

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри Г. П. Склад
(підпис, ініціали та прізвище)

«___» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму в
Київській області»

*зі спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Туризм» ступеня бакалавра*

Виконавець роботи Решетилів Артур Русланович
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник к.е.н., Тараненко Олександр Олександрович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.	6
1.1. Сутність та особливості ділового туризму.....	6
1.2. Фактори розвитку ділового туризму.....	21
1.3. Аналіз українського ринку ділового туризму.....	27
РОЗДІЛ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	36
2.1. Аналіз сучасного стану ділового туризму в області.....	36
2.2. Розробка ділового туру в Київській області «Business Level Up»...	42
2.3. Проблеми та перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму.....	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	61
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Післявоєнний розвиток Київської області, як і всієї України, є надзвичайно актуальним питанням в умовах сучасного геополітичного клімату. Умови воєнного стану значно вплинули на економіку та інфраструктуру регіону, але водночас створили можливості для нових перспектив, зокрема у сфері ділового туризму. Дослідження перспектив післявоєнного розвитку ділового туризму в Київській області має важливе значення для відновлення економіки, створення нових робочих місць та зміцнення міжнародного іміджу України. Діловий туризм є потужним інструментом економічного розвитку. Він сприяє залученню інвестицій, розвитку малого та середнього бізнесу, стимулює зростання інших секторів економіки, таких як готельний бізнес, транспорт, ресторанне господарство та роздрібна торгівля. Відновлення пошкодженої та розвиток наявної інфраструктури, зруйнованої або пошкодженої під час військових дій, є необхідною умовою для повернення ділової активності регіону.

Київська область має вигідне географічне положення, сучасні транспортні сполучення та багатий культурно-історичний спадок, що робить її привабливою для бізнес-туристів. Відновлення та модернізація цих ресурсів може сприяти залученню міжнародних конференцій, виставок, форумів та інших бізнес-заходів. Це, у свою чергу, сприятиме відновленню позитивного іміджу регіону на міжнародній арені та підвищенню рівня довіри з боку іноземних інвесторів.

Дослідження перспектив післявоєнного розвитку ділового туризму має також важливе соціальне значення. Відновлення ділової активності сприятиме підвищенню рівня зайнятості, покращенню добробуту населення та зміцненню соціальної стабільності в регіоні. Це також сприятиме зміцненню зв'язків між різними регіонами України та міжнародною спільнотою, що є важливим аспектом у контексті європейської інтеграції України.

Таким чином, дослідження перспектив післявоєнного розвитку ділового туризму в Київській області є надзвичайно актуальним. Воно дозволить не лише оцінити поточний стан та потенціал регіону, але й розробити ефективні стратегії для відновлення та розвитку цієї важливої галузі, що сприятиме загальному економічному та соціальному відродженню регіону.

Мета дослідження – визначити перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму в Київській області.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання наступних завдань:

- розкрити сутність та особливості ділового туризму;
- визначити фактори розвитку ділового туризму;
- здійснити аналіз українського ринку ділового туризму;
- провести аналіз сучасного стану ділового туризму в Київській області;
- розробити діловий туру в Київській області;
- окреслити проблеми та перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму.

Об'єкт дослідження – діловий туризм в Київській області.

Предметом дослідження виступають перспективи та потенційні напрямки розвитку ділового туризму в Київській області після закінчення воєнного стану, зокрема аналіз інфраструктурних можливостей, економічних умов, державних політик, маркетингових стратегій та соціально-культурних факторів, що можуть вплинути на відновлення та зростання цієї галузі.

Теоретичне значення роботи полягає у систематизації знань про діловий туризм як складову частину туристичної індустрії, визначенні основних чинників, що впливають на його розвиток у післявоєнний період, зокрема в Київській області.

Практичне значення роботи полягає у розробці конкретних рекомендацій щодо стимулювання розвитку ділового туризму в Київській області після війни, зокрема щодо розвитку туристичної інфраструктури та

маркетингові кампанії. Матеріали дослідження дозволять краще зрозуміти потенціал регіону у відновленні та розвитку бізнес-туризму, спрямувати зусилля на створення необхідної інфраструктури та залучення інвестицій для привернення міжнародних конференцій та заходів, що сприятиме економічному відновленню та зміцненню міжнародних зв'язків.

Структура роботи: робота складається з двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаної літератури, що нараховує 71 найменування, та додатків. Загальна кількість сторінок – 72.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості ділового туризму

Діловий туризм є одним з найдинамічніших і найважливіших сегментів світової й української туристичної індустрії, що відіграє значну роль у розвитку економіки. У сучасному світі, де бізнес стає все більш глобалізованим, ділові подорожі перетворилися на невід'ємну частину діяльності багатьох компаній та організацій. Цей вид туризму охоплює поїздки, пов'язані з професійною діяльністю, такі як участь у конференціях, виставках, семінарах, тренінгах, ділових зустрічах, переговорах та корпоративних заходах. На відміну від традиційного туризму, де основна мета полягає у відпочинку та рекреації, діловий туризм має на меті досягнення конкретних бізнес-цілей, встановлення нових партнерських зв'язків та обмін професійним досвідом.

