ISSN 2078–4333. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Випуск 29 ч.1.С. 9–13
Visnyk of the Lviv University. Series International Relations. 2012. Issue 29 p.1. P. 9–13

УДК 911.3

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Віталій Безуглий, Андрій Білозоров

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара
м. Дніпропетровськ, Україна

Діловий туризм (business travel) є напрямом сучасного туризму, який дуже швидко розвивається як у світі, так і в країнах Європейського Союзу.

Ключові слова: туризм, діловий туризм, Європейський Союз.

В Європі замість поняття "бізнес-туризм" часто вживається англійський термін-абревіатура MIPE, який точно відображає структуру цього виду туризму: Meetings / Incentives / Ponferences / Exibitions, що в перекладі означає: ділові зустрічі / інсентив-туризм / конференції / виставки [2]. В сучасній туристичній літературі діловим туризмом вважаються як поїздки за кордон для участі у виставках, конференціях тощо, що включають ділові переговори, так і відпочинок у нових місцях.

Бізнес-тури залежно від цілей і пакета послуг, прийнято поділяти, на кілька видів: індивідуальні ділові поїздки, участь у конференціях і семінарах, відвідування виставок, конгресні тури, інсентив-туризм тощо. Різні види ділових поїздок можуть переплітатися між собою, як, наприклад, виставково-конгресні чи інсентив-поїздки. В Європі суттєво переважають індивідуальні ділові поїздки (рис. 1).

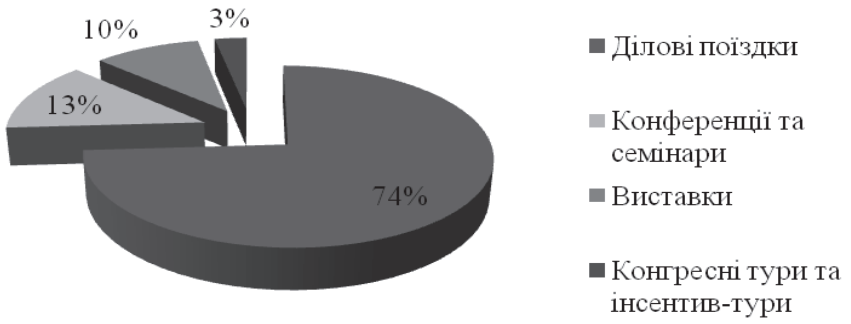

Рис. 1. Типи бізнес-турів в Європі [2]

Інсентив-тури – це заохочувальні (мотиваційні) поїздки для працівників компаній, клієнтів, дилерів, торгових агентів, топ-менеджерів тощо, вони є невід'ємною складовою корпоративної культури переважної більшості компаній

© Безуглий Віталій, Білозоров Андрій, 2012

країн Європейського Союзу. Налагодження більш тісних контактів між персоналом компанії, обмін досвідом і новими ідеями, підведення підсумків діяльності, а також чимало інших питань вирішують учасники інсентив-поїздок [1].

Частка індивідуальних ділових поїздок в останні роки помітно зросла і становить 15-20% всього ринку бізнес-подорожей. Якщо раніше вирушаючи у приватну ділову поїздку (середньої тривалості 2-3 доби) люди просто їхали за кордон, щоб відпочити, то нині практично всі європейські клієнти, замовляючи діловий тур, справді мають на меті ділові переговори, налагодження професійних контактів, обмін ідеями, технологіями тощо. Ще однією особливістю цього сектора, яка визначає зростання попиту на комбіновані програми, є поєднання роботи (3-4 доби) й заохочувального відпочинку (1-3 доби). Екскурсійно-розважальна програма сучасних європейських інсентив-турів стає дедалі насиченішою і різноманітнішою. Географія найбільш популярних інсентив-напрямків також розширюється. Серед найбільш відвідуваних європейських інсентив-країн слід відзначити Німеччину, Іспанію та Велику Британію (див. таблицю).

