

**ФАКУЛЬТЕТ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІЯМИ
КАФЕДРА ГЕОІНФОРМАТИКИ І ФОТОГРАММЕТРІЇ
193 «Геодезія та землеустрій»
Освітній рівень «бакалавр»**

**АТЕСТАЦІЙНА ВИПУСКНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему:
«Перспективи розвитку ділового туризму у Львові»**

**ВИКОНАЛА
СТУДЕНТКА ГРУПИ ТУР-41
БОНДАРЕНКО О.М.
КЕРІВНИК:
СТ. ВИКЛАДАЧ КУЧЕРЕНКО Н.М.
Київ-2022**

Актуальність теми дослідження. Зважаючи на надзвичайно динамічний розвиток ділового туризму як у світі, так і в Україні, зросла актуальність на дослідження інфраструктурних можливостей території, на якій запроваджується. Так, в Україні найбільш популярними містами для проведення ділового туризму є Київ, Львів, Одеса, Дніпро та Харків. Будучи одним із найперспективніших міст України, Львів має всі перспективи та інфраструктурні можливості для розвитку ділового туризму.

Об'єкт дослідження - діловий туризм.

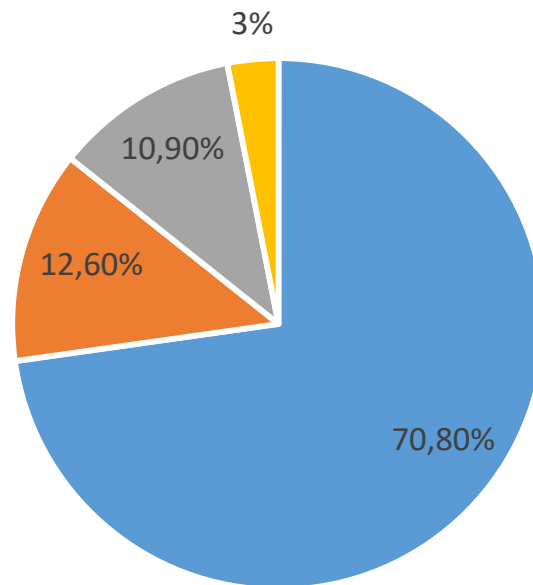
Предмет дослідження - аналіз спроможностей ділового туризму Львова та розробка проекту ділового туру.

Мета дослідження - проаналізувати особливості ділового туризму та його складові.

Діловий туризм – це підвид туризму, коли турист відвідує країни чи регіони з діловими чи професійними цілями, крім отримання доходів.



СТРУКТУРА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ



■ індивідуальні тури

■ відвідування семінарів, конференцій

■ відвідування галузевих виставок

■ конгресні, інтенсивні тури

ОСНОВНІ РЕСУРСИ І ІНФРАСТРУКТУРНІ ОДИНИЦІ СВІТОВОГО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

- IBTA (International Business Travel Association)
- NBTA (National Business Travel Association)
- IH&RA - Міжнародна асоціація готелів та ресторанів
- HITA - Hospitality Information Technology Ass. Worldwide
- HCIMA - The Hotel & Catering International Management Ass.
- ICCA - асоціація, що спеціалізується на організації та наданні послуг у сфері конгресового та виставкового бізнесу
- IARCO - Міжнародна асоціація в сфері професійних організаторів конгресів
- IAEM - Міжнародна асоціація серед організаторів виставок

КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-ЦЕНТРІВ УКРАЇНИ

КЛАС	ХАРАКТЕРИСТИКА
КЛАС А	<p>Нова будівля, яка нещодавно введена в експлуатацію. Має володіти наступними характеристиками:</p> <ul style="list-style-type: none">- відповідати основним характеристикам (вентилювання, системи захисту, висоти стін та розташування вікон тощо);- наявності ліфтів у закладі;- наявності ресепшена;- наявності конференц-залів та бізнес-центру в закладі;- наявності додаткової інфраструктури (банків, фітнес-центрів, закладів харчування та ін.).
КЛАС В	<p>Будівля може бути не новою, однак обов'язкового відреставрованою. Характеристика:</p> <ul style="list-style-type: none">- розташування закладів не обов'язково в центральній частині міста;- надання спектру послуг, притаманних для закладу класу "А", однак із меншою кількістю.
КЛАС С	<p>Можуть бути колишні адміністративні будівлі та будівлі, в яких розташовувалися офіси. При цьому більшість приміщень та офісів потребують ремонту та реставрації. Зазвичай заклади орендують підприємства та компанії із невеликим бюджетом.</p>
КЛАС D	<p>Приміщення є застарілим, часто більшість із приміщень потребують капітального ремонту. В закладі відсутні необхідні для проведення бізнес-заходів облаштування та ін.</p>

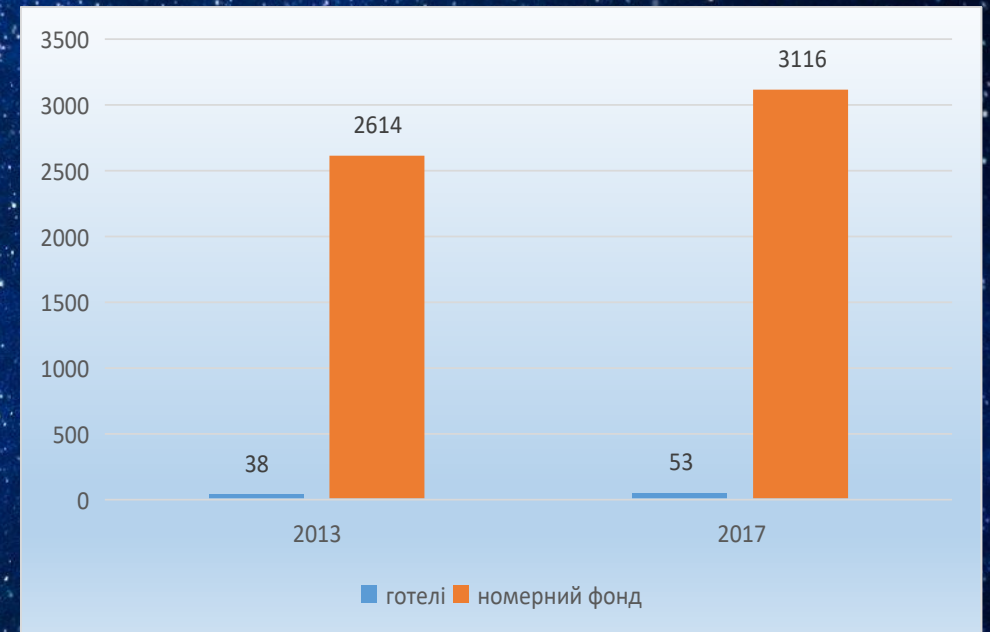
НАЙБІЛЬШІ ВИСТАВКОВІ ЦЕНТРИ УКРАЇНИ

1. В Києві: Експоцентр України, “Міжнародний виставковий центр”, “Примус Україна”, “Київський міжнародний контрактний ярмарок”, “Авто-експо”, Торгово-промислова палата України, “Євроіндекс”, “Прем’єр-Експо” та ін.
2. У Дніпрі: експоцентр “Метеор”.
3. У Львові: “Південний-ЕХРО” та “Гал-Експо”.
4. В Одесі: “Судноплавство Медіа Центр” та “Центр виставкових технологій”.
5. В Харкові: “АГРОПОРТ Схід”.

ДІЛОВІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЛЬВОВА



ДИНАМІКА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДО ЛЬВОВА



ПОКАЗНИКИ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЛЬВОВА

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВОВІ

<i>Стратегія</i>	<i>Характеристика</i>
Аналіз туристичного ринку	Полягає у вивченні як самого туристичного ринку, так і ринку потенційних споживачів послуг. Цього можна досягти наступними шляхами: <ul style="list-style-type: none">- розробкою та проведенням анкетувань (для визначення основних вимог клієнтів);- проведенням статистичної обробки отриманих результатів. Бенчмаркінг сфери ділового туризму Львова та області.
Рекламування та просування послуги	<ul style="list-style-type: none">- створення та запровадження ефективної рекламної кампанії;- просування рекламної кампанії в ЗМІ;- розробка реклами та її публікація у відомих вітчизняних та зарубіжних друкованих та Інтернет-ЗМІ.
Спільний маркетинг	Спрямований на розширення ринку збуту та приваблення іноземних партнерів та інвесторів. Просування та реалізації туристичних послуг через найбільші та найвідоміші туристичні агентства: "Калина-Тур", "Тур де Львів", "Львів-Інтуртранс", "Акорд-Тур", "Алголь" та ін.
Залучення інвесторів	Залучення до просування туристичних ділових продуктів можливих партнерів: банківських установ, інших можливих партнерів
Людські ресурси	Постійне навчання та перепідготовка наступних категорій працівників: менеджерів з продажу туристичних послуг, менеджерів із розселення (адміністраторів), покоївок та ін. Допоміжного персоналу

ДІЛОВИЙ ТУР У ЛЬВОВІ “АГРАРІЙ”

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ:

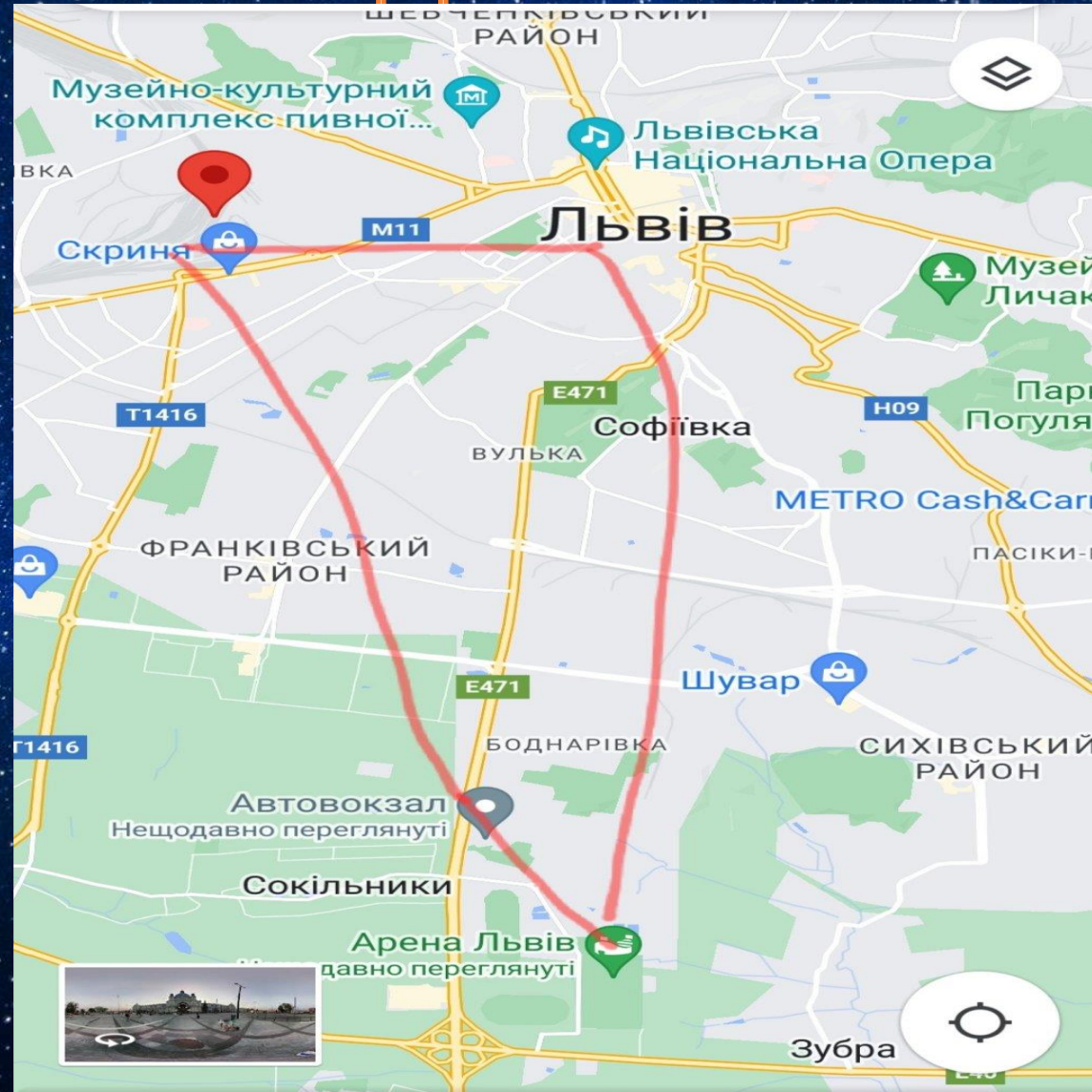
1. Тип – діловий тур-виставка.
 2. Тривалість – 2 дні та 1 ніч.
 3. Споживачі послуг: працівники та керівники зернових компаній України.
 4. Транспорт: автобус, залізничний транспорт.
- Місце проведення: м. Львів, стадіон “Арена Львів”.