Сутність ділового туризму полягає у створенні умов для ефективної взаємодії між представниками різних галузей економіки, що сприяє розвитку бізнесу та інновацій. Діловий туризм надає можливість компаніям виходити на нові ринки, зміцнювати свої позиції на існуючих, а також підвищувати конкурентоспроможність через обмін знаннями та технологіями. Важливою особливістю цього виду туризму є його висока організаційна складність, яка вимагає ретельного планування та координації. Організація ділових подорожей включає бронювання транспортних засобів та проживання, підготовку документів, забезпечення комфортних умов для роботи та відпочинку учасників, а також врахування їхніх індивідуальних потреб і побажань.

Детальніше зупинимось на визначення поняття ділового туризму. Сьогодні існують різні тлумачення поняття «діловий туризм», тому розглянемо ті, які найбільш повно розкривають дане поняття. Так, D. Weaver та L. Lawton розглядають діловий туризм як «вид туризму, що охоплює

поїздки з метою участі в ділових заходах, таких як конференції, семінари, виставки, ділові зустрічі та інші події, пов'язані з професійною діяльністю» [70]. О. Бейдик визначає діловий туризм як подорожі, метою яких є участь у конференціях, конгресах, як правило, у складі спеціалізованих груп однорідного професійного складу, що здебільшого реалізуються за рахунок підприємства [8, с. 128]. Л. Дядечко додає, що діловий туризм – це також «поїздки людей, частіше всього бізнесменів і державних службовців з діловою метою: підписання угод, контрактів, проведення переговорів, консультацій, обмін досвідом тощо» [20, с. 71].

Доволі вичерпно описує сутність та види ділового туризму Є. Музичка. Авторка визначає наступні цілі ділового туризму, які, в свою чергу, виступають категорією для класифікації ділових івентів:

- поїздки у державних справах працівників уряду;
- діяльність благодійних та недержавних організацій поза межами постійного місцезнаходження;
- військова служба, відмінна від звичайної бази;
- доставка та перевезення товарів до бізнес-установ;
- студентські та вчительські обміни;
- короткочасна міграція для працевлаштування;
- запуск нових виробництв;
- навчальні курси та тренінги;
- професійні виставки та ярмарки;
- відрядження до інших підприємств та установ;
- місцеві, регіональні та національні зустрічі та конференції;
- великі міжнародні конгреси та з'їзди [44].

Основна сфера ділового туризму – організування конференцій, семінарів, симпозіумів, виставок та ярмарків. Деякі дослідники до цього напрямку зараховують так званий «човниковий» туризм, яким займаються дрібні оптові торговці з метою здійснення закупівель чи продажів

популярних товарів. Такі короткотермінові поїздки можуть здійснюватись у середині країни чи за її межами

Однією з ключових характеристик ділового туризму є його висока рентабельність. Завдяки високим витратам на організацію та проведення ділових заходів, цей вид туризму приносить значні доходи готельному бізнесу, транспортним компаніям, ресторанам та іншим сферам обслуговування. Крім того, діловий туризм стимулює розвиток інфраструктури, оскільки міста та країни, що приймають бізнес-заходи, інвестують у покращення умов для прийому делегацій, будівництво конференц-центрів, модернізацію аеропортів та транспортних систем. Це, у свою чергу, сприяє зростанню туристичної привабливості регіонів і підвищує їх конкурентоспроможність на світовій арені.

Не менш важливим аспектом ділового туризму є розвиток корпоративної культури та підвищення мотивації працівників. Корпоративні поїздки, тренінги та семінари сприяють згуртуванню колективу, покращенню взаємодії між працівниками та керівництвом, а також підвищенню кваліфікації та професійного рівня співробітників. Це, у свою чергу, позитивно впливає на ефективність роботи компанії та її загальну продуктивність.

У сучасних умовах глобалізації та інтенсивного розвитку інформаційних технологій діловий туризм також набуває нових форм. Віртуальні конференції, вебінари та онлайн-зустрічі стають все більш популярними, дозволяючи бізнесменам взаємодіяти без необхідності фізичної присутності. Проте, живі зустрічі та безпосереднє спілкування залишаються незамінними для встановлення довгострокових партнерських відносин та побудови довіри між сторонами.

Тісний та взаємозалежний зв'язок діловий туризм має зі сферою ділових івентів, оскільки обидві сфери взаємодіють і доповнюють одна одну. Діловий туризм включає подорожі, пов'язані з професійною діяльністю, які часто спрямовані на участь у конференціях, виставках, семінарах,

корпоративних зустрічах та інших бізнес-заходах. Ці подорожі створюють попит на ділові івенти, стимулюючи організацію масштабних заходів, які залучають учасників з різних регіонів і країн. Водночас, якісно організовані ділові івенти сприяють розвитку ділового туризму, оскільки учасники не лише отримують корисну інформацію та нові контакти, але й мають можливість ознайомитися з культурою та інфраструктурою місця проведення заходу. Таким чином, розвиток ділового туризму та ділових івентів є взаємовигідним процесом, що сприяє економічному зростанню, культурному обміну та міжнародній співпраці. Для України спеціальні ділові івенти – явище відносно нове, але затребуване та таке, що активно розвивається та прогресує. Ділові заходи дозволяють організаторам та учасникам залучити нових клієнтів та підвищували прибутки. За рахунок ділових івентів компанії намагаються брати активну участь у соціальному житті своєї цільової аудиторії. Діловий івент допомагає донести цінність продукту чи послуги компанії чи бренду, наблизити його до споживачів.

Загалом, ділові івенти включають такі напрями:

- власне ділові заходи: виставки; презентації; круглі столи; конференції; прес-конференції; церемонії тощо;
- корпоративні ділові заходи: тим-білдинги; тренінги; зустрічі та обіди з діловими партнерами; діловий та інсентив-туризм тощо;
- спонсоринг: заходи для привернення уваги спонсорів [53] (рис. 1.1).

