

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І
МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня зі спеціальності 242 Туризм

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

РАЧОК ГАННИ СЕРГІЇВНИ

Науковий керівник:

доктор культурології, доцент кафедри

туристичного бізнесу

Любов БОЖКО

Допущена до захисту:

завідувачка кафедри туристичного бізнесу

доктор культурології, доцент

Любов БОЖКО

Харківська державна академія культури

Факультет: Соціальних комунікацій та музейно-туристичної діяльності

Кафедра туристичного бізнесу

Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр

Спеціальність: 242 Туризм

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри
Доцент Любо БОЖКО

«15» січня 2022 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА
РАЧОК Ганни Сергіївни

Тема роботи Рачок Г. С. на тему: «Розвиток ділового туризму в Україні»
керівник роботи – Божко Л. Д., доктор культурології, доцент кафедри туристичного бізнесу затверджений засіданням кафедри, протокол № 2 від 27. 08. 2021 р.

2. Строк подання здобувачем роботи - грудень 2021 р.

3. Зміст дипломної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Розділ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

1.1 Діловий туризм як напрям сучасного туризму

1.2 Історія розвитку ділового туризму

1.3 Класифікація напрямів ділового туризму

2 Розділ. СУЧАСНИЙ СТАН ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1 Динаміка розвитку ділового туризму в Україні

2.2 МІСЕ-індустрія в світі

2.3 Взаємодія суб'єктів індустрії туризму

3 Розділ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

3.1 Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму

3.2 Шляхи розвитку ділового туризму в умовах пандемії

3.3 Розроблення програми ділового візиту відвідування міжнародної виставки

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ Додаток А. Світові організації ділового туризму

Додаток Б. Спеціалізовані туристичні оператори та організації МІСЕ-індустрії України в галузі ділового туризму Додаток В. Перелік інтернет-джерел, щодо проведення різних заходів в Україні та світі

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів дипломної Роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|---|----------------------------------|----------|
| 1. | Вибір та затвердження теми кваліфікаційної роботи | вересень 2020 р. | |
| 2. | Виявлення та вивчення літератури з теми кваліфікаційної роботи | листопад-січень | |
| 3. | Написання тексту I розділу кваліфікаційної роботи | травень-червень | |
| 4. | Написання тексту II-III розділів кваліфікаційної роботи | липень-серпень | |
| 5. | Збір емпіричного матеріалу з теми дослідження, його опрацювання, опис | вересень-жовтень | |
| 6. | Написання висновків, оформлення роботи, її передзахист на кафедрі | листопад | |
| 7. | Підготовка презентації та захист кваліфікаційної роботи | грудень 2021 р. – січень 2022 р. | |

Здобувачка _____ Рачок Г. С.
Керівник роботи _____ Божко Л. Д.
РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до магістерської кваліфікаційної роботи містить: 64 сторінок; 1 таблицю; 53 джерел; 3 додатка.

Метою даної кваліфікаційної роботи є дослідження ділового туризму як перспективного напрямку

У магістерській кваліфікаційній роботі було визначено теоретико-методологічні аспекти ділового туризму, як сучасної форми туризму, історія та основні етапи розвитку ділового туризму у світі. За допомогою аналізу вітчизняної та світової літератури, інформаційних джерел за темою дослідження розглянуто основні напрямки ділового туризму та виявлено сучасні форми ділового туризму, проведено порівняльний аналіз ділового туризму та туризму відпочинку. Проведено аналіз сучасного стану та розвитку ділового туризму в Україні та світі. Досліджено взаємозв'язок суб'єктів ділового туризму в поєднанні підприємств туристичної індустрії та підприємств з організації подій спеціалізованих на MICE-індустрії. Виявлено основні проблеми розвитку ділового туризму в Україні та запропоновано шляхи розвитку ділового туризму та MICE в умовах пандемії

Основою кваліфікаційної роботи стала розробка програми ділової подорожі з метою відвідування міжнародної медичної виставки в Україні.

Надано оцінку сучасного стану ділового туризму в умовах наслідків COVID-19 та виявлено основні тенденції та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. Підготовлено перелік асоціацій та організацій спеціалізованих на діловому туризмі, а також інформаційних ресурсів з організації та проведення ділових візитів, заходів та подій.

Ключові слова: діловий туризм, ділові подорожі, інсентив-тури, MICE, туристична інфраструктура.

ABSTRACT

The explanatory note to the master's qualification work contains: 64 pages; 1 table; 53 sources; 3 applications.

The purpose of this qualification work is to study business tourism as a promising area

Theoretical and methodological aspects of business tourism as a modern form of tourism, history and main stages of business tourism in the world were identified in the master's qualification work. tourism, a comparative analysis of business tourism and leisure tourism. An analysis of the current state and development of business tourism in Ukraine and the world. The interrelation of business tourism entities in the combination of tourism industry enterprises and enterprises organizing events specialized in the MICE industry has been studied. The main problems of business tourism development in Ukraine are revealed and the ways of business tourism and MICE development in the conditions of pandemic are offered.

The basis of the qualification work was the development of a business travel program to visit an international medical exhibition in Ukraine.

An assessment of the current state of business tourism in the aftermath of COVID-19 is provided and the main trends and prospects for the development of business tourism in Ukraine are identified. A list of associations and organizations specialized in business tourism, as well as information resources on the organization and conduct of business visits, events and events.

Key words: business tourism, business travel, incentive tours, MISE, tourist infrastructure.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| 1 Розділ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ | 6 |
| 1.1 Діловий туризм як напрям сучасного туризму | 6 |
| 1.2 Історія розвитку ділового туризму | 10 |
| 1.3 Класифікація напрямів ділового туризму | 18 |
| 2 Розділ. СУЧАСНИЙ СТАН ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ | 24 |
| 2.1 Динаміка розвитку ділового туризму в Україні | 24 |
| 2.2 МІСЕ-індустрія в світі | 30 |
| 2.3 Взаємодія суб'єктів індустрії туризму | 36 |
| 3 Розділ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ | 41 |
| 3.1 Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму | 41 |
| 3.2 Шляхи розвитку ділового туризму в умовах пандемії | 45 |
| 3.3 Розроблення програми ділового візиту відвідування міжнародної виставки | 49 |
| ВИСНОВКИ | 50 |
| ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ | 57 |
| ДОДАТКИ | 62 |
| Додаток А. Світові організації ділового туризму | 62 |
| Додаток Б. Спеціалізовані туристичні оператори та організації МІСЕ-індустрії України в галузі ділового туризму | 63 |

Додаток В. Перелік інтернет-джерел, щодо проведення різних заходів в Україні та світі 64

ВСТУП

Діловий туризм є частиною індустрії туризму, яка активно розвивається в останні роки у всьому світі. Здійснення ділових візитів та витрати від ділового туризму позитивно впливають на економіку як розвинених країн так і країн, що розвиваються. Окрім економічного впливу діловий туризм впливає на розвиток туристичної інфраструктури, має соціальний, культурний та політичний вплив. Під час ділових подорожей в місце призначення бізнес-туристи із задоволенням витрачають вільний час на дозвілля та розваги, з поєднують ділові подорожі з послугами туризму.

Цікавість до нових місць, країн, бажання ознайомитись з культурою, традиціями, пам'ятками архітектури, це ще не всі причини, які створюють туристичну пропозицію та змушують людей мандрувати. Сучасне ведення бізнесу та співпраця з національними та міжнародними ринками не можлива без здійснення ділових подорожей. Зростання ділових подорожей пов'язано з допоміжними туристичними послугами, які притаманні туризму у місті призначення. Бізнес-туристи витрачають набагато більше ніж звичайні туристи, поки вони із задоволенням проводять вільний час, то у ринку ділового туризму є великий потенціал. Діловий туризм має всі перспективи стати одним з найприбутковіших секторів економіки та найгарячішим ринком для постачальників туристичної індустрії (готельного та ресторанного господарства та інші.) у майбутньому. Всі країни світу мають економічну вигоду та зацікавлені в зростанні доходів від ділового туризму, спрямував увагу на ділових приватних та корпоративних подорожах і MICE-індустрії в програмах розвитку туризму.

Існує велика кількість інформаційних джерел, які розкривають сутність «ділового туризму» чи «ділових подорожей», а також наукових праць вітчизняних авторів, таких як Бородинець А, Грабарчук В., Дехтяр Н

[3], Дзюбленко І.[4], Музичка Є.[11]., Прокопишин-Рашкевич Л, Назаренко А. [14] Прохорчук І.[15], Стеганець С.[16], Титова Н.[17], Шикіна О.[18], та іноземних авторів - Jorge Marques, Norberto Santos [41], Virgil Niculaa, Popsa Roxana Elena [49], які досліджували питання розвитку ділового туризму в Україні та світі та його напрямків, але питання розвитку МІСЕ-індустрії в Україні, проблеми та перспективи ділового туризму в умовах наслідків пандемії COVID-19 потребують подальшого дослідження.

Мета кваліфікаційної роботи - дослідження ділового туризму як перспективного напрямку

Об'єкт дослідження - діловий туризм

Предмет дослідження - розвиток ділового туризму в Україні

Для розкриття мети необхідно виконати такі завдання, як:

- охарактеризувати діловий туризм як сучасний напрям туризму
- дослідити історію розвитку ділового туризму
- розкрити напрями ділового туризму
- проаналізувати стан ділового туризму в Україні
- провести аналіз МІСЕ-індустрії в світі
- довести взаємозв'язок суб'єктів ділового туризму та МІСЕ
- виявити проблеми та перспективи розвитку ділового туризму та МІСЕ

в Україні

- запропонувати шляхи розвитку ділового туризму в умовах наслідків пандемії COVID-19

- розробити програму ділової подорожі для відвідування міжнародної події в Україні.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. У першому розділі розглядаються теоретико-методологічні засади розвитку ділового туризму, його актуальність та сучасність, етапи розвитку ділового туризму в світі та Україні, а також різновиди ділового туризму. У другому розділі проведено аналіз розвитку ділового туризму, сучасний стан та тенденції розвитку ділового туризму в Україні та світі, доведено взаємозв'язок суб'єктів

туристичної індустрії та їх вплив на розвиток ділового туризму. В третьому розділі визначені основні проблеми розвитку та перспективи напрямків ділового туризму в Україні в умовах наслідків пандемії, розроблено програму ділової подорожі на міжнародну медичну виставку для іноземних туристів, яка відбудеться в Україні у м. Київ.

Метод дослідження - використання історичного методу, дозволило виявити еволюцію розвитку ділового туризму, теоретичного методу пізнання розкрити сутність ділового туризму та ділових подорожей, аналізу та синтезу, проаналізувати сучасний стан ділового туризму у світі та спланувати модель розвитку ділового туризму.

Практична значущість - використання запропонованих шляхів розвитку ділового туризму враховуючи наявні проблеми та наслідки пандемії.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи - розроблення програми проведення ділового візиту на міжнародну медичну конференцію для іноземних учасників приїхавши з різних країн світу.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

1.1 Діловий туризм як напрям сучасного туризму

Діловий туризм є одним із напрямів туризму, окрім дозвілля та відпочинку. Всесвітня зацікавленість діловим туризмом пов'язана з охопленням як глобальних дипломатичних зустрічей, зустрічей представників різних країн та на рівні держави, так і бізнес зустрічей для проведення переговорів, укладання контрактів, торгових відносин, зустрічей по обміну досвідом та науково-технічною інформацією, результатів досліджень, розробок, проектів, культурно-просвітницькі зустрічі, а також заходи характерні для різних форм культурного прояву, спорту та інші. Мета ділового візиту може бути різною (комерційною, державною, науковою та рекреаційною, як вторинна мотивація), що призводить до інтересу з боку держави та бізнесу та стрімкого росту ділового туризму на світовому ринку туризму [49].

Відправляючись в подорож бізнес–туристи користуються туристичним послугами та часто знаходять час на відпочинок та розваги. Одним із видів ділового туризму є проведення виставок, конгресів, конференцій, тренінгів та семінарів, споживачами яких є корпоративні клієнти. Діловий туризм це прибутковий бізнес, який потребує послуг організаторів туристичної індустрії (розміщення, харчування, екскурсій, перекладу, візових, транспорту, оренди автомобілю та інші) [53].

Одним з основних напрямків модернізації та підвищення конкурентоспроможності туристичної пропозиції будь-якої країни є диверсифікація додаткових послуг, шляхом заохочення ділового туризму.

Якщо масштаби міжнародної туристичної діяльності в кожній країні залежать від розподілу туристичних ресурсів (географічного розташування, природних факторів, культурно-історичних цінностей та інфраструктури), що

приваблюють іноземних туристів, то розвиток ділового туризму залежить від економічних факторів, їх обсягів та різноманітності і якості додаткових переваг. Враховуючи той факт, що основні туристичні послуги використовуються з послугами ділового туризму вони можуть відігравати ключову роль у забезпеченні привабливості країни чи місця призначення події [49].

Сформований попит на ділові подорожі та його зростання залежить від таких чинників, як : зростання економіки країн, зростання вільної торгівлі по всьому світу, створення Європейського Союзу, зростання транснаціональних корпорацій та глобалізації, підвищенню мовних навичок, появі нових галузей народного господарства, таких як інформаційні технології, зростання професійних організацій та відсутність війн та пандемії, що сприяє бажанню подорожувати.

Серед особливостей ділового туризму можна відзначити незалежність від природних, культурно-історичних ресурсів, отримання прибутків як організаторів, постачальників послуг так і споживачів послуг, внесок у пом'якшення сезонності, використання кращих матеріальних засобів та зменшений вплив на навколишнє середовище.

Діловий туризм це повноправний вид туризму, який пов'язаний зі зміною місця проживання на деякий час з метою робочого візиту.

За змістом діловий туризм має різні форми, такі як, індивідуальні подорожі, туризм зустрічей пов'язаний з різними заходами (науковими конференціями, запуском продукції, спілкуванням для подальшої співпраці, налагодження контактів) проведення різних подій (ярмарки, виставки), стимулюючі заходи для співробітників та корпоративні заходи з врахуванням розваг для покращення ділових відносин [49].

