

УДК 338.46-6:005(477.83-25)

## РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ЗУСТРІЧЕЙ МІСТА ЛЬВОВА

**Ореста Бордун**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000, тел. (032)239-46-03,  
e-mail: bordun20@yahoo.com*

Проаналізовано індустрію зустрічей міста Львова, що включає значні інфраструктурні ресурси, зокрема: інфраструктуру розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, туристичні бази, бази відпочинку, кемпінги та ін.); транспортну інфраструктуру (аеропорт, залізничні вокзали та станції, автовокзал, розгалужену мережу транспортних шляхів); заклади харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні та інші заклади); розважальні заклади; заклади культури та мистецтва; торговельні центри; організації туризму – туроператори та турагенти. На основі проведених маркетингових досліджень туристичних потоків з діловою та службовою метою сформульовано основні тенденції розвитку індустрії зустрічей міста Львова.

*Ключові слова:* діловий туризм, індустрія зустрічей, інфраструктура туризму, туристичні потоки.

Індустрія зустрічей – важлива сфера суспільного життя, що забезпечує потреби в організації ділових зустрічей, конференцій, конгресів, семінарів, тренінгів та інших масштабних заходів серед населення. Укладання будь-якої угоди вимагає переговорного процесу. Місце та умови проведення переговорів впливають на спілкування із діловими партнерами і можливість переконати їх погодитися або не погодитися з певними умовами контракту, що може значною мірою впливати на рівень прибутку та й на успіх бізнесу загалом. Отож ділові люди (бізнесмени) готові виділяти значні кошти на проведення ділових переговорів.

Ділова сфера Львова, як основний споживач послуг конференц-залів, залучає учасників ділових переговорів з різних куточків України і світу. Простежити його тенденції та структурні співвідношення допоможе дослідження ділових потоків до Львова.

Метою дослідження є вивчення індустрії зустрічей міста Львова та стану використання її для розвитку ділового туризму. У межах поставленої мети ми вирішували такі завдання:

- теоретичні основи ділового туризму, де розглянуто види ділового туризму, класифікацію ділового туризму й методи дослідження інфраструктури ділового туризму всього світу;
- розвиток ділового туризму Львова: туристичні ресурси і туристичний потенціал розвитку, індустрія розваг та індустрія послуг загалом;
- аналіз інфраструктури для проведення ділових переговорів у місті Львові.

Аналіз останніх досліджень виявив недостатню кількість інформації щодо

індустрії зустрічей у вітчизняній науковій літературі. Поглиблене дослідження розвитку ділового туризму України здійснила С. І. Нікітенко з Черкаського державного технологічного університету, проте інфраструктуру індустрії зустрічей міста Львова детально не досліджували.

Індустрія зустрічей – один із найшвидше зростаючих сегментів туристської галузі у світі. Основу національного ринку ділового туризму становлять корпорації та асоціації, число членів яких помітно збільшилося останніми роками. Вони провадять значну частину ділових заходів, спрямованих на вирішення будь-яких негараздів.

Зустрічі корпоративних ділових туристів організують на найрізноманітніші теми, найчастіше для обговорення професійних запитань і проблем менеджменту. Нові компанії використовують зустрічі для презентації нових продуктів. Ці заходи зазвичай відбуваються у вигляді тренінгів, зустрічей із дистриб'юторами та представниками філій.

Поняття індустрії зустрічей розробляють у вітчизняній літературі, основним елементом якої вважають інфраструктуру конференц-послуг. У вітчизняній науковій літературі визначення інфраструктури конференц-послуг з'явилося порівняно недавно, проте його активно розробляли. Термін утворений з двох латинських слів: *infra* – нижче, під; *structura* – будова, розташування. Поняття «інфраструктура» спочатку застосовували у воєнній справі, де під ним розуміли систему об'єктів, що обслуговують війська, а згодом цей термін перейшов у виробництво. Частина дослідників зупинилась на визначенні інфраструктури як міжгалузевого комплексу або системи галузей, що забезпечують виробничий процес на конкретній території, проте самі безпосередньо не створюють продукцію у матеріальній формі. Рухомий склад, який не прив'язаний до території, не є елементом інфраструктури [1]. За функціональним показником інфраструктуру поділяли на виробничу та невиробничу (соціальну). В останній вирізняли галузі житлово-комунального господарства, культури, охорони здоров'я, а також торгівлю і суспільне харчування. До системи виробничої інфраструктури належать транспорт, зв'язок, будівництво, водопостачання, енергетика, матеріально-технічне постачання. Такі галузі виробничої інфраструктури, як транспорт, зв'язок, електропередача, є своєрідними каналами в просторовій організації території і створюють так звану комунікаційну підсистему [1]. Отже, з галузевих позицій інфраструктура конференц-послуг – це міжгалузевий комплекс усіх видів приміщень для ділових переговорів, що задовольняє потреби населення та виробництва у проведенні ділових переговорів.