Вибір типу спеціальної події, як правило, залежить від бажання, фінансових можливостей та цілей замовника. Ділові івенти, насамперед, впливають на обізнаність споживача про продуктову лінійку компанії, її переваги та вигоди, вдосконалення продукції та обмін інформацією з колегами та конкурентами, а не безпосередньо на продаж, тому результати ділових івентів (їх кінцева ціль) досягається не миттєво, а має віддалені результати. Ділові івенти чудово працюють на імідж компанії завдяки емоційній залученості учасника, і ефект від нього має довгостроковий характер.

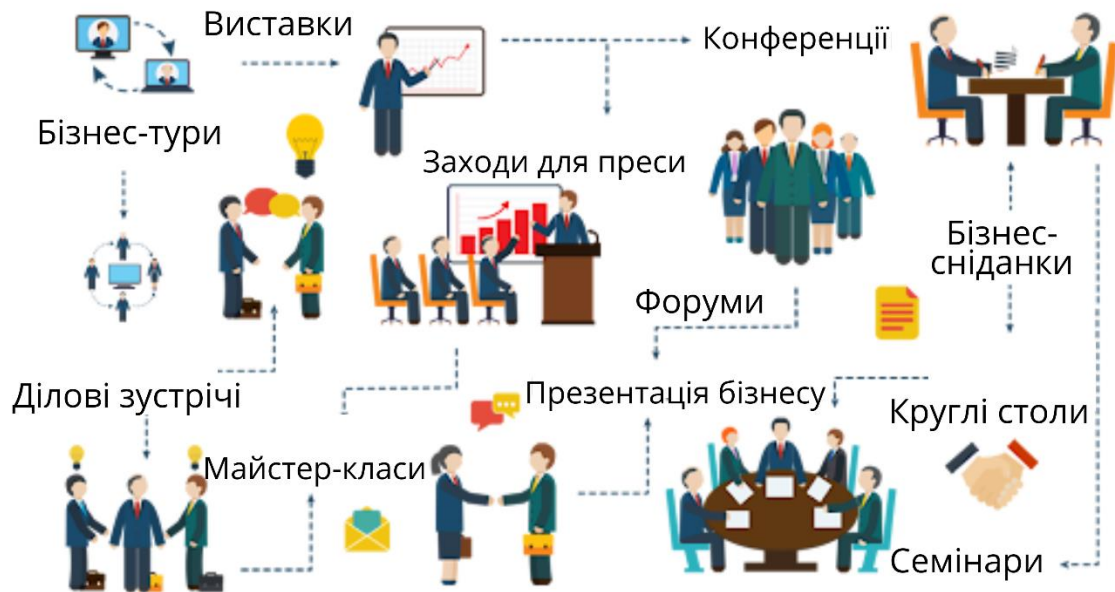


Рис. 1.1. Формати проведення ділових івентів [53]

Ділові івенти виступають важливим елементом бізнес-середовища, оскільки вони сприяють спілкуванню, співпраці, презентації нових ідей, а також обміну знаннями та досвідом. Ось ключові характеристики ділових івентів, які визначають їхній формат і цілі:

- мета івенту. Ділові івенти проводяться з конкретними цілями, такими як просування продуктів чи послуг, обмін знаннями, навчання, налагодження зв'язків або укладання угод. Мета івенту визначає його структуру та склад учасників;

- цільова аудиторія. Ділові івенти орієнтовані на певну цільову аудиторію, яка може включати бізнес-партнерів, клієнтів, інвесторів, постачальників, співробітників або інші зацікавлені сторони. Аудиторія впливає на зміст заходу;

- місце проведення. Місце проведення ділового івенту має важливе значення для його успіху. Це можуть бути конференц-зали, готелі, виставкові центри, офіси або інші бізнес-майданчики, що відповідають потребам заходу;

- формат і структура. Ділові івенти можуть мати різні формати, включаючи конференції, семінари, виставки, тренінги, презентації, ділові

зустрічі або корпоративні заходи. Кожен формат має свої особливості та підходить для різних цілей;

– зміст та програма. Зміст ділового івенту включає в себе презентації, виступи, панельні дискусії, майстер-класи, демонстрації та інші активності, які відповідають меті заходу. Програма повинна бути добре структурованою та збалансованою, щоб утримати увагу аудиторії;

– комунікація та маркетинг. Ефективна комунікація та маркетинг є ключовими для залучення учасників і просування івенту. Це може включати рекламні кампанії, соціальні медіа, електронну пошту, вебсайти та інші інструменти маркетингу.

Діловий туризм, хоч і був заснований у 1980-х роках, залишається інноваційною формою туризму, яка є дуже перспективною. Він охоплює різні заходи, такі як ділові поїздки, зустрічі, конференції, професійні заходи та ділове спілкування. Всесвітня асоціація ділового туризму є міжнародним органом управління цим сектором, а Українська асоціація ділового туризму була створена в 2007 р. для координації зусиль учасників вітчизняного ринку.

Та загалом поле ділових івентів поділяється на дві основні категорії: класичні ділові поїздки (КДП) та MICE-туризм. Літери аббревіатури MICE відповідають словам Meeting (зустрічі), Incentives (заохочувальні події), Conferences / Congresses (конференції чи конгреси) та Exhibitions (виставки) (рис. 1.2.)



