

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Коненко О.В.,

*студентка кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: alexakonenko@gmail.com*

Міхо О.І.,

*доцент кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: alyonamikho@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1547-5597>*

В наш час поїздки з діловою метою поширені більше, ніж будь-коли до цього. Головною причиною є все більш глобалізований діловий простір, кожен має можливість знайти ділового партнера у будь-якій країні світу. В той же час, семінари, конференції, виставки та безліч інших ділових заходів безумовно розвивають людські інтелектуальні здібності та надихають на нові ідеї та проекти. Спілкування в режимі онлайн досі не може замінити корпоративні поїздки, як важливий інструмент роботи сучасних компаній.

Поряд із поняттями «діловий туризм», «бізнес-туризм» (business travel), «корпоративні поїздки» (corporate travel), «індустрія зустрічей» часто зустрічається англійський термін-аббревіатура MICE, перші літери якої вказують на структуру цього виду туризму: M – Meetings («зустрічі»); I – Incentives («інсентів-заходи») – від англійського слова incentive – стимул); C – Conventions («конференції»); E – Exhibitions («виставки»). MICE об'єднує низку заходів, які необхідні для «обслуговування» бізнес діяльності фірм (обмін досвідом, презентація товарів і послуг, підготовка майбутніх договорів тощо), або здійснення допоміжних функцій (наприклад, мотивація співробітників).

Метою дослідження є аналіз світового та українського досвіду в організації ділового туризму та можливих перспектив подальшого розвитку цього виду туризму.

Щороку в світі відбувається більше ніж 445 мільйонів відряджень [3]. Величезна частка прибутку авіакомпаній приходить від ділових туристів. Згідно зі статистичними даними за 2019 р. вони складають 12% пасажирів авіакомпанії, але забезпечують 75% прибутку [7].

Корпоративні поїздки дозволяють компаніям налагоджувати стосунки з потенційними клієнтами та партнерами, а також отримувати хорошу рентабельність інвестицій у корпоративні поїздки і швидше розвивати свій бізнес. Іншими словами, витрати на корпоративні поїздки приносять суттєве збільшення прибутку компаніям. Крім того, професіонали розглядають ділові поїздки як фактор, залучення чи утримання працівника, підвищуючи його лояльність.

Зазначимо, що середньостатистичним корпоративним мандрівником є чоловік, віком старше 45 років, котрий має ступінь бакалавра та проводить більшу частину свого часу, подорожуючи з діловими цілями (відвідування

конференцій, пошук інвесторів, розроблення бізнес-плану з іноземними партнерами та розвиток кар'єри). Найбільша частка середнього бюджету ділових мандрівників витрачається на харчування, житло, квитки на літак та пальне для орендованого автомобіля [3].

У процесі дослідження були проаналізовані найбільші добові витрати на особу у різних містах країн світу під час ділових подорожей. Лідером став Нью-Йорк із показником 799 доларів. Найдорожчими в США стали Вашингтон (621 доларів), Сан-Франциско (581 доларів) та Лос-Анджелес (578 доларів). У Європі лідируючі позиції займають Женева (716 доларів) та Цюрих (661 доларів) у Швейцарії, Париж (617 доларів) у Франції, Рейк'явік (615 доларів) в Ісландії. Серед азійських міст для ділових поїздок найдорожчим є Гонконг, де середня вартість витрат становить 515 доларів на день [4]. Також варто зазначити, що найбільш швидко зростаючими ринками корпоративних подорожей у наступні п'ять років стануть Індія (11,3%), Індонезія (8,7%), Швеція (6,8%), Норвегія (6,6%) та Китай (3,9%) [6].

Компанії по всьому світу розуміють, наскільки важливо інвестувати в корпоративні подорожі. У зв'язку з цим, прогнозується, що в найближчі роки розмір ринку поїздок з діловою метою у різних країнах збільшиться. На жаль, як тільки збільшуються витрати на корпоративні поїздки, так само очікується, що ціни на турпослуги також скоро зростуть [5].

Україна є привабливою для ділового туризму, оскільки цей ринок у нашій країні все ще знаходиться на стадії становлення. Але як тільки в економіці нашої країни спостерігається хоча б малий спад, це одразу відбивається на динаміці цього ринку. Основними центрами ділового туризму в Україні є Київ, Одеса, Львів, Харків та Дніпро. Високо категорійні готелі розташовані вкрай нерівномірно, майже всі зосереджені у цих обласних центрах. Тільки незначна кількість з них відповідає вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. В той же час, згідно з моніторингом інсентив-інфраструктури міжнародними спеціалізованими організаціями, високо категорійні готелі України суттєво поступаються за рівнем сервісу готелям Східної Європи [2, с. 225]. Аналогічна ситуація спостерігається і з конференц-залами при готелях, більша кількість яких зосереджена на території трійки регіонів-лідерів ринку ділового туризму України – Київської, Одеської та Львівської областей.

Традиції управління бізнес-туризмом у нашій країні тільки зароджуються, інфраструктура практично відсутня. Попри це, в останні роки відбуваються процеси налагодження ділових і партнерських відносин із зовнішнім світом, повільне, але неухильне зростання іноземних інвестицій, початок стабілізації економіки. Все це вселяє оптимізм і примушує замислюватися про створення в Україні цивілізованого ринку ділового туризму. Тому, важливим завданням для держави, у тому числі всіх підприємств, є удосконалення ділового ринку в Україні.

Отже, діловий туризм є одним із найперспективніших видів туризму в усьому світі. Інвестиції у корпоративні поїздки дозволяють компаніям швидше розвивати свій бізнес, покращувати стосунки з клієнтами та партнерами,

збільшувати прибуток. В Україні сегмент ділового туризму тільки набирає обертів у своєму розвитку. Ресурсне забезпечення, низький рівень професійної підготовки кадрів, високі ціни в цій сфері та невідповідність стандартам вимагають покращення.

Список використаних джерел:

1. Міхо О.І. Перспективи організації MICE - заходів в Україні // Українські перспективи у світовому розвитку: матеріали Науково-практичної конференції (Київ, 4 листопада 2016 року) / Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК». К.: Університет економіки та права «КРОК», 2016. С. 468- 470.
2. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні // Вісник Львів. Ун-ту. 2008. Вип. 24. С. 224-228.
3. Certify by emburse. URL: <https://www.certify.com/Infographic-TheAverageCostOfBusinessTravel.aspx> (дата звернення: 10.11.2020).
4. ECA International. URL: <https://www.eca-international.com/news/april-2019/london-ranked-joint-10th-most-expensive-location-i> (дата звернення: 10.11.2020).
5. Finances Online/Reviews for business «Critical Business Travel Statistics: 2020 Spending & Concerns Analysis». URL: <https://financesonline.com/business-travel-statistics/> (дата звернення: 10.11.2020).
6. GBTA BTI™ Outlook «Annual Global Report & Forecast». URL: https://3rxg9qea18zhtl6s2u8jammft-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2018/08/2018_Global_BTI_Outlook_Executive_Summary_FINAL.pdf (дата звернення: 10.11.2020).
7. Investopedia «How Much of Airlines' Revenue Comes From Business Travelers?». URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/041315/how-much-revenue-airline-industry-comes-business-travelers-compared-leisure-travelers.asp>