

УДК 338.48

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-11

МОСКВЯК Я. Є.

ORCID: 0000-0003-3147-0251

e-mail: slava.kohanec1201@gmail.com

Національний університет "Львівська політехніка", Львів, Україна

ПРОФЕСІЙНО-ДІЛОВИЙ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ – ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті дослідженні розглянуто дефінітивну характеристику поняття «професійно-діловий туризм», основні підходи до розуміння поняття, основні методи дослідження професійно-ділового туризму, проблематику професійно-ділового туризму в Україні та перспективи його розвитку, іноземний досвід професійно-ділового туризму та можливості для України. Проведено аналіз особливостей розвитку професійно-ділового туризму в Україні та його перспектив. Обґрунтовано теоретико-методологічні основи дослідження професійно-ділового туризму. Також виявлено основні підходи до розуміння професійно-ділового туризму, методів дослідження професійно-ділового туризму, методів дослідження професійно-ділового туризму. Розглянуто перспективи розвитку професійно-ділового туризму в Україні, напрямки модернізації сфери професійно-ділового туризму, іноземний досвід професійно-ділового туризму та можливості для України.

Ключові слова: туризм, професійно-діловий туризм, MICE-індустрія, business travel, ділові поїздки, SWOT-аналіз, візний туризм, матеріально-технічна база, бізнес-зустрічі, інфраструктура, потенціал.

YAROSLAVA MOSKVYAK

Lviv Polytechnic National University

PROFESSIONAL AND BUSINESS TOURISM IN UKRAINE – PROSPECTS OF DEVELOPMENT

The large-scale development of the world tourism market, which combines the formation of different types (directions) of tourism and the expansion of the network of tourist destinations, in recent decades has made international tourism one of the key engines of socio-economic progress. And all thanks to the creation of many jobs, a large segment of commercial enterprises, significant profits from foreign trade contracts and infrastructure development.

Dynamic development, diversity of social functions and growth of the role of tourism as a branch of the world economy in the context of globalization raise before researchers and practitioners the question of harmonization of tourism with natural, sociocultural, environmental and economic, information and technological capabilities of individual countries and regions and the world economy. In general, it is the need to consider the entire industry of tourism services in terms of the concept of sustainable development.

Considers the definitive characteristics of the concept of "professional and business tourism", the main approaches to understanding the concept, the main methods of research of professional and business tourism, the problems of professional and business tourism in Ukraine and prospects for its development, foreign experience of professional and business tourism and opportunities for Ukraine. The analysis of features of development of professional and business tourism in Ukraine and its prospects is carried out. Theoretical and methodological bases of research of professional and business tourism are substantiated. The main approaches to the understanding of professional and business tourism, methods of research of professional and business tourism, methods of research of professional and business tourism are also revealed. Prospects for the development of professional and business tourism in Ukraine, directions of modernization of the sphere of professional and business tourism, foreign experience of professional and business tourism and opportunities for Ukraine are considered.

Keywords: tourism, professional and business tourism, MICE-industry, business travel, business trips, SWOT-analysis, inbound tourism, material and technical base, business meetings, infrastructure, potential.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Широкомасштабний розвиток ринку світового туризму, котрий поєднує як формування різних видів (напрямів) туризму, так і розширення мережі туристичних дестинацій, за останні десятиліття перетворив міжнародний туризм в один із ключових двигунів соціально-економічного прогресу. А все завдяки створенню безлічі робочих місць, великого сегмента комерційних підприємств, значних прибутків за зовнішньоекономічними контрактами та розвитку інфраструктури.

Динамічний розвиток, різноманітність суспільних функцій і зростання ролі туризму як галузі світового господарства в умовах глобалізації ставлять перед дослідниками і практиками питання узгодження туристичної діяльності з природними, соціокультурними, еколого-економічними, інформаційно-технологічними можливостями як окремих країн і регіонів, так і світового господарства в цілому, тобто необхідність розгляду всієї галузі туристичних послуг з точки зору концепції сталого розвитку.

Туризм став одним із найбільших і швидкозростаючих секторів світової економіки. Особливих тенденцій розвитку набуває професійно-діловий туризм. Для багатьох країн світу він є важливим сектором сфери послуг та вагомою статтею доходів. Значні невикористані резерви в цій галузі має Україна, але для їх успішного використання необхідні нові організаційно-економічні та управлінські рішення, сучасні маркетингові програми розвитку, що вимагає узагальнення світового та вітчизняного досвіду, і розробки ефективної стратегії сталого розвитку послуг ділового туризму і туристичної галузі в цілому.

Аналіз формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку послуг професійно-ділового туризму займає в економічних і економіко-географічних дослідженнях вітчизняних вчених важливе місце. У науковому дискурсі, присвяченому діловому туризму, розглянута його роль в становленні туристичних дестинацій, економічному розвитку країни, регіону або конкретного міста, досліджено питання регулювання цього сегмента сфери послуг загалом. Проте вивчаючи стан наукової розробки теми дипломної роботи слід наголосити, що умови та перспективи розвитку професійно-ділового туризму в нашій державі залишаються недостатньо дослідженими і потребують ретельного вивчення. У вітчизняній історіографії недостатньо робіт, які б в повному обсязі висвітлювали основні аспекти розвитку туристичної індустрії професійно-ділового спрямування.