Рис. 1.2. Структура MICE-івентів [53]

Класичні ділові подорожі передбачають поїздку співробітників для виконання службових і комерційних обов'язків і сприяння розвитку бізнесу. Тоді як MICE-туризм фокусується на наданні послуг для підтримки діяльності компанії. Процес організації MICE-заходів (зустрічі, інсентиви, конференції та виставки) є значно складнішим, ніж організація КДП. Якщо з організацією традиційних ділових поїздок компанія може впоратися самотійно, то для організації заходів MICE-туризму необхідне залучення спеціалізованих компаній та івент-агентств. Класичні ділові поїздки здебільшого розробляються для 1-4 осіб, тоді як заходи MICE зазвичай об'єднують групи людей з метою обміну досвідом співробітників, неформальних зустрічей з діловими партнерами, розповсюдження важливої організаційної інформації зовнішнім зацікавленим сторонам, розширення можливостей для підвищення продуктивності та сприяння творчому зростанню протягом усього шляху тощо. Резюмуючи вище викладене, MICE-івенти мають подвійну мету: з одного боку, популяризувати продукти та послуги експонентів, а з іншого боку, сприяти розвитку ділового туризму в регіоні, місті чи країні, де організовується захід. Відмінності класичних ділових поїздок та MICE-туризму більш детально представлено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Відмінності класичних ділових поїздок та MICE-туризму [42]

Параметр	Класичні ділові поїздки	MICE-туризм
Мета поїздки	Відрадженьня для зустрічей, переговорів, укладання контрактів. Відвідування клієнтів або офісів компанії	Організація та участь у конференціях, виставках, інсентив-турах. Корпоративні зустрічі, семінари, навчання
Тривалість	Короткострокові, до тижня	Від кількох днів до двох тижнів
Планування	Чітко визначений графік із запланованими зустрічами. Основний фокус на робочих заходах, обмежений вільний час	Розклад включає офіційні та розважальні заходи. Може включати культурні програми, екскурсії
Учасники	Співробітники компанії, топ-менеджери, ділові партнери	Великі групи учасників: співробітники, партнери, клієнти
Фінанси	Фінансується компанією, зазвичай з обмеженим бюджетом	Фінансується компанією, але з більшими бюджетами
Зміст	Зустрічі, переговори, перевірка роботи офісів, презентації продуктів або послуг	Конференції, виставки, мотиваційні поїздки, семінари, корпоративні заходи

Усі зазначені види ділових заходів дозволяють компанії сформувати або покращити свій імідж, знайти ефективний спосіб побудови хороших відносин з клієнтами та співробітниками, а також побудувати дружні стосунки з партнерами. Крім того, діловий туризм можна розглядати як важливу частину піар-компаній підприємства, адже вони допомагають налагодити ділові зв'язки та залучити нових клієнтів.

В рамках ділового туризму існує велика різноманітність видів ділових івентів залежно від мети та формату проведення:

- торгові виставки: івенти, на яких компанії, що представляють певний сектор, демонструють свої продукти чи послуги з метою їх просування на ринку;
- конвенції: івенти, які зазвичай організовуються приватною організацією, мають бізнес-фокус і представляють дослідження, продукти або інші завдання, які спрямовані на компанію;
- виставки: з культурною чи освітньою метою, ці івенти демонструють громадськості як твори мистецтва, так і статті, пов'язані з наукою. Вони також можуть мати комерційний характер;
- конгреси: це заходи, які об'єднують професіоналів одного сектора. Зазвичай вони тривають від двох до трьох днів, і їх основною метою є обмін інформацією та знаннями;
- конференції чи семінари: це професійні заходи з дуже конкретною темою, спрямовані на розширення знань у цій галузі. Подібний тип заходу вимагає участі відвідувачів та спікерів;
- інсентив-поїздки: на відміну від вище зазначених заходів, вони організовуються та плануються з мотиваційною метою для працівників компанії [42].

К. Станіславська також пропонує поділ ділових івентів на традиційні та нетрадиційні. До традиційних заходів авторка відносить віднести круглі столи, галузеві виставки, ділові прийоми та тренінги. До інноваційних форм проведення ділових заходів, на її думку, належать бізнес-форуми, що проводяться в онлайн форматі, телемости та онлайн конференції за участю

кількох сотень представників. Кожен із видів цих заходів має свої особливості, специфіку та власну цільову аудиторію. Виставки проводяться з метою демонстрації інновацій, розвитку системи продажу, а також зміцнення іміджу компаній у зовнішньому середовищі. Для проведення виставок, як правило, підбирають підходяще приміщення, забезпечують необхідним обладнанням та стендами. У процесі проведення виставки влаштовуються семінари, майстер-класи та онлайн-демонстрації можливостей продукту чи послуги [58, с.49]. Виставка є базовим заходом для проведення форумів чи конференцій. Виставки можуть працювати як на постійній основі, так і проводитись періодично або носити разовий характер. Особливе значення для виставки відіграє її позиціонування у зовнішньому середовищі. Сюди відносяться такі фактори, як склад учасників, насиченість ділової та розважальної програми, наявність потенційних інвесторів та партнерів, зацікавлених у укладанні контракту. У цих умовах система ділового туризму має стимулювати креативну ідею, на яку орієнтуватимуться основні учасники виставки та конференції.