Перевагами ділового туризму є : відсутність сезонності, сприяє розвитку туристичної інфраструктури, незалежність від вартості послуг, зростання інвестицій, збільшення робочих місць для проведення та

організації івентів, а головне це дуже прибутковий та конкурентоспроможний сектор туристичної індустрії.

Діловий туризм, як сучасний напрям туризму впливає на розвиток туризму, а саме допомагає збільшити туристичні потоки, як всередині країни, та за її межами, розширити туристичну інфраструктуру об'єктами орієнтованими на корпоративних клієнтів та проведення ділових зустрічей, готельними ланцюгами, які відповідають міжнародним стандартам, задіяти трудовий ресурс в галузі туризму та надати робочі місця, вирішити проблеми міжсезоння в туризмі, формувати нові пропозиції та туристичні продукти, туристичними операторами та реалізації їх туристичними агенціями, а також підвищити туристичну привабливість територій та туристичний потенціал країни.

Отже, учасники ділових візитів є користувачами туристичних послуг та мають високу платоспроможність. Діловий туризм допомагає підвищити попит на споживання туристичних послуг та збільшити термін візиту ділових подорожей.

За даними International trade forum приблизно 9% усіх міжнародних подорожей складають ділові подорожі [24]. Діловий туризм поєднує в собі як ділові подорожі так і відпочинок. Якщо порівнювати подорожуючих з метою відпочинку та бізнесом, можна відмітити, що вони менш чутливі до витрат та витрачають в середньому вдвічі більше на день. Це пов'язано з тим, що на вибір туристичних послуг впливає ефективність використання часу при здійсненні ділових подорожей [24]. Розвиток ділового туризму є дуже важливим для просування місця призначення в економічному плані, якщо враховувати, що міжнародний туризм є одним із найважливіших джерел доходу для економік багатьох країн світу.

Як самостійний вид туризму, діловий туризм в Україні, виник не так давно, але в інших країнах світу, про нього активно говорять ще з 80-х років ХХ ст. [18].

В практиці туризму не існує єдиного загальноживаного визначення ділового туризму. Діловий туризм це широке поняття, який об'єднує професійний візит та туристичні послуги та має різні напрямки відвідування, такі як навчання, наука, комерція, політичні, суспільні та професійні візити [14].

ICCA (International Congress and Convention Association) визначає: «Діловий туризм, як надання зручностей та послуг мільйонам делегатів, які щорічно відвідують зустрічі, конгреси, виставки, ділові заходи, інсентив-подорожі та корпоративні візити» [34]. WTO (World Tourism Organization) визначає діловий туризм як «поїздку з метою відвідування діяльності чи події, пов'язану з діловими інтересами» [51].

Метою подорожей при діловому туризмі в основному пов'язана з роботою, а саме з діловими та комерційними подорожами, участь у заходах, зустрічах організованими адміністративними органами або господарськими підприємствами з допомогою туристичних послуг [49].

Також, як повідомляє Всесвітня асоціація ділового туризму, за результатами опитування серед 400 користувачів послуг ділового туризму по всьому світу для 86% ділові подорожі є необхідною умовою для ведення бізнесу та досягнення бізнес цілей, 81% мають наміри здійснювати внутрішні ділові візити, а 43% зазначили потребу в проведенні сучасних форм організації ділових подій, які відповідають потребам і викликам сьогодення [29].

Отже, попит на послуги організації ділових подорожей, який був відкладений деякий час із-за наслідків пандемії COVID-19, зростає високими темпами та потребує використання сучасних технологій та необхідних умов їх проведення. Діловий туризм сьогодні є одним з найперспективніших видів туризму, сутність якого розкривають його види та напрямки. Поєднання послуг рекреації та відпочинку з організацією та проведенням ділових зустрічей та подій робить діловий туризм популярним серед широкого кола учасників, як організаторів зустрічей так і постачальників туристичних послуг, задіявши всі сфери народного господарства. Проведення ділових

зустрічей допомагає вирішити глобальні економічні питання, збільшити інвестиції, поширити інноваційні продукти, розвивати наукову діяльність, отримувати прибутки для держави та бізнесу.

Але діловий туризм привабливий не тільки для ведення бізнесу та постачальників послуг туристичних послуг та послуг з проведення ділових зустрічей та подій, а також грає значну роль у розвитку місцевій та регіональній економіці. Економічний вплив ділового туризму проявляється у взаємозв'язку національної економіки та ділового туризму, який впливає на розвиток підприємства та бізнесу, сприяє розвитку інфраструктури, покращує канали зв'язку та якість робочої сили в різних галузях народного господарства, оскільки будь-яке ведення бізнесу та розширення діяльності неможливо без партнерських відносин та проведення ділових зустрічей. Економічні вигоди від ділового туризму можуть бути як тимчасовими так і постійними. Сюди можна віднести надання робочих місць, доходи підприємств індустрії ділового туризму (МІСЕ-індустрії, туристичної індустрії, організаторів заходів), інвестиції у бізнес туризм, торгова біржа, маркетинг та рекламна діяльність, поповнення бюджету країни за рахунок сплати податків, мита та зборів.

Окрім економічного аспекту розвитку ділового туризму, він також має соціальний, культурний та політичний вплив. Соціальний вплив проявляється в сприятливому середовищі використання вільного часу, можливість надання волонтерської роботи для отримання досвіду. Культурний вплив – участь у міжнародних проєктах, отримання досвіду та знань від організації та проведення різних заходів та подій (конференцій, виставок, семінарів, ярмарок та ін.), а також допомагає здійснити обмін досвідом представників різних країн, ознайомитись з культурою країни, відродити традиції та культурну спадщину. Політичний вплив ділового туризму – підвищення іміджу держави, посилення культурного діалогу між країнами посилення впливу держави.

1.2. Історія розвитку ділового туризму

Діловий туризм як вид туризму відноситься до сучасних форм туризму. Але, ділові подорожі здійснювали набагато раніше, а діловий туризм не є новим явищем. Люди подорожували ще з давніх часів потягом багатьох століть, а цілі подорожі були пов'язані в першу чергу з робочими візитами. Однак, такі напрями туризму, як МІСЕ-подорожі та ісентив-тури можна віднести до сучасних форм ділового туризму.

Вперше бізнес тури було організовано в США в 50-60-ті роки ХХ ст., потім такі тури через 20 років стали популярними в Європі та Азії [14]. В Україні свого розвитку діловий туризм набув в останні двадцять років, а саме після 2000 років та має тенденцію до зростання, що пов'язано з прибутковістю та економічними вигодами. Якщо досліджувати історію розвитку ділового туризму, то можна відзначити, що виник він набагато раніше.

Основними джерелами історії розвитку туризму був Великий шовковий шлях поєднуючи Схід до Захід від Азії до Європи, для здійснення обміну товарів та розвиток торгівлі у Європі.

Якщо розглядати історію туризму, то першу епоху розвитку ділового туризму можна пов'язати з торгівлею та появою сухопутних та водних маршрутів. Перші подорожі носили ділові цілі візиту, а саме здійснення торгівлі, опанування нових ринків, відкриття нових земель. Середньовічні торгівельні відносини у народів Стародавнього Сходу та найбільший діловий маршрут з метою торгівлі «Великий шовковий шлях» у II ст. до н.е. можна вважати першими подіями, які призвели до розвитку ділового туризму. Подальший розвиток ділового туризму відбувався з розвитком торгівлі та формування Ганзейського союзу в Європі в XIV ст. Торгівельні відносини набували розвитку в країнах Центральної Азії, Індії, Китаї, всіх країнах Європи, завдяки вигідному географічному положенню, наявністю природних ресурсів [4].

Вже тоді ділові подорожі були добре налагоджені. Такі ярмарки проходили по кілька тижнів, мали місцеву інфраструктуру де розміщувались, харчувались та розважались учасники ринку та мережу зупинок за маршрутом. Щоб дістатися до місця призначення таких торгових майданчиків мандрівникам потрібно було пройти довгий шлях.

До ділових подорожей приєднувались не тільки торговці, а також священики та солдати.

Отже, діловий туризм та туризм виникли саме з торгівлі, а першими мандрівниками були торговці та ремісники. Торгові відносини призводили до зростання ринків та подорожей. Для того, щоб представити свій товар на ринку виробникам необхідно було відправитись в інше місце, за тисячі кілометрів. Звісно що такі подорожі залежали від економічної та політичної стабільності держав, а також відносинами між ними, якщо відбувалась криза, потоки ділових подорожей зменшувались.

Завдяки торгівлі, появі нових ремесел, тісних зв'язків, транспортних шляхів активно розвивалась економіка країн та їх ділові відносини з іншими країнами світу, але до XIX ст. діловий туризм мав переважно торгівельний характер.

Друга епоха розвитку ділового туризму пов'язана з туристичною практикою та елітарним туризмом, престижністю ділових подорожей почалась з другої половини XIX ст. Це пов'язано з науково-технічною та промисловою революцією, розвитком туристичної інфраструктури (будівництвом морського транспорту, залізничного транспорту, закладів розміщення, появою зв'язку) та взагалі з розвитком світової економіки. Покращення доріг та поява транспорту значно полегшило ділові подорожі та призвело до зростання міжнародних ділових візитів. Також значний внесок у розвиток ділового туризму внесла перша спроба організації ділової подорожі на міжнародну виставку Томасом Куком [4]. З появою індустріалізації стали швидко зростати і ділові подорожі особливо в Європі.

Промисловий прогрес, поширення технічних та технологічних досягнень призвели до необхідності створення та організації таких заходів, як ярмарки, конференції, виставки, конгреси та семінари, що проводились на локальному, національному, регіональному та міжнародному рівні. Збільшення та пік проведення міжнародних заходів припадає вже на ХІХ ст. та початок ХХ ст. Перша універсальна виставка відбулась у Лондоні у 1958 році в легендарному Кришталевому палаці та мала назву «Велика виставка промислових товарів для всіх націй» [41].

Проведення таких подій передбачають великі інвестиції в інфраструктуру, обладнання. Далі проведення подібних заходів дедалі збільшувалось у різних країнах світу. Масштаби заходів та прибутки від їх проведення були вражаючими, що сприяло збільшенню подорожей, туристичних потоків та розвитку туризму та набувало необхідність створення професійних організацій галузі ділового туризму – конвенц-бюро.

Подальший розвиток ділового туризму пов'язаний з появою авіації у 1950 роках ХХ ст. та створенням першого пасажирського літаку. В Європі діловий туризм заговорили у 1970-1980 роках [4].

Наприкінці ХІХ ст. та початку ХХ ст. здійснення ділових подорожей набувало попиту все більше, організація та проведення конференцій та конвенцій відбувається все частіше, набуває великих масштабів та приваблює увагу різних галузей народного господарства своїми економічними та соціальними вигодами. Країни та регіони почали просувати свої матеріальні, природні, трудові, географічні, фінансові ресурси, привабливість територій та збільшувати проведення кількості подій на місцях призначення

Концепція конференції та з'їздів приваблювала увагу торгових об'єднань, науковців, політичних партій та розуміння місць отримання великих економічних вигод, а також соціальний, культурний та політичний вплив. Вже тоді почали проводитись перші конференції.

Перше конвенц-бюро було створено 1896 році у Детройті (Детройтська конференція та ліга бізнесменів), яке у 1907 році отримало назву на Детройтське бюро конвенцій та туризму [41]. Надалі подібні організації стали формуватись в різних містах світу.

Феномен конвенційного бюро сьогодні добре зарекомендував себе у всьому світі, які сформовані та здійснюють свою діяльність в більшості країн.

У 1914 році була створена перша Міжнародна асоціація конференс бюро, яка у 1974 році змінила назву на Міжнародна асоціація конференцій та бюро відвідувачів.

Якщо у США кількість проведення подій швидко зростало, то у Європі тільки набувало. Проведення Віденського конгресу у 1814/1815 році було знаковою подією у розвитку ділового туризму в Європі, який переніс економічну діяльність навколо розміщення, харчування та розваг [41].

Також значною подією, було проведення Олімпійських ігор в Афінах у 1896 році та надалі кожні чотири роки, яка збирала представників уряду та делегатів з різних країн світу, де кожна країна представлена своїм комітетом. Для проведення Олімпійських ігор були побудовані заклади розміщення та харчування, туристична інфраструктура з атракціями та розвагами для людей, які залишаються на місці призначення події тривалий час. При проведенні майбутніх подій було ураховано досвід організації та побудови туристичної інфраструктури [41].

Протягом другої половини ХХ ст. дві світові війни призупинили зростання ділового туризму . В після воєнні роки розвиток ділового туризму обумовили технологічні досягнення, підйом світової економіки, створення Європейського союзу та транснаціональні торгівлі, отримання освіти в мовних навичок, зростання професійних об'єднань, безпека подорожей, поява нових галузей народного господарства, залучення бізнесу урядом та поява нових форм туризму пов'язаних з бізнесом. Відродження економіки, політичні зміни вплинули на науково-технологічний та політичний розвиток,

а також призвели до того, що діловий туризм починає оживати та підвищується попит на ділові заходи. Збільшення інвестицій та побудова інфраструктури для проведення ділових подій відновили діловий туризм з 60 до 90-х років, що надало можливості проводити спортивні чемпіонати світу та Європи, міжнародні виставки та конференції та інші масштабні заходи.

Отже, зростання ділового туризму стало можливим через зміну пропозицій: розробку залізничного транспорту, авіаційного транспорту, появи літаків, розробку більших та швидших літаків, зростанню швидкісних поїздів, зростання мобільності через збільшення приватних літаків, поліпшення здоров'я та відсутність пандемії, розвиток спеціалізованих об'єктів для проведення подій, зростання кваліфікованих фахівців та маркетингової діяльності.

Зі зміною пропозицій змінювалась і географія ділових подорожей починаючи з Азії, Африці, на Близькому Сході в стародавні часи, нашої ери Європи, потім США, Південно-східної Азії та Близькому Сході, та в інших країнах світу, що залежить від різних економічних, географічних та політичних чинників.

