

Галасюк С.С.
*кандидат економічних наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Назаренко А.Р.
студент
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

ДИНАМІКА ОБСЯГІВ ТУРИСТОПОТОКУ З ДІЛОВОЮ МЕТОЮ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

В умовах сьогодення діловий туризм – один із провідних видів світового бізнесу, що динамічно розвивається. У державних програмах розвитку економіки багатьох країн він знаходиться на пріоритетних місцях. За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації щорічно в світі здійснюється майже 180 млн бізнес-турів, і це без урахування внутрішніх туристопотоків із діловими цілями. Частка ділового туризму становить біля 15% загального обсягу туристопотоку, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів формуються за рахунок обслуговування туристів саме цієї категорії. За прогнозами UNWTO, протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться вп'ятеро – з \$400 млрд до \$2 трлн, а кількість ділових поїздок потроїться – з 564 млн. прибуттів до 1,6 млрд. [1]. За даними американської організації «Круглий стіл ділового туризму» збільшення обігу в цій сфері на \$1 млрд приводить до створення 100 тис. нових робочих місць [2]. Таким чином, діловий туризм відіграє найважливішу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяючи її інтеграції в світовий ринок.

Діловий туризм має такі характерні ознаки, як: всесезонність, прогнозованість, масовість, великий діапазон користування послугами середньої та високої якості, а також очікування пропозиції широкого спектру додаткових послуг [3].

Динаміка обсягів організованого туризму за цілями відвідування, зокрема з бізнес-метою, представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл туристопотоку Одеського регіону по видах туризму
залежно від цілі відвідування у 2016-2018 рр. (осіб)

Цілі відвідування	Роки	Зміни 2016-2018, разів	Середня питома вага, %	Загальна кількість туристів	у т.ч. по видах туризму		
					в'їзний	виїзний	внутрішній
Службові, ділові, навчання	2016	Зменшення у 8,5 рази	7,5	12743	102	747	11894
	2017			1788	188	886	714
	2018			1493	69	778	646
Дозвілля, відпочинок	2016	Збільшення в 1,7 рази	91,4	45691	1995	34632	9064
	2017			69770	1915	43503	24352
	2018			79053	1935	53822	23296
Лікування	2016	Збільшення у 3,4 рази	0,1	41	0	23	18
	2017			55	0	19	36
	2018			138	0	111	27
Спортивно-оздоровчий туризм	2016	Збільшення в 1,9 рази	0,2	79	0	18	61
	2017			219	0	90	129
	2018			152	0	80	72
Спеціалізований туризм	2016	Збільшення в 1,6 рази	0,5	276	0	276	0
	2017			253	0	253	0
	2018			442	0	442	0
Інші цілі відвідування	2016	Зменшення у 2,4 рази	0,3	247	0	53	194
	2017			217	0	7	210
	2018			103	0	63	40
УСЬОГО:	2016	Збільшення в 1,4 рази	100	59077	2097	35749	21231
	2017			72302	2103	44758	25441
	2018			81381	2004	55296	24081
Структура туристопотоку	2016			100%	3,5%	60,5%	36,0%
	2017				3,0%	62,0%	35,0%
	2018				2,5%	68,0%	29,5%

Складено на підставі джерел [4; 5]

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що:

– Загальний туристопотік Одещини збільшився майже у 1,4 рази за три роки, зокрема виїзний туризм – в 1,5 рази, внутрішній – в 1,1 рази. Проте в'їзний туризм втрачає власні позиції. Зараз на його частку доводиться 2,5-3,5%, а десятиріччя тому іноземні туристи склали третину від загального туристопотоку.

– Головна мета, з якою подорожують туристи Одеського регіону, – це «дозвілля та відпочинок». Саме її обирають понад 97% (проти 56% у світовому масштабі) всіх мандрівників. Традиційно в межах цього виду туризму виділяються закордонні поїздки українських туристів, на які доводиться біля 70%.

– Менш активно стали подорожувати туристи із діловими цілями. Обсяг туристопотоку з бізнес-метою у 2016 р. становив 21,5% від загального туристопотоку, у 2017 р. – 2,5%, а у 2018 р. – лише 1,8%. Разом із тим, ділові подорожі впродовж досліджуваного періоду залишаються на другому місці після рекреаційного туризму. Частка ділового туризму у загальному туристопотоці Одещини за 2016-2018 рр. дорівнює 7,5% (в основному, за рахунок його обсягу у 2016 р.).

– Обсяг лікувально-оздоровчого туризму, навпаки, збільшився, однак у структурі загального туристопотоку йому належить останнє місце (0,1%). Дане явище пояснюється повним згортанням об'ємів іноземного туристопотоку з медичною метою, який прямував в Одеський регіон із сусідніх держав. Крім того, слід враховувати, що переважна більшість людей приїжджають в санаторно-курортні заклади самостійно, тобто без допомоги туристичних фірм.

Отже, існують певні розбіжності між структурою світового туристопотоку та складовими організованого туризму Одещини за цілями відвідування. Якщо у міжнародних подорожах на діловий туризм припадає майже 15% від загального обсягу у 2018 р., то в Україні – лише 1,8%, що надто мало.