Кількість ділових заходів, що відбувалися в країнах Європейського Союзу 2010 року [2]

Країна	**Кількість заходів**
Німеччина	542
Іспанія	451
Велика Британія	399
Франція	371
Італія	341
Нідерланди	219
Австрія	212
Португалія	194
Швеція	192
Бельгія	164

Найбільше різноманітних ділових заходів в межах Євросоюзу відбулося в Відні (154 ділових заходів 2010 р.), Барселоні (148), Парижі (147), Берліні (138), Мадриді (114), Лісабоні (106), Амстердамі (104) (рис. 2).

Конгресно-виставковий туризм в країнах ЄС вирізняється такими особливостями:

- сезонністю: традиційно найбільш відвідувана виставкова пора – лютий-березень і вересень-листопад, тобто весна й осінь. Саме тоді відзначаються піки за кількістю організованих виставок, кількістю експонатів і відвідувачів. Наприклад, з 64 щорічних автомобільних виставок на весняні місяці припадає понад 30, на осінні – 25. Майже з 34,5 тис. експонатів (протягом року на всіх виставках усіх країн ЄС) більше 20 тис. виставляються у весняні місяці і близько 10 тис. – в осінні;

- місця проведення виставок прив'язані до країн - лідерів виробництва рекламованої продукції. Не випадково більшість автомобільних виставок організовується в Німеччині та Франції. З 64 виставок цієї спеціалізації в Німеччині щороку відбувається 21, у Франції – 13;

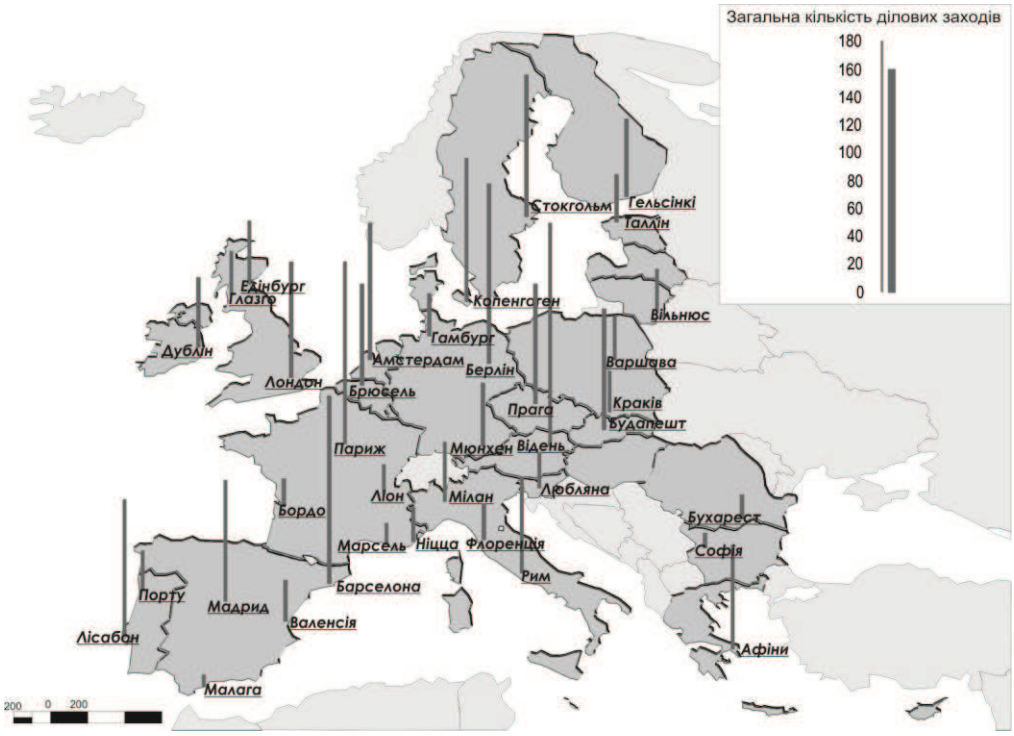

Рис 2. Загальна кількість ділових заходів у містах ЄС 2010 р.

- переважають саме національні виставки (близько 60%). Чимало виставок мають міжнародний статус, найбільш значущі з них присвячені автомобільній, туристській спортивній тематиці, обчислювальній техніці та інформаційним технологіям. У кожній спеціалізації виокремлюються по 2-3 найбільші відомі в світі виставки, що можуть зібрати до 300 тис. відвідувачів. Яскравим прикладом такої виставки є Міжнародна туристична виставка FITUR у Мадриді, яка проводиться наприкінці січня – на початку лютого;
- як правило виставки, є щорічними. Саме стільки часу потрібно для створення нових колекцій та розробок, формування тенденцій. Деякі виставки, наприклад, з фармацевтики, проводяться один раз на два роки.