Активними форматами спілкування є ділові сніданки чи ланчі. На ці заходи запрошуються потенційні клієнти, партнери чи інвестори. Діловий сніданок – це важлива частина ділових переговорів, де закладаються основи підписання контрактів і ділових пропозицій. Вирішення питань про підписання контрактів проводять після сніданку, коли починається основна частина ділової зустрічі. У процесі проведення ділової зустрічі організовуються фуршети та кава-брейки, протягом яких проводяться заходи, спрямовані на розширення культурної та пізнавальної програми ділових зустрічей [24].

Ділові заходи спрямовані на обмін професійним досвідом та для формування ділового іміджу компанії чи організації. Форма проведення заходу залежить від його значущості та рівня організації. Усі ділові заходи можна поділити на міжнародні, національні, регіональні та локальні.

Поряд із традиційними підходами до організації ділових івентів, за останні роки широкого поширення набули онлайн-конференції та віртуальні вебінари. Подібні заходи є відмінною альтернативою очним зустрічам та організаціям виставок. Використання відео зв'язку суттєво економить як час, так і ресурси, що витрачаються компанією на обговорення ділових пропозицій.

Окрім вище наведених видів ділових івентів існує ще ціла низка форматів бізнес-заходів. Розглянемо їх більш детально:

- бізнес-семінар. Метою проведення стає навчання. На семінарах говорять про проекти, обговорюють кейси, дискутують та обмінюються досвідом;
- тренінг. Тип заходу, нетривалий за часом, мета якого – здобуття нових знань та навичок. На тренінги організатори запрошують відомих речників;
- презентація. Діловий захід, метою якого є представлення нових продуктів, послуг та досягнень;
- діловий прийом. Його мета – встановлення комунікацій та корисних зв'язків, вирішення стратегічних питань, пов'язаних із розвитком підприємства;
- круглий стіл. Їх організують для спільного обговорення питань, що викликає резонанс у суспільстві. На круглі столи запрошують представників бізнесу, науки, громадських діячів та журналістів;
- прес-конференція. Офіційна зустріч журналістів із представниками компаній. Проводиться для обговорення спірних питань у формі діалогу;
- брифінг. Зустріч тривалістю до 20 хвилин, на якій представники компанії у стислому вигляді викладають позицію щодо певного питання. Брифінги проводять у разі виникнення скандалів, надзвичайних ситуацій та інших проблем, щоб дати спростування та пояснення для ЗМІ;

– прес-тур. Програма такого ділового заходу передбачає проведення екскурсії для журналістів, іноді прес-конференцію чи брифінг. Завдання заходу – підтримка позитивного іміджу компанії в очах аудиторії [38].

Загалом в науковій літературі немає єдиного підходу до класифікації ділових івентів, тому вважаємо за доцільне представити структуру ділового туризму, розроблену з урахуванням їх основного спрямування:

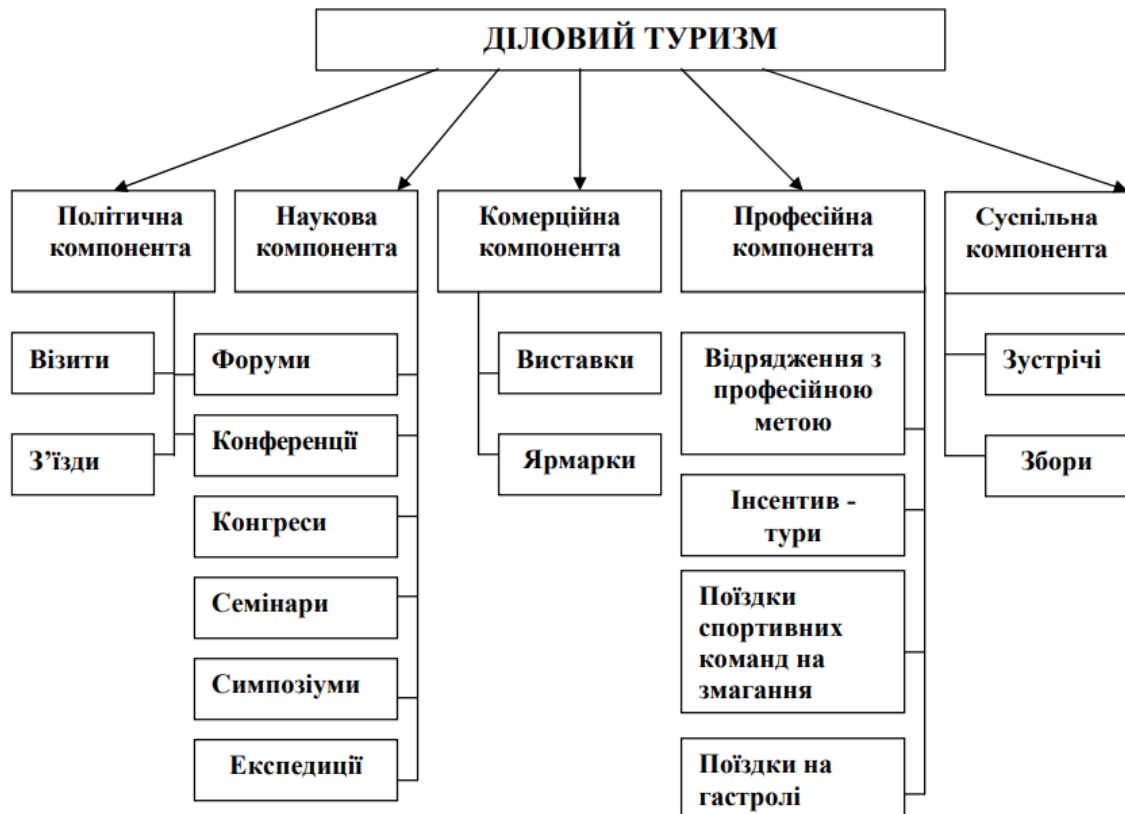


Рис. 1.3. Класифікація ділового туризму [38]

Варто зауважити, що, незважаючи на велику кількість бізнес-заходів по всьому світу та в Україні зокрема, сьогодні все ж найбільш розповсюдженими є індивідуальні ділові поїздки, тоді як поїздки для участі в конференціях, форумах, корпоративних заходах, виставках та інших ділових заходах складають лише третину від загальної кількості ділових поїздок (рис.1.4.).