Діловий туризм, як вид туризму та здійснення ділових подорожей набув свого зростання саме у XX ст. ніж у попередніх століттях та є новою парадигмою з організації мотиваційних та бізнес подорожей. Бізнес-туризм є феноменом сучасного суспільства, але подорожі мотивовані діловими візитами та зустрічами складаються с розвитком та появою туризму. А розвиток торгових ринків та поява нових продуктів призвели до появи нового виду туризму – ділового туризму [41].

Сьогодні діловий туризм є одним з прибуткових та перспективніших видів туризму у багатьох країнах світу, який пов'язаний з професійним розвитком підприємств, до якого залучений кожний четвертий мандрівник. Причинами розвитку ділового туризму є науково-технічний прогрес та сучасні технології, без врахування яких організувати бізнес просто не можливо та розвинена туристична індустрія [6]. Розвиток концепції

корпоративного управління, конкуренція між країнами призвели до розвитку більш сучасних форм ділового туризму, МІСЕ та інсентив-турів.

Значний вклад у розвиток ділового туризму у світі має створення найбільшої у світі професійна організація індустрії ділових подорожей Всесвітньої асоціації ділових подорожей у 2005 році, яка проводить дослідження, організовує різні спеціалізовані заходи та займається професійним розвитком в галузі ділового туризму [29].

Про активний розвиток ділового туризму та МІСЕ-турів в Україні можна говорити з 2000 років, після отримання у 1991 р. незалежності України необхідно було формувати законодавчу базу та виходити з економічної кризи, будувати ринкові відносини також та налагоджувати ділові партнерські відносини та співпрацю з іншими країнами та міжнародними організаціями, що зайняло достатньо довгий час. Вже у 2007 році в Україні відбулось створення професійного об'єднання підприємств туристичної індустрії, ділового туризму та МІСЕ-індустрії у 2007 році Асоціації ділового туризму в Україні, яке сприяє розвитку ділового туризму та МІСЕ в Україні та займається вирішенням основним проблем даного виду туризму [1].

Значну роль у розвитку ділового туризму в Україні зіграло проведення Євро-2012, у той час Україна прийняла велику кількість туристів з усього світу, були побудовані різні заклади розміщення, харчування, особливо в таких центрах ділового туризму, як Харків, Київ, Одеса, Дніпропетровськ. Сьогодні ці приміщення можна використовувати для проведення різних ділових зустрічей та розміщення учасників ділових візитів [17].

Сьогодні діловий туризм є найперспективнішим видом туризму, темпи та масштаби якого постійно зростають. Але 2020 рік, а саме введення карантину через об'явлення пандемії COVID -19, був руйнівним для всіх подорожей та туризму, у тому числі для ділового туризму. Закриття кордонів та карантинні обмеження зупинили будь-які туристичні потоки на деякий час, спричинивши негативні наслідки та збитки для галузі ділового туризму. Проведення ділових зустрічей та подій перейшло на онлайн форму

проведення, що призвело до відмови від використання послуг транспортного обслуговування, розміщення та інших послуг з організації ділових подорожей, а також призвело до зупинення діяльності споживачів послуг галузі ділового туризму та зниження продуктивності та рентабельності підприємств. Тільки з відкриттям кордонів та зменшення карантинних обмежень, а також розроблення вакцини від COVID -19 та масової вакцинації здійснення подорожей стало можливим, та почав відроджуватись діловий туризм.

За результатами дослідження Всесвітньої асоціації ділового туризму, активність ділових подорожей по всьому світу у 2020 рік спала на 53,8 % та складає 661млрд. доларів США [29].

Сьогодні діловий туризм є навіть необхідністю, адже від нього залежать формування партнерських відносин та налагодження контактів, підписання угод та складання контрактів, організація ділових зустрічей та прибутковість бізнесу, як в середині галузі та країни, так і на світовому рівні.

В різних джерелах історії розвитку ділового туризму можна зустріти найчастіше два етапи розвитку. Перший етап - зародження ділового туризму, що пов'язано з появою торгівельних відношень народів Стародавнього Сходу та створення маршруту «Великого шовкового шляху». Другий етап - подальший розвиток ділового туризму в XIX ст., пов'язаний з побудовою транспортної індустрії, будівництвом доріг, телеграфу, та підприємств розміщення та харчування, що надало більше можливостей здійснювати ділові візити. З появою літаків збільшилась кількість візитів, завдяки яким відправитись у ділову подорож стало здійснювати зручніше та з задоволенням та допомогло вирішувати робочі питання [4]. Але з врахуванням останніх глобальних подій, які трапились на світовому ринку туризму, а саме наслідки пандемії COVID-19, можна виділити новий етап розвитку ділового туризму - відновлення ділових подорожей та нового формату проведення подій, з використанням цифрових технологій та змішаної онлайн і офлайн форми.

1.3. Класифікація напрямів ділового туризму

Поєднання в діловому туризмі професійної подорожі та відпочинку, надає можливості поділити подорожі на індивідуальні (персональні) та групові (корпоративні), внутрішні (всередині країни) та міжнародні (за межами країни). Також існують різні види ділового туризму в залежності від мети візиту. Для того, щоб класифікувати напрямки ділового туризму, необхідно визначити терміни та поняття ділового туризму, які використовуються в туристичній практиці в усьому світі.

В іноземних джерелах немає поняття діловий туризм, найчастіше можна зустріти таке визначення, як бізнес туризм (business tourism). Але фахівці туристичної галузі використовують термін MICE, за яким можна відокремити напрямки ділового туризму. В перекладі з англійської MICE означає Meetings, Incentives, Conferences, Events [18].

Де Meetings це корпоративні та урядові зустрічі, переговори; Incentives – переважно заохочення компанії, а саме тимбилдинг, корпоративні заходи, навчальні тренінги, мотиваційні та заохочувальні програми, корпоративні заходи; Conferences – конференції, конгреси, вебінари, круглі столи, форуми, семінари, переважно зустрічі асоціацій; Events – виставки та події: виставка B2B та B2C, міжнародні, іміджеві та PR-події [18, 25].

Проведення MICE-заходів відрізняється від організації звичайних ділових подорожей та потребує допомоги спеціальних організацій, таких як конференц-бюро [14]. Це окремі установи, офіційні організації маркетингу на місці призначення. При проведенні таких заходів відбувається обмін досвідом, презентації продуктів, результатом яких є укладання договорів майбутньої співпраці. Тому учасниками заходів є не тільки постачальники транспортних послуг(авіакомпанії, організації послуг оренди автотранспорту), послуг розміщення, харчування та туроператорів, а також

логістики, відеозв'язку, фотографів, відеозйомки, івент-агенції, PR-агенції та споживачі послуг компанії-замовники.

Отже діловий туризм умовно можна поділити на класичні ділові подорожі та МІСЕ–індустрію. Поєднання туристичних послуг та послуг з організації та проведення ділових подій надає можливості залучити більшу кількість суб'єктів народного господарства та різні галузі економіки в залежності від профілю та напрямків діяльності учасників бізнес-заходів.

В залежності від цілей ділового туризму можна сформувати основні напрямки ділових подорожей. До цілей ділового туризму відносять індивідуальні подорожі, організовувати які простіше так і групові корпоративні відрядження для проведення переговорів, налагодження контактів, конференцій, навчання, стажування, професійних подій-виставок, ярмарок, з метою перевірки роботи представництв та філій, а також робочі поїздки з метою отримання ліценцій, сертифікатів, патентів до органів державного управління та інші [6].

Ділові подорожі можна поділити на регламентовані заздалегідь сплановані з фіксованими термінами (виставки, конгреси, конференції, симпозіуми) та не регламентовані у приватному порядку (ділові поїздки приватного характеру, експедиції, інтенсив-тури), а також за програмою туру на робочі поїздки та інтенсив-тури з культурною програмою для проведення тимблдингу.

До напрямів ділового туризму можна віднести

- науковий напрям, який складається з участі в наукових заходах (конференціях, симпозіумах, конгресах, семінарах, форумах, кругли столи) та наукових експедицій (розкопки, спостереження) [6];

- політичний напрям (з'їзди, візити);

- комерційний напрям (виставки, ярмарки)

- професійний напрям (підвищення кваліфікації, стажування, інтенсив-тури, тимблдинг)

- суспільний напрям (зустрічі, збори) [14].

Одним із популярних та затребуваних видів ділового туризму є конгресно-виставковий, до якого відносять проведення виставок, ярмарок, конгресів, конференцій, симпозіумів на носить масовий характер. В таких подіях зацікавлені не тільки замовники та корпоративні клієнти, а також організатори подій, країни та міста проведення, оскільки отримають доходи від проведення таких заходів, також це додаткові робочі місця та підвищує імідж країні на світовому ринку туризму. Цей вид туризму стає дедалі популярним у всіх країнах світу.

Також останнім часом набуває популярності такий вид туризму, як інсентив-тур, а саме тимбілдинг, різні заохочувані та мотиваційні програми для працівників. Заохочувальні поїздки є ключовими в винагороді працівників, спрямовані на підвищення командного духу та продуктивної діяльності, які допомагають в короткі терміни досягти високої ефективності та поліпшення продуктивності праці, отримати матеріальні та нематеріальні винагороди за ключовими бізнес-важелями, збільшення обсягу продажу, розробку нової продукції, підвищення репутації та лояльності компанії [28].

Діловий туризм має різні види та напрямки, де великий обсяг складають корпоративні подорожі та інсентив-тури – 73% від загальної кількості світових ділових подорожей, відвідування конференцій а семінарів. 16%, а відвідування виставок та ярмарок – 11[15].

В залежності від обраного напрямку формується програма бізнес туру, тому вони є дуже різними, мають різну вартість та залежать від цілей подорожі. Для кожного бізнес-туру обов'язково складається програма, яка поєднує професійну складову, а також день-два виділяється для вільного проведення часу та відпочинку, враховуючи культурно-масові, екскурсійні та розважальні заходи. Кожна програма складається індивідуально та залежить професійних завдань користувачів послуг та їх можливостей. Тому зазвичай вартість таких турів є високою.

Отже, діловий туризм можна класифікувати по кількості відвідувачів на персональні та корпоративні тури; по місцю проведення на внутрішні та

міжнародні, по регламенту проведення на регламентовані та нерегламентовані, за цілями візиту на робочі та інсентив-тури, за напрямками відвідування на комерційні, наукові, політичні, суспільні та професійні. Основними видами ділового туризму є приватні ділові подорожі та МІСЕ (корпоративні зустрічі, конференції, семінари, виставки та ярмарки і інсентив-тури). Приватні ділові візити складають основну частину ділового туризму приблизно, також суттєву частину складають конференції приблизно та виставки, а потім конгреси та ісентив-тури. Але у перспективі очікується зростання долі інсентив-турів у загальному обсязі ділового туризму. Проведення заохочувальних та мотиваційних подорожей, тимблдингу стає дедалі більш популярним напрямком на ринку ділового туризму. Розуміння важливості трудового ресурсу в діяльності компаній призводить до створення нових пропозицій заохочувальних програм для співробітників компаній

Якщо порівнювати діловий туризм з туризмом дозвілля, то він відрізняється за всіма критеріями такими, як мета візиту, потреби, мотивація, вартість, прийняття рішень, канали розповсюдження, ринковий підхід, розмір груп, економічний вплив та інші фактори (Табл. 1.1.) [25].

Таблиця 1.1

Порівняльний аналіз ділового туризму та туризму відпочинку

| Критерії порівняння | Діловий туризм | Туризм дозвілля |
|---------------------|---|---------------------------------|
| Учасники | Професіонали/Ділові люди | Туристи |
| Мотиви | Бізнес /Робота/Навчання | Розваги/Самореалізація |
| Мета візиту | Робота | Відпочинок |
| Потреби клієнта | Високий рівень обслуговування та продукту | Знижки |
| Покупці | Організатори зустрічей | Оптові туроператори / Турагенти |
| Мотивації покупців | Успішні зустрічі/Прибуткові події | Комісія |

| | | |
|-----------------------------------|---|------------------------------------|
| Критерії прийняття рішення | Послуги / Ділові зв'язки / Ринкові проблеми | Звернення до місця призначення |
| Потреби в обслуговуванні покупців | Житло / Реєстрація / Евент сервіс | Бронювання / Маршрути |
| Канали розповсюдження | Штаб-квартири корпорацій та асоціацій | Турагенти / Оптові торговці турами |
| Ланцюг поставок | Місця проведення / Постачальники заходів | Індустрія гостинності |
| Ринковий підхід | Прямі продажі | Реклама / Маркетинг / Упаковка |
| Захист бізнесу | Тактичний / Орієнтований на продаж | Стратегічний / Маркетинговий |
| Розмір груп | 300 – 10 000 делегатів | Окремі особи або невеликі групи |
| Основний економічний вплив | Торгівля та інвестиції | Прямі витрати |

Для ділового туризму характерною особливістю є обслуговування великих груп для здійснення робочих поїздок. Корпоративні подорожі потребують високого рівня обслуговування, мають високу вартість, потребу в особливому ринковому підході, пов'язаному з прямими подорожами та тактичним захистом бізнесу, впливають на збільшення виробництва, торгівлю та інвестиції. В свою чергу туризм дозвілля задовольняє потреби окремих осіб або невеликих груп, основною метою візиту якого є відпочинок та розваг. Туризм дозвілля залежить від вартості туристичного продукту, сезонності, прийняття рішень яких залежать від місця призначення та індустрії гостинності та має прямі витрати економічного впливу.

Також, якщо порівнювати діловий туризм та туризм відпочинку, то туристичну подорож можна відкласти на незначний термін, а ділову подорож - ні. Адже, від ділових зустрічей залежить ведення бізнесу, підписання контрактів, складання договорів, відкриття нових ринків, презентація нового продукту, налагодження стосунків з партнерами та участь в різних подіях. В

порівнянні з іншими видами туризму, діловий туризм має значні переваги та носить постійний характер і може поєднувати в собі інші види туризму (медичний, промисловий, спортивний та інші), цілі ділового візиту пов'язані з галуззю до якої відноситься організація та її представники.

