

**СВІТОВІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО  
ТУРИЗМУ**

**ГАЛАСЮК С.С.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного  
та готельно-ресторанного бізнесу*

*Одеський національний економічний університет*

*м. Одеса, Україна*

**ЦИМБАЛИСТ О.Ю.**

*магістрант кафедри туристичного  
та готельно-ресторанного бізнесу*

*Одеський національний економічний університет*

*м. Одеса, Україна*

Ділові комунікації, обмін технологіями та інформацією, пошук нових партнерів для сумісних проєктів чи інвестування, а також пошук нових ринків, навчання персоналу, маркетингове просування компаній на внутрішньому та міжнародному ринку, створення корпоративної культури – всі ці процеси є основними чинниками того, що в індустрії туризму стали виділяти таке поняття як діловий або бізнес-туризм, який розвивається швидкими темпами [1].

Глобалізація світової економіки та, як наслідок, інтенсифікація наукових, ділових та культурних зв'язків стимулює збільшення поїздок зі службовою і діловою метою та спонукає до проведення різного рівня бізнес-заходів. Навіть в умовах політичної та економічної кризи попит на проведення корпоративних заходів залишається досить стійким та супроводжується неухильною тенденцією до зростання. Саме тому вивчення динаміки та тенденцій розвитку ділового туризму є актуальним в умовах сьогодення.

Діловий туризм – високорентабельна та перспективна галузь туристичної індустрії. Поїздки з діловою метою ґрунтуються на об'єктивній закономірності подальшого поглиблення міжнародного поділу праці, інтернаціоналізації бізнесу.

Особливостями світового ринку ділового туризму є: дислокація центрів бізнес-туризму в DESTINATIONIAH із підвищеним рівнем ділової активності; високий

попит на індивідуальне обслуговування за вищим розрядом; переважне використання авіаційних перевезень; розміщення, як правило, в готелях високих категорій або підвищеного комфорту; високий рівень доходів від обслуговування в розрахунку на одного клієнта; незалежність ділових поїздок від сезонних коливань [2].

За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації щорічно в світі здійснюється понад 160 млн. бізнес-турів, і це без урахування внутрішніх туристопотоків із діловими цілями. Частка ділового туризму становить приблизно 13% загального обсягу туристопотоку, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів формуються за рахунок обслуговування туристів саме цієї категорії [3].

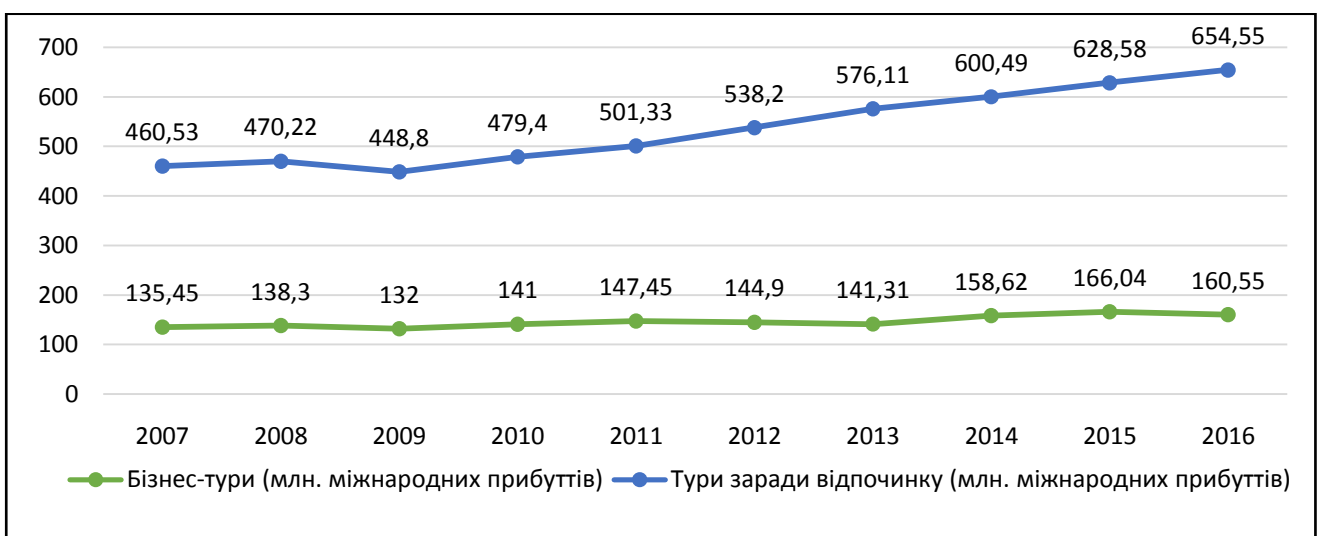


Рис. 1. Динаміка кількості міжнародних прибуттів у світі за видами туризму

Діловий туризм є одним із основних інструментів розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та активізації торгово-економічних відносин. Він сприяє становленню високотехнологічних виробництв, залученню іноземних інвестицій, зміцненню економічного потенціалу країни.

Поїздки з діловою метою та різноманітні бізнес-заходи сприяють реалізації конкурентного потенціалу територій та туристичних кластерів, розширюють доступ до спеціалізованих послуг та нових технологій, є інструментом реалізації політики інноваційного розвитку економіки у світі. Важливим аспектом бізнес-туризму є його соціально-економічна спрямованість, яка забезпечує підвищення ділової активності як у столиці, так і в регіонах.