Якщо брати до уваги другу точку зору на інфраструктуру як сукупність діючих споруд, підприємств, систему мережі, що прямо не належать до виробництва матеріальних благ, однак необхідні як для самого процесу виробництва, так і для забезпечення повсякденного життя населення, то до інфраструктури конференц-послуг належать мережа під'їзних доріг та об'єкти, що володіють конференц-залами. На основі такого підходу можна сформулювати альтернативне визначення інфраструктури конференц-послуг – це сукупність діючих споруд, системи мережі сполучень усіх видів транспорту, що задовольняють потреби населення та виробництва у проведенні ділових переговорів.

Одним зі спрямовуючих чинників розвитку інфраструктури конференц-послуг

є виникнення ділового туризму. Поняття «діловий туризм» виникло порівняно нещодавно. У світі про нього заговорили як про прибутковий і самостійний вид туризму в 70–80-х роках ХХ ст. Нині він належить до найприбутковіших субгалузей туризму. Відповідно, міжгалузевий інфраструктурний комплекс, що обслуговує діловий туризм, називають індустрією зустрічей. До цього комплексу належать: інфраструктура розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, туристичні бази, бази відпочинку, кемпінги та ін.); транспортна інфраструктура (аеропорти, залізничні вокзали та станції, автовокзали, розгалужена мережа транспортних шляхів); заклади харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні та інші заклади); розважальні заклади; заклади культури та мистецтва; торговельні та бізнес-центри; організатори ділового туризму.

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». Величезний сектор поїздок, що здійснюють з найрізноманітнішими діловими цілями, іменують діловим туризмом. Діловий туризм відіграє найважливішу роль у розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяючи її інтеграції у світовий ринок.

Особливістю ділового туризму є те, що це зазвичай дорогі поїздки, яким відповідають послуги найвищого класу, зокрема конференц-послуги.

За кількістю прибутків і за витратами на діловий туризм перше місце у світі посідає Європа. Щоправда, за темпами зростання ділового туризму вона поступово відстає від інших туристичних макрорегіонів світу. Головними учасниками ділового туризму серед країн Європи є Німеччина, Велика Британія, Франція, Нідерланди, Італія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, а також Бельгія з її головним містом Брюсселем – столицею Європейського Союзу і штаб-квартирою НАТО, куди здійснюють службові поїздки ділові люди.

Зазначимо, що щоденні витрати ділового туриста в середньому втричі перевищують витрати звичайного туриста. Причому, як засвідчують маркетингові дослідження, на відміну від інших видів турпоїздок, у періоди будь-яких економічних спадів і криз сфера ділового туризму страждає найменше, а часом навіть збільшує свої обсяги. Прикладом можуть слугувати такі актуальні події, як міжнаціональні конфлікти. Чим небезпечніша ситуація, тим активніші заходи вживають щодо її ліквідації – проводять політичні переговори і консультації; в «гарячу точку» прямують міжнародні спостерігачі та гуманітарні місії. При цьому, природно, про звичайні туристичні поїздки у небезпечний регіон немає мови. Необхідність організації та обслуговування як корпоративних поїздок, так і численних заходів у сфері ділового туризму слугувала причиною створення потужної індустрії послуг. Інфраструктура ділового туризму включає виставкові та конгресні центри, бізнес-готелі, бізнес-авіацію, платіжні системи, сучасні технології, завдяки яким ділова людина, незалежно від свого місцезнаходження, здатна тримати руку на пульсі свого бізнесу.

Організація бізнес-турів має і свою специфіку. Зазвичай, бізнесмени планують свої поїздки за декілька місяців, що передусім актуально для «високого сезону» у виставковому бізнесі, який припадає на лютий–травень і вересень–листопад.

Туристичним компаніям без копіткої роботи з клієнтом, розуміння специфіки його професійної діяльності і чіткого бачення саме ділової мети його поїздки не обійтися.