Висновки до розділу 1

Діловий туризм є сучасною формою туризму, одним з прибуткових видів туристичного бізнесу, який поєднує як робочі візити так і розваги, який стрімко розвивається у всьому світі. Діловий туризм не залежить від сезонності, не чутливий до ціни, позитивно впливає на економіку країн, пов'язаний зі всіма сферами народного господарства та підвищує імідж країни відвідування. Прибутковість від даного виду туризму робить його привабливим як для розвинених країн, так і для країн що розвиваються. Діловий туризм має свою історію розвитку та пов'язаний з етапами розвитку туризму у світі. До існуючих двох етапів розвитку ділового туризму: зародження ділового туризму та подальшого розвитку туристичної інфраструктури, додано третій етап розвитку - відновлення ділового туризму, з використанням сучасних інформаційних технологій. Діловий туризм може мати різні цілі візиту, що надає можливість класифікувати його за різними напрямками та видами, де сучасними формами є інсентив-тур та МІСЕ.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Динаміка розвитку ділового туризму в Україні

В Україні найпотужнішою організацією в галузі туризму є Національна туристична організація України (НТОУ) [13], місія якої всебічна консолідація національної туристичної сфери, кооперація та колаборація бізнесу, органів державної влади, місцевого самоврядування, створення умов для ефективної співпраці всіх зацікавлених сторін в розвитку туристичної сфери в Україні. НТОУ займається створенням та просуванням національного туристичного продукту, формує імідж України на світовому ринку туризму, маркетингова стратегія якої спрямована на сталий розвиток українського туризму. Також НТОУ підтримує систему освіти в підготовці конкурентоспроможних фахівців туристичної сфери та підвищує ефективність надання туристичних послуг, займається дослідженнями в галузі туризму, збирає та обробляє інформацію, щодо туристичних потоків, організацій та підприємств туристичної індустрії, проводить аналіз та оцінює вплив туризму на національну економіку, залучає інвестиції а розвиток туристичних дестинацій.

Концепція сталого розвитку побудована на вирішенні таких цілей, як збільшення робочих місць, зменшення споживання води, ефективне використання енергії, охорона соціальних та культурних цінностей, підтримка економіки та торгівлі, підтримка місцевого бізнесу, використання екологічного транспорту, забезпечення вільного доступу для всіх, залучення більшого кола учасників, збереження економічного різноманіття, скорочення відходів та виходів [13].

Діловий туризм займає особливе місце в просуванні туристичних продуктів та популяризації країни та її регіонів та може поєднуватись з усіма тематичними напрямками. Враховуючи останні події, а саме наслідки пандемії

COVID-19, 2022 рік оголошено роком оздоровчого та медичного туризму. Це означає, що організація та проведення таких подій, як виставки, конференції та різні івенти в більшості будуть пов'язані з посиленням та покращенням можливостей саме цієї галузі в поєднанні зусиль даного сегменту туризму (науки, новими розробками; освіти, підготовки відповідних кадрів, медичних закладів презентації нових продуктів та підприємств туристичної індустрії). Ділові візити можуть здійснювати в різною метою різними представниками галузей народного господарства. Тому популяризація ділового туризму є очевидною, а попит на дані послуги прогнозований.

Спеціалізованою організацією в галузі ділового туризму в Україні є Асоціація ділового туризму в Україні (ВТА – Ukraine Business travel association of Ukraine) [1]. Це всеукраїнське професійне об'єднання учасників туристичного ринку ділового туризму та МІСЕ для створення умов ефективного розвитку галузі в Україні (збільшення зайнятого населення, національної економіки та ВВП, доходів в бюджет, формування законодавчої бази України, покращення якості послуг, професійної діяльності, використання інноваційних технологій, статистичних досліджень та формуванню конкурентної середовища).

До складу асоціації ділового туризму в Україні входять різні туристичні організації з організації ділових подорожей та супроводу, грипи компаній, що надають послуги МІСЕ, туристичні оператори бізнес подорожей та організації корпоративних та інсентив ринків, туристичні мережі, авіакомпанії, а саме: France Groupe Tourisme – Alliance Francaise Ukraine ltd, ООО «ДИНАДИС», ООО «Арктур», ТОВ «САТГУРУ ТРЕВЕЛ ЕНД ТОУРС СЕРВІС», ТОВ «ТТВК», ТОВ «Би Ти Эл», EVENTEX Group, ЧАО «КИЙ АВИА», ООО «Люмьер Тревел», ООО «АВАНТАЖ ДЕ ЛЮКС», ООО «МИБС ГРУП», ТОВ «МАЙС ТРЕВЕЛ». (Див. Додаток Б)

Партнерами асоціації ділового туризму в Україні є різні міжнародні організації, юридичні компанії, консалтингові компанії, бізнес-форуми, заклади освіти, торгівельні компанії, телебачення, а саме International

Association of Professional Congress Organisers (IAPCO), Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації, TURİZM MEDYA GRUBU FUARCILIK A.Ş., Messe Berlin(Singapore) Pte Ltd, Qatar-Ukraine Business Forum (QUBF), Телеканал «Перший діловий», Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, Американська Торгівельна Палата в Україні, Всеукраїнська асоціація ГДІВ, юридична компанія «Frishberg & Partners», Консалтинговая 30онгресс «SIDCON» [1].

В Україні щороку проводиться велика кількість події, а саме виставки та конференції міжнародного та всеукраїнського масштабу за різними напрямками народного господарства. До крупних туристичних подій відносять міжнародні виставки в галузі туризмі UITT Ukraine International Travel and Tourism Exhibition («УКРАЇНА – Подорожі та Туризм») відбудеться 23-24 березня 2022 р. UITM – Ukraine International Travel Market (Міжнародна туристична виставка України) відбудеться 5-6 жовтня 2022 р. До ділових програм таких заходів відносять круглі столи за участю державних органів управління туризмом, посольств, міністерств, адміністрації, національних туристичних організацій, територіальних громад, об'єднань, профільних асоціацій, семінари від відомих туристичних операторів, презентації нових туристичних продуктів підприємствами туризму та гостинності, панельні дискусії по актуальним питанням сталого розвитку туризму, а також конференції. Кожного року актуальними питаннями панельних дискусій є «Майбутнє МІСЕ індустрії» та БЕЗПЕКА ТА ЯКІСТЬ в міському туризмі», організатором яких виступає Національна туристична організація України [48]. Також проводяться підсумки звітнього року та обговорення планів та підготовки на наступний рік за участю асоціацій Асоціація в'їзних туроператорів України (АІТО). Українська Асоціація Туристичних Агенцій (УАТА) [47].

Велика кількість туристичних операторів України спеціалізуються на організації ділових подорожей та МІСЕ-індустрії, до таких можна віднести

«Арктур» і DMC Україна надає послуги, які відповідають міжнародними стандартами з обслуговування в'їзного ринку, корпоративних та інсентив ринків, відвідування різних подій по Україні та повного пакету послуг для ділових подорожей по всьому світу [19]; «Динадис» займається організацією бізнес-подорожей по Україні та світу, корпоративними турами, допомагає в проведенні конференцій та виставок [26]; «Саттуру 31онгре енд 31онг сервіс» надає послуги для корпоративних клієнтів, організацією конференцій та заходів MICE та організацією ділових поїздок [44]; TUI організація відряджень та ділових заходів; Lumiere Travel Club надає послуги по організації ділових подорожей по всьому світу, працює з корпоративними клієнтами, організовує зустрічі, конференції, виставки та заохочувальні тури і тимблдинг [40]; MIBS GROUP спеціалізується на MICE в Україні та закордоном з повним спектром послуг від нарад та семінарів до конференцій, конгресів та виставок, а також заохочувальні програми та корпоративні тури [42].

Всі запропоновані туристичні оператори надають послуги бронювання квитків, готелів, страхування, консультування, організацію трансферту, візову підтримку, організацію конференцій та семінарів.

На ринку ділового туризму в Україні працюють спеціалізовані організації MICE-індустрії: BTL Group працює з корпоративними клієнтами організовує ділові поїздки, конгреси, професійні майстер-класи, заходи, конференції, презентації, тимблдинги, мотиваційні та інсентив-тури, PR-заходи, прес-тури та створює тури для партнерів, MMP форуми, серію семінарів B2B, яка об'єднує професіоналів MICE-індустрії по всьому світу, власні авторські натхненні тури для клієнтів і співробітників бізнес-організацій по всьому світу [23]; EVENTEX GROUP представлена групою компаній, які займаються організацією ділових заходів та технічного супроводу, організацією ділових подорожей та відпочинку, також надає обладнання в оренду та проводить корпоративні тренінги [27]; France Groupe Tourisme займається обслуговуванням в сегменті B2B по розміщенню в

найпрестижніших та якісних готелях, комплексне обслуговування ділових подорожей, індивідуальна розробка мотиваційних програм, організація ділових візитів та пошук міжнародних партнерів [28]; КИЙ АВІА окрім бронювання авіа залізничних та автобусних квитків подорожей, оформлення віз, оренди авто, страхування, надає послуги з організації ділових, організації заходів, vip-обслуговування, послуги fast line – персональний супровід в терміналах [8]; Avantage de Luxe Travel Company займається наданням послуг бронювання, організацією конгресів та торговельних виставок; Оператор ділового туризму та конференц сервісу MICE Travel головною задачею є бізнес орієнтованість, займається організацією різних заходів, інсентив-турами, конференціями, подіями, менеджментом подорожей, MICE space та підтримкою заходів в соціальних мережах [43] (Див. Додаток Б).

Україна є активним учасником міжнародних виставок ІТВ по всьому світу провідних виставок в Азії, Китаї, Берліні, Індії, Франкфурті, Барселоні, Мілані, Лас-Вегасі та інших країн. (Див. Додаток А).

Ділова активність та попит на ділові подорожі на пряму залежить від зростання економіки. Зі слів експертів діловий туризм активно розвивається навіть у кризу [7]. Це пов'язано з тим, що відновлення діяльності виробничих підприємств та сфери послуг потребує налагодження контактів та заохочення партнерів до співпраці.

Основними споживачами наступного року будуть організації медичних установ та фармацевтики, оскільки майбутній рік оголошено роком оздоровлення та медичного туризму. Тому попит на послуги галузі ділового туризму є постійним та залежить від того, яка галузь народного господарства є пріоритетною на даний час. Також є постійний попит на проведення ярмарок в гастрономії, оскільки пов'язано з первинними потребами людей та робочими візитами органів державної влади.

Україна йде в ногу з новими світовими тенденціями в галузі ділового туризму, кількість споживачем бізнес-туризму щороку збільшується, навіть перевищує загальносвітові темпи розвитку MICE-індустрії. Основні

покупці послуг ділового туризму IT-сфера, фармацевтичні компанії, продовольчі організації страхові організації та банківські установи. За даними експертів витрати на ділові подорожі складають 1-3 мільярди гривень та складають приблизно 5-13% від загальних витрат туризму. Очікується зростання попиту на послуги ділового туризму переважно на внутрішньому ринку [7].

Інформацію про проведення різних заходів України та світу (виставок, ярмарок, конференцій, форумів та семінарів) можна отримати з спеціалізованих інтернет-ресурсів міжнародних виставкових центрів (Див. Додаток В), де надана вся потрібна інформація та посилання на подію.

Державне агентство з розвитку туризму в Україні започаткувало проект «Tourism ReView», в межах якого проводить серію конференцій присвячених розвитку туризму, популяризації країни на світовому ринку туризму.

Перша сесія конференцій була призначена розвитку ділового туризму та мала назву «Розвиток ділового туризму та МІСЕ завдяки внутрішнім подіям» На сесії де були присутні представники різних туристичних організацій та асоціацій, було визнано бізнес-туризм важливим та пріоритетним видом туризму в Україні, який збільшує туристичні потоки. Також заплановано інвентаризацію закладів гостинності, підвищення маркетингової політики, налагодження міжнародної співпраці та участі в різних світових заходах, створення інтернет-платформи та візити лідерів думок, обрано орієнтир на внутрішній ринок розвитку туризму, який сьогодні найважливіший для ділового туризму в Україні.

Бізнес-центрами було визнано такі міста, як Київ, Харків, Одеса, Львів. Також відмічено необхідним створення цікавих локацій для майбутньої промоції України, яка має всі можливості та туристичні ресурси при співпраці бізнесу та держави зайняти достойне місце на міжнародному ринку ділового туризму [5].

Також, в Україні 5-7 жовтня 2021 року у м. Київ відбувся Міжнародний форум для професіоналів ділового туризму, який починався з 2015 року як

пілотний проєкт і на сьогодні вже має серію проведення різних ділових зустрічей на постійній основі. У цьому році форум об'єднав експертів галузі ділового туризму, на якому було проведено серію B2B workshop для представників MICE-індустрії, івент, конференц-сервісу та ділового туризму [1].

Запропоновані переліки спеціалізованих об'єднань, асоціацій, операторів MICE послуг та інформаційних джерел допоможуть обрати потрібну подію відповідно галузі народного господарства, допомогти з організацією заходу та сформуванню туристичного продукту, враховуючи всі наявні потреби та можливості, як по Україні та і по всьому світу.

2.2. MICE-індустрія в світі

На світовому ринку туризму існують різні організації, асоціації, конгреси, які здійснюють організаційну, інформаційну та аналітичну діяльність в напрямку ділового туризму [3].

