

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНАХ СВІТУ

CURRENT STATE OF DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN TOURIST REGIONS OF THE WORLD

УДК 338.48

Гарас І.О.

асистент кафедри маркетингу
Одеська державна академія
будівництва та архітектури

Гарас О.М.

кандидат економічних наук, доцент
Одеська державна академія
будівництва та архітектури

В статті досліджено діловий туризм в регіонах світу, розглянуто можливості ділового туризму, подальші перспективи розвитку ділового туризму в розвинутих країнах світу.

Ключові слова: міжнародні прибуття, надходження від туризму, туристичні регіони світу, діловий туризм, ринок ділового туризму, об'єм ринку ділового туризму, виїзний туризм, специфіка ділового туризму, географія ділового туризму, потік туристів.

В статье исследовано деловой туризм в регионах мира, рассмотрены возможности делового туризма, дальнейшие перспективы развития делового туризма в развитых странах мира.

Ключевые слова: международные прибыли,

поступления от туризма, туристические регионы мира, деловой туризм, рынок делового туризма, объем рынка делового туризма, выездной туризм, специфика делового туризма, география делового туризма, поток туристов.

The article investigates f business tourism in the regions of the world, considers the possibilities of business tourism, further prospects of development of business tourism in the leading countries of the world.

Key words: international arrivals, revenues from tourism, tourist regions of the world, business tourism, business tourism market, volume of business tourism market, out-bound tourism, specificity of business tourism, geography of business tourism, flow of tourists.

Постановка проблеми. Туризм займає третє місце в світі як категорія експорту. Витрати іноземних відвідувачів на проживання, харчування і напої, розваги, шопінг та інші товари і послуги у туристичних напрямках досягли 1220 мільярдів доларів (євро 1,102 млрд. дол. США) в 2016 році. Фактично, міжнародний туризм росте швидше, ніж світова торгівля товарами вже п'ять років поспіль. У свою чергу діловий туризм є одним з найбільш економічно ефективних видів туризму в світі. Так, близько 50% доходів авіакомпаній, приблизно 60% доходів готелів, і більше 70% доходів автотранспортних компаній створюється за рахунок обслуговування саме цієї категорії туристів. Але на даний момент не всі регіони світу є достатньо вигідними, розвинутими та адаптованими для проведення ділових зустрічей та інших заходів, які забезпечують презентабельність цього виду діяльності.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в аналітиці показників туристичних регіонів світу, виявленні стану ділового туризму в регіонах світу та найуспішніших напрямів розвитку ділового туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. З плином часу туризм практично безперервно зростає, незважаючи на випадкові потрясіння, демонструючи силу та стійкість. За даними СТО міжнародні туристські надходження збільшилися

з 25 мільйонів в глобальному масштабі в 1950 році до 278 мільйонів в 1980 році, 674 мільйона в 2000 році і 1235 мільйонів на 2016 році.

Доходи від міжнародного туризму, одержувані по всьому світу, збільшилися з 2 млрд. дол. США в 1950 році до 104 млрд. дол. США в 1980 році, 495 млрд. дол. США в 2000 році і 1220 млрд. дол. США в 2016 році.

Міжнародний туризм становить 7% світового експорту товарів і послуг. Туризм виріс швидше, ніж світова торгівля протягом останніх п'яти років.

Як світова категорія експорту, туризм посідає третє місце після хімічних речовин та палива і попереду автомобільної продукції та продуктів харчування. У багатьох країнах, що розвиваються, туризм є провідною категорією експорту. Тобто, туризм становить 40% експорту послуг, при середньому світовому показнику до 30%. Туризм є все більш важливим компонентом диверсифікації експорту, як для нових так і для розвинених економік, і часто демонструє потужну компенсацію для посилення експортних надходжень від товарів і нафтопродуктів країн-експортерів.

Виділяють шість основних туристичних макро-регіонів світу: Європа, Америка, Африка, Азіатсько-Тихоокеанський, Середній Схід, Південна Азія.

Нижче наводяться дані СТО за 2013-2016 роки з розподілу туристських потоків та надходжень від туризму за регіонами світу (табл. 1, табл. 2) [4].

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття по регіонам світу

	Міжнародні туристичні прибуття (млн.)							Ринок частка (%)	Змінити (%)			Середній рік (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2016	14/13	15/14	16/15	2005-16
Світ	435	526	674	809	953	1,189	1,235	100	4,0	4,5	3,9	3,9
Розвинена економіка	299	337	424	470	516	654	685	55,5	5,7	5,0	4,8	3,5
Економіка, що розвивається	136	189	250	339	437	536	550	44,5	2,1	4,0	2,7	4,5
Регіонами ОНСТО:												
Європа	261,5	303,5	386,6	453,2	489,0	603,7	616,2	49,9	1,7	4,8	2,1	2,8
Азія і Тихий океан	55,9	82,1	110,4	154,1	208,1	284,0	308,4	25,0	6,1	5,4	8,8	6,5
Америка	92,8	108,9	128,2	133,3	150,1	192,7	199,3	16,1	8,5	5,9	3,5	3,7
Африка	14,8	18,7	26,2	34,8	50,4	53,4	57,8	4,7	0,6	-2,9	8,1	4,7
Середній Схід	9,6	12,7	22,4	33,7	55,4	55,6	53,6	4,3	8,7	0,6	-3,7	4,3

Таблиця 2

Міжнародні надходження від туризму по регіонам світу

	Міжнародні надходження від туризму				Ринок частка (%)	Надходження (US \$)				Надходження (євро)			
	Місцеві валюти, постійні ціни (зміна %)					(млрд.)		за приїзд	(млрд.)		за приїзд		
	12/13	14/13	15/14	16/15		2016	2014	2015	2016	2016	2014	2015	2016
Світ	5,6	4,3	4,1	2,6	100	1,252	1,196	1,220	990	942	1,078	1,102	890
Розвинена економіка	6,0	5,1	2,9	1,6	64,5	829	773	787	1,150	624	697	711	1,040
Економіка, що розвивається	4,7	2,8	6,4	4,4	35,5	423	422	433	790	318	381	391	710
Регіонами ОНСТО:													
Європа	4,1	4,4	2,7	0,9	36,7	513,7	449,6	447,3	730	386,7	405,3	404,1	660
Азія і Тихий океан	8,5	1,5	2,5	4,8	30,1	359,0	349,4	366,7	1,190	270,2	314,9	331,3	1,070
Америка	6,6	6,7	8,2	2,7	25,7	288,9	305,6	313,2	1,570	217,5	275,5	283,0	1,420
Африка	2,5	3,7	0,5	8,3	2,9	36,5	32,8	34,8	600	27,5	29,5	31,4	540
Середній Схід	1,9	5,1	1,3	-2,0	4,7	53,6	58,2	57,6	1,080	40,3	52,4	52,0	970

Як видно з таблиці найбільшим учасником міжнародного туристичного обміну є Європа. За нею йдуть країни Азії і Тихоокеанського регіону та Америка.

Аналізуючи чинники, що впливають на формування структури регіонального туризму, слід виділити особливу роль внутрішньорегіональних і міжрегіональних поїздок.

Домінуюче становище Європи в міжнародному туризмі обумовлюється тим, що майже 85% її іноземного туризму забезпечується за рахунок туристичного обміну між європейськими країнами і тільки 15% складають прибуття з інших регіонів. Тісні економічні, культурні зв'язки, географічна близькість, розвинена мережа транспортних комунікацій, унікальні туристичні ресурси, високорозвинена туристична індустрія, єдина валюта, безвізовий режим подорожей – все це сприяє розвитку міжнародного туризму в Європі.

Внутрішньорегіональний туризм також відіграє велику роль в Американському регіоні: на його частку припадає майже 75% міжнародного туризму. В основному це туристський обмін між США, Канадою і Мексикою.

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 туристську політику, залучаючи значні маси туристів з інших регіонів.

Проте Європа, Америка, а також 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. [2]

Найпопулярніші туристичні напрямки в світі є Франція, США, Іспанія та Китай, які продовжують очолювати рейтинг міжнародних прибуттів в 2016 році.

Нижче наведено перелік лідируючих країн – туристських центрів шести регіонів, позначених СOT, а також основних країн, що генерують в ці країни туристські потоки (табл. 3).

Міжнародний туризм в регіонах світу

Основні країни - туристські центри регіону	Основні генеруючі країни для регіонів
Африка	
Туніс, Марокко, Алжир, ПАР, Ботсвана, Кенія, Зімбабве, Свaziленд	Франція, Німеччина, Великобританія, Італія, США, Іспанія, Швейцарія, Нідерланди
Америка	
США, Пуерто-Ріко, Канада, Домініканська Республіка, Мексика, Багамські острови, Аргентина, Бразилія	США, Великобританія, Канада, Німеччина, Мексика, Франція, Японія, Скандинавські країни
Азіатсько-Тихоокеанський	
Китай, Малайзія, Гонконг, Японія, Таїланд, Корея, Сінгапур, Австралія	Японія, Великобританія, США, Німеччина, Корея, Таїланд, Австралія, Нова Зеландія
Європа	
Франція, Австрія, Іспанія, Великобританія, Італія, Німеччина, Угорщина, Швейцарія	Німеччина, Нідерланди, Великобританія, Франція, Італія, Скандинавські країни, США, Бельгія
Середній Схід	
Йорданія, Єгипет, Саудівська Аравія, ОАЕ, Сирія, Бахрейн	Єгипет, Йорданія, США, Німеччина, Великобританія, Франція
Південна Азія	
Індія, Пакистан, Шрі-Ланка, Непал, Мальдіви, Бангладеш, Іран	Великобританія, Індія, США, Німеччина, Франція, Японія, Італія

У надходженнях США та Іспанія залишилися на вершині, потім Таїланд, який в минулому році піднявся до номера 3, а Китай – четвертий. Франція і Італія піднялися в надходженнях на 5-ю і 6-ю позиції відповідно, в той час як Великобританія, Мексика і Таїланд піднялися на 6, 8 і 9 місце в заїздах.

У 2016 році Китай, США та Німеччина очолили виїзний туризм в своїх відповідних регіонах і продовжують утримувати лідерство в доходах від цієї діяльності.

За дослідженнями СТО у 2016 р. подорожували з метою проведення дозвілля, відновлення сил і відзначення свят майже половина міжнародних туристів (53%). Приблизно 13% міжнародних туристів подорожували з питань бізнесу та професійними цілями. 27% поїздок відбувалося з метою, відвідування друзів і родичів (VFR), релігійні причини та паломництво, здоров'я, лікування, 7% туристів мета візиту не була установлена [4].



Малюнок 1. Візитний туризм за призначенням, 2016

У 2009 р. дослідницька компанія Oxford Economics вперше встановила взаємозв'язок між діловим туризмом і зростанням бізнесу: кожен долар США, вкладений в ділові подорожі, створює додаткову вартість в сумі 3,8 долара США (таким чином проявляється туристичний мультиплікатор ділового туризму). Разом з тим аналізуючи підсумки діяльності в сфері туризму, майже 40% компаній підтвердили, що скорочення ділових подорожей негативно впливають на результати їх діяльності: при скороченні ділового туризму на 5% скоротили обсяги продажу на 11%, на 12% знизилася ефективність внутрішньофірмових комунікацій, на 10% – кількість внутрішніх ефективних бізнес-ініціатив, 8% становила втрата лояльності клієнтів. Вищенаведені дослідження свідчать про перспективність розвитку ринку ділового туризму як необхідної складової успіху бізнесу. [2]

Діловий туризм є одним з найбільш економічно ефективних видів туризму в світі, особливістю якого є зростання попиту на комбіновані програми, які співпадають 3-4 дні роботи та 1-3 дні якісного відпочинку.

Підрахунки показали, що добові витрати на делегатів різноманітних ділових зустрічей, конгресів, симпозіумів перевищують 345 доларів, а звичайний турист витрачає за день в середньому \$ 100-200, що також сприяє розвитку ділового туризму [3].

Сьогодні ідея поїхати на інший кінець земної кулі, щоб познайомитися з останніми досягненнями науки, перейняти досвід у колег по галузі або укласти контракт, зовсім не видається надлиш-

ками буржуазного життя. Незважаючи на розвиток інтернет-технологій, практичний досвід не зможе замінити ніщо: сісти за кермо новенької машини на автомобільній виставці в Токіо, взяти участь в конгресі пластичних хірургів в Ріо або оцінити красу виїзного інсентива з колегами – ось лише деякі з варіантів ділових поїздок. В результаті цього на ринку бізнес-туризму встигли скласти свої найпопулярніші напрямки.

Виходячи з цих міркувань компанії намагаються організувати ділові зустрічі, конференції, проводити семінари за кордоном. Більшою мірою це стосується міжнародних компаній, тому що учасники заходу їдуть з усіх кінців світу. Заходи проводять в зручному та доступному для всіх місці [2].

Розглянемо найпопулярніші країни для проведення ділових зустрічей та їх переваги.

Європа, безумовно, найпопулярніший напрям ділового туризму. Тут розташовуються штаб-квартири провідних світових концернів в будь-якій сфері – від автопрому до виробництва іграшок, від нафтовидобутку до косметології, тут можна зберігати і примножувати капітали в надійних банках, тут розписується на папері і втілюється в життя науково-технічних прогрес. Одних тільки виставок в Європі за рік проходить близько восьми тисяч, і не знайти такої галузі виробництва і споживання, якої не була б присвячена хоча б одна тематична виставка.

Німеччина давно і міцно утримує першість по виставковому туризму – в рік тут проводиться близько 1700 виставок: в одному тільки Франкфурті-на-Майні їх до десяти щомісяця, а число експонентів на кожній – від тисячі до трьох тисяч! Відвідування міжнародних виставок – доля не одних тільки професіоналів. Наприклад, в Берліні проводяться такі цікаві для всіх заходи, як нумізматична виставка, виставка вегетаріанського харчування, виставка виробників одягу великих розмірів і багато інших, які із задоволенням відвідують і далекі від бізнесу туристи [1].

На другому місці за кількістю виставок Франція, в рік їх проводиться тут близько 700. Тематика настільки ж різноманітна, з додаванням істинно французької «перчинки»: виробників сирів, вина, тканин високої моди і так далі. Також виставковий туризм розвинений, нехай і в меншій мірі, в Італії (від автомобільної до текстильної промисловості) і Великобританії.

Однією з найпопулярніших країн світу в сфері ділового тури по праву визнана Австрія. Відень є одним з найважливіших центрів ділового міжнародного туризму і місцем проведення великих європейських зустрічей та конгресів на найвищому рівні. Тут щорічно відбувається близько 72% всіх найбільших європейських ділових заходів. Найпопулярніші місця для проведення зустрічей є університети та інші освітні установи. У регіонах

Австрії передовиками в цій області є традиційні ярмарки, конференції і семінари. Майже половина всіх заходів проводиться в конференц-готелях, а друга половина організовується в численних музеях і палацах. Найчастіші теми для ділових заходів і конференцій Австрії – це медицина і питання економіки.

Ті самі тенденції можна відслідити на прикладі, африканських країн, там де успішно розвивається економіка – широко представлений діловий туризм. По прибуттю туристів з діловими цілями лідирують Марокко і ПАР. Високий темп зростання бізнес-туризму показують і Зімбабве, Республіка Конго і Ефіопія [3].

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.

І як і раніше, перше місце в туристичних потоках займають бізнес-туристи з Франції і Великобританії. Ці поїздки для них хоча і далекі, але вельми вигідні за ціною. Провідне місце в більшості країн Африки займають туристи зі США.

Особливий розвиток міжнародного ділового туризму простежується в Великобританії. Завдяки високому рівню економіки країни, швидку урбанізації, розвитку освіти і передове трудове законодавство. Столиця Великобританії – Лондон, є гігантським транспортним вузлом, звідки розходяться залізничні й автомобільні дороги в усі частини країни і в континентальну частину Європи. В околицях Лондона розташовані кілька аеропортів, а в гирлі річки Темзи знаходиться Тілберті – порт, куди щодня прибувають круїзні судна [2].

У Лондоні існують величезні можливості для організації бізнес-туризму. В місті знаходиться науковий центр Великобританії 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.

Висока якість інфраструктури і послуг вигідно виділяє Швейцарію серед інших напрямків для організації заохочувальних поїздок і міжнародних конференцій. На сьогоднішній день в країні реалізуються понад двадцять найбільших проектів з

будівництва і розширення різних об'єктів, що призначаються для розміщення гостей і проведення конференцій. Все це в сукупності буде відповідати запитам організаторів майбутніх заходів і різних міжнародних конференцій.

Протягом цих шести років приблизно двадцять один новий об'єкт надійде в розпорядження сектора конференц-туризму, в їх числі виставкові площі, конференц-зали та готелі. Обсяг інвестицій, запланований на цей період, дорівнює одному мільярду швейцарських франків [1].

Не відстає сектор ділового туризму і Гонконгу.

Економіки, що розвиваються Сходу – Південної Кореї, Сінгапуру, Гонконгу і Тайваню (нагадаємо, два останніх – спеціальні адміністративні райони Китаю) – не дарма отримали назву азіатських тигрів: за час, що минув з початку 60-х років, вони змогли вибитися в передові країни Азії і успішно конкурувати з розвиненими економічними системами світу. Ось лише деякі галузі виробництва, за якими «азіатські тигри» з легкістю затикають за пояс країни Європи і США: електронні пристрої та дисплеї для них, суднобудування, спортивний одяг, взуття та інвентар (Тайвань), нафтопереробка, комп'ютеризація та роботизація (Сінгапур), атомна енергетика, машинобудування, суднобудування (Південна Корея) [3].

Навіть масштабна криза 90-х не стала для «тигрів» фатальною. Гонконг може похвалитися суперсучасним виставковим центром AsiaWorld Expo, які приймають щорічно близько сотні виставок, лівова частка яких є найбільшими в Азії і одними з найбільш значущих в світі.

Японія посідає одне з перших місць за рівнем економік світу. В Японії найактуальніші виставки автомобільної промисловості, комп'ютерних технологій та медицини. Китай – напрямок практично на будь-який діловий інтерес – від виробництва електрокомпонентів і устаткування для важкої промисловості до меблів, іграшок, текстилю та моди. Основний контингент бізнесменів в цих двох країнах – жителі Далекого Сходу Росії. Завдяки різним візовим пільгам, зручному і недорогому перельоту, а також швидкої транспортуванні товару з Китаю і Японії бізнесменам з цих регіонів простіше і вигідніше вести справи з найближчими закордонними сусідами.

Сполучені Штати – один із пріоритетних напрямків ділових поїздок для вітчизняних бізнесменів. Навчання та підвищення кваліфікації по ряду спеціальностей (авіація, будівництво, ІТ) в США – запорука успішної кар'єри у будь-якій країні світу. Незважаючи на не завжди легке отримання візи,

тривалий і витратний переліт і загальну супутню дорожнечу (проживання, транспортування товару і т.д.), бізнесмени всього світу давно і міцно зв'язані з Америкою. Причини цього очевидні: американська економіка – канонічний приклад для наслідування всьому світу, долар – міцна валюта, різноманіття виробництва дозволяє успішно вести справи з США практично в будь-якій сфері. Ділові поїздки в США – перш за все на виставки промислового обладнання, комп'ютерних технологій, медицини та багатьох інших галузей.

Серед напрямків ділового туризму набирає популярність Індія – тут розвинена фармацевтична промисловість, і світові аптечні дистриб'ютори вважають за краще купувати ліки в Індії. Дуже важливі і країни арабського світу: бізнесмени з успіхом відвідують ОАЕ – один зі світових лідерів по концентрації капіталів. Нафта і газ також сконцентровані в арабських державах: Іраку, Лівії і т.д., компанії різних країн світу мають свої постійні представництва в цих країнах і ведуть видобуток корисних копалин [2].

Висновки з проведеного дослідження.

З наведеного вище можна зробити наступні висновки – лідерами міжнародних індивідуальних ділових поїздок є Європа. США займає першість з поїздок на конференції і конгреси та на інсентив-заходи; лідерства в світі за кількістю міжнародних зустрічей асоціацій (конвенцій); найбільш яскраво проявляється домінування на території одного регіону. Характерна особливість Азіатсько-Тихоокеанського регіону – приналежність до нього країн з відносно невисоким рівнем економічного розвитку. Крім того, профілем ділового туризму у цьому регіоні є організація конференцій, конгресів і виставок, а також проведення ділових зустрічей в спеціалізованих конгрес-центрах.

В даний час з трьох Центрів світового ділового туризму (Західна Європа, США, АТР) провідну роль відіграє Західна Європа, а найбільш динамічно розвивається Азіатсько-Тихоокеанський регіон.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зорин І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму. Справочник. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
2. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
3. Семенов В.Ф., Назаренко О.В. Географія туризму. Навчальний посібник. – Одеса: Атлант, 2016. – 404 с.
4. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition. – 15 p.