Зустрічі та заходи є центром будь-якої ділової поїздки, і дуже важливо планувати їх заздалегідь відповідно до встановленої програми. При організації бізнес-турів важливо включати елементи культурної та

екскурсійної програми, які б захопили конкретного клієнта. Мета ділового туризму полягає в тому, щоб поєднати досягнення бізнес-цілей із відпочинком. Таким чином, туристичні агенції створюють і пропонують програми, які задовольняють бізнес-потреби клієнтів, забезпечуючи при цьому їх повноцінний досвід.

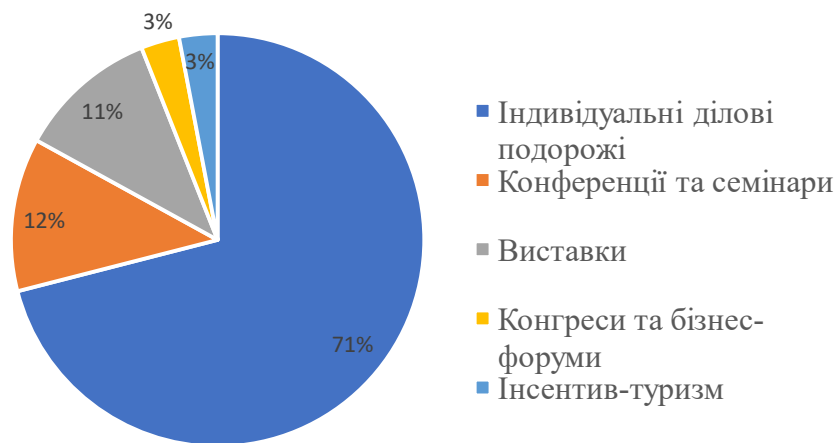


Рис. 1.4. Структура ділових турів за видовою ознакою [16]

Компанії, що спеціалізуються на конгрес-туризмі, визнають важливість сприяння міжнародній співпраці та досліджують інноваційні підходи до організації конференцій. Вони ретельно готуються до прийому делегацій з різних країн, ретельно планують семінари, грамотно координують корпоративні заходи. Крім того, вони пропонують різноманітні конгрес-тури. У нинішній ситуації конгресний та виставковий туризм є рушійною силою динамічного зростання ринку ділових подорожей. Помітно зростає світовий інтерес до симпозіумів, конференцій, семінарів, а також виставок і ярмарків. Ділові події залучають активну участь людей, які шукають актуальну інформацію, можливості для спілкування з колегами та обмін думками та думками. Ці заходи також забезпечують платформу для проведення ділових переговорів і пропонують освіжаючу зміну звичного робочого середовища шляхом включення культурних заходів у програму. Одним з унікальних

аспектів ділового туризму є відносини між туристами та професіоналами, які організовують ці подорожі.

Основними учасниками ділового туризму є самі туристи, а також постачальники різноманітних туристичних послуг, таких як заклади розміщення, харчування, транспортні компанії, місця проведення заходів, розважальні заклади. Крім того, вирішальну роль у ретельному плануванні та вирішенні організаційних аспектів ділових заходів відіграють організатори та івент-менеджери. Вони відповідають за визначення цілей і змісту зустрічей, сприяння переговорам, забезпечення фінансового контролю та прийняття рішень щодо непередбачених витрат.

Суттєве значення ділового туризму можна виділити в загальній структурі туризму та індустрії гостинності. Серед різних сегментів готельні компанії найбільше цікавляться саме цією категорією. На відміну від туристичного туризму, на який можуть впливати особисті переваги, вибір місця призначення для ділових мандрівників зазвичай базується на практичних міркуваннях. Хоча попит на ділові подорожі може коливатися залежно від економічних умов, він, як правило, менш мінливий порівняно з поїздками на відпочинок, які можна відкласти під час економічного спаду. Ділові поїздки, з іншого боку, мають тенденцію бути більш послідовними незалежно від стану економіки. Крім того, ділові поїздки не є такими сезонними, як поїздки на відпочинок, що дозволяє готелям підтримувати постійний потік гостей протягом року. Ця стабільність допомагає готелям справлятися з коливаннями попиту та працювати прибутково навіть у періоди низького попиту. Крім того, діловий туризм є відносно стійким до криз і продовжує стабільно розвиватися. Як наслідок, бізнес-туристи стали найпоширенішою категорією гостей вітчизняних готельних закладів. Однак важливо зазначити, що спеціалізація на розміщенні бізнес-мандрівників – не єдиний спосіб для готелів збільшити свої доходи. Розвиток сфери тимчасового розміщення має важливе значення для готельних підприємств, особливо з точки зору забезпечення місцями для проведення різноманітних

ділових заходів, таких як конференції, семінари, тренінги, виставки, презентації. У сучасному діловому світі особисті зв'язки відіграють значну роль, що призводить до збільшення кількості ділових поїздок і створює особливі вимоги до індустрії гостинності.