До таких організацій відносять: (див. Додаток А)

- UNWTO – World Tourism Organization [51]. Всесвітня туристична організація створена для вирішення загальних проблем туризму та стимулювання розвитку туризму та має 17 цілей сталого розвитку, членом якої з 1997 року є Україна. Однією із цілей є партнерство, як необхідна основа розвитку туризму, а також підвищення обізнаності про роль туризму. Головний офіс знаходиться в Мадриді, Іспанія. Всесвітня туристична організація позиціонує туризм як пріоритетну галузь народного господарства шляхом побудови міцних партнерських відносин між країнами всього світу. Завданнями WTO є: використання інновацій та цифрової трансформації туристичного сектора; підвищення конкурентоспроможності туризму шляхом інвестицій та сприяння підприємницької діяльності; створення робочих місць, навчання та підготовка фахівців професіоналів на ринку туризму; забезпечення безпеки

при здійсненні подорожей та використання туристичного потенціалу країн, захист природної та культурної спадщини, надання соціальної та економічної підтримки. WTO надає всіляку підтримку туристичному сектору у всьому світі та сприяє розвитку туризму та збільшенню його внеску в світову економіку, мінімізуючи негативні наслідки та формуючи знання про туристичний ринок. До складу WTO входять різні туристичні організації, асоціації, державний сектор, навчальні заклади та приватний сектор представлени 159 країнами світу [51]. На сайті Всесвітньої туристичної організації, яка є провідною міжнародною організацією в галузі туризму представлена інформація про ключові показники ефективності виїзного та в'їзного туризму на національному та регіональному рівні, події всіх заходів, публікації присвячені галузі туризму, офіційна статистика, новини та різна корисна інформація, що стосується туристичної діяльності.

- GBTA – Global Business Travel Association [29]. Всесвітня асоціація ділового туризму це найбільша у світі професійна асоціація у галузі ділового туризму, яка включає понад 9000 членів та створена для забезпечення знаннями та ресурсам, необхідними для здійснення ділових подорожей та зростання бізнесу та кар'єри. Головний офіс знаходиться в Александрії, штат Вірджинія (США). Метою даної організації є надання провідних знань про ділові подорожі в усьому світі завдяки світи, дослідженням та спілкуванню. GBTA надає інформацію про різні події, освіту, результати досліджень, що стосуються ділових подорожей, новини та різну корисну інформацію [29].

ICCA – International Congress and Convention Association [34]. Міжнародна асоціація конгресів і конференцій це глобальна спільнота та центр знань для індустрії зустрічей міжнародних асоціацій. Головний офіс знаходиться у Нідерландах. ICCA є лідером світової асоціації в галузі міжнародних зустрічей, надає інформацію про освіту, канали зв'язку та можливості для розвитку бізнесу та спілкування. До складу ICCA входять понад 1100 компаній представлени 100 країнами світу. Перевагами вступу до ICCA для постачальників вступ до глобальної мережі, індивідуальне

навчання, реклама, зростання бізнесу; для асоціацій – індивідуальні пропозиції, запрошення на галузеві заходи, поради [34].

АСТЕ – Association of Corporate Travel Executives [20]. Асоціація керівників відділу корпоративних подорожей представляє світову індустрію ділових подорожей через її міжнародну пропаганду, освітні програми для керівників і незалежні галузеві дослідження. До складу АСТЕ входять провідні керівники туристичної галузі з 82 країн, які представляють індустрію ділових подорожей. Головний офіс знаходиться в Александрії, штат Вірджинія (США), а також офіси в Африці, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Канаді, Європі, Латинській Америці, Близькому Сході та Сполучених Штатах. За підтримки спонсорів основних сегментів галузі ділових подорожей АСТЕ розробляє та проводить освітні програми в ключових бізнес-центрах по всьому світу [20].

РАТА – The Pacific Asia Travel Association [46]. Тихоокеанська азіатська туристична асоціація є неприбутковою асоціацією, яка виступає каталізатором відповідального розвитку подорожей і туризму в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. До складу РАТА входять понад 650 учасників членів приватного та державного сектора, включаючи членів міжнародних авіакомпаній та аеропортів, організації гостинності та навчальні заклади, а також молодь у всьому світі. Головний офіс знаходиться в Банкоку, а також має офіси або представництва в Пекіні та Лондоні. РАТА сприяє підвищенню цінності, якості та сталого зростання подорожей і туризму всередині Азіатсько-Тихоокеанського регіону, забезпечує допомогу та захист, надає результати досліджень та інноваційні заходи для своїх організацій-членів [46].

WTTC – World Travel & Tourism Council [52]. Всесвітня рада з подорожей і туризму має головну мету – максимізувати інклюзивний та стійкий потенціал зростання сектору подорожей і туризму шляхом партнерства з урядами, напрямками, громадами та іншими зацікавленими сторонами для стимулювання економічного розвитку, створення робочих

місць, зменшення бідності, покращення безпеки та взаєморозуміння в усьому світі. Головний офіс знаходиться у Лондоні, Великобританія. Всесвітня рада з подорожей і туризму – це організація, яка визнає подорожі та туризм пріоритетною галуззю, балансує бізнес з культурою та навколишнім середовищем та прагне до довгострокового зростання туризму. WTTC є добровільною організацією, до складу якої входять всі організації та установи індустрії туризму від авіакомпаній і аеропортів до закладів ресторанного господарства, закладів розміщення та сфери гостинності, туроператорів і туристичних агенцій, онлайн-дистриб'юторів, круїзних ліній, інвестиційних компаній, страхових груп та індустрії технологій [52].

IAPCO – International Association of Professional Congress Organizers [33]. Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів створена для підвищення стандартів обслуговування серед своїх членів та інших секторів індустрії шляхом освіти та взаємодії з іншими професіоналами. Головний офіс знаходиться в Швейцарії. До завдань IAPCO відносять підтримку офіційних стандартів конгресів, конференцій та різних професійних заходів, сприяння вивченню теоретичних та практичних аспектів міжнародних конгресів, проводити дослідницьку роботу, обмін ідеями та досвідом [33].

TTRA – Travel and Tourism Research Association (Асоціація досліджень подорожей і туризму) [45] в індустрії є провідним джерелом глобальних даних та аналізу, заснованих на доказах в індустрії туризму. Головний офіс знаходиться в США. Асоціація об'єднує дослідницьку спільноту подорожей та туризму – викладачів університетів, практиків-професіоналів та користувачів досліджень, щоб вони могли спілкуватися, співпрацювати та створювати ідеї особисто та за кордоном. Завдання TTRA покращити туристичну індустрію, підтримуючи якісні дослідження в галузі туризм [45].

IHRA – International hotels and restaurants association [35]. Міжнародна асоціація готелів і ресторанів це міжнародна торгова асоціація, яка займається виключно просуванням і захистом інтересів готельної та

ресторанної індустрії в усьому світі. Головний офіс знаходиться у Женеві, Швейцарія. IHRA є неприбутковою організацією, яка офіційно визнана Організацією Об'єднаних Націй та контролює всі міжнародні агенції від імені індустрії гостинності. До складу IHRA входять різні асоціації готелів та ресторанів міжнародного, національного та регіонального рівнів, готельні та ресторани мережі, заклади ресторанного та готельного господарства, інвестори, забудовники, незалежні готельєри та ресторатори, навчальні центри та навчальні заклади. IHRA надає всім своїм членам захист бізнес-інтересів, допомогу в створенні мережі, інформацію про різні події, об'єднує та зміцнює галузь по всьому світу, представляє інтереси галузі, міні торить питання, пов'язані з туристичною діяльністю, створює глобальні ради з галузевих питань та надає підтримку [35].

До видатних заходів світу можна віднести такі події, як Global Meeting & Incentive Travel Exchange (GMITE) єдина в MICE-індустрії приватна подія, що проводиться у приватних апартаментах, що відбудеться 29 червня-1 липня 2022 року у Лас-Вегасі збирає найкращих організаторів зустрічей та покупців з усього світу разом з постачальниками всіх галузей народного господарства [31]; IBTM – Global Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition with Conferences (Міжнародний конгрес з ділового туризму), який відбудеться 29 листопада – 1 грудня 2022 р. в Барселоні. IBTM є провідною подією MICE-індустрії, має мету надихнути світ подій для надання виняткових вражень для створення кращих результатів в бізнесі, об'єднує понад 100 країн, має понад 3000 напрямків великим колом відвідувачів [30]; IMEX – Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events (Міжнародна виставка ділового туризму) яка відбудеться 26-28 квітня 2022 р. у Франкфурті збирає всіх експертів з технологій подій в галузі освіти [50] та 11-13 жовтня 2022 у Лас-Вегасі збирає понад 8600 учасників; ITB Berlin Convention (Міжнародна туристична виставка) яка відбудеться 8 березня 2023 р. у Берліні збирає професіоналів у сфері туризму та ключових гравців світової туристичної індустрії [36]; BIT MiLano (Міжнародна туристична

біржа) яка відбудеться 11-15 лютого 2022 р. в Мілані ВІТ - Міжнародна туристична біржа завжди була виразом бажання подорожувати, відкривати для себе місця та напрямки, близькі та дальні [22]; ВІТ ASIA Провідна азійська туристична виставка яка відбудеться 19-21 жовтня 2022 р. в Сінгапурі , це щорічна B2B виставка і конгрес для індустрії туризму та головна подія для туристичної індустрії Азіатсько-Тихоокеанського регіону [37], 4-8 квітня в Індії щорічна виставка та конференція організована для ознайомлення з туристичним ринком та об'єднує лідерів туристичної індустрії та різних сегментів MICE, Leisure, Corporate та Travel & Technology [39]; ВІТ China в Китаї це найбільша виставка B2B-Exclusive, орієнтована на китайський туристичний ринок, яка об'єднує найкращих покупців Китаю з професіоналами галузі з усього світу та пропонує різноманітні заходи та унікальну найсучаснішу систему підбору партнерів, щоб покращити спілкування та максимізувати ділові можливості, де одночасно проходить туристична конференція [38].

За оцінками WTO [51], у 2020 році кількість міжнародних туристичних прибутків становить 1,56 млрд, а у 2030 році досягне 1,8 млрд., де 1,2 мільярда з цієї кількості становитимуть поїздки в сусідні країни (регіональні), а 0,4 мільярда – тривалі дистанційні поїздки (міжобласні). Подорожі на далекі відстані матимуть вищу тенденцію зростання (5,4 %/рік), ніж поїздки на короткі відстані (3,8 % рік). З точки зору надходження від міжнародного туризму, за оцінками, досягає 2000 мільярдів доларів США у 2020 році [49].

У звіті WTO за 2021 р. про основні тенденції подорожей та туризму зазначено, що останні прогнози за жовтень 2021 року не лише показують перспективні можливості зростання на внутрішньому ринку за 2021 рік; а також зростання міжнародних подорожей, яке ще збільшиться у 2022 році та буде зростати і далі. Після зниження витрат на 49,1% у 2020 р., що майже на 4,5 трильйона доларів США, прогнозується, що ВВП подорожей і туризму зросте на 30,7% у 2021 році та на 31,7% у 2022 році. Зростання міжнародних

витрат у 2021 році буде відставати від внутрішніх через продовження обмежень на подорожі. Однак, за прогнозами, у 2022 році міжнародні витрати можуть перевищити внутрішні, оскільки все більше напрямків пом'якшують обмеження та кількість вакцинованих продовжує зростати.

За прогнозами, після зниження світові внутрішні витрати у 2020 році зростуть на 45%, у 2021 році – на 41,5%, у 2022 році – на 24,3%. Після зниження міжнародні витрати в усьому світі мають зрости на 69,4% у 2020 році у 2021 році – на 9,3%. у 2022 році – значно на 93,8% [52].

За даними експертів лідером МІСЕ – індустрії є Китай (Пекін, Шанхай), також пріоритетними країнами організації бізнес-туризму є США (Лас-Вегас, Нью-Йорк), Німеччина (Берлін), Італія (Мілан), Іспанія (Барселона), Франція (Париж), Лондон, Мехіко, Азія (Сінгапур) та інші країни. Значним попитом користуються корпоративні тури з великою кількістю відвідувачів (100-500 осіб) в незвичайних місцях для отримання вражень [7].

Враховуючи складність ділових подорожей, виміряти обсяги дуже складно. Дані збираються на різних базах у різних країнах, між збором даних та їх публікацією може пройти багато часу. Крім того, деякі дані збираються в комерційних цілях і ніколи не публікуються.

2.3. Взаємодія суб'єктів індустрії ділового туризму

До суб'єктів індустрії ділового туризму можна віднести як споживачів послуг ділових подорожей, так і постачальників – спеціалізованих організацій галузі ділового туризму та підприємств туристичної індустрії.

Споживачі послуг ділового туризму приватні виробничі підприємства та підприємства сфери послуг, суб'єкти господарської діяльності всіх галузей народного господарства, державні підприємства та представники уряду. Та державної влади.

Постачальники туристичних послуг це туристичні оператори, туристичні агенції, які спеціалізуються на організації ділових подорожей,

заклади ресторанного та готельного господарства, страхові компанії, візові центри, організації транспортного обслуговування, авіакомпанії, екскурсійні бюро, бюро перекладів, об'єкти проведення заходів та розваг.

Спеціалізовані організації в галузі ділового туризму, які займаються організацією та плануванням зустрічей, семінарів, проведенням виставок, конференцій, ярмарок та вирішенням різних організаційних питань, проводять переговори, забезпечують фінансовий контроль та сприяють розвитку бізнес туризму [14].

Тільки об'єднана та спільна праця суб'єктів ділового туризму може сприяти ефективному розвитку бізнес туризму, збільшенню туристичних потоків та доходів від бізнес подорожей та привабливості країни та території.

Особливу роль діловий туризм має на ефективність управління підприємств та її конкурентоспроможності на ринку. Підприємствам сьогодні недостатньо використовувати традиційні методи управління, необхідним є використання сучасних підходів, таких як тимблдинг та інсентив-тури. Діловий туризм допомагає налагодити ділові зв'язки, підвищити імідж, залучити нових клієнтів, підвищити продуктивність праці та творчої активності, заохотити і поєднати у неформальній обстановці керівників та працівників підприємства працювати на досягнення загальної мети підприємств та кар'єрний розвиток. А також це можливість поєднувати роботу та відпочинок [9].

Сьогодні в Україні організацією ділових подорожей займається чимало туристичних операторів та туристичних підприємств, але пріоритетним напрямком стратегії розвитку туризму є формування більшої кількості спеціалізованих підприємств з організації бізнес подорожей на різних видах туризму, організації та проведення виставок., ярмарок, конференцій та інсентив-турів [17].