Діловий туризм відіграє найважливішу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяючи її інтеграції в світовий ринок. Основними цілями ділового туризму є:

- проведення переговорів, нарад і ділових зустрічей з партнерами по бізнесу;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідування професійних заходів (конгресів, симпозіумів, конференцій, виставок, ярмарок тощо);
- участь у спортивних змаганнях, гастролях;
- інсентив-тури, тренінги та навчання співробітників;
- поїздки офіційних делегацій тощо [4].

Обсяги бізнес-туризму складаються з двох основних сегментів – «КДП» (класичні ділові поїздки) та «MICE» (Meetings – Incentives – Conventions – Exhibitions). В сучасній структурі міжнародного ділового туризму переважають класичні ділові поїздки та корпоративні зустрічі (70% всіх ділових поїздок). Частка поїздок на конгреси та конференції становить більше 15%, на виставки та ярмарки – понад 11%. Приблизно 3-4% поїздок припадає на інсентив-тури [5].

Експертами агентства Expedia.com було організовано опитування в 24 країнах більш ніж 8,5 тис. співробітників різноманітних галузей економіки, за результатами якого зроблено висновок, що найчастіше ділові подорожі здійснюють особи у віці від 18 до 30 років. На їх частку, згідно з дослідженням, припадає 37,6% від загального світового обсягу ділових поїздок. Друге місце посіла вікова група бізнес-мандрівників 45-65 років з показником 33,6%. На останньому місці – представники віку 31-45 років (28,8%) [6].

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

При організації бізнес-заходів створюється мультиплікативний ефект, тобто спостерігається стійке зростання попиту на продукцію та послуги відповідних галузей, стимулюється збільшення обсягів продажів, податкових надходжень у державні, регіональні та місцеві бюджети.

Варто відмітити, що в Законі України «Про туризм» немає офіційних термінів «діловий туризм» або «бізнес-туризм», але у визначенні терміну «туризм» як загального поняття йдеться про тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, *професійно-ділових* чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [7]. Таким чином, у Законі зазначено, що турист може подорожувати з професійно-діловою метою, але надалі галузь ділового туризму залишається інституційно не розкритою та потребує подальшого вивчення та легалізації.

За офіційними даними Державної служби статистики України, в Одеській області поїздки із службовою та бізнес-метою, організовані за посередництвом туристичних фірм, у 2016 р. посідають друге місце – 12721 особи, або 29,3% від загального туристопотоку, поступаючись тільки поїздкам з метою дозвілля та відпочинку. Разом із тим, саме з діловою метою туристи стали подорожувати більш активно, а туристопотік виріс більш ніж в 3 рази у порівнянні з 2015 р. (4086 осіб, або 12,4%) [8].

Спостерігаються структурні зрушення у розподілі ділового туристопотоку за формами туризму – на користь внутрішнього. Так, якщо у 2015 р. співвідношення між виїзним, в'їзним та внутрішнім туризмом із діловими цілями складало 18% : 4% : 78%, то за підсумками 2016 р. – 6% : 1% : 93%. Внутрішній діловий туристопотік, обслуговуваний туроператорами та турагентами України, збільшився у 2016 р. порівняно з 2015 р. майже у 4 рази, що свідчить про розвиток ділової активності всередині країни. Зважаючи на те, що найчастіше мандрівники у бізнес-подорожах приїжджають у справах без допомоги турфірм, можна стверджувати, що їх загальна кількість набагато більша.

Як висновок, слід зазначити, що діловий туризм у світі є стабільною галуззю, яка не втрачає своєї прибутковості навіть в умовах економічного спаду. В Україні й в Одеському регіоні бізнес-туризм та його інфраструктура знаходяться зараз на стадії формування, тому потребують подальших капіталовкладень, зокрема у розвиток різноманітних видів транспорту та транспортних засобів, закладів розміщення і харчування, місць проведення бізнес-заходів. Також варто відмітити, що в порівнянні з провідними країнами світу, ступінь розвитку ділових

контактів бізнесменів та вчених Одеського регіону із зарубіжними колегами зараз знаходиться на низькому рівні, що, на жаль, є характерним для сьогодення України. Проте підвищення соціально-економічної активності країни має стати поштовхом для подальшого розвитку ділового туризму, а також загальної та спеціалізованої інфраструктури, що забезпечує його потреби.

### **Література:**

1. Докашенко Л. В. Предпосылки развития делового туризма в России / Л. В. Докашенко // Вестник Оренбургского гос. ун-та. – 2015. – С. 78-86.
2. Галасюк С. С. Структура туристопотоку Одеського регіону за цілями відвідування / С. С. Галасюк // Міжнародне науково-технічне співробітництво: механізми та стратегії: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (31.03.2017 р.). – Львів: Львівська економічна фундація, 2017. – С. 45-49.
3. Туристичний барометр UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.
4. Галасюк С. С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону / С. С. Галасюк // Інфраструктура ринку: науковий практичний журнал. – Вип. 5. – Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2017. – С. 139-145.
5. Понятие делового туризма и его видовой структура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.managemasters.ru/gmases-578-2.html>.
6. Дайджест индустрии встреч [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rnc-consult.ru>.
7. Закон України «Про туризм» (в поточній редакції) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.
8. Туристична діяльність в Україні у 2016 році: статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2017. – 76 с.