГ, 2014. – 165 с.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма /А.В.Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
3. Балабанов І.Т. Економіка туризму / І.Т. Балабанов Навчальний посібник. – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 174 с.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. / М.Б. Биржаков. Издание 4-е переработанное и дополнительное. - СПб. : Издательський дом Герда, 2002. – 320 с.
5. Бутко І.І, Ситников Є.О, Ушаков Д.С. Туристичний бізнес / І.І. Бутко, Є.О.Ситников, Д.С. Ушаков. – М.: Освіта, 2008. – 252 с.
6. Вавилова Є.В. Основи міжнародного туризму. / Є.В.Вавилова. - М .: Гардарики, 2015. – 160 с.
7. Відкривай Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// [https:// https://www.discoverukraine.com.ua/ax-odesa/](https://www.discoverukraine.com.ua/ax-odesa/)
8. Вишневська О.О Туристичне країнознавство: підруч. для студ ВНЗ / О.О.Вишневська – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 756 с.
9. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса / В. Г. Гервсименко Учеб. пособие. - Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
- 10.Головне управління статистики у Миколаївській області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>
11. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
- 12.Головне управління статистики у Херсонській області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/katalog-publikatsij/5211-turizm.html>
- 13.Готелі України: від А до Я. - К.: Новий світ., 2003. – 274 с.

14. Гриценко Д. С. Вплив впровадження мотиваційного механізму на ефективність діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.global-national.in.ua/archive/2-2014/97.pdf>
15. Джумі Є.В. Преміальна система: новий ракурс / Довідник з управління персоналом / Є.В. Джумі – М. : Высшее образование, 2006. – 192 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – М.: Академия, 2012. – 362 с.
17. Інвестаційний портал Херсонщини [Електронний ресурс]– Режим доступу: [http:// investinkher- son.gov.ua](http://investinkher-son.gov.ua)
18. Ковенська О.А. Світовий досвід ділового розвитку туризму [Електронний ресурс] / О.А. Ковенська – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua>
19. Кузнецова Н. Роль мотивации в системе управления современной организации [Электронный ресурс] / Н. Кузнецова, А. Абрамова. – Режим доступа: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1212>
20. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство / О.Т. Лойко Учеб. пособие. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
21. Лялик В.С. Діловий туризм [Електронний ресурс] В.С. Лялик / Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/18766>
22. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посібник. / П.О. Масляк. - К.: Знання, 2008.– 343 с.
23. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. – К.: Київ.нац.. торг.-екон. ун-т, 2011– 280 с.
24. Миронов Ю.Б Соціальне партнерство у сфері туризму/ Ю.Б.Миронов - Полтава: ПУЕТ, 2018. - 156 с. - С.115-121.
25. Нагорский Ю. А. Мотивационная политика предприятия как основа новой философии управления [Электронный ресурс].– Режим доступа:

<http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/36488/67-Nagorskii.pdf?sequence=1>

26. Папирян Г.А. Класифікація засобів розміщення [Електронний ресурс] / Г.А. Папирян – Режим доступу: <http://buklib.net>
27. Пархомчук В.Ф. Економічні трансформації та розвиток туристичної сфери / В.Ф. Пархомчук. – Вісник ОДЕУ, 2014.
28. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин Видавництво Ніжинського державного університету, 2013. – 336 с.
29. Сутягін О.В., Феоктистов І.А. Нові правила надання туристичних послуг / О.В. Сутягін, І.А. Феоктистов. – М.: 2009. – 155 с.
30. Тенденции развития мирового рынка делового туризма [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru>
31. Туристическая Одесса. Календарь событий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessatourism.org/do/calendar>.
32. Устименко Л.М. Історія туризму: Навчальний посібник / Л.М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв. – 2-е вид. переробл. та допов. – К.: Альтерпрес, 2008. – 354 с.
33. Хміль Ф. І. Менеджмент: підручник / Хміль Ф. І. – К. : Вища школа, 2009. – 351 с.
34. Incentive-tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// <https://link.springer.com/referenceworkentry>
35. Incentive Travel [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// <https://www.danacomunications.com/2019-incentive-travel-trends-at-site-global-conference/>
36. Incentive Travel Trends Your Company [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// <https://www.findyouritaly.com/5-incentive-travel-trends-take-into-consideration/>
37. Meetings, Incentive Travel, Conventions [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// <https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/industries/meetings-incentive-travel->

conventions-exhibitions.html

38. Turismo de incentivos [Электронный ресурс]. – Режим доступа://
<https://www.aroundsp.com/es/incentives>

39. Vacaciones bien ganadas [Электронный ресурс]. – Режим доступа://
<https://www.apetitoenlinea.com/turismo-de-incentivos/>

40. Viajes de incentivos [Электронный ресурс]. – Режим доступа://
<http://www.premiumincoming.com/es/viajes-de-incentivo/viajes-de-incentivos-en-que-consisten-y-como-organizarlos/>