Актуальність теми дослідження визначається статусною особливістю професійно-ділового туризму як елемента вітчизняного туризму в цілому. Інша складова актуальності пов'язана з необхідністю розв'язати наукову проблему дослідження впливу змін у базових характеристиках професійно-ділового туризму, що має загальнотеоретичне та практичне значення.

Ми ставимо за **мету** дослідження провести аналіз особливостей розвитку професійно-ділового туризму в Україні та його перспектив. Для реалізації мети дослідження визначені наступні **завдання**:

- 1) охарактеризувати основні підходи до розуміння професійно-ділового туризму;
- 2) визначити особливості методів дослідження професійно-ділового туризму;
- 3) проаналізувати діловий туризм як вид туризму в Україні;
- 4) дослідити географію бізнес- і професійних подорожей;
- 5) охарактеризувати специфіку проблем професійно-ділового туризму в Україні;
- 6) визначити напрямки модернізації сфери професійно-ділового туризму;
- 7) проаналізувати іноземний досвід професійно-ділового туризму та можливості для України.

Об'єктом дослідження є професійно-діловий туризм, а **предметом** – тенденції і перспективи розвитку професійно-ділового туризму в Україні та фактори, котрі на нього найбільше впливають.

Теоретично-методологічні засади дипломної роботи ґрунтуються на загальних принципах логіки, історизму, об'єктивності, які передбачають науково-критичне використання різноманітних джерел для опису і аналізу подій та явищ. Жоден із принципів не може претендувати на роль єдиного способу опрацювання такого комплексного феномену, як перспективи розвитку професійно-ділового туризму в Україні, однак у своїй сукупності вони дозволяють зробити необхідний аналіз. У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові методи аналізу, синтезу, абстракції, порівняння, економіко-статистичні методи збору та обробки інформації.

Виклад основного матеріалу

Професійно-діловий туризм в Україні знаходиться на стадії становлення. І для його потужного запуску необхідно визначити кілька важливих напрямів, які безпосередньо стосуються й модернізації туристичної сфери загалом.

Розвиток світових новітніх технологій в електроніці та супутникового зв'язку нині вимагає від організаторів національного конгресового туризму проводити в Україні ділові конференції з використанням сучасних інноваційних технологій:

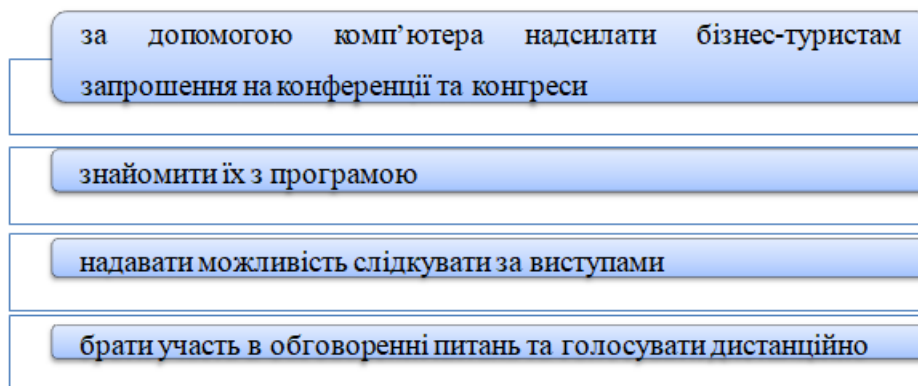


Рис. 1. Можливості новітніх технологій для проведення ділових конференцій

Сучасна тенденція в організації конференцій, симпозіумів, конгресів, семінарів вже не орієнтується на глобальні відкриття або ж отримання нової інформації. Бізнесмени й ділові люди, які працюють в різних сферах, насамперед у науці, чекають від ділової поїздки не лише укладання нових вигідних договорів, але й підвищення творчої активності в результаті зміни обстановки та отримання нових незабутніх вражень про нову країну чи регіон, які можуть забезпечуватися лише національною специфікою. Чим більш диференційованою вона є, тим краще.

Стабілізується ринок вітчизняного професійно-ділового туризму, спостерігаються стійкі, але повільні тенденції зростання головних економічних параметрів функціонування об'єктів туристичної інфраструктури – збільшення доходів із одночасним нормуванням прямих тарифів. Підвищення попиту на готельні послуги диктує диверсифікацію пропозиції через розширення послуг, формування гнучкої цінової політики. Проте за рівнем цін на послуги розміщення українські готелі залишаються дорогими з невідповідністю ціна – якість.

Нагальною в українській готельній сфері є проблема впровадження принципів фінансового менеджменту для ефективного управління доходами підприємств. Політика гнучких цін зумовлює розширення попиту в період зменшення клієнтів, натомість, за умови стійкого попиту обсяги знижок треба зменшувати. Іншою важливою проблемою фінансового менеджменту є запровадження системи тарифів, зокрема для готелів, що спеціалізуються на прийманні окремих категорій ділових туристів.

Поглиблення спеціалізації та запровадження високих стандартів обслуговування в національній сфері гостинності пов'язують зі створенням традиційних для світової готельної індустрії корпоративних форм – міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства проводять колективний бізнес, перебуваючи під єдиним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, зміцнення конкурентних позицій [6, с. 227].