Серед європейських держав особливо вирізняються Німеччина, Франція, Іспанія та Італія, разом вони забезпечують та приймають майже 70% усіх запитів на виставкові поїздки, проте самі цими послугами повною мірою не користуються. Семінари в Німеччині присвячуються, як правило, питанням банківської справи, бухгалтерського обліку, фінансового менеджменту, маркетингу; конференції – таким темам, як охорона навколишнього середовища

та екологічний аудит і моніторинг, організація дорожнього будівництва, нові матеріали й технології в будівництві тощо. Вони переважно проводяться в Берліні, Мюнхені, Гамбурзі, Дрездені, Франкфурті-на-Майні. В Італії виставки присвячуються моді, одягу, текстилю, аксесуарам. Відомі тут також ярмарки пива, напоїв, а також виставки обладнання для пабів, піцерій, кафе. Проводяться сільськогосподарські й продовольчі виставки, і, звичайно ж, семінари із сучасного мистецтва. Найбільшим центром ділового туризму є Рим, меншою популярністю користуються Мілан, Флоренція, Турин та Венеція.

У Франції найчастіше організовують будівельні виставки, виставки, ярмарки, а також інсентив-тури, пов'язані з винами. Наприклад, відвідування винних провінцій Франції (Ельзас, Бордо, Бургундія), ярмарок вин долини Луари, міжнародна виставка виноградарства, виноробства, обладнання для розливу й упаковки (Париж, Бензасон та Тулуза). Присвячуються виставки й кулінарному мистецтву, гастрономії (виставки сирів і молочної продукції в Парижі, Ліллі), міжнародна виставка обладнання для підприємств громадського харчування, морозива та кондитерських виробів, виставка-ярмарок гастрономічної продукції, обладнання для кафе, готелів і ресторанів. Організовуються поїздки на виставки та покази моди до Парижа (виставка виробів зі шкіри та дорожніх аксесуарів, міжнародний ярмарок тканин, ярмарок текстильних виробів у Ліллі, Канах, Монпельє, Марселі, міжнародна спеціалізована виставка ювелірних прикрас, виставка дизайну інтер'єрів і виставка меблів та предметів інтер'єру — всі в Парижі).

У Великій Британії проходять виставки, присвячені дизайну, інтер'єру, меблевій справі (Харрогейт, Лондон, Бірмінгем).

Загалом у країнах Європейського Союзу відбуваються понад 2500 засідань на рік, які проводяться в таких приміщеннях як, конференц-зали в готелях (34,6 %), виставкові центри (27,7 %), університети (25,7%) та інші приміщення, пристосовані для ділових засідань (12,1%).

Отже, діловий туризм стає одним із найперспективніших напрямів сучасного туристичного розвитку на теренах Євросоюзу. На високі темпи його розвитку впливають, насамперед, глобалізація світової економіки й «відсутність» кордонів. Бізнесмени дедалі частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, вирушаючи в подібну подорож, вони прагнуть не просто відвідати виставку, семінар чи конференцію, а й розширити можливості свого бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бабкин А. В.* Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Р.-н.-Д.: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Кількість виставок та конференцій [Електронний режим] – Режим доступу: http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=2503

TENDENCIES IN BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT IN EU COUNTRIES

V. Bezuhlyi, A. Bilozorov

Oles Honchar National University of Dnipropetrovsk
Dnipropetrovsk, Ukraine

Business Tourism is a type of tourism which develops very fast – both in the world and in European Union.
Key words: tourism, business travel, European Union.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Віталій Безуглий, Андрій Білозоров

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара
м. Дніпропетровськ, Україна

Діловий туризм (business travel) є напрямом сучасного туризму, який дуже швидко розвивається як у світі, так і в країнах Європейського Союзу.
Ключевые слова: туризм, деловой туризм, Європейський Союз.

Стаття надійшла до редколегії 03.10.2011
Прийнята до друку 18.11.2011