Діловий туризм співпрацює з широким спектром бізнес-корпорацій: готельними мережами, закладами ресторанного господарства,

туроператорами, туристичними агенціями, івент-агенціями, pr-агенціями, організаторами торгових ярмарків і виставок, бізнес-центрів, які об'єднані в більшості країн у професійні структури або об'єднання, що носять назву «Конвгрес бюро» [49].

Згідно з визначенням Міжнародної асоціації конференцій та бюро відвідувачів International Association of Convention Visitors Bureaus (IACVB), поняття «конгрес бюро» визначає ті неприбуткові організації, які мають на меті представляти конкретне призначення та заохочувати до довгострокового розвитку місцеві громади через стратегії та політику розвитку туризму [32].

У всьому світі організацію зустрічей, конференцій та виставок, ділового та мотиваційного туризму (MICE-індустрія), представляє Конгрес-бюро, яке є динамічним явищем з численними оперативними або асоціативними структурами між професіоналами; організаціями, які представляють структуру асоціації.

Конгрес-бюро єдина професійна організація присвячена виключно індустрії зустрічей, до якої входять члени кількох державних та приватних компаній, діяльність яких пов'язана з організацією заходів: конгреси, конференції, семінари, спеціалізовані виставки, національні та міжнародні ярмарки, фестивалі, розвиток дестинації, менеджмент, бізнес та мотиваційний туризм.

Конгрес-бюро взаємодіє та поєднують всіх суб'єктів індустрії туризму з компаніями організаторами заходів (продюсерами подій), конференц-центрами (корпоративні продажі, первинні зустрічі, обслуговування заходів); готелями (надання приміщення, конференц-залів, послуг кейтерингу, банкетів), організаціями туристичних послуг (послуги транспорту, логістики, заохочувальна тури), організаторами професійних конференцій (складання договору з організаторами зустрічей, обслуговування логістики на місці-розміщення, прописка, місцевий транспорт, спонсорство, підготовка зустрічей, соціальні програмні заходи, розваги тощо), компаніями з організації виставок (продюсери торгових та споживчих), місцевою та

національно. владою (підтримка MICE-індустрії через інвестування, фінансова підтримка, протоколи, підтримка дорожнього руху та безпеки, дозвіл на спеціальні заходи), приймаючим комітетом (видає офіційне запрошення для груп, планує соціальну програму під час заходів). В цієї взаємодії конгрес-бюро є єдиною точкою, яка представляє пункт призначення для споживачем ринку MICE, досліджує потенційні конгреси, організовує сайти, готує тендерні пакети, підтримує розвиток виставок, займається промоцією відвідування заходів, розвитком та координацією індустрії [5].

Висновки до розділу 2

Діловий туризм в Україні є пріоритетним напрямком в розвитку туризму та має значний вплив на міжнародний та внутрішній туризм. Сегмент ділового туризму в Україні є недостатньо розвиненим, але активно розвивається та має всі можливості та туристичні ресурси. В Україні існує достатня кількість спеціалізованих туристичних організацій, які надають необхідні послуги для здійснення ділових подорожей та відповідають потребам споживачам. До формування бізнес-турів задіяні як організації індустрії туризму так і профільні підприємства, які надають послуги з організації івентів, та різних подій, ярмарок, виставок, конференцій. Найпотужнішою організацією в сфері туризму в Україні є Національна туристична організація України та Асоціація ділового туризму в Україні.

У світі діловий туризм є більш розвиненим видом туризму за проведенням різних заходів та подій, ділових відряджень. Найпотужнішою організацією на всесвітньому ринку туризму є Всесвітня туристична організація, яка сформована вирішення проблем туризму шляхом партнерства та співпраці, членом якої є Україна. В галузі ділового туризму найпотужнішою є Всесвітня асоціація ділового туризму. Діловий туризм стрімко розвивається по всьому світу, а саме в США, Європі, Азії та інших країнах.

Індустрія ділового туризму представлена великою кількістю спеціалізованих підприємств, які плідно взаємодіють між собою та представляють собою структуру об'єднань конгрес-бюро.

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

3.1. Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму

Основною проблемою розвитку ділового туризму є пандемія COVID-19 та її наслідки. Закриті кордони та обмеження переміщень негативно вплинули на розвиток туризму. Провести ярмарки та виставки, здійснювати ділові візити за кордон було не можливо. Проведення конференцій, форумів, круглих столів та семінарів перейшли виключно на дистанційну форму та проходили в он-лайн режимі. Нова форма проведення різних заходів та подій поєднавши віртуальну форму, яка негативно відобразилась на індустрії туризму, була основною темою усіх зустрічей та конференцій, а саме стійкість бізнесу та його розвиток в умовах пандемії COVID-19 які проходили у 2020 та 2021 році [21].

Ситуація з пандемією призвела до того, що здійснювати міжнародні подорожі біло дуже складно і навіть деякий час було неможливо, показники виїзного та в'їзного туризму стали швидко скорочуватись, що в свою чергу призвело до активного росту внутрішнього туризму.

До проблем розвитку ділового туризму можна віднести також:

- низьку якість обслуговування та відсутність належного рівня якості надання послуг закладами готельного господарства для проведення бізнес-візитів. Це відсутність конференц-залів, відповідного обладнання для проведення конференцій та послуг дозвілля, спеціалізованих організацій індустрії ділового туризму. В Україні наявність відповідних закладів орієнтованих на бізнес туризм, яка відповідає міжнародним стандартам бізнес-класу є дуже маленькою.

- відсутність в Україні стандартів та технічних регламентів, які відповідають міжнародним та європейським стандартам об'єктів туристичної інфраструктури та застаріла матеріальна технічна база та бізнес-центрів для

створення комфортних умови здійснення ділових подорожей іноземними представниками бізнесу,

- недостатнє інвестування в об'єкти туристичної індустрії, які залишились у тому ж вигляді з часів Радянського союзу, необхідною є модернізація таких комплексів що мають значні території та великі приміщення та можуть використовувались для проведення різних заходів в галузі ділового туризму, поєднавши роботу та відпочинок [17].

- недостатня кількість професійних кадрів та відсутність відповідної підготовки висококваліфікованих працівників, які на високому та якісному рівні організовували різні заходи, конференції, конгреси, форуми та інші події ділового туризму, а також займались корпоративним обслуговуванням та формування відповідного туристичного продукту. Для рішення цієї проблеми потрібно приєднатись до співпраці та підготовки кадрів конкурентоспроможних на ринку праці закладам вищої освіти, примати участь у подальшій перепідготовці кадрів [16].

Національна туристична організація України проводить серію тренінгів для підготовки фахівців з туризму на платформі <https://prometheus.org.ua/>, але з напрямку ділового туризму відповідних тренінгів немає. Державне агентство з розвитку туризму України однією з цілей на 2020-2024 р. має розвиток ділового туризму та якість і освіта [5]. Асоціація ділового туризму в Україні має проект по створенню умов для побудови комплексної підготовки та перепідготовки кадрів ділового туризму та МІСЕ-індустрії. Але цього замало і на сьогодні все ще відкрито питання о доцільності вищої освіти в галузі ділового туризму, адже існуючи спеціальності не дають відповідну підготовку, а саме недостатньою є практична частина або навіть її відсутність та спеціалізуються на туризмі, не на бізнес подорожах. Причиною тому є недостатня кількість спеціалістів цього профілю та відсутність досвіду [1].

- відсутність світової мережі готельних ланцюгів, а також національних ланцюгів негативно впливає на розвиток ділового туризму в Україні [17],

- не врахування української специфіки, національних традицій та колориту в організації ділових подорожей в Україну. Врахування національної специфіки при формуванні туристичного продукту в галузі ділового туризму дозволить підвищити імідж країни у світі та просування її територій на внутрішньому ринку, а до робочої поїздки додасть позитивних вражень та отримання задоволення від включення культурно-розважальної програми до ділових візитів [16].

Але не зважаючи на проблеми розвитку ділового туризму в Україні зберігається тенденція розвитку та зростання попиту на послуги організації ділових подорожей та подій, яка щороку зростає все більше. Отже, діловий туризм має всі перспективи розвитку у майбутньому навіть в умовах пандемії COVID-19.

До перспектив розвитку можна віднести збільшення кількості організації семінарів та конференцій офлайн, тому що бізнес-туризм зосереджений саме на їх проведенні. Деякий час ці заходи проводились онлайн через ситуацією з пандемією COVID-19. Але попит на туристичні послуги буде існувати завжди, хоча деякий час він був відкладений, що призведе до того, як тільки кордони будуть відкриті, зменшаться обмеження пересування та відновляться подорожі, попит відразу буде зростати швидкими темпами. Споживачі бізнес-туризму зможуть вільно планувати свої відрядження для бізнес-візитів не тільки всередині країни, а також по всьому світу [52].

Об'єднання та співпраця ділових центрів та сучасної індустрії туризму призведе до збільшення робочих місць, сприятиме економічному та соціальному розвитку країни та підвищить імідж України на світовому ринку та дозволить відтворити національне середовище [17].

Також до перспектив розвитку бізнес туризму можна віднести поширення гібридних моделей ведення бізнесу з будь-якої точки світу, які дозволять поєднувати роботу з дозвіллям. Це надає можливості більше часу знаходити на працю в інших місцях та призведе до збільшення таких форм

туризму як Bleisure поїздки, а саме “workcations” або “flexcations”, які поєднують роботу та відпочинок, завдяки гнучкому графіку роботи. Такі форми подорожей дають змогу більшій кількості мандрівників випробувати нові напрямки та допомагають стимулювати відновлення подорожей та туризму. Крім того, 40% мандрівників висловили готовність до карантину перед відпусткою це означає, що вони можуть працювати віддалено по всьому світу [52].

У довгостроковій перспективі, у споживачів бізнес подорожей є потреба в туристичних продуктах, які будуть задовольняти їх гібридні потреби на триваліше перебування. Ці потреби можуть відрізнитися від короткострокових бізнес-візитів зручностями, заходами, більш гнучкими умовами бронювання. Тривалі та постійно змінні обмеження призвели ідо зміни бронювання. Вже немає потреби бронювати заздалегідь, а є потреба на гнучкі бронювання з політикою повернення коштів у випадку скасування, до якої вже адаптувались постачальники туристичних послуг (заклади розміщення, та організації з надання транспортних послуг). Це пов'язано в першу чергу з наслідками пандемії COVID-19 та необхідністю скасування подорожі на випадок хвороби, тому безкоштовні зміни та повернення коштів є основною причиною вибору того чи іншого готелю та постачальників транспортних послуг. Сьогодні гнучка політика скасування, повернення коштів та перебронювання важливіша навіть ніж до COVID-19, особливо коли це стосується корпоративних подорожей з великою кількістю учасників. Це стосується також тривалості перебування, вартості та умов сплати депозиту. Споживачі послуг мають бажання уникнути штрафні санкції та витрати. Однак безкоштовні скасування мають фінансові наслідки, тому постачальники туристичних послуг найчастіше пропонують відстрочення.

Вікна бронювання для готелів та авіарейсів має тенденцію до скорочення, за період з 2019 до 2021 року вони скоротились більш ніж в два рази (авіаквитки - з 53 днів до 23днів, готелі - з 32 днів до 10). Таке збільшення скорочення вікон бронювання пояснюється високою

невизначеністю обмеження на поїздки під час пандемії. Та може бути тимчасовим явищем [52].

Наслідки пандемії призвели до тенденції збільшення бронювання наперед, які і надалі продовжують зростати по всьому світу, що в свою чергу призвело до зменшення бронювань день в день та зменшується надалі. Для планування своїх подорожей споживачі незалежно від цілей візиту мають потребу в бронюванні подорожей заздалегідь замість кількох днів до від'їзду, отже, бронювання в короткий термін не залишаться у довгостроковій перспективі. Зараз активно здійснюються бронювання подорожей на візні події. Які відбудуться у майбутньому, чекаючи на зменшення обмежень та послаблення умов в'їзду в ту чи іншу країну/

Одним із найперспективніших напрямків розвитку ділового туризму є консалтинг для корпоративних клієнтів, допомога у проведенні тендерів на вибір тревел-агентства, побудова тревел-політики, надання консультацій керівникам про ведення бізнесу, управління організації та персоналом. Це найцікавіша сьогодні область для підприємців, як малого та середнього, так і великого бізнесу. А для початківців діловий туризм – гарна школа офісного працівника та започаткування власної справи, що відчиняє двері у великий бізнес [1].