Ділові поїздки організують, зазвичай, з повною культурною та екскурсійною програмою. У стандартну програму входить проживання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додатково надають такі послуги, як: акредитація на виставку або вхідні квитки, послуги гідів і перекладачів, додаткові переїзди або оренда автомобіля та багато іншого, що може бути необхідним на тому чи іншому заході.

Діловий туризм – один з найперспективніших напрямів сучасного туризму. Високі темпи його розвитку визначають, передусім, глобалізація світової економіки і «стирання кордонів». Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Однак, рушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції, а прагнуть відшукати нові можливості для свого бізнесу.

Глобалізація світової економіки та пов'язана з цим процесом інтенсифікація ділових, наукових і міждержавних культурних зв'язків перетворили діловий туризм на одну із провідних галузей світового господарства, що дало підстави визнати його економічним феноменом двадцятого століття.

Очікують, що у новому столітті його роль зростатиме. На думку закордонних експертів, до 2020 року кількість міжнародних ділових поїздок зросте втричі – з 564 млн до 1,6 млрд дол. США на рік, отож оборот зазначеного сектора збільшиться в п'ятеро – з 400 млрд до 2,0 трлн дол. США. За даними американської організації «Круглий стіл ділового туризму», збільшення обороту у цій сфері на один мільярд доларів приводить до створення 100 тис. нових робочих місць [7].

Виходячи з тенденцій міжнародного ділового туризму, актуальності і перспективності цієї галузі, в Україні 2005 року створили Міжнародну асоціацію ділового туризму й торгівлі, яка покликана об'єднати фірми й організації, що працюють у зазначеній сфері. Це об'єднання представляє й лобіює інтереси ділового туризму та індустрії торгівлі, виставок і ярмарків на державному й законодавчому рівнях, готує довідкові, інформаційні матеріали та пропозиції для державних структур про розвиток сфери ділового туризму й торгівлі, про вдосконалення ділового, інформаційного і професійного середовища для ведення бізнесу в Україні [2].

Необхідність організації та обслуговування корпоративних поїздок і численних заходів у сфері ділового туризму послужили причиною створення потужної індустрії послуг. Інфраструктура ділового туризму включає виставкові і конгресні центри, конференц-послуги у бізнес-готелях, бізнес-авіацію, платіжні системи, сучасні технології, внаслідок чого бізнесмен, незалежно від свого місцезнаходження, здатний тримати руку на пульсі свого бізнесу.

Ділові зустрічі заведено поділяти, залежно від цілей і пакета затребуваних послуг, на кілька видів, а саме: власне індивідуальні ділові переговори, частка яких у середньому в світі становить 70–78 % від загального обсягу ділових поїздок; участь у конференціях і семінарах (12–14 %); відвідування виставок (10–12 %). Приблизно за 3 % становлять конгресні тури та інсентив-туризм. Усі види ділових поїздок можуть

тісно переплітатися між собою, як, наприклад, виставково-конгресні з інсентив-поїздками.

Інсентив-тури – заохочувальні (мотиваційні) поїздки для компанії, клієнтів, дилерів, торгових агентів, топ-менеджерів тощо – є невід’ємною частиною корпоративної культури західних, у тім числі багатьох російських компаній. Встановлення тіснішого контакту між персоналом компанії, обмін досвідом та новими ідеями, підбиття підсумків, – ось тільки короткий перелік завдань, які вирішують під час інсентив-поїздок. Отож для проведення переговорів вони потребують конференц-залів у готелях, де їх розміщують.

Сектор індивідуальних ділових поїздок останніми роками перебуває на піднесенні. Раніше під приватною діловою поїздкою (її середня тривалість становить 2–3 дні) розуміли бажання поїхати до інших держав із метою відпочити. Проте сьогодні майже всі клієнти, замовляючи діловий тур, справді планують ділові переговори, встановлення контактів, обмін ідеями, купівлю технологій тощо. Ще одна особливість у цьому секторі – зростання попиту на комбіновані програми, що поєднують 3–4 робочих дні і 1–3 дні заохочувального відпочинку. Екскурсійно-розважальна частина інсентив-турів стає дедалі насиченішою та різноманітнішою. Географія найпопулярніших інсентив-напрямів дуже велика.

Конгрес – доволі масштабний діловий захід. У Америці чи Азії такий захід може налічувати по 5–7 тис. учасників. Конгресний туризм для індивідуалів відрізняється від виставкового тим, що не потребує стандартного просування, адже попередня реклама заходів тут неефективна. Практично всі запити відвідання конференцій, конгресів надходять від приватних клієнтів, котрі вже запрошені й зацікавлені лише в оформленні стандартного турпакета (віза, переліт, трансфери, проживання і т. п.).