Загалом, діловий туризм відрізняється від інших типів подорожей такими характеристиками як передбачуваність, всесезонність, масовість і потреба в спеціалізованій інфраструктурі. На відміну від дозвілєвого туризму, бізнес-туристи мають можливість планувати свої подорожі заздалегідь. Крім того, реалізувати бізнес-заходи можна у будь-яку пору року, без обмежень сезонних коливань. На відміну від інших форм туризму, ділові поїздки часто включають велику кількість учасників, а організатори обслуговують тисячі людей. Ця масовість не має собі рівних в інших видах подорожей. Крім того, бізнес-туристи потребують спеціальної інфраструктури, такої як готелі, виставкові центри та конференц-зали, на додаток до традиційного розміщення. Ці спеціалізовані місця відіграють вирішальну роль у сприянні успішним діловим подіям. Крім того, нетрадиційні місця, такі як яхти, замки, музеї та концертні зали, можуть слугувати унікальними місцями для проведення ділових зустрічей та інших заходів. В організації та виконанні ділових поїздок беруть участь багато людей, включаючи туристичні агентства, прямі постачальники туристичних послуг, менеджери зустрічей, професійні організатори та івент-менеджери.

Необхідно приділити увагу й висвітленню економічної привабливості ділового туризму як для підприємств, так і для країн, що розвиваються. Перш за все, постачальники послуг ділового туризму мають вищу прибутковість порівняно з іншими формами подорожей. Це пояснюється тим, що їхніми клієнтами зазвичай є компанії середнього та високого рівня, які надають перевагу якості над вартістю, що призводить до готовності платити за послуги з вищою ціною. Крім того, певні види ділового туризму, такі як інноваційний туризм, можна розвивати без необхідності значних інвестицій у туристичні ресурси. Інноваційний туризм, відносно нова та перспективна

форма ділових подорожей, спрямована на вивчення інновацій у різних сферах та сприяння обміну досвідом та діловим контактам. Нарешті, бізнес-туризм є каталізатором регіонального економічного розвитку. Посилення економічного прогресу матиме прямий вплив на привабливість інвестицій у країні, встановлення міжнародних зв'язків між вітчизняними підприємствами та стимулювання економічної взаємодії, яка потребує співпраці як на національному, так і на глобальному рівнях. Основна мета підприємств цього сектору – ефективна організація ділових відносин.

У сучасну епоху ділові поїздки стали важливим інструментом для підвищення позиції організації в конкурентному бізнес-середовищі. В Україні неухильно зростає значення ділового туризму. Примітною тенденцією є зростання схильності українців до вивчення власної країни, що можна пояснити фінансовими обмеженнями та підвищеним інтересом до внутрішніх напрямків. Проте діловий туризм в Україні потребує ґрунтовних досліджень і розробок. Економічна ситуація в країні та зовнішні фактори негативно вплинули на частоту відряджень. Багато факторів сприяють уповільненню корпоративного зростання в цьому відношенні.

Враховуючи зазначені вище чинники, зокрема сутність ділового туризму, його складові та характерні особливості, стає очевидним, що діловий туризм є складним і багатогранним явищем. Процес організації та проведення подорожей у цій сфері значно складніший порівняно з іншими видами туризму. Кожен сегмент ділового туризму, такий як класичні ділові подорожі, ділові зустрічі, інсентив-заходи, конгреси та виставки, має свій власний набір унікальних атрибутів, які відрізняють його від інших сегментів у ширшій сфері ділового туризму. Загалом, основна відмінність ділового туризму від інших видів полягає в ретельному плануванні, організації та проведенні ділових заходів, які органічно поєднуються з елементами культурно-розважальних програм.

1.2. Фактори розвитку ділового туризму

Діловий туризм став провідним сектором туристичної індустрії. Цей особливий вид подорожі, який поєднує бізнес і відпочинок, пропонує чудові можливості для учасників. Це дозволяє партнерам брати участь у зустрічах і розмовах у невимушеній обстановці, а також вивчати нові технології, інвесторів, постачальників і споживачів. Зрештою, цей досвід сприяє розширенню бізнес-перспектив. Беручи участь в діловому туризмі, люди мають можливість ознайомитися з передовими технологіями та налагодити контакти з інвесторами, партнерами, постачальниками та споживачами продуктів або послуг їх компанії. Отже, бізнес-туризм є одним із найбільш перспективних і прибуткових секторів у світовій економіці. Хоча бізнес-туризм схожий на інші форми подорожей, він також має відмінні характеристики, які відрізняють його. Основною метою цього виду туризму є комерційна діяльність, наприклад, встановлення ділових зв'язків, відвідування конференцій, ведення переговорів з іншими компаніями. Крім того, діловий туризм не дотримується сезонних моделей, які спостерігаються в інших видах туризму. Діловий туризм охоплює різні групи осіб, які поділяють спільні професійні інтереси чи цілі, наприклад бізнесмени, інженери, лікарі, вчителі та спеціалісти сільського господарства. Ці особи відправляються в спеціалізовані подорожі за певними програмами та маршрутами. Як правило, ці поїздки включають комплексний культурний та екскурсійний маршрут. Стандартний пакет включає проживання, сніданок, трансфер та оформлення візи. Крім того, надаються такі послуги, як акредитація на виставку, вхідні квитки, гіді, перекладачі, додаткові трансфери, оренда автомобілів тощо, щоб задовольнити конкретні потреби кожної події. Клієнтам також пропонуються спеціальні тарифи на рейси бізнес-класу та VIP-послуги в аеропортах. Та при організації ділового туру необхідно враховувати фактор розміщення, харчування, важливо об'єднати в єдиний комплекс бізнес-центр, заклади відпочинку, заклади сфери послуг,

