

## ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

*Трофімова Ю.М.*

*Науковий керівник – Погасій С.О., канд. техн. наук, доцент*

Сьогодні діловий туризм відноситься до найбільших феноменів ХХІ століття і є основним сегментом ринку гостинності. Згідно із прогнозами Всесвітньої туристської організації, у найближчі десять років у світі очікується справжній бум бізнес-туризму. Кількість ділових поїздок щорічно зростатиме приблизно у 3 рази, при цьому доходи від ділового туризму збільшаться приблизно в 5 разів.

Діловий туризм сьогодні є комплексний та багатогранний. Понад 73 % його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий «corporate travel»), тобто індивідуальні ділові поїздки та з метою участі в заходах, які організують промислові й торговельні корпорації. Сюди ж належить інсентив-туризм (MICE-tourism) – 8 %, що покликаний деформалізувати рутину бізнесу, поєднуючи справи та розваги.

Поняття «інтенсивний» (французькою *intensify* від латинського *intencio* – посилення) пояснюється як спонукальний, заохочувальний; у польській літературі його ще називають «мотиваційним». Під цим видом туризму розуміють поїздки у вигляді заохочень за досягнуті успіхи в роботі, започатковані у 60-х роках у США, які приблизно через 15–20 років стали популярними в Європі, а згодом й в азійських країнах.

Заохочувальні тури нині вважають маркетинговими інструментами досягнення мети. Розширення ринку інтенсив-туризму зумовило появу фірм, які спеціалізуються на організації мотиваційних поїздок, які також надають допомогу в розробленні спеціальних програм стимулювання трудових колективів.

В цілому, на ринку ділового туризму Європи найзначнішу роль відіграють центральні та східні країни цього регіону. В першій половині 1990-х рр. цей сегмент туристського ринку розвивався особливо динамічно у постсоціалістичному просторі. В 1995 р. питома вага бізнес-подорожей у регіон була найвищою у світі – близько 30 % світового ринку. За прогнозами UNWTO, привабливість Центральної та Східної Європи як ринку ділового туризму зростатиме. Отже, на сьогоднішній день Європа має лідерські позиції в світовому діловому туризмі,

Враховуючи викладене, можна зробити висновки, що оскільки основною метою ділового туризму є пошук нових можливостей для розвитку бізнесу, стрімкість розвитку ділового туризму в Європі, та в цілому світі, загалом з роками тільки зростатиме.