У сфері організації конгресних заходів компанії найчастіше обирають популярні туристичні країни, такі як Туреччина, Іспанія, Кіпр, Греція. Значними центрами конгресно-виставкової діяльності є Амстердам, Барселона, Брюссель, Відень, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж, Страсбург, Вашингтон, Токіо. Доволі популярний у всьому світі курорт Давос (Швейцарія), де щорічно відбуваються форуми з актуальних питань розвитку світової економіки. Після проведення у Львові фіналу Чемпіонату Європи–2012 у місті залишилася чудова інфраструктура для проведення конгресу – стадіон «Арена Львів», де є вісім конференц-залів на будь-який смак, які й успішно використали нещодавно для проведення туристичного форуму «Перемагай з Левом» [5].

Заслужують на увагу спеціалізовані туристичні виставки та біржі. Лише в Європі щорічно організовують понад 200 міжнародних туристичних виставок і бірж. Найвідоміша Міжнародна туристична біржа (*Internationale Tourismus Börse*, ITB) у Берліні. Популярністю на берлінській біржі користується міжнародний конкурс туристичних фільмів.

Особливе місце у ділових зустрічах посідає Міжнародна туристична виставка-біржа ФІТЮР (FITUR), яка відбувається щорічно наприкінці січня – на початку лютого у Мадриді. Ця виставка інформує туристичний бізнес про перерозподіл туристичних потоків, розвиток нових центрів туризму в новому туристичному сезоні.

Загалом виставковий рух поживається у всьому світі. Зростає кількість виставок та ярмарків, розширюється їхня географія та коло учасників, урізноманітнюються напрями. Сьогодні дедалі більшої популярності набувають спеціалізовані виставки готельного та ресторанного господарств, спортивного, екологічного, пізнавального та конгресного туризму.

Уже традиційно склався графік міжнародних туристичних виставок, які завжди проходять у визначеному місці і у визначений час.

Семінари і тренінги організують спеціалісти найрізноманітніших галузей. Вони можуть відбуватися у вигляді лекцій, круглих столів тощо. Можливе відвідання профільних підприємств. Після закінчення семінарів зазвичай видають дипломи, сертифікати [3].

Львів – бізнес-центр Західного регіону України, місто, яке має багаті туристичні ресурси, розвинуту інфраструктуру туризму і є головним туристичним центром Західного регіону України та Львівської області зокрема. Місто лежить на перетині транспортних шляхів, які сполучають Україну з Європою, має міжнародний аеропорт, залізничний вокзал, автовокзал і розвинену транспортну мережу. Також у Львові є розвинена промисловість (легка, харчова, зв'язок, транспорт, машинобудування, будівництво та інші галузі), наука (науково-дослідні установи, інститути, університети), освіта (середні та вищі навчальні заклади), культура (театри, кінотеатри, музеї, виставки, галереї тощо) і, як наслідок, місто має розвинені контакти з іншими регіонами України та зарубіжними. Багато гостей міста приїжджає сюди з діловою та бізнесовою метою, а також на навчання та стажування. Безумовно, місто Львів є історико-культурним центром туризму, оскільки місто, засноване 1256 р., має багату історичну та культурну спадщину (зокрема, пам'ятки архітектури, музеї, галереї, виставки тощо), а архітектурний центр міста 1998 р. занесено до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Зазначимо, що Львів є також і центром відпочинкового туризму, оскільки має розвинену туристичну та атракційно-розважальну інфраструктуру (театри, кінотеатри, казино, нічні клуби, басейни, заклади харчування та ін.), де гості міста можуть відпочити та приємно провести час. До того ж, місто має значну площу зелених насаджень – парки, сквери, алеї, клумби і квітники, не кажучи вже про дерева і кущі, які ростуть майже на всіх вулицях міста. Усе це створює сприятливу атмосферу та сприяє відпочинку львів'ян і гостей міста. У Львові розвинена й туристична інфраструктура: заклади розміщення, заклади харчування, індустрія відпочинку і розваг, а також фірми-туроператори та фірми-турагенти, які організують та надають якісні туристичні послуги. Місто є центром лінійних, радіальних і кільцевих туристичних маршрутів.

Виходячи з цього загального опису туристичних ресурсів та потенціалу м. Львова, можна зробити висновок, що місто має значні перспективи розвитку як туристичний центр європейського рівня.