3.2. Шляхи розвитку ділового туризму в умовах пандемії

До шляхів розвитку ділового туризму в умовах пандемії COVID-19 можна віднести, такі:

- дотримання карантинних умов (наявність сертифікатів про повну вакцинацію проти COVID-19 або негативного результату ПЛР тесту чи експрес-тест на COVID-19, дійсний 72 години з моменту складання, маскового режиму, організування місць для обробки рук антисептиком та проведення температурного скринінгу, використання великих приміщень для проведення заходів та розміщення учасників ділових зустрічей, які дозволяють перебування не більше однієї особи на 4 кв. метри або

заповнення приміщення до дві третини, збільшити кількість прибирання приміщень та дезінфекції [10],

- залучення до співпраці медичних закладів та фармацевтичних установ, які можуть надати відповідну підтримку та продукти для проведення ділових візитів та подій (антисептики, маски, термометри, дезінфікуючі засоби, рукавички, респіратори, санітайзери та іншу продукцію та забезпечити медичним персоналом),

- використання нових технологій – комбіноване проведення заходів в офлайн та онлайн форматі, що дозволить здійснювати діловий візит на випадок хвороби або інших причин за якими здійснити візит буде не можливо, інтернет-просування, створення сайтів подій, електроні продажі квитків, онлайн-бронювання для задоволення потреб учасників та їх комфорту,

- залучення більшого кола учасників, а саме споживачів послуг (цілодобовий доступ до закладів розміщення, розширення цілодобової підтримки бізнес-центрів, доступність внутрішніх і міжнародних перельотів та авіаційного сервісу, залучення до з'їздів та зустрічей). Налагодження відносин, укладання угоди та підписання договорів є основною причиною збільшення кількості ділових подорожей, масштаби яких зростають по мірі розширення бізнесу всередині країни так і за її межами. Організація великих подій (конференцій, форумів, конгресів, самітів, виставок) вимагає від організаторів заходів проведення ефективної маркетингової політики,

- створення туристичної інфраструктури для проведення ділових візитів з використанням різних платформ, баз, великих територій, обладнаних усіма необхідним для розміщення, використання сучасної техніки та технологій для проведення ділових зустрічей,

- створення національних та міжнародних готельних ланцюгів, які відповідають міжнародним та європейським стандартам якості та відповідають потребам іноземних відвідувачів закладів розміщення з

використанням франчайзингової діяльності, як засобу партнерських відношень ведення та розширення бізнесу,

- залучення внутрішніх та іноземних інвестицій для побудови туристичної індустрії та створення нових бізнес-локацій, закладів розміщення орієнтованих на споживачів галузі ділового туризму та інвестиційної привабливості,

- формування спеціальних туристичних продуктів для учасників ділових візитів та конгресів (у міжнародних виставках, форумах, конференціях приймають участь представники з різних країн світу, тому важливо включити до програми турів культурні та розважальні заходи, екскурсії, огляд пам'яток архітектури, спортивні розваги – гольф, оздоровчі програми – спа та інші),

- врахування потреб супроводжуваних (супроводження членів сім'ї учасників ділових візитів активно користуються попитом останнім часом при здійсненні ділових подорожей для дітей – ігрові кімнати, послуги нянь, екскурсії, для жінок салони краси, шопінг, для чоловіків – спортивні зали та інше для комфортного та корисного проведення часу),

- отримання емоції та пошук пригод (дуже актуальним напрямом сьогодні є отримання вражень, особливо при проведенні тимблдингу для робітників різних компаній та організацій, корпоративних турів, які спрямовані на згуртування колективу, виявлення та розкриття лідерства, командної роботи – це може бути рафтинг, серфінг, каякінг, дайвінг, проведення тематичних квестів, ігри в мафію та інші екстремальні розваги та цікаві ігри),

- співпраця з закладами розміщення орієнтованих на бізнес-туристів, які включають програми вихідного дня та мають власний гольф-клуб, театр, ресторан, зали для проведення різних подій організовують виставки, анімацію, музикальний супровід, шоу-програми та інші культурно-розважальні програми, надають інформацію про авіарейси. Наявність таких послуг є не тільки клієнтоорієнтовані на споживачів даного продукту, а

також допомагають підтримувати та розвивати бізнес, отримувати додаткові прибутки [5],

- розвиток інфраструктури аеропорту, проведення інвентаризації, створення умов для праці учасників ділових подорожей, наявність бізнес-центрів, доступу до мережі Інтернет, робочі зони, комфортні бізнес-зали міжнародних та внутрішніх польотів (стаціонарні комп'ютери з Інтернетом, принтери, копіювальна техніка, преса, напої, їжа, зони відпочинку). На сьогоднішній день подібні бізнес-зали в Україні є в аеропорту Києва, Харкова та Львова для держателів карток Mastercard World Elite World Black Edition, а також у світових столицях Грузії (Батумі, Тбілісі), Угорщини (Будапешт), Румунії (Бухарест), Молдови (Кишинев), Австрії (Відень), Чехії (Прага) та є безкоштовними[2],

- залучення до співпраці для здійснення бізнес-візитів банківські установи, які є основною умовою розрахунку міжнародних подорожей і допоможе швидко та безпечно переводити гроші, перераховувати кошти на рахунки партнерам, банкам по всьому світу, вирішити проблеми пов'язані з B2B платежами та оптимізувати їх ефективність та контроль використовуючи найсучасніші технології послуги цифрового гаманця та підвищувати ефективність та розвивати свій бізнес, оформлювати покупки. Інвестувати, боротися з шахрайством не залежно від місця знаходження у даний час з будь-якого куточку світу [2],

- залучення більшого кола учасників – спеціалізованих компаній, які займаються організацією та проведенням масштабних зустрічей та конгресів з міжнародним досвідом роботи організації подібних заходів через ефективну рекламу та креативні локації. Зокрема, акредитовані професійні організатори конференцій, акредитовані організатори виставок з певними стратегіями проведення ділових зустрічей та форумів світового рівня та корпоративного напрямку та туристичним потенціалом [5],

- активна співпраця з закладами туристичної індустрії готелями, конференц-центрами, закладами ресторанного господарства, організаціями

транспортного обслуговування, центрами розваг та відпочинку, оздоровчі та рекреаційні установи для розробки нових туристичних пропозицій та турпродуктів в галузі ділового туризму, а також бізнес-центри і торгівельні центри, які можуть надати консультативні послуги, пропозиції та аналітичні центри для дослідження та економічного впливу від проведення ділових зустрічей та заходів [5] ,

- підготовка кваліфікованих кадрів та дипломованих спеціалістів в галузі ділового туризму з організації ділових візитів, зустрічей, конференцій, форумів та конгресів світового рівня з великою часткою практичної частини, відповідних міжнародним стандартам якості надання послуг ділових подорожей. Можливе використання для корпоративних клієнтів найбільшої платформи онлайн-освіти в Україні Prometheus.

3.3. Розроблення програми ділового візиту відвідування міжнародної виставки

Запропонована програма ділового візиту розроблена відповідно обраного тематичного напрямку 2022 року Національною туристичною організацією України присвяченому оздоровленню та медичному туризму для проведення міжнародної медичної виставки PUBLIC HEALTH 2022, яка відбудеться з 5 по 10 жовтня в Україні у м. Київ в міжнародному виставковому центрі на Броварському проспекті 15, де запрошені всі представники медичної індустрії – керівники обласних і районних управлінь, керівники медичних установ, головні лікарі, медсестри, практикуючі лікарі, завідувачі лабораторій, лаборанти, фармацевти, провізори, технологи, аптечні мережі, магазини медичної техніки, державні службовці, представники міністерств та відомств, керівники санаторіїв, лікувально-профілактичних закладів . центрів крами, лідери думок та блогери. З всією необхідною інформацією, щодо проведення міжнародної виставки, підготовлених заходів для учасників та відвідувачем (конференцій, конгресів, семінарів, майстер класів та тренінгів) та безкоштовним сервісом створеного

для зручності та максимальної роботи виставки можна знайти на сайті організатора заходу PUBLICHEALTH

Офіційне відкриття виставки заплановано на 5 жовтня о 10 год. 30 хв., виставка працюватиме з 10 00 до 18.00 кожного дня 5 та 6 жовтня, та з 10.00 по 16.00 – 7 жовтня.

Програма розрахована на 6 днів з урахуванням роботи міжнародної медичної виставки на візит міжнародної делегації з різних країн світу

1 день - 4 жовтня

Зустріч учасників в аеропорту «Бориспіль» в залежності від розкладу авіарейсів, трансфер до готелю.

Заселення у готель, розташований недалеко від місця проведення виставки з 14.00-15.00.

Розміщення учасників виставки у 5-зірковому готелі Fairmont Grand Hotel Київ, який користується попитом серед іноземців за якістю послуг. На території якого є ресторан White, в якому можна замовити європейську, китайську та українську кухню, спа-центр та тренажерний зал в комфортабельних номерах з робочим місцем та Wi-Fi. Для бронювання готелю не потрібна передплата та є послуга безкоштовного скасування. Вартість розміщення за 5 ночей складає 46000 грн. Готель надає трансфер з та до аеропорту. Заселення в готель з 15.00, виїзд до 12.00. При бронюванні більше 7 номерів готель надає додаткові умови проживання. Також готель приймає для розрахунків картки Mastercard, American Express, Visa.

Іншим варіантом розміщення є Natsionalny Hotel, розташований в центральному діловому районі Києва біля Хрещатика з видом на місто, у комфортабельних номерах з робочим місцем та Wi-F та включеним сніданком. Також для бронювання готелю не потрібна передплата та є послуга безкоштовного скасування. Заселення в готель з 14.00, виїзд до 12.00. Вартість проживання 20000 грн. Приймаються для розрахунків картки Mastercard, Maestro, Visa. В готелях діють всі заходи безпеки, фізичного дистанціювання, прибирання та дезінфекція, безпека їжи та напоїв При

заселенні в готелі необхідно надати сертифікат про повну вакцинацію проти COVID-19, дійсний протягом 72 години негативний результат тесту.

18.00 - офіційна зустріч з організаторами події та обговорення робочих моментів.

19.00 - вечеря у готелі

20.00 - Вільний час

2 день – 5 жовтня

8.00 – сніданок у готелі

9.30 - трансфер до міжнародного виставкового центру.

10.30 – офіційне відкриття виставки та відвідування заходів виставки, час роботи першого дня з 10.00 по 18.00.

18.00 - трансфер до готелю.

19.00 – вечеря у готелі та підведення підсумків першого дня .

20.00 - вільний час

3 день – 6 жовтня

8.00 - сніданок,

9.30 - трансфер до міжнародного виставкового центру.

10.00 - відвідування заходів міжнародної виставки, час роботи другого дня з 10.00 по 18.00.

18.00 - трансфер до готелю

19.00 - вечеря у готелі та підведення підсумків другого дня .

Вільний час.

4 день – 7 жовтня.

8.00 - сніданок

9.30 - трансфер до міжнародного виставкового центру.

10.00 – відвідування заходів виставки, час роботи третього дня з 10.00 по 16.00.

16.00 – трансфер до готелю

17.00 - екскурсія по Києву (Михайлівська площа та Михайлівський Собор, Оперний театр, Золоті Ворота, Софійська площа та Софійський

Собор. Володимирський Собор. Майдан Незалежності, Річковий Вокзал, Фунікулер, Контактна площа, Монумент Батьківщина-Мат). Трансфер до готелю.

21.00 - урочиста вечеря у одному з найкращих ресторанів Києва BEEF meat & wine, який знаходиться у центрі міста з організаторами виставками та діловими партнерами та підведення підсумків роботи міжнародної виставки.

5 день – 10 жовтня.

8.00 – сніданок

10.00 - екскурсія в Києво-Печерську Лару одну з най відомих християнських пам'яток світу заснована до 1051 року, яка містить понад 200 мощей та відноситься до об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

14.00 – обід у кулінарній студії Gastroloft з відкритою терасою на висоті 100 метрів та насолодитись неймовірними видами на Київ.

15.00 вільний час.

За бажанням відвідування квест-комнати CHERNOBYL, де можна поринути в минуле та стати очевидцем подій, які змінили світ. Або відвідати майстер-клас зі створення ляльки-мотанки для відчуття духу українського автентичного мистецтва.

20.00 - вечеря у ресторані української та сучасної української кухні Хуторець на Дніпрі, в меню якого зібрані позиції з усіх регіонів України та грає жива національна музика.

6 день – 9 жовтня

7.00 – сніданок у готелі,

8.00 – екскурсія в етнографічний музей під відкритим небом, який знаходиться під Києвом в селищі Пирогово, заснований в 1969 році має площу 150 гектарів та понад 300 екскурсійних об'єктів.

12.00 - виїзд з готелю,

12.30 - трансфер до аеропорту.

Програма ділового візиту спрямована з врахуванням головної цілі візиту та задоволення потреб у відпочинку та дозвіллі, вміщує відвідування

міжнародної медичної виставки та основних заходів програми виставки (участь у запланованих робочих зустрічах, конгресах, конференціях, семінарах та тренінгах), а також ознайомлення з українською історією, національною культурою, та місцями відпочинку та розваг задля отримання яскравих та позитивних вражень.

Вартість туру при розміщенні готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv розрахована на групу у складі двох осіб 65700 грн. або 32850 грн. на одну особу, та при розміщенні у готелі Natsionalny Hotel вартість з двох осіб складає 39700 грн. або 19850 грн. на одну особу. Вартість туру не враховує авіаквитки та участь у міжнародній конференції, яка залежить від кількості стендів, обладнання, рекламних матеріалів та може змінюватись від кількості учасників групи ділового візиту та їх потреб.

Висновки до 3 розділу

Розвиток ділового туризму в Україні має свої проблеми, які в більшості пов'язані з наслідками пандемії COVID-19, карантинними обмеженнями в'їзду та виїзду між країнами, скасування проведення різних бізнес-подій, а також не відповідністю міжнародним стандартам, не якісному обслуговуванню, відсутністю спеціалізованих об'єктів розміщення та готельних ланцюгів, обмеженістю фінансових ресурсів, недостатньою туристичної та МІСЕ-індустрії та відсутністю практичного досвіду в підготовці фахівців індустрії ділового туризму.

Але врахування існуючих проблем не заперечує перспективність даного виду туризму, який має тенденцію до зростання та очікується на збільшення цього напрямку в загальному обсязі туризму. Запропоновані шляхи розвитку ділового туризму в умовах пандемії допоможуть розвивати та покращувати якість надання послуг ділового туризму, що має відображення на формування позитивного іміджу України на світовому ринку туризму.

Розроблений туристичний продукт організації робочого візиту та відгону обрано з урахуванням тематики майбутнього року, присвяченого оздоровленню та медичному туризму. Програма відвідування міжнародної медичної виставки дозволить іноземним відвідувачам скласти позитивне враження від України, надавши комфортні умови для плідної співпраці.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження та аналіз наукових та інформаційних джерел дозволило виконати мету кваліфікаційної роботи і виявити розвиток ділового туризму перспективним напрямком туризму в Україні, який буде актуальним завжди, так як може поєднувати в собі інші види туризму, використовувати послуги туристичної індустрії та МІСЕ.

При виконанні мети дослідження кваліфікаційної роботи було виконано такі завдання.