Технологічно успіхи корпоративних форм гостинності пов'язані з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг і доступністю цін на всіх підприємствах мережі. Об'єднання готелів під єдиним керуванням дає значно економічно вигоди як власникам об'єктів, так і їх операторам. Основна перевага – зниження загальних витрат, функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, централізовані поставки витратних матеріалів, уніфікація послуг.

В Україні відсутня мережа готелів бізнес-класу. Якщо особа з професійно-діловою метою змушена з Києва вирушити до Тернополя чи Миколаєва, то вона навряд чи зможе знайти аналог відповідного столичного готелю. А це великий мінус у професійно-діловому туризмі. Адже в багатьох країнах світу відкриваються ділові готелі, які мають інфраструктуру для організації бізнес-заходів:

- конференц-зали;
- зали для переговорів;
- бізнес-кімнати та бізнес-центри;
- необхідне обладнання для проведення ділових заходів;
- організація та проведення бізнес-ланчів, кавабрейків, фуршетів.

Але в Україні цей процес знаходиться на початковій стадії. Тенденції до будівництва готелів і комплексів для відпочинку в нашій державі є, але при цьому не акцентується увага на реалізації можливості проведення бізнес-зустрічей в таких закладах.

В Україні налічується щонайменше 600 готелів, які надають послуги діловим туристам. Проте поширення готелів ділового призначення територією України відбувається вкрай нерівномірно. В цьому можна переконатися з рис. 2.

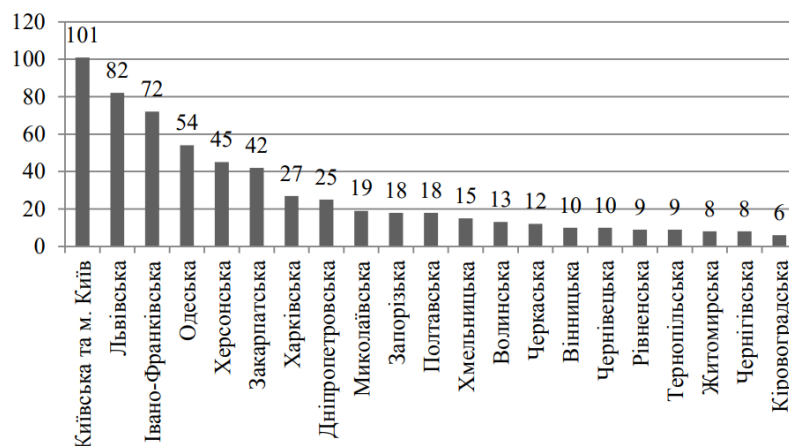


Рис. 2. Забезпеченість областей України засобами розміщення, що надають послуги оренди конференц-залів та бізнес-послуг

У ВТА Ukraine і ДАРТ (Державне агентство з розвитку туризму) запровадили новий підхід до вирішення проблем професійно-ділового туризму в Україні: популяризація України як нового напрямку ділової гостинності на міжнародних ринках із прекрасними можливостями і широкими перспективами, а також співпраця з українськими підприємствами для збільшення кількості бізнес-туристів. І все за рахунок внутрішніх подій.

Варто відмітити як один із позитивних моментів явне прагнення ДАРТ координувати свою роботу із залучення ділових подій в Україні з професіоналами галузі та в тісній співпраці з бізнесом. А

створення Українського бюро ділового туризму (Ukraine Convention & Visitor Bureau) говорить про серйозний підхід до розвитку галузі професійно-ділового туризму та індустрії зустрічей України на державному рівні [5].

Тільки в тісній співпраці влади і бізнесу можливі успіхи в залученні великих міжнародних ділових заходів як на рівні міст, так і на рівні держави в цілому. ВТА Ukraine вітає такі ініціативи і готова надати всебічну підтримку таким починанням.

До речі, в Україні працює онлайн-портал (російською мовою) «Конференц-сервіс» [3], де можна знайти інформацію про консалтингові компанії, туроператорів, готелі з точною кількістю конференц-залів (рис. 3).

Конференц-зали України															
Область Region	Объект Conference halls, hotels ets	Колличество залов Number of halls and rooms	Колличество мест при столах Classroom capacity	Колличество театральных* мест Theatre capacity	Колличество банкетных мест Number of banquet places	Залепнение зала Hall blackout facilities	Звукоусилительное оборудование Sound equipment	Радиомикрофон Wireless microphone	Мультимедиапроектор Beamer	Беспроводной интернет Wi-LAN	Видео-конференция Conference video	Выставочная площадь, кв м Exhibition space in sqm	Залепный бассейн Indoor swimming pool	Открытый бассейн Outdoor swimming pool	Баня / сауна Russian bath / sauna
ТОП 10 Харьковская обл.	Гостиница «PARK HOTEL» 4* Харьков, ул. Шевченко, 79	2	16	50	0	●			●	●			●		●
ТОП 10 Львовская обл.	Отель «TAURUS CITY» Львов, пл. Князя Святослава, 9	1	30	50	20	●	●	●	●	●	●				
ТОП 10 Киевская обл.	Дизайн-отель «МАНУФАКТУРА» 4* Киево-Святошинский р-н, с. Ходосеевка	3	110	150	100	●	●	●	●	●	●	●	●		●

Рис. 3. Скріншот із порталу «Конференц-сервіс»

Його недоліком є те, що він працює виключно російською мовою (із деякими елементами перекладу англійською). Доречно було б розширити його функціонал щонайменше українською як державною, і англійською мовами.

Іноземний досвід професійно-ділового туризму та можливості для України. Країнами-лідерами професійно-ділового туризму є США і Канада, у Європі – Німеччина, Іспанія, Франція та Італія, в Азії – Таїланд, Туреччина, Сінгапур, Індонезія і Китай. Основним постачальником ділових туристів у Європі є Німеччина. Щороку понад 5 млн німців їдуть у відрядження, з них 3 % виїжджають за кордон, 21 % подорожують за кордоном і всередині своєї країни, 76 % здійснюють службові поїздки тільки Німеччиною. Серед європейських держав, у яких активно розвивається професійно-діловий туризм, виділяють також Великобританію, Нідерланди, Іспанію, Швецію, Швейцарію. Особливе місце посідає Бельгія зі столицею Брюсселем, що є одночасно і столицею ЄС. Кожне десяте прибуття в Бельгію та Францію здійснюється з діловою метою, у Великобританію – кожне третє [3, с. 182].

Азія, Африка і Близький Схід до недавнього часу грали незначну роль у розвитку міжнародного туризму, але вони поступово нарощують темпи, і їх частка в міжнародному туризмі з кожним роком збільшується. У той же час частка Європи та Америки потроху зменшується. Це пояснюється тим, що багато країн Азії, Африки, Близького Сходу стали проводити активну туристичну політику, залучаючи значні маси туристів з інших регіонів. Проте Європа, Америка та деякі країни Азії, як і раніше, залишаються основними генераторами міжнародного туризму, що є показником оптимального співвідношення високо розвинутої туристичної інфраструктури і прийнятної цінової політики даних регіонів [9, с. 75]. Але розглянемо особливості розвитку професійно-ділового туризму на прикладах країн. Основним «постачальником» професійно-ділових туристів в Європі, як ми вже згадували, є Німеччина.

ФРН – країна стабільності і пунктуальності. Європейські стандарти, зосередження великого банківського потенціалу, велика кількість промислових корпорацій і чітке бюджетування будь-якого заходу вивело німецьку економіку на вищий щабель розвитку. Саме тому Німеччина стала найактуальнішим місцем business travel. Тут знаходяться штаб-квартири великих транснаціональних корпорацій, проводяться численні міжнародні ярмарки, з'їзди, конгреси і виставки, багато з яких задають тренди для відповідних галузей і залучають мільйони відвідувачів. Більше половини відвідувачів

виставок, конференцій і ярмарків прибувають з-за кордону, більше третини – з країн за межами Європи. Сезон виставок і конгресів в Німеччині триває з початку вересня до кінця травня і характеризується водночас зростанням цін на послуги розміщення.

Привабливість Німеччини для професійно-ділового туризму пояснюється відмінною інфраструктурою, професіоналізмом організаторів, високою технічною оснащеністю і вигідним співвідношенням «ціна–якість». Німецькі готелі пропонують незмінно високу якість обслуговування і проживання при більш низьких цінах в порівнянні з готелями інших європейських країн. У розпорядженні організаторів конгресів і конференцій більше 6 тис. різних місць проведення заходів: від сучасних конгрес-центрів до конференц-готелів [10].

Провідну роль в маркетингу на німецькому ринку MICE відіграє Німецьке конгрес-бюро (GCB – German Convention Bureau), яке співпрацює з готелями, конгрес-центрами та організаторами MICE-турів більш ніж в 200 містах. GCB – сполучна ланка між ними і зовнішнім ринком. Просуванням Німеччини як центру міжнародного ділового туризму займається також Центральне туристичне бюро Німеччини (DZT). Німеччина входить до Міжнародної асоціації конгресів і конференцій. Найпривабливіші міста в професійно-діловому туризмі Берлін, Франкфурт-на-Майні, Кьольн, Мюнхен, Дрезден, Штутгарт. Таке місце ФРН у професійно-діловому туризмі не випадкове і має тривалу історію. Проведення виставок, ярмарків і конгресів має в Німеччині давні історичні традиції. Німецькі ярмарки сформувалися в період раннього середньовіччя з окремих ринків, куди купці ввозили товари для продажу. Ярмарки користувалися заступництвом влади.

Висока частка в'їзного професійно-ділового туризму в загальному обсязі споживчих витрат тимчасових відвідувачів в Німеччині пояснюється тим, що іноземцям, які прибули з професійно-діловими цілями, потрібно більше специфічних послуг (наприклад, оренда автомобілів і приміщень для конференцій, послуги бізнес-центрів, перекладачів та ін.). У ФРН в сегменті професійно-ділового туризму працює багато великих спеціалізованих агентств.

У п'ятірку найбільших турагентств з сегменту ділового туризму за результатами входять BCD Travel (дохід майже 2 млрд євро), Lufthansa City Center (LCC) (1,18 млрд євро), FCM (DER) / Derpart (1,21 млрд євро), CarlsonWagonlit (CWT) (0,93 млрд євро), а також TUI, яке працює як в сфері відпусток, так і ділового туризму (0,63 млрд євро) [9]. Традиційно учасникам виставок і конференцій пропонується повний пакет послуг, починаючи від розробки дизайну стенда і підготовки поїздки і закінчуючи організацією роботи на самій виставці / конференції. До речі, діяльність з організації виставок і конгресів, забезпечує в Німеччині близько мільйона робочих місць.

Дві третини провідних світових галузевих виставок проходять саме в Німеччині. Щорічно до початку всесвітньої пандемії COVID-19 тут відбувалися сотні міжнародних і національних комерційних виставок, в яких брали участь до 200 тис. експонентів. Кількість відвідувачів складала 9–10 млн осіб.

За даними Німецького комітету по виставках і ярмарках (нім. Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. / AUMA), кількість іноземних відвідувачів склала приблизно 2,55 млн, тобто чверть від загальної кількості всіх відвідувачів міжнародних і національних виставок в Німеччині. Традиційно понад мільйон відвідувачів прибуває з країн ЄС (65 %) кількості тисяч – із інших країн Європи (14 %), більше 10 % – із країн Азії, зокрема й з Близького Сходу [8].

Комерційні виставки є важливою складовою економічної ефективності туристичної галузі і приносять значний прибуток містам і регіонам, де створені сучасні виставкові центри. За даними інтернет-платформи «Wer liefert was», найбільшої електронної торгової площі в сегменті B2B з продажу продуктів і послуг в Німеччині, Австрії та Швейцарії, середній сукупний оборот операторів у виставковому туризмі складає 3 млрд євро [5].

У Франції і Бельгії кожне десяте прибуття здійснюється з діловою метою, а у Великобританії – кожне третє. Помітне місце на ринку бізнес-туризму відіграють країни Центральної і Східної Європи.

Щороку державні та ділові особи з'їжджаються у Давос (Швейцарія) на форуми з актуальних питань розвитку світового господарства. Ці міста мають відповідну матеріально-технічну базу та широкі можливості для організації дозвілля іноземних гостей. Конференції відбуваються в конгрес-центрах, готелях, театрах і концертних залах, університетах та інших закладах.

Останнім часом міжнародні заходи дедалі частіше проводяться в будівлях, які мають історичне значення, в замках чи нетрадиційних спорудах. Користуються популярністю конгреси на борту суден. Часто симпозиуми і конференції проходять у теплу пору року на узбережжях морів чи озер.

Особливе значення для просування туристичного продукту мають спеціалізовані туристичні виставки та біржі. Основними цілями таких міжнародних заходів є, зокрема, вивчення попиту на туристичні послуги, підписання договорів, встановлення ділових контактів та ін. [5, с. 169–173].

Виставки можуть бути двох типів: всесвітніми та регіональними.

Найбільш значні міжнародні виставки і ярмарки є щорічними і проводяться у визначений період року – перед початком літнього чи зимового сезону за заздалегідь зазначеними датами і тривають до одного тижня. Вони супроводжуються наступними заходами: прес-конференціями та виставками літератури: проспектів, буклетів, листівок, календарів, карт, схем та путівників, значків та іншої сувенірної

продукції тощо. Відзначимо, що кількість таких заходів постійно зростає. Тільки у Європі щорічно організовується понад 200 міжнародних туристичних виставок і бірж [1, с. 89–98]. Зокрема, одна з найбільших у світі туристичних виставок – Міжнародна туристична біржа (ITB). Вона проводиться у Берліні з 1966 року щорічно в березні протягом 7 днів. Один день приділяється тільки професійним учасникам, а в інші дні біржа відкрита для всіх бажаючих. У ній беруть участь представники державних міністерств, відомств, комітетів і рад з туризму, національні й регіональні туристичні організації, турфірми, туроператори і турагенти, готелі і готельні ланцюги, авіа та круїзні компанії, структури систем бронювання та ін. У рамках біржі проводяться переговори між представниками закордонних організацій і комерційних туристичних компаній [10, с. 67–70].

У виставковому комплексі розміщуються величезні павільйони світових лідерів на ринку туризму – Німеччини, США, Франції, Іспанії, а також стенди початківців.

Робота берлінської біржі будується за принципом тематичних днів. Наприклад, вони можуть бути присвячені екологічному туризму в Європі, перспективам розвитку туристичного руху в Африці тощо. У межах обраних тем організатори виставки пропонують широку програму спеціалізованих заходів: презентацій, круглих столів, форумів [3].

Найбільшою в Європі за кількістю відвідувачів стала Міжнародна туристична виставка (SIT) у Штутгарті. Вона перевершує останнім часом Берлінську міжнародну туристичну біржу. Штутгартська виставка проводиться щорічно в партнерстві з різними країнами.

Весвітній ринок подорожей у Лондоні проводиться з 1980 року щорічно в листопаді-грудні протягом 5 днів за участю турфірм, представників туріндустрії і засобів інформації. Поряд із укладанням угод важливим завданням Лондонського ринку є ознайомлення з нововведеннями в сфері туризму [10, с. 89–98].

Щорічно наприкінці січня – на початку лютого в Мадриді проводиться Міжнародна туристична виставка-біржа ФІТЮР, яка посідає особливе місце в календарі міжнародних туристичних подій – саме тут визначаються цінові та інші тенденції на ринку туризму в новому сезоні [9].

Виставка-біржа ФІТЮР – це перегляд передусім іспанського та латиноамериканського туристичних продуктів, через що її називають своєрідним мостом між Європою та Америкою. Чверть виставкової площі займають стенди країн Центральної та Південної Америки: Бразилії, Домініканської Республіки, Венесуели, Ямайки; Гондурасу та ін.

У виставці також беруть участь туристичні фірми з країн Північної, Центральної та Східної Європи, зі США та Канади, в яких відпочинок в Іспанії користується високим попитом. У 2005 р. виставка відзначила свій 25-літній ювілей. До її роботи були приурочені численні конференції та семінари, форум з ділового та наукового туризму [4, с. 79–85].

Щорічно у середині листопада в Лондоні відбувається Всесвітня туристична виставка, призначена виключно для налагодження прямих контактів між спеціалістами різних країн. У дні роботи виставки її організатори проводять низку благочинних акцій, а зібрані кошти спрямовують у фонд Британського Червоного Хреста. Маємо констатувати, що кожного року кількість і географія учасників лондонської виставки розширюються, а кількість експонатів збільшується на 100–120 одиниць. Для їх розміщення потрібні додаткові площі, знайти які стає все складніше, тому організатори виставки розглядають питання про її переміщення у більш потужний виставковий комплекс Лондона або в інше місто Великої Британії.

У Лондоні існують величезні можливості для організації бізнес-туризму. В місті знаходиться науковий центр Великої Британії і входять до його складу Королівське суспільство, Грінвічська обсерваторія та університет, це дає можливість проводити тут конгреси і наукові конференції. Безліч різноманітних стадіонів і спортивних майданчиків передбачає проведення в Лондоні спортивних зустрічей і змагань. Також Лондон є найбільшим у Великобританії промисловим, торговим і фінансовим центром, що сприяє проведенню ділових зустрічей і заходів [7, с. 9].

Міжнародна туристична біржа у Мілані відома далеко за межами Італії, оскільки на неї з'їжджаються представники туристичного бізнесу з усього світу. Найбільшою є експозиція Італії, яка зазвичай займає кілька павільйонів. Як завжди, на виставці потужно представлені наступні країни: Франція, Іспанія, Німеччина, Австрія та США.

Стрімко розвивається бізнес-туризм на американському континенті. Кожна восьма поїздка в Новому Світі здійснюється зі службовою метою. Головні потоки ділових людей направляються у США, Канаду і Мексику, які лідирують на всіх сегментах туристського ринку у Західній півкулі. Потік ділових туристів набирає силу і в Латинській Америці.

Зі зростанням економіки, розширенням і зміцненням зв'язків багато країн цього регіону зміцнили свої позиції на ринку ділового туризму. Зростає кількість прибуттів зі службовою метою у Парагвай, Гватемалу, Коста-Ріку. В Перу в першій половині 90-х років прибуття зростали особливо швидко, але з дуже низького стартового рівня, тому їх кількість і сьогодні залишається незначною.

Сплеск ділового туризму у середині 90-х років пережила Індонезія. Як нова індустріальна держава другої хвилі, вона демонструвала найвищі темпи зростання прибуттів ділових туристів у регіоні і до 1995 року за кількістю бізнес-поїздок обійшла Тайвань і Сінгапур.

В Африці й на Близькому Сході діловий туризм розвивається нерівномірно. Підйоми та спади у динаміці прибуттів залежать головним чином від політичної ситуації у регіоні. Початок 90-х років був порівняно спокійним як на африканському континенті, так і на Близькому Сході. В Африці високі темпи зростання ділового туризму демонструють Республіка Конго, Зімбабве і Ефіопія. За прибуттями лідерами є Єгипет, Південно-Африканська Республіка і Марокко. На Близькому Сході головні потоки спрямовувалися в нафтовидобувні країни (Саудівська Аравія), а також в Ізраїль і Йорданію [8].

В'їзний туристичний потік в Африку в основному складається з жителів США, Європи і Канади. Для бізнес-туристів з Європи, важливим фактором вибору місця для проведення ділових заходів в Африці є відносна дешевизна пропонованих тут послуг на організацію конференцій і територіальна близькість. Найчастіше серед європейців, які відвідують Африканський континент, зустрічаються туристи з Німеччини та країн Скандинавії. Для них дуже популярний контраст між батьківщиною і місцем проведення ділових зустрічей.

Професійно-ділові поїздки і бізнес-тури близькі за формою до подієвого туризму. Різниця полягає в самій суті заходу, однак спрацьовують ті ж механізми. Факт того, що Абу-Дабі й Дубай сьогодні є одними з найважливіших ділових центрів регіону, підвищує роль ділового туризму і його питому вагу в тур-виробництві країни. Численні конференції, ділові з'їзди, засідання глав урядів – це основні чинники формування ділового туризму в Об'єднаних Арабських Еміратах.

Найбільша подією за останні і майбутні роки в ОАЕ Всесвітня виставка World Expo Dubai 2020 року – найбільша міжнародна виставка, яка стала символом індустріального розвитку у світі й запропонувала відкритий демонстративний майданчик для новітніх технологічних і технічних досягнень. У Дубаю, як і належить, був неймовірний розмах і перформанс, а також нові рекорди масштабів проведення та організації виставки. За очікуваннями Міністерства туризму країну мали б відвідати понад 20 млн туристів за період дії виставки (жовтень 2020 – квітень 2021 років). Проте пандемія COVID-19 внесла свої корективи. На Expo-2020 був представлений й павільйон від України [3].