Серед регіонів України Львівська область посідає п'яте місце у внутрішньому діловому туризмі країни. У структурі внутрішніх туристичних потоків України зі службовою та діловою метою лідерські позиції займає столиця України – Київ (45 821 осіб, або 70 %); інші області та міста обласного значення мають незначні відсотки (рис. 1).

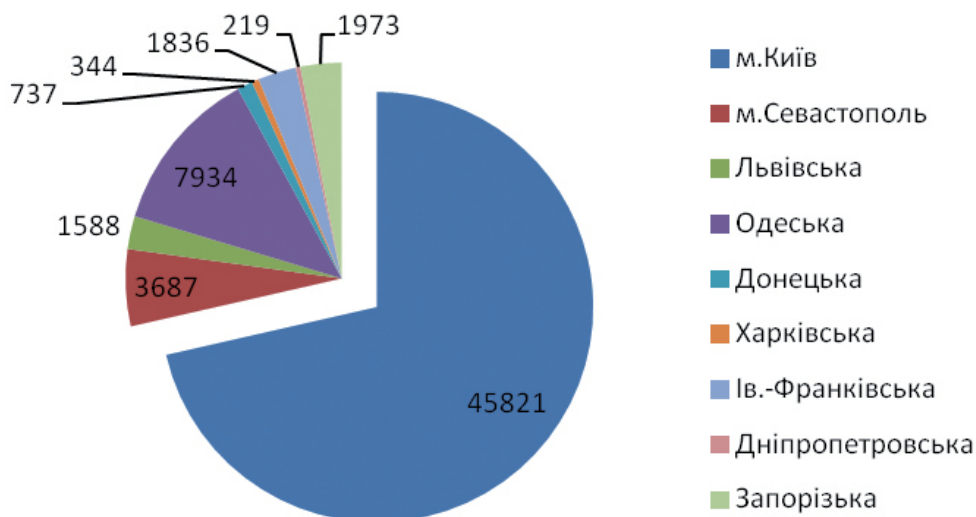


Рис. 1. Розподіл обслужених туроператорами та турагентами туристів у містах та областях України з найвищими показниками відвідування зі службовою, діловою та навчальною метою 2011 року [3]

Туристичний центр Львів має розвинену індустрію зустрічей, значні інфраструктурні ресурси, які приваблюють гостей з інших країн, зокрема:

- інфраструктура розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, туристичні бази, бази відпочинку, кемпінги та ін.);
- транспортна інфраструктура (аеропорт, залізничні вокзали та станції, автовокзал, розгалужена мережа транспортних шляхів);
- заклади харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні та інші заклади);
- розважальні заклади;
- заклади культури та мистецтва;
- торговельні центри;
- значна кількість організаторів туризму – туроператорів та турагентів (рис. 2).

Якщо розглядати транспортну інфраструктуру м. Львова, то тут слід відзначити Міжнародний аеропорт Львів, залізничний вокзал і автовокзал. За допомогою цих трьох видів транспорту (авіаційного, залізничного та автомобільного) забезпечено швидке і зручне сполучення з іншими регіонами України та з закордоном. Вибір транспортного засобу діловими туристами обумовлюється кількома критеріями, серед яких найголовнішими є співвідношення часу та грошей (рис. 3).

У Львові є значна кількість закладів розміщення, які володіють власними конференц-залами для проведення ділових зустрічей. Найкращі конференц-зали розміщені у 4-зіркових готелях («Леополіс», «Цитадель-Інн», «Швейцарський», «Жорж», «Опера», «Гранд-Готель», «Дністер», «Супутник», «Замок Лева»), в