У першому розділі розглянуто теоретичні методичні засади розвитку ділового туризму, з допомогою дослідження історії розвитку ділового туризму у світі з виділено три етапи розвитку (зародження, розвитку та відновлення), розглянуто основні напрямки та види галузі ділового туризму, та його сучасні форми інсентив-тур і МІСЕ, доведено сучасність напрямку ділового туризму, та використання інноваційної техніки та технологій для проведення різних подій для здійснення ділових візитів, здійснено порівняльний аналіз ділового туризму з туризмом відпочинку.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан розвитку ділового туризму в Україні та організації, які представляють галузь ділового туризму України, надано перелік найпотужніших організацій туристичної галузі України, асоціацій які представляють діловий туризм, організації, які займаються проведенням та організацією подій, операторів спеціалізованих на формуванні туристичного продукту для ділових візитів, а також корисні інтернет-ресурси для проведення міжнародних та всеукраїнських виставок, конференцій, тренінгів та інше. Проведено дослідження стану МІСЕ-індустрії у світі, підготовлено перелік світових організацій та асоціацій ділового туризму, надано корисну інформацію та джерела на проведення всесвітньо відомих заходів та подій. Також доведено взаємозв'язок суб'єктів туристичної індустрії ділового туризму, що поєднує постачальників послуг

організації ділових подій, з туристичною індустрією, владою та споживачів і організації професійних об'єднань – конференц-бюро.

У третьому розділі виявлено основні проблеми розвитку ділового туризму в Україні, які в більшості пов'язані з наслідками COVID-19 та перспективи розвитку ділового туризму, враховуючи основні тенденції світу. Враховуючи наявні проблеми розвитку запропоновано шляхи розвитку ділових подорожей та MICE. А також розроблено програму ділового візиту на міжнародну медичну конференцію, які враховує програму виставки та заходи дозвілля для отримання яскравих вражень та формування іміджу України у світі.

Отже, проведене дослідження надає розуміння впливу ділового туризму на економіку, а також вплив на туризм, соціальний, культурний та політичний. Залучення великого кола учасників, підприємців, дозволить підвищити ефективність та продуктивність діяльності, збільшити кількість робочих місць, призведе до зростання доходів.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація ділового туризму в Україні: сайт. URL: <http://btaukraine.com/> (дата звернення 12.01.2022).
2. Бізнес-зали Mastercard: сайт. URL: <https://www.mastercard.ua/uk-ua/personal/offers-and-promotions/travel/mastercard-lounges.html> (дата звернення 12.01.2022).
3. Бородинець А, Грабарчук В., Дехтяр Н. Проблеми визначення категоріального апарату у галузі ділового туризму // Глобалізаційні виклики розвитку національних економік : матер. Міжнар. Наук.-практ. Конф., 19 лист .2016 р.: Київ. КНТЕУ. 2016. С. 630-642.
4. Дзюбенко І. Зародження та розвиток ділового туризму у світі: історична ретроспектива С.362-369.
5. Державне агентство з розвитку туризму в Україні : сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
6. Діловий туризм – особливості та класифікація: сайт. URL: <https://tourkazka.com/%d0%b4%d1%96%d0%bb%d0%be%d0%b2%d0%b8%d0%b9-%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc/> (дата звернення 12.01.2022).
7. Діловий туризм: сайт. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/dilovij-turizm/> (дата звернення 12.01.2022).
8. КИЙ АВІА: сайт. URL: <https://kiyavia.com/> (дата звернення 12.01.2022).
9. Кулініч Т., Жучик С. Вплив ділового туризму на ефективне управління організацією. Економіка і суспільство Вип. 5, 2016. С. 175-180.
10. Міністерство охорони здоров'я України : сайт. URL: <https://moz.gov.ua/article/health/pravila-provedennja-masovih-zahodiv-pid-chas-karantinu/> (дата звернення 12.01.2022).

11. Музичка Є. Тенденції розвитку світового ринку MICE-туризму. Ефективна економіка №2, 2019. : сайт. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6910> (дата звернення 12.01.2022).
12. Найбільша платформа онлайн-освіти в Україні: сайт. URL: <https://prometheus.org.ua/about-us/> (дата звернення 12.01.2022).
13. Національна туристична організація України: сайт. URL: <http://www.ntoukraine.org/> (дата звернення 12.01.2022).
14. Прокопишин-Рашкевич Л, Назаренко А. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». Серія «проблеми економіки та управління» Вип.5, №1, 2021. С.86-95.
15. Прохорчук І. Теоретичні аспекти розвитку міжнародного ділового туризму в Україні. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Вип 110, частина II, 2012. С.116-123.
16. Стеганець С. Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. Інновації інфраструктури транспортно-логістичних систем. Проблеми, досвід, перспективи. збірник тез міжнародної науково-практичної конференції. Сєверодонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2016. С. 171-173.
17. Титова Н. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. Економіка і менеджмент культури, 2013. №1. С.67-74.
18. Шикіна О., Сахошко Ю. Діловий туризм як інноваційний важіль розвитку економіки / Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неіндустріального суспільства: матеріали Міжнар. Наук.-практ. Конф. (27 жовт. 2020 р.)/відп. 62онг. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак.. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2020. С.239-241.
19. Arktur Tour Operator and DMC: сайт. URL: <https://arktur.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
20. Association of Corporate Travel Executives: сайт. URL: www.acte.org (дата звернення 12.01.2022).

21. Association for tourism and leisure education and research: сайт. URL: http://www.atlas-euro.org/sig_business.aspx (дата звернення 10.01.2022).
22. BIT MiLano Your Travel Exhibition: сайт. URL: <https://bit.fieramilano.it/> (дата звернення 12.01.2022).
23. BTL Group: сайт. URL: <https://btl-company.com/> (дата звернення 12.01.2022).
24. Business Tourism: сайт. URL: <https://www.tradeforum.org/Business-Tourism/> (дата звернення 12.01.2022).
25. Business tourism sector: сайт. URL: <https://www.tourism.gov.za/AboutNDT/Branches1/domestic/Documents/Business%20Tourism%20Sector%20Trends-%20NDT.pdf> (дата звернення 12.01.2022).
26. Dinadis Business Travel: сайт. URL: <https://dinadis.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
27. EVENTEX GROUP: сайт. URL: <http://www.eventex.com.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
28. France Groupe Tourisme: сайт. URL: <http://francegroupe.com/> (дата звернення 12.01.2022).
29. Global Business Travel Association: сайт. URL: <https://www.gbta.org/> (дата звернення 12.01.2022).
30. Global Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition with Conferences: сайт. URL: <https://www.ibtmworld.com/en-gb/about.html> (дата звернення 12.01.2022).
31. Global Meeting & Incentive Travel Exchange: сайт. URL: <https://www.gmiteevent.com/> (дата звернення 12.01.2022).
32. International Association of Convention Visitors Bureaus: сайт. URL: <http://www.iacvb.org> (дата звернення 12.01.2022).
33. International Association of Professional Congress Organizers: сайт. URL: <https://www.iarpc.org/> (дата звернення 12.01.2022).
34. International Congress and Convention Association: сайт. URL: <https://www.iccaworld.org/> (дата звернення 12.01.2022).

35. International hotels and restaurants association: сайт. URL: <http://www.ih-ra.org/> (дата звернення 12.01.2022).
36. ITB – Berlin Convention: сайт. URL: <https://www.itb.com/en/> (дата звернення 12.01.2022).
37. ITB – Asia Convention: сайт. URL: <https://www.itb-asia.com/> (дата звернення 12.01.2022).
38. ITB – China Convention: сайт. URL: <http://www.itb-china.com/> (дата звернення 12.01.2022).
39. ITB – India Convention: сайт. URL: <https://www.itb-india.com/> (дата звернення 12.01.2022).
40. Lumiere Travel Club: сайт. URL: <http://ltclub.com.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
41. Jorge Marques, Norberto Santos (2017) Business tourism development: a portuguese perspective. Cuadernos de Turismo, Vol. 40. P. 423-437.
42. MIBS GROUP: сайт. URL: <https://mibsgroup.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
43. MICE TRAVEL: сайт. URL: <https://www.micetravel.com.ua/ru> (дата звернення 12.01.2022).
44. Satguru Travel company: сайт. URL: <https://satgurutravel.com.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
45. Travel and Tourism Research Association: сайт. URL: <https://ttra.com/> (дата звернення 12.01.2022).
46. The Pacific Asia Travel Association: сайт. URL: <https://www.pata.org/> (дата звернення 12.01.2022).
47. UITM – Ukraine International Travel Market: сайт. URL: <https://ukraine-itm.com.ua/> (дата звернення 12.01.2022).
48. UITT Ukraine International Travel and Tourism Exhibition: сайт. URL: <https://www.uitt-kiiev.com/> (дата звернення 12.01.2022).

49. Virgil Niculaa, Popsa Roxana Elena (2014) Business Tourism Market Developments. Procedia Economics and Finance Vol.16. P. 703 – 712.

50. Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events: сайт. URL: <https://www.imex-frankfurt.com/> (дата звернення 12.01.2022).

51. World Tourism Organization: сайт. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 12.01.2022).

52. World Travel & Tourism Council: сайт. URL: <https://wttc.org/> (дата звернення 12.01.2022).

53. What is Business Tourism: сайт. URL: <https://www.acsedu.co.uk/Info/Hospitality-and-Tourism/Tourism/Business-Tourism.aspx> (дата звернення 12.01.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

Світові організації ділового туризму

| Організації та події | Інтернет-джерела |
|--|--|
| UNWTO – World Tourism Organization (Всесвітня туристична організація) | https://www.unwto.org/ |
| GBTA – Global Business Travel Association (Всесвітня асоціація ділового туризму) | https://www.gbta.org/ |
| IHRA – International hotels and restaurants association (Міжнародна асоціація готелів і ресторанів) | http://www.ih-ra.org/ |
| ICCA – International Congress and Convention Association (Міжнародна асоціація конгресів і конференцій) | https://www.iccaworld.org/ |
| ACTE – Association of Corporate Travel Executives (Асоціація керівників відділу корпоративних подорожей) | www.acte.org |
| PATA – The Pacific Asia Travel Association (Тихоокеанська азіатська туристична асоціація) | https://www.pata.org/ |
| TTRA – Travel and Tourism Research Association (Асоціація досліджень подорожей і туризму) | https://ttra.com/ |
| ВТА Ukraine Business travel association of Ukraine (Асоціація ділового туризму в Україні) | http://btaukraine.com/ |
| WTTC – World Travel & Tourism Council (Всесвітня рада з подорожей і туризму) | https://wttc.org/ |
| НТОУ – Національна туристична організація України | http://www.ntoukraine.org/ |
| IAPCO – International Association of Professional Congress Organizers (Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів) | https://www.iapco.org/ |
| GMITE – Global Meeting & Incentive Travel Exchange (Глобальні зустрічі та обмін інтенсивними поїздками+ 29 червня -1 липня 2022 р. Лас-Вегас | https://www.gmiteevent.com/ |
| IBTM – Global Incentive and Business Travel and Meetings Exhibition with Conferences (Міжнародний конгрес з ділового туризму) 29 листопада – 1 грудня 2022 р. Барселона | https://www.ibtmworld.com/ |
| UITT Ukraine International Travel and Tourism Exhibition («УКРАЇНА – Подорожі та Туризм») 23-24 березня 2022 р. | https://www.uitt-kiev.com/ |
| UITM – Ukraine International Travel Market (Міжнародна туристична виставка України) 5-6 жовтня 2022 р. | https://ukraine-itm.com.ua/ |
| IMEX – Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events (Міжнародна виставка ділового туризму) 26-28 квітня 2022 р. Франкфурт 11-13 жовтня 2022 Лас-Вегас | https://www.imex-frankfurt.com/ https://www.imexamerica.com/ |
| ITB – Berlin Convention (Міжнародна туристична виставка) 8 березня 2023 р. Берлін | https://www.itb.com/en/ |
| ВІТ MiLano (Міжнародна туристична біржа) 11-15 лютого 2022 р. Мілан | https://bit.fieramilano.it/ |

| | |
|---|---|
| Work travel market (Сітовий туристичний ринок) | https://www.wtm.com/ |
| Business travel news (Новини ділових подорожей) | https://www.businesstravelnews.co/ |

Додаток Б

**Спеціалізовані туристичні оператори та організації MICE-індустрії
України в галузі ділового туризму**

| Організації | Інтернет-ресурси |
|---------------------------------|---|
| Arktur Tour Operator and DMC | https://arktur.ua/ |
| Dinadis Business Travel | https://dinadis.ua/ |
| Satguru Travel company | https://satgurutravel.com.ua/ |
| TUI | https://www.tui.ua/ |
| BTL Group | https://btl-company.com/ |
| EVENTEX GROUP | http://www.eventex.com.ua/ |
| France Groupe Tourisme | http://francegroupe.com/ |
| КИЇ АВІА | https://kiyavia.com/ |
| Lumiere Travel Club | http://ltclub.com.ua/ |
| Avantage de Luxe Travel Company | http://adl-tc.com.ua/ |
| MIBS GROUP | https://mibsgroup.ua/ |
| MICE TRAVEL | https://www.micetravel.com.ua/ |

Додаток В

**Перелік інтернет-джерел, щодо проведення різних заходів
в Україні та світі**

| Інтернет-джерела | Посилання |
|--|---|
| Міжнародний виставковий центр MVC-EXPO | https://mvc-expo.com.ua/ |
| Міжнародний виставковий центр IEC-EXPO | https://www.iec-expo.com.ua/ |
| Міжнародний виставковий центр EXPOSALE | https://exposale.net/ |
| Міжнародний виставковий оператор PREMIER EXPO | http://pe.com.ua/ |
| Київський міжнародний контрактний ярмарок | https://kmkya.kiev.ua |
| Міжнародний портал WORLD EXPO | https://worldexpo.pro/o-nas |
| Торгово-промислова палата України | https://ucci.org.ua/events/international-exhibitions |
| Майже все про виставки та ярмарки В Україні | https://www.expoinukraine.org/ |
| Міжнародні наукові конференції | https://sci-conf.com.ua/ |
| Наука та практика | https://el-conf.com.ua/ |
| International science group | https://isg-konf.com/uk/ |
| Scientific Social CommunityL | https://www.science-community.org/uk/conferences/Ukraine |