ПРОГРАМА ДІЛОВОГО ТУРУ “АГРАРІЙ”

День	Час	Характеристика
День 1	7.00-8.00	Приїзд відвідувачів до м. Львів (на залізничний та автовокзали – в залежності від транспорту, що використовується споживачем)
	9.00-9.30	Заселення групи до готельного комплексу “Готель Плазма”; сніданок в ресторані готелю
	9.30-12.00	Відпочинок з дороги, вільний час
	12.00-12.30	Обід в ресторані
	12.30-13.00	Прибуття групи на виставку до “Арени Львів”
	13.00-19.00	Проведення заходів виставки-туру “Аграрій”, що полягає у: - оформленні відповідних документів (реєстрація учасника); - ознайомлення із виставковими позиціями; - відвідування конференцій-тренінгів; - брейк-кава та відпочинок
	19.00-20.00	Вечеря в ресторані готелю
	20.00	Відбій
День 2	7.00-8.00	Пробудження, сніданок в ресторані готелю
	8.00-11.30	Прогулянка старим Львовом
	11.30-13.00	Обід в ресторані
	13.00-13.30	Виселення з готелю
	13.30-14.00	Збір групи, обмін інформацією, візитками тощо
	14.00	Відправлення групи із Львова

СХЕМА ОСНОВНИХ ЗУПИНОК В ПРОЦЕСІ ПРОВЕДЕННЯ ТУРУ



ВИСНОВКИ

Отже, в даній роботі предметом дослідження було обрано м. Львів як один із найперспективніших ділових центрів України та на основі нього було розроблено діловий тур. Зважаючи на те, що саме у м. Львові знаходиться велика кількість готельних комплексів, які хоч і не є еліт-класами, проте повністю відповідають нормам міжнародного стандарту та вимогам ділових туристів.

Діловий тур “Аграрій” створений з метою ознайомлення з новітніми технологіями, новими продуктами тощо, що стосуються аграрної сфери. При цьому було визначено основні компоненти туру, маршрут та тривалість. Крім того, розроблено програму туру, де визначено всі важливі компоненти та значено основні пересування та зупинки туристичної групи.

Також було розглянуто стратегію розвитку ділового туризму. стало зрозуміло, що для його розвитку важливого значення мають всі компоненти, а не лише туристична інфраструктура. так, на розвиток ділового туризму впливає наявність кваліфікованих спеціалістів, маркетингової програми та ін.

Отже, стало зрозуміло, що діловий туризм - перспективний вид туристичної діяльності, розвиток якого дає можливість ефективного економічного розвитку регіону.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!