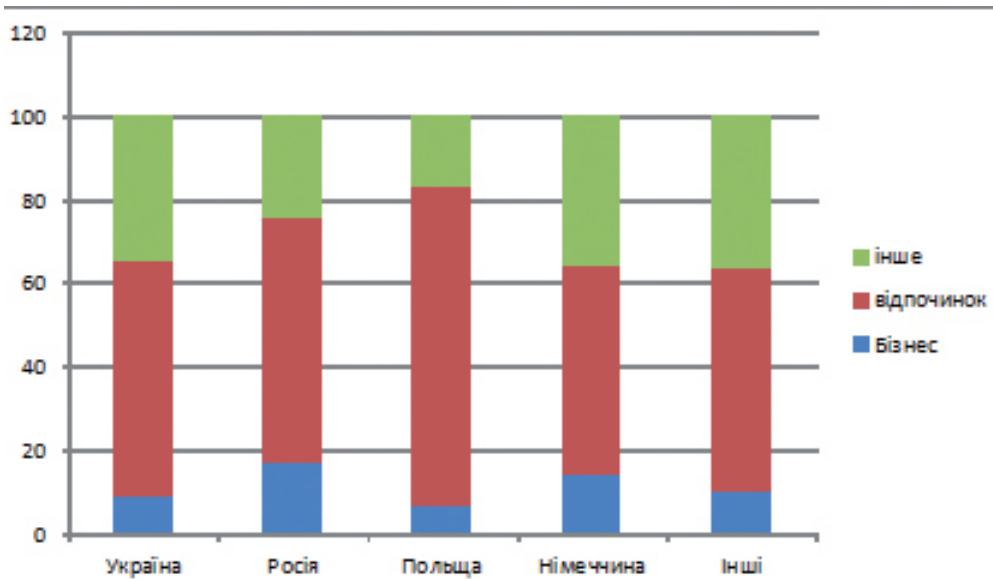


Рис. 2. Частка бізнес-туристів серед респондентів опитування, проведеного у місті Львові 2011 року [5]

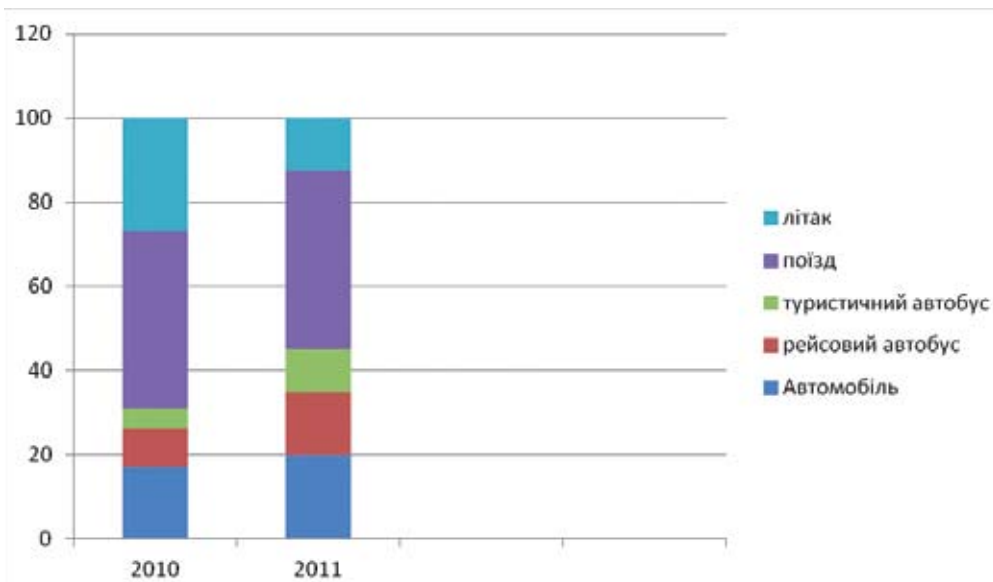


Рис. 3. Вибір транспортного засобу бізнес-туристами міста Львова [5]

3-зіркових («Еней», «Гетьман», «НТОН», «Львів») та ін. Є конференц-зали і в готелях економ-класу, наприклад: «Сихів», «Лемберг», «Гелікон», «Екотель» та ін.

Популярними є конференц-послуги наукових та культурних установ, як-от: Католицького університету, Палацу мистецтв, Центру міської історії Центрально-



Східної Європи, Інституту менеджменту. Найрозкішнішим є конференц-зал Львівського вищого професійного училища ресторанного сервісу та туризму.

Вибір закладів розміщення ділових туристів надзвичайно різноманітний. З кожним роком збільшується частка маленьких приватних закладів розміщення, на противагу великим готелям. З цього випливає висновок про збільшення приватних бізнес-поїздок, які не потребують великих конференц-залів та просторих приміщень для переговорів (рис. 4).

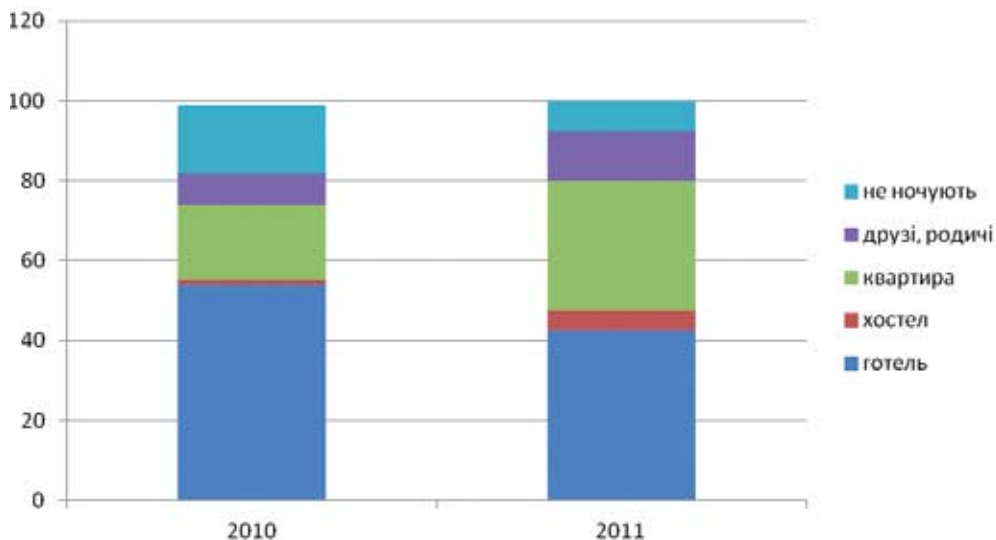


Рис. 4. Вибір житла бізнес-туристами міста Львова [5]

Приїжджі бізнес-туристи міста Львова охоче перебувають тут до 7-ми днів, а іноді й більше, залежно від виділених коштів та часу на бізнес-поїздку. Середня тривалість перебування бізнес-туристів у Львові становить 4 дні, хоча спостерігаємо тенденцію до збільшення часу перебування у місті. Найбільша середня тривалість перебування у Львові бізнес-туристів з інших регіонів України та Росії – 4 дні, в той час як польські та німецькі ділові партнери надають перевагу дводенному перебуванню (рис. 5).

В обласному центрі є безліч ресторанів, кафе, барів та інших закладів харчування, де туристи можуть добре поїсти та відпочити. Наприклад, до найкращих ресторанів Львова належать: «Дністер», ресторан «Гранд-Готель», «Сім поросят», «Віденська кав'ярня», «Спліт» та ін.

У Львові є значна кількість магазинів, супермаркетів та базарів, де туристи можуть здійснити необхідні покупки і придбати сувеніри. Останніми роками створено і розвинуто мережі супермаркетів європейського типу, в яких можна здійснити всі необхідні покупки. Це, зокрема, «ВАМ», «Арсен», «Барвінок», «Інтермаркет» та ін.

У Львові також діє кілька великих товарно-речових ринків, таких як «Південний», «Шувар», де знаходяться великі конференц-зали. Найбільші конференц-зали розміщені в спеціально обладнаних бізнес-центрах – бізнес-парк «Оптіма плаза»

та бізнес-центр «Домінант плаза», де є можливість розташувати одночасно понад 100 осіб. Такі конференц-послуги необхідними є за проведення конгресів та інших масових заходів.



Рис. 5. Тривалість перебування бізнес-туристів у Львові [5]

Величезні інфраструктурні туристичні ресурси має Львів у сфері відпочинку і розваг. Тут чимало музеїв, галерей, виставок та експозицій, театрів та кінотеатрів, де гості міста можуть відпочити та гарно провести свій час. Також у Львові є значна кількість нічних клубів, в яких надають якісні розважальні послуги: «Галактика», Гранд-клуб «Софія», «Космо», Гранд-клуб «Казино», «Міленіум», «Місто» та інші. До закладів розваг належать також казино («Спліт», Гранд-клуб «Казино», «Флеш», Спліт-Карпати), а також боулінг-клуби («Острва» та ін.).

Отже, виконаний аналіз індустрії зустрічей Львова засвідчив добру забезпеченість міста інфраструктурою. Проте, як зазначив львівський мер Андрій Садовий, сьогодні туристичну галузь Львова використовують всього на 2 %. Здебільшого об'єкти туристичної індустрії (зокрема, індустрії зустрічей) не застосовують рекламу на міжнародному рівні, а це звужує можливості міста в обслуговуванні бізнес-туристів. Надзвичайної гостроти питання розвитку інфраструктури туризму на Львівщині набуло через необхідність якісної підготовки до проведення тут фінальної частини Першості Європи з футболу 2012 року. Реконструкція туристичної інфраструктури працює з 2013 р. на користь збільшення внутрішнього та в'їзного туризму, який до кінця року сягатиме позначки до 2 млн осіб. Проте для розвитку потужної індустрії зустрічей у бізнес-центрі Західної України – місті Львові – необхідно об'єднати зусилля головних ланок сфери послуг, якими є транспорт, гостинність, розваги та інші супутні послуги. Для цього ми маємо аеропорт, злітно-посадкова смуга якого дає змогу робити пряме сполучення з містами Європи, Америки, Канади. Міський голова Львова, Андрій Садовий, планує розвивати діловий туризм шляхом будівництва

конгрес-холу та виставкового комплексу, про що він заявив під час відкриття форуму для готельєрів та рестораторів «Lviv Hospitality Industry Forum» [4].

Застосовуючи досвід зарубіжних країн, необхідно вживати заходів щодо просування наявних ресурсів міста Львова та розвивати потужну індустрію зустрічей, яка має історичні та сучасні передумови.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бордун О. Ю.* Транспортна інфраструктура західноукраїнського прикордоння: суспільно-географічне дослідження : дисертація / О. Ю. Бордун. – Львів, 2003. – 120 с.
2. *Нікітенко С. І.* Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / С. І. Нікітенко. – Режим доступу : [lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/52-39-28.pdf](http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/52-39-28.pdf)
3. Туристична діяльність в Україні у 2011 році: статистичний бюлетень [Електронний ресурс]. – Київ : Головне управління статистики у Києві, 2012. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. У Львові розвиватимуть діловий туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://vgolos.com.ua/news/u\\_lvovi\\_rozvyvatymut\\_dilovyy\\_turyzm\\_66141.html](http://vgolos.com.ua/news/u_lvovi_rozvyvatymut_dilovyy_turyzm_66141.html)
5. Веб-сайт Центру туристичної інформації міста Львова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Marketing%20Surveys%20Results/](http://www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Marketing%20Surveys%20Results/)
6. Веб-сайт стадіону «Арена-Львів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.arenalviv.com.ua](http://www.arenalviv.com.ua)
7. Веб-сайт ВТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.unwto.org/index\\_r.php](http://www.unwto.org/index_r.php)
8. Веб-сайт ЛОДА [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.loda.gov.ua](http://www.loda.gov.ua)

*Стаття надійшла до редколегії 25.06.2013 р.*

*Прийнята до друку 28.07.2013 р.*

## DEVELOPMENT OF THE MEETING INDUSTRY IN LVIV

**Oresta Bordun**

*Ivan Franko National University of Lviv,*

*1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000, tel. (032) 239-41-32,*

*e-mail: [bordun20@yahoo.com](mailto:bordun20@yahoo.com)*

The industry of meetings of Lviv that includes considerable infrastructural resources is analysed in the article, in particular: accommodation (hotels, motels, resort hotels, tourist bases, bases of rest, camping and other); transport infrastructure (airport, railway stations and stations, bus terminal, ramified network of transport ways); dining infrastructure (restaurants, cafes, bars, dining-rooms and other establishments); entertaining establishments; establishments of culture and art; shopping centers; organizations of tourism – tour-operators and tour-agent. Based on the market research of tourist flows with business and official purposes, formulated the main trends in the meetings industry of the Lviv.

*Key words:* business tourism, meeting industry, infrastructure of tourism, tourist flows.

## РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ ГОРОДА ЛЬВОВА

**Ореста Бордун**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Университетская, 1, г. Львов, Украина, 79000, тел. (032) 239-46-03,  
e-mail: bordun20@yahoo.com*

Проанализирована индустрия

встреч Львова, которая включает значительные инфраструктурные ресурсы, в частности: инфраструктуру размещения (гостиницы, мотели, пансионаты, туристические базы, базы отдыха, кемпинги и др.); транспортную инфраструктуру (аэропорт, железнодорожные вокзалы и станции, автовокзал, разветвленная сеть транспортных путей сообщения); питания (рестораны, кафе, бары, столовые и другие заведения); развлекательные заведения; учреждения культуры и искусства; торговые центры, организации туризма – туроператоры и турагенты. На основании проведенных маркетинговых исследований туристических потоков с деловой и служебной целью сформулированы основные тенденции развития индустрии встреч города Львова.

*Ключевые слова:* деловой туризм, индустрия встреч, инфраструктура туризма, туристические потоки.