комерційні підприємства. Крім того, телекомунікаційні послуги відіграють вирішальну роль у задоволенні потреб ділових туристів. Відправляючись у відрядження, бізнес-туристи очікують не тільки можливості укласти вигідні контракти. Вони також прагнуть підвищити свій результат через зміну середовища та отримання незабутніх вражень, характерних для приймаючої країни. Для сприяння розвитку ділового туризму важливу роль відіграють певні фактори, такі як науково-технічний прогрес, стабільна економіка, швидкий розвиток транспорту та Інтернету, які служать засобами зв'язку та обміну інформацією. Стабільний політичний клімат, покращення рівня життя, вищий рівень освіти та грамотності населення, а також розвиток готельних послуг та індустрії розваг сприяють розширенню масштабів туризму та збільшенню його загального впливу [15]. Крім того, вкрай важливо підготувати висококваліфікованих працівників у відділах конференц-сервісу готелів. Ці особи повинні володіти вмінням обслуговувати форуми, конференції, семінари, конгреси, презентації.

Діловий туризм є одним із важливих секторів глобальної економіки, що відіграє ключову роль у розвитку міжнародних зв'язків, сприяє обміну знаннями та досвідом, а також забезпечує значний економічний ефект для країн, які активно розвивають цей напрямок. Для успішного розвитку ділового туризму необхідно враховувати комплекс факторів, які впливають на привабливість дестинації для бізнес-туристів та компаній. Основними факторами розвитку ділового туризму є інфраструктура, економічне середовище, безпека, підтримка держави, маркетинг та просування, а також соціально-культурні аспекти.

Інфраструктура є одним із базових факторів, що визначають успіх ділового туризму. Високоякісні транспортні мережі, включаючи авіасполучення, залізничний транспорт, дороги та громадський транспорт, є критично важливими для забезпечення зручного доступу до місць проведення бізнес-заходів. Наявність сучасних конференц-центрів, виставкових залів та готелів з необхідними умовами для проведення

зустрічей і конференцій є ключовим фактором для залучення бізнес-туристів. Також важливими є технологічні рішення, такі як швидкісний інтернет та сучасні засоби комунікації, які дозволяють ефективно організовувати та проводити заходи.

Стабільне та сприятливе економічне середовище є ще одним важливим фактором розвитку ділового туризму. Країни з високим рівнем економічного розвитку, привабливими інвестиційними умовами та низьким рівнем корупції є більш привабливими для бізнес-туристів. Податкові пільги та стимули для організаторів ділових заходів також можуть відігравати важливу роль у залученні міжнародних конференцій та форумів. Економічна стабільність сприяє підвищенню довіри з боку інвесторів та бізнесменів, що позитивно впливає на розвиток ділового туризму.

Безпека є одним із найважливіших факторів, що впливають на вибір DESTИНАЦІЇ для ділового туризму. Підвищений рівень безпеки, відсутність конфліктів та стабільна політична ситуація є критичними для залучення міжнародних заходів. Організатори ділових подій приділяють особливу увагу питанням безпеки учасників, тому країни з високим рівнем криміногенної ситуації або політичною нестабільністю можуть втратити конкурентну перевагу у цій сфері.

Не менш важливо для розвитку ділового туризму є й державна. Взаємодія між державою та приватним сектором, створення сприятливих умов для організації бізнес-заходів, розробка стратегій розвитку ділового туризму та маркетингових кампаній є ключовими елементами успішного розвитку цієї галузі. Державна підтримка може включати фінансові стимули, сприяння у спрощенні візових процедур, а також інвестиції у розвиток інфраструктури.

Ефективний маркетинг та просування є важливими для залучення бізнес-туристів та організаторів заходів. Розробка бренду DESTИНАЦІЇ, участь у міжнародних виставках та форумах, активне використання цифрових медіа та соціальних мереж для просування DESTИНАЦІЇ є ключовими інструментами

для залучення уваги до країни або міста як привабливого місця для проведення ділових заходів. Важливою є також співпраця з міжнародними організаціями та асоціаціями, які можуть сприяти залученню великих міжнародних конференцій та форумів.

Особливе значення для розвитку ділового туризму відіграє й соціально-культурний фактор. Країни з багатою культурною спадщиною, унікальними традиціями та високим рівнем гостинності можуть створити додаткову привабливість для бізнес-туристів.

Загалом необхідно виокремити наступні фактори розвитку ділового туризму:

Розвиток міжнародних ділових зв'язків	Розширення глобалізованих економік та інтеграція різних країн створюють попит на обмін знаннями та досвідом між компаніями, сприяючи розвитку міжнародних ділових відносин.
Технологічний прогрес	Технологічний прогрес робить обмін інформацією більш доступним, дозволяючи бізнесменам спілкуватися та контролювати проекти віддалено
Транспортна інфраструктура	Вдосконалення транспортної інфраструктури зробило різні регіони та країни легко доступними для ділових поїздок
Рівень доходