

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

БІЗНЕС-ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ПОДОРОЖЕЙ

BUSINESS TOURISM AS A DRIVER OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND TRAVEL INDUSTRY

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct47-3>

Бунтова Н.В.

к.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту
та інноваційних технологій
соціокультурної діяльності
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

Buntova Natalia

National Pedagogical Dragomanov
University

Сучасний стан та перспективи розвитку світового туризму актуалізують необхідність розроблення й упровадження масштабних комплексних заходів щодо підтримки туристичної галузі як пріоритетної для збереження зайнятості та розвитку економіки. Статтю присвячено аналізу тенденцій та перспектив розвитку бізнес-подорожей у рамках концепції сталого розвитку туризму та соціальної відповідальності. Автор вивчив та систематизував сучасні тенденції розвитку світового туризму, визначив роль та значення бізнес-послуг для індустрії туризму та подорожей. У проведеному дослідженні особливе значення приділено характеристиці зміни споживчої поведінки бізнес-туристів під час та після пандемії, визначено, яким буде відкладений попит на бізнес-подорожі. Обґрунтовано важливість узгодженої скоординованої роботи всіх гравців світового та вітчизняного туристичних ринків для подолання кризових явищ та повернення туристичного сектору до активних темпів росту з урахуванням нових трендів розвитку бізнес-індустрії.

Ключові слова: сталий розвиток, світовий туризм, бізнес-туризм, бізнес-індустрія, розвиток, конкурентоспроможність.

Современное состояние и перспективы развития мирового туризма актуализи-

руют необходимость разработки и внедрения масштабных комплексных мероприятий по поддержке туристической отрасли как приоритетной для сохранения занятости и развития экономики. Статья посвящена анализу тенденций и перспектив развития бизнес-путешествий в рамках концепции устойчивого развития туризма и социальной ответственности. Автор изучил и систематизировал современные тенденции развития мирового туризма, определил роль и значение бизнес-услуг для индустрии туризма и путешествий. В проведенном исследовании особое значение уделено характеристике изменения потребительского поведения бизнес-туристов во время и после пандемии, определено, каким будет отложенный спрос на бизнес-путешествия. Обоснована важность согласованной скоординированной работы всех игроков мирового и ответственного туристических рынков для преодоления кризисных явлений и возвращения туристического сектора к активным темпам роста с учетом новых трендов развития бизнес-индустрии.

Ключевые слова: устойчивое развитие, мировой туризм, бизнес-туризм, бизнес-индустрия, развитие, конкурентоспособность.

The current state and prospects for the development of world tourism highlight the need to develop and implement large-scale comprehensive measures to support the tourism industry as a priority for maintaining employment and economic development. The article is devoted to the analysis of tendencies and prospects of business travel development within the framework of the concept of sustainable development of tourism and social responsibility. Today, the tourism sector is one of the most affected in the world by the COVID-19 outbreak, which affects both supply and demand. WTO experts have already noted that the first half of 2020 was the most difficult period for the tourism industry worldwide. At the same time, experts note that the recovery of the tourism and travel industry will begin with business trips. The development of the tourism industry today is extremely important, as business tourism is one of the important factors in overcoming our economy from the crisis, a stable and dynamic increase in budget revenues, a positive impact on many sectors of the economy, employment, market relations. The approximation of the EU borders to the borders of Ukraine and the gradual integration of the state into the European and world community has a positive effect. There is also a gradual increase in business activity within the country, increasing the frequency of business visits to Kiev from abroad and regions of Ukraine. The general tourist attractiveness of Ukraine is growing. In the XXI century, the process of development of corporations, interstate cooperation and other elements inherent in business activity, both in Ukraine and in other world communities, has accelerated. Recently, the field of business tourism has been progressively and confidently developed, which allows not only to see attractions and other tourist destinations, but also to establish business contacts, which can be favorable for business. The development of business tourism is currently very relevant, as every year the business ties between regions within the state and between different countries are strengthened. Business tourism is a link in addressing key socio-economic and political issues. It allows different companies to share experiences, advanced technologies, helps to find new markets, as well as gain new business partners.

Key words: sustainable development, world tourism, business tourism, business industry, development, competitiveness.

Постановка проблеми. У сучасних умовах модернізації та структурних змін української економіки велике значення для розвитку туристичної індустрії країни мають послуги ділового туризму. Однак поки що Україна займає дуже скромне місце відповідно до її можливостей розвитку на світовому ринку туристичних послуг, тому подальший розвиток туристичного сектору вимагає пошуку

нових форм і методів роботи, вдосконалення організаційно-економічного механізму розвитку конкретних сегментів туристичного ринку, передусім ділового туризму.

За останні роки в Україні стрімко збільшилася кількість проведених міжнародних подієвих заходів (особливо спортивної та музичної тематики), що сприяє більш ефективному функціонуванню

інфраструктури та використанню туристичного потенціалу країни. Проте Україна на разі не входить до числа лідируючих дестинацій ділового туризму (у рейтингу Міжнародної асоціації конгресів і конференцій (ICCA) Україна займає 82-й рядок (зі 168 країн) і відстає від більшості країн-сусідів (Польща – 18, Литва – 53, Латвія – 60).

У світі розвинута індустрія послуг ділового туризму вважається найважливішим інструментом стимулювання ділової активності країни, стимулом до зростання промислового виробництва і розширення сфери послуг, розвитку коопераційних зв'язків між суб'єктами господарської діяльності, зміцнення міжрегіонального та міжнародного співробітництва, створення і підтримки сприятливого іміджу країни, демонстрації її ресурсного потенціалу та інвестиційної привабливості на зовнішніх ринках. Діловий туризм для багатьох країн світу є важливою галуззю сфери послуг та вагомою статтею доходів. Значні невикористані резерви у 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, розроблення ефективною стратегії сталого розвитку послуг ділового туризму та туристичної галузі у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку міжнародного туризму досліджувалися в роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених, як А.І. Балабанова, Л.В. Баумгартен, І. Валлерстайн, В.Г. Герасименко, І.М. Герчикова, В.Г. Гуляєва, В.Ф. Данильчук, А.П. Дурович, В.К. Євдокименко, О.В. Єфремова, М.І. Кабушкін, Б. Карлоф, В.О. Квартальнов, К. Каспар, В.Ф. Кифяк, Ф. Котлер, Г.А. Папирян, М. Портер, Г. Робертсон, Х. Рюттер, Т.І. Ткаченко [1], В. Фрейер та ін.

Безпосередню увагу аналізу динаміки ділових турів та тенденцій їх подальшого розвитку приділяли такі вчені, як В.В. Рицци [2], В.В. Серьогіна [3], Є.О. Музичка [4], Р.Б. Кожухівська [5] та ін.

Незважаючи на низку публікацій, присвячених розвитку ділового туризму, процес дослідження цього питання є неперервним і потребує системного підходу. Праці цих учених надають вичерпну інформацію щодо ролі ділового туризму в становленні туристичних дестинацій, економічного розвитку регіону або конкретного міста, дослідження питання регулювання цього сегмента сфери послуг. Однак мало уваги приділено внеску ділового туризму у сталий розвиток туристичного сектору в цілому, методам підвищення конкурентоспроможності національного туризму через розвиток сфери послуг ділового туризму.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз тенденцій і перспектив розвитку бізнес-подорожей в індустрії туризму в рамках концепції сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Індустрія туризму та подорожей визнана одним з основних драйверів розвитку світової економіки. Згідно з оцінками експертів Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), доходи світової індустрії туризму можуть формувати понад 10% світового валового внутрішнього продукту (ВВП) і показувати темпи зростання, що випереджають зростання світової економіки. До 2020 р. міжнародний туризм забезпечував 30% світового експорту послуг і 7% сумарного експорту товарів та послуг. На ділові поїздки припадало близько 9% усіх міжнародних прибуттів [6].

Будучи трудомісткою сферою, індустрія туризму забезпечувала зайнятість кожного десятого працівника у світі, при цьому в останнє десятиліття туризм забезпечив створення 1/5 нових робочих місць. Міжнародний досвід показує, що залучення 30 нових туристів супроводжується створенням одного нового робочого місця [6]. Проте заборона міжнародних перевезень туристів, яка зачепила через пандемію переважну більшість держав, сьогодні практично повністю загальмувала туристичну діяльність багатьох компаній, особливо малих і середніх.

За даними Всесвітньої туристичної організації, різке зниження попиту на міжнародні поїздки в період із січня по червень 2020 р. призвело до втрати доходу на суму близько 460 млрд доларів. Це приблизно у п'ять разів більше, ніж втрати, зафіксовані в 2009 р. в умовах глобальної економічної кризи. Кількість міжнародних туристів у першому півріччі 2020 р. зменшилася на 65% у всьому світі через закриття кордонів і обмеження, які увела більшість держав, щоб стримати поширення пандемії. Найбільше від пандемії постраждала Азія. Туристичний потік із цього напрямку скоротився на 72%. На другому місці – Європа зі скороченням на 66%. В Африці і на Близькому Сході кількість туристів зменшилася на 57%, а в Америці – на 55% [7]. Повне відновлення туристичного ринку очікується на протязі п'яти-семи років.

Внутрішній туризм став нормою 2020 р. Закриття кордонів і карантин після прибуття, страх захворіти в чужій країні, занепокоєння через необхідність вести переговори в аеропортах та літаках, а також зниження доходів – ось причини, за якими багато туристів воліють поїхати, не залишаючи меж батьківщини. Улітку почали зніматися обмеження на поїздки, але відродити маршрутну мережу і переконати пасажирів у безпеці польотів – усе ще складне завдання.

Коронавірусна криза на кілька місяців практично заморозила і тревел-індустрію, у тому числі й діловий туризм. Зараз країни поступово знімають обмеження, співробітники компаній починають виходити з «он-лайн» в офіс, авіаперевізники відновлюють рейси. На першому етапі

відновлення поїздок більшість із них, на думку експертів, буде в межах Європейського Союзу. За результатами червневого опитування, проведеного Європейським консорціумом корпоративних покупців послуг ділового туризму TravelpoolEurope (TPE), що базується в Копенгагені, близько 80% опитаних готові до поїздок на короткі відстані, тоді як на далекі відстані – лише 43%. Середньорічні витрати на відрядження в розрахунку на одну корпорацію варіюються від 500 тис до 13 млн євро [6].

Результати опитування також підтвердили важливу роль відрядження для ділових туристів, що забезпечують безперервність ведення бізнесу. Близько 42% респондентів вважають, що не зможуть виконати свою роботу, якщо не подорожуватимуть протягом наступних трьох місяців, а ще 31% пересувають цей термін на найближчі чотири-шість місяців.

Ділові туристи для організації своєї подорожі, особливо в умовах коронавірусу, не проти різних видів транспорту: 66% згодні літати, 60% – їздити потягом, 64% і 54% – використовувати власний або орендований автомобіль відповідно, 52% – удаватися до послуг таксі [6].

Між тим найсерйознішими бар'єрами на шляху відновлення ділових подорожей виявилися необхідність надати довідку про відсутність COVID-19 і необхідність дотримуватися карантину, хоча більшість ділових туристів (91%) самі виступають за тестування для в'їзду в інші країни (ще 4% вже здали аналізи і лише 5% не бажають цього робити). Щоб допомогти відновленню ділового туризму, деякі держави запровадили комплекс заходів. Так, у Данії кожен, хто їде у закордонне відрядження, може запросити тест на коронавірус і отримати результати протягом 30 годин. Після повернення з-за кордону бізнес-мандрівники можуть здати ще один тест, щоб вийти у свій офіс без ізоляції терміном у 14 днів. Однак далеко не в усіх країнах створено такі умови.

Експерти також відзначають, що кількість внутрішніх подорожей зростає швидше, ніж число міжнародних. Це зумовлено й тим, що правила дотримання карантину, соціального дистанціювання і протокол аеропорту в'їзду сильно відрізняються залежно від країни. Окрім того, значно підвищується вартість авіаквитків. Якщо приріст цін до COVID-19, як правило, становив 11%, то на решту року, за прогнозами аналітиків, зростання буде в діапазонах, що перевищують 100%.

У межах організації бізнес-подорожей зростає попит на продукти і послуги, які вписуються в контекст соціального дистанціювання.

Слід зазначити, що діловий туризм відрізняється від звичайного туризму не лише своїми цілями, а й інструментарієм, за допомогою якого дана поїздка організовується [1, с. 112]. Частина бізнес-клієнтів може звернутися до бізнес-тревел-агентств

для оформлення поїздки, проте поширення набувають і так звані ТМС (англ. Travel management company) – це спеціалізоване агентство, що займається організацією ділових поїздок і відрізняється від бізнес-тревел-агентств такою важливою характеристикою, як використання передових технологій, наприклад ОБТ (англ. online booking tool) – ІТ-рішення, що являє собою сучасний онлайн-майданчик для моментального бронювання [2, с. 75]. Іншими словами, це локальний агрегатор, що збирає пропозиції послуг від усіх контрактних постачальників, з якими співпрацює ТМС. Також використовується і система GDS (англ. Global distribution system) – глобальна система бронювання різних послуг і локацій за допомогою онлайн-інструментів [3].

У цілому можна сказати, що перевагою ТМС-агентства у сфері ділового туризму є те, що в його роботі використовуються новітні ІТ-рішення, спрямовані на оптимізацію поїздки клієнта, на збільшення її економічності і вигоди, а також максимального комфорту, оскільки ТМС підлаштовується під потреби клієнта, підбираючи все під його бажання [3].

Більше того, багато закордонних фахівців розробляють свої прогнози по відношенню до того, як у майбутньому буде «відчувати» себе ринок ділових ТМС-агентств у світовому масштабі [4]. Ураховуючи їх, можна виділити такі напрями розвитку сфери ділового туризму:

1. Компанії пропонуватимуть поєднувати бізнес та відпочинок, ґрунтуючись на концепції bleisure (business + leisure), що являє собою вибір поїздки не лише для ведення бізнесу або переговорів, а й також можливість відпочити.

2. ТМС-агентства відрізнятимуться ще більшою кількістю кваліфікованих співробітників, з огляду на важливість використання ІТ-рішень щодо організації ділової поїздки.

3. З огляду на тенденцію стійкого зростання ТМС-агентств у сфері ділового туризму, перспективи розвитку в цілому сприятливі, що дасть змогу збільшувати кількість ділових поїздок, і, як наслідок, очікується підвищення завантаження підприємств готельної бізнес-індустрії [8].

Сьогодні для підприємств готельного бізнесу дуже важливий інноваційний підхід до вдосконалення інформаційної системи та впровадження новітніх технологій, оскільки очікування туристів у ХХІ ст. змінилися, і вимоги, що пред'являються до бізнес-готелів, дуже високі [3]. І якщо підприємства готельного бізнесу хочуть залишатися конкурентоспроможними, вони повинні розвиватися так само швидко, як з'являються нові потреби у туристів.

Сьогодні готельний бізнес орієнтований на задоволення різних запитів гостей. Сучасний гість став більш вимогливо ставитися до вибору засобу розміщення.

На основі вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду надання послуг у різних сферах діяльності можна зробити висновок, що сьогодні бізнес-туристи звертають увагу на дуже багато чинників під час вибору засобу розміщення: наявність і якість основних послуг, цінова політика під час бронювання номера, місце розташування, програма лояльності для гостей, наявність додаткових послуг і розважальних програм (особливо для заміських бізнес-готелів).

Конкуренція у сфері готельного бізнесу знаходиться на високому рівні. Готельні підприємства ділового призначення зможуть витримати заявлений рівень конкуренції, якщо будуть забезпечені [5]:

- високою якістю надання готельних послуг;
- професійною кадровою політикою підприємства;
- індивідуальним позиціонуванням готельного підприємства, тобто буде відбуватися створення інноваційних послуг.

Ключову роль у забезпеченні успішного позиціонування готелю відіграють інноваційні додаткові послуги. Надання додаткових послуг у готельному бізнесі ділового призначення – це додаткова стаття прибутку, розширення сегмента гостей, формування «економічної подушки безпеки» і підвищення конкурентоспроможності засобу розміщення.

Намагаючись запропонувати клієнтам ексклюзивний сервіс, багато готелів замовляють розроблення особливих систем роботи, які суттєво розширюють функціонал бізнес-готелю [5]. У тому числі можна, наприклад, виділити:

1. Систему автоматизації праці працівників відділу продажів, яка дає змогу управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань.

2. Систему роботи з клієнтами. Це нові технології в готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей у готелі і видають повну аналітику по кожному з них. Ця система дає змогу побачити, які посередники і турагентства краще за всіх забезпечують «доставку» клієнтів у конкретний готель, а також допомагає прорахувати статистику по гостях за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю і т. д.

3. Систему управління програмами лояльності для клієнтів. Вона дає змогу готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні і дисконтні карти, преміальні сертифікати та ін.

4. Систему управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю: конференц-залів, ресторанів, банкетних залів. Також ці інновації в готельному бізнесі дають змогу створювати оптимальні графіки заїздів, забезпечуючи повне завантаження готелю і даючи йому додаткові можливості для заробітку.

Сучасне готельне підприємство повинно бути орієнтоване на постійне вдосконалення послуг, розробляти інноваційні підходи, які ліквідують його недоліки, а також сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності та успішному позиціонуванню на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Основними сучасними тенденціями розвитку світового туризму є: цифровізація сфери туризму і подорожей; глобалізація світової індустрії туризму; зростання сегмента самостійних подорожей; активний розвиток механізмів економіки спільного споживання; динамічний розвиток і здешевлення пасажирських перевезень; підвищена увага до задоволення запитів ринкових сегментів з особливими потребами; екологізація туристичного попиту та ін. Ці та інші тенденції в короткостроковій і довгостроковій перспективах впливатимуть на зміни обсягу і структури попиту, можливості використання нетрадиційних для сфери бізнес-туризму технологічних рішень, визначаючи рівень конкурентоспроможності національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Хоча багато хто стверджує, що ділові поїздки ніколи не повернуться до рівнів, що передували COVID-19, і що повністю віддалена робота назажди стане новою нормою, цінність особистої зустрічі, як і раніше, існує. За попередніми оцінками фахівців ринку бізнес-туризму, у 2021 р. замовлення на ділові поїздки будуть близькі до рівня 2016 р., або приблизно на 15% нижче рівня 2019 р. За діловими мандрівниками підуть і звичайні туристи, вважають експерти.

Ключову роль у відновленні галузі відіграватиме активна політика держави у сфері туризму, її готовність співпрацювати з приватним сектором, аеропортами, авіакомпаніями, туроператорами, готельєрами; просувати імідж країни на національному та міжнародному рівнях; заохочувати безпечні подорожі, а також надавати всебічну підтримку, у тому числі інформаційну, бізнесу та туристам: тримати в курсі щодо загальнонаціональних і регіональних медичних протоколів, зробити доступною інформацію про актуальні контакти закладів охорони здоров'я тощо. Злагодженими поступовими діями ми зможемо відновитися після кризи і повернути галузь до активних темпів зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія ; вид. 2-е, перероб. та доп. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
2. Рици В.В. Сущность и особенности делового туризма. Санкт-Петербург : АСТЕРИОН, 2012. 316 с.
3. Серегина В.Г. Деловой туризм в системе турслуг. *Туризм: практика, проблемы, перспективы*. 2011. № 6. С. 56–62.

4. Музичка Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 1/2018. С. 55–60. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018/12.pdf (дата звернення: 10.09.2020).

5. Кожухівська Р.Б. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету. Серія В : Економіка і право*. 2015. Вип. 1. С. 160–164.

6. Travel, Tourism & Hospitality. 2020. Statistics and Market Data on Travel, Tourism & Hospitality. URL: <https://www.statista.com/study/9996/tourism-worldwidestatista-dossier/> (дата звернення: 10.09.2020).

7. UNWTO World Tourism Barometer. 2020. Vol. 18. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.4> (дата звернення: 10.09.2020).

8. Global business travel forecast 2019. URL: <https://www.traveldoo.com/en/global-business-travel-forecast-2019/> (дата звернення: 10.09.2020).

REFERENCES:

1. Tkachenko T. I. (2009) *Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities]. Kyiv: KNTEU. (in Ukrainian)

2. Ritstsi V. V. (2012) *Sushchnost' i osobennosti delovogo turizma* [Essence and features of busi-

ness tourism]. Saint-Petersburg: «ASTERION». (in Russian)

3. Seregina V. G. (2011). Delovoy turizm v sisteme turuslug [Business tourism in the system of travel services]. *Turizm: praktika, problemy, perspektivy*, no. 6, pp. 56–62.

4. Muzychka Ye. O., Petrenko V. A. (2018) Stan i tendentsiyi rozvytku dilovoho turyzmu v Ukrayini [Status and trends of business tourism in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 1/2018, pp. 55–60. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018/12.pdf (accessed 10 September 2020).

5. Kozhukhivska R. B. (2015) Vykorystannia mizhnarodnoho dosvidu vprovadzhenia innovatsii u sferu hotelnoho biznesu [Using international experience in introducing innovations in the sphere of hotel business]. *Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu. Seriya B: Ekonomika i pravo*, no. 1, pp. 160–164.

6. Travel, Tourism & Hospitality (2020) Statistics and Market Data on Travel, Tourism & Hospitality. Available at: <https://www.statista.com/study/9996/tourism-worldwidestatista-dossier/> (accessed 10 September 2020).

7. UNWTO World Tourism Barometer (2020). Vol. 18. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.4> (accessed 10 September 2020).

8. Global business travel forecast 2019. Available at: <https://www.traveldoo.com/en/global-business-travel-forecast-2019/> (accessed 10 September 2020).