У табл. 2 проаналізовано розподіл туристопотоку Одеського регіону з діловою метою по окремих видах туризму.

Таблиця 2

Розподіл обсягів ділового туризму Одеського регіону по видах туризму у 2016-2018 рр.

Види туризму	Од. вим.	Обсяги ділового туризму по роках			Зміна значень показників у 2016-2018 рр.	
		2016	2017	2018	в абсолютному вимірі, осіб	у відсотковому вимірі, %
В'їзний	осіб	102	188	69	-33	-32,4
<i>у % до підсумку</i>	%	<i>0,8</i>	<i>10,4</i>	<i>4,6</i>		
Виїзний	осіб	747	886	778	+31	+4,1
<i>у % до підсумку</i>	%	<i>5,9</i>	<i>49,6</i>	<i>52,1</i>		
Внутрішній	осіб	11894	714	646	-11248	-95,6
<i>у % до підсумку</i>	%	<i>93,3</i>	<i>40,0</i>	<i>43,3</i>		
Загалом	осіб	12743	1788	1493	-11250	-88,3
<i>у % до підсумку</i>	%	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>		

Складено на підставі джерел [4; 5]

За даними табл. 2 з'ясовано, що за три роки діловий туризм в Одеському регіоні втратив 88,3%, тобто скоротився у 8,5 разів. Дана обставина пояснюється суттєвим зменшенням обсягів внутрішнього туристопотоку з діловою метою, який втратив понад 95% свого об'єму. У 2016 р. на внутрішній бізнес-туризм доводилось 93,3%, а у 2018 р. – 43,3%, або зменшення туристопотоку на 11250 осіб за три роки. У 2018 р. в структурі ділового туристопотоку стали переважати виїзні подорожі (52,1%), що є характерним явищем і для всіх інших цілей поїздок.

Найбільший розквіт ділового туризму, організованого за допомогою туристичних фірм, прийшовся на 2016 р. Тому сприяла низка бізнес-заходів, найбільш значущими з яких були наступні:

- 12-14 квітня 2016 р. – «Одеський туристичний бізнес-форум» – місце зустрічі та B2B-платформа для діалогу професіоналів з індустрії туризму та гостинності, а також суміжних галузей, представників органів влади та наукової спільноти. Локація – конференц-зал готеля «Бристоль».

- 25-26 травня 2016 р. – «Зерновий форум та морські дні в Одесі» – конференція понад 700 делегатів з 25 країн у галузі постачання та експорту зерна, а також вантажних морських перевезень. Локація бізнес-заходів – конференц-зали готеля «Чорне море».

- 28-29 травня 2016 р. – міжнародна конференція з мобільного маркетингу «Mobile Beach Conference». Кількість учасників – понад 600 осіб із 28 країн світу. Локація – пляжний готель «Maristella Marine Residence».

- 31 травня-3 червня 2016 р. – міжнародний транспортний тиждень (локація – конференц-зал готеля «M1»).

- 15 червня 2016 р. – міжнародна конференція з інтернет-маркетингу «8P: Бізнес в мережі». Кількість учасників – біля 1200 осіб із 10 країн. Локація – концерт-хол готельного комплексу «Одеса».

- 8-12 вересня 2016 р. – міжнародна конференція «Telecom Ukraine», що об'єднала вітчизняних та зарубіжних постачальників сучасного

телекомунікаційного обладнання, операторів зв'язку, представників профільних асоціацій та галузевих організацій. Локація – конференц-зал готеля «Гагарін».

– 9-10 вересня 2016 р. – міжнародна ІТ-конференція з технологій та інновацій «Black Sea Summit» за участю 30 всесвітньо відомих спікерів. Кількість учасників – понад 600 осіб. Локація – конференц-простір ТРЦ «Сади Перемоги».

На думку фахівців, сплеск ділового туризму в Одесі пов'язаний перш за все з анексією Криму, який був центром ділового туризму України. Після анексії більшість заходів перемістилися на територію Одеського регіону. Проте, як відомо, туристопотік з бізнес-метою, організований за допомогою туристичних фірм, перетерпів негативні зміни вже у 2017 р. Тому можна зробити висновок, що Одеський регіон, на жаль, не зміг утримати цю можливість.

Список використаних джерел:

1. UNWTO (Всесвітня туристична організація) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.
2. Андренко І. Б. Діловий туризм: навчальний посібник / І. Б. Андренко: Харків. нац. Ун-т міськ. Госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ, 2014. – 165 с.
3. Галасюк С. С. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму / С. С. Галасюк, О. Ю. Цимбаліст // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 15-16.12.2017 р.). У 2-х частинах. – Дніпро: НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 9-12.
4. Туристична діяльність в Україні: статистичні збірники [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Галасюк С. С. Структура туристопотоку Одеського регіону за цілями відвідування / С. С. Галасюк // Міжнародне науково-технічне співробітництво: механізми та стратегії: міжнар. наук-практ. конф., 31.03.2017 р. – Львів: Львівська економічна фундація, 2017. – С. 45-49.