Нині діловий туризм міцно утвердився у багатьох країнах як сектор економіки, що найшвидше розвивається, забезпечує приплив іноземної валюти і створення робочих місць, підвищення попиту на різні сектори індустрії туризму, розвиток галузей економіки, науки, освіти, культури та охорони здоров'я. Світові витрати на подорожі і туризм продовжують повільно підніматися вгору разом із загальними економічними показниками.

Зростання витрат буде керувати розширенням на ринках країн, які розвиваються, таких як Китай, Індія і Бразилія. Країни з розвинутою економікою також вносять істотний внесок в економічне зростання. У той же час, крок вперед в постачанні подорожей впливатиме на підвищення цін, особливо в найбільш затребуваних туристичних ринках [10].

Загалом у структурі ділового туризму найбільш динамічно розвиваються інсентив-туризм (MICE tourism) та конгресно-виставковий. В інсентив-туризмі близько 80 % поїздок приходиться на Європу, 10 % – на США, 6 % – на країни Південно-Східної Азії, 4 % – на інші регіони. Рейтинг напрямів інсентиву європейських туристів очолюють Франція (Париж, Страсбург), Іспанія, Швейцарія, Австрія, Кіпр, США (Нью-Йорк, Флорида, Західне узбережжя), а також острови Карибського басейну [45].

За даними європейської асоціації з інсентив-туризму «SITE», серед основних країн-постачальників премійованих туристів, як і раніше, лідирують США (близько 60 %), Великобританія (20 %), Німеччина (11 %). Останнім часом збільшилася кількість інсентив-відвідувачів із Японії. Найбільшими центрами конгресово-виставкової діяльності в Європі та Америці є Амстердам, Барселона, Брюссель, Женева, Копенгаген, Лондон, Мадрид, Париж, Давос.

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 [5, с. 11].

У сучасній структурі міжнародного ділового туризму переважають класичні ділові поїздки та корпоративні зустрічі (70 % всіх ділових поїздок). Частка поїздок на конгреси та конференції становить понад 15 %, на виставки та ярмарки – понад 11 %. Приблизно 3–4 % поїздок приходиться на інсентив-тури. Таким чином, професійно-діловий туризм – різноманітна та складна сфера діяльності, яка через інтенсивний розвиток ділових і наукових зв'язків між регіонами та країнами бурхливо розвивається та є економічно перспективною, а будівництво нових та модернізація існуючих підприємств у різних галузях економіки сприяють розвитку індустрії професійно-ділового туризму [4, с. 121].

Які ж уроки можна винести з іноземного досвіду для вітчизняного? Звісно, Україна зацікавлена в розвитку професійно-ділового туризму. І насамперед варто розпочати з формування державної політики і сприяння розвитку галузі. Адже в США, країнах ЄС, Близького Сходу та інших регіонів сфера туризму, зокрема, професійно-діловий туризм – у пошані, вони інституційно закріплені й підтримуються державою.

Діловий туризм в Україні має розвиватися на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і

творчу активність. Головне тут для країни що приймає, є приязне ставлення ділових людей до України і бажання відвідати її ще раз. На жаль, нинішні умови ділового туризму в Україні такого бажання переважно не викликають.

Отже, професійно-діловий туризм – особливий вид туризму, він має попит там, де розвинена ринкова економіка і сфера туризму в цілому, відкрите зелене світло для іноземних інвестицій і працюють представництва міжнародних компаній. Також в Україні інфраструктура готельна, виставкова бажано кращого. Про дорожню інфраструктуру можна говорити багато і вона псує імідж України як туристичної країни. Урахування міжнародного досвіду – насамперед комплексний підхід у справі розвитку професійно-ділового туризму.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Отже, підсумовуючи, виділимо найголовніше. Професійно-діловий туризм здійснюється задля участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих спеціалізованих заходах, це поїздки (відрядження) співробітників компаній чи організацій з діловою метою, організація корпоративних заходів тощо. Останнім часом в науковій періодиці активніше публікується матеріал, присвячений професійно-діловому туризму і різним його аспектам. Але дослідники звертають увагу на те, що при аналізі понятійного апарату, який використовують фахівці, виявляються суперечливі тлумачення категорії цього поняття.

Багато авторів по-різному тлумачать термін «професійно-діловий туризм», не в повній мірі роз'яснюючи його значення. Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів опублікувала книгу під назвою «Термінологія індустрії зустрічей», яка поступово трансформувалася у багатомовний словник, що на сьогодні є чи не єдиним уніфікованим джерелом термінології ділового туризму. Проте, не до кінця зрозуміло, як це поняття корелюється з діловими подорожами («business travel»), корпоративними подорожами («corporate travel»), індустрією зустрічей («meeting industry») та ін.

Нині діловий туризм відіграє значущу роль у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі України, перспективи його розвитку – якнайсприятливіші. Для розуміння необхідності ділового туризму, слід звернути увагу на основні етапи розвитку будь-якої справи або підприємства: визначення ключових партнерів, територіально-географічне розміщення підприємств, калькуляція витрат та інвестицій тощо.

Ділові люди, які працюють у різних сферах, зокрема й в науці, чекають від ділових поїздок не тільки укладання нових вигідних контрактів, а й підвищення творчої активності як результат зміни обстановки і набуття нових незабутніх вражень про країну перебування, які можуть бути забезпечені лише тамтешньою національною специфікою. Окрім проживання, конференц-залів, екскурсій, замовники хочуть бачити ексклюзивні пропозиції.

У створенні інфраструктури в'їзного ділового туризму в Україні в останні роки робляться деякі кроки – у великих містах будуються бізнес-готелі і бізнес-центри, створюються конгрес-бюро і виставкові організації, розширюється календар конгресів, форумів та інших ділових заходів. Важко переоцінити величезну роль інфраструктури, яку для економіки країни має розвиток сфери обслуговування, у вигляді транспортних послуг, комунікацій, банківської справи, страхування, охорони здоров'я, відпочинку тощо. Але водночас новітні трансформаційні процеси в економіці України особливо не позначилися на головних принципах розвитку ділового туризму, зрештою і всієї туристичної сфери.

Якщо розглядати Україну в сфері ділового туризму, то можна виокремити, що в межах держави організовують міжнародні та регіональні ярмарки, біржі, виставки тощо. Найпопулярнішими туристичними центрами є Міжнародний туристичний салон «Україна» у місті Києві, міжнародний туристичний ярмарок-виставка «Чорноморська Одісея» та Міжнародна туристична виставка «ТурЕкспо» у Львові, які сприяють розвитку ділового туризму не тільки в межах України, а й на міжнародному рівні. Недостатня кількість центрів і виставкових комплексів веде до слабого використання резервів туристичної індустрії за напрямом «діловий туризм» і відставанню обласних центрів від таких конкурентів, як Київ і Харків.

Література

1. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму / І. Білецька // Журнал європейської економіки. – №10 (2). – С. 178–187.
2. Галасюк С.С. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму / С.С. Галасюк, О.Ю. Цимбаліст // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 грудня 2017 р. – Дніпро : НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 9–12.
3. Гергуль А.І. Ринок ділового туризму і засоби розміщення / А.І. Гергуль // Туристично-краєзнавчі дослідження. Випуск 6: Федерація професіологів України / О.О. Бейдик (ред. кол.). – К., 2005. – 473 с.
4. Діловий туризм у Києві сьогодні. – URL : <http://aeroplan.org.ua/>.
5. Діловий туризм. Робота та відпочинок: попит на бізнес-тури призводить до їх здорожчання // Урядовий кур'єр від 18 липня 2019 року. – URL : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/dilovij-turizm/>.
6. Конференц-сервіс в Україні. – URL : <http://conference-service.com.ua>.
7. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. / С. П. Кузик ; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

8. Офіційний сайт Асоціації ділового туризму України. – URL : <http://www.mice.com.ua>.
9. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні / І. Пандяк // Вісник Львів. ун-ту. – 2008. – Вип. 24. – С. 224–228.
10. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 2–4 травня 2018 р. – Чернівці : ПВКФ «Технодрук», 2018. – 287 с.

References

1. Biletska I. Diloviy turizm u konteksti rozvytku mizhnarodnoho turyzmu / I. Biletska // Zhumal yevropeiskoi ekonomiky. – № 10 (2). – S. 178–187.
2. Halasiuk S.S. Svitovi ta natsionalni tendentsii rozvytku dilovoho turyzmu / S.S. Halasiuk, O.Iu. Tsymbalist // Svitovi tendentsii ta perspektyvy rozvytku finansovoi systemy : zb. materialiv mizhnar. nauk.-prakt. konf., 15-16 hrudnia 2017 r. – Dnipro : NO «Perspektyva», 2017. – Ch. 1. – S. 9–12.
3. Herhul A.I. Rynok dilovoho turyzmu i zasoby rozmishchennia / A.I. Herhul // Turystychno-kraieznavchi doslidzhennia. Vypusk 6: Federatsiia profspilok Ukrainy / Instytut turyzmu ; O.O. Beidyk (red. kol.). – K., 2005. – 473 s.
4. Diloviy turizm u Kyievi sohodni. – URL : <http://aeroplan.org.ua/>.
5. Diloviy turizm. Robota ta vidpochynok: popyt na biznes-tury pryzvodyt do yikh zdorozhchannia // Uriadovyi kurier vid 18 lypnia 2019 roku. – URL : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/dilovij-turizm/>.
6. Konferents-servis v Ukraini. – URL : <http://conference-service.com.ua>.
7. Kuzyk S. P. Heohrafiia turyzmu : navch. pos. / S. P. Kuzyk ; Lvivskyi nats. un-t im. I. Franka. – Kyiv : Znannia, 2011. – 271 s.
8. Ofitsiyni sait Asotsiatsii dilovoho turyzmu Ukrainy. – URL : <http://www.mice.com.ua>.
9. Pandiak I. Suchasnyi stan ta problemy rozvytku biznes-hoteliv v Ukraini / I. Pandiak // Visnyk Lviv. un-tu. – 2008. – Vyp. 24. – S. 224–228.
10. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu : materialy Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii, m. Chernivtsi, 2–4 travnia 2018 r. – Chernivtsi : PVKF «Tekhnodruk», 2018. – 287 s.

Надійшла / Paper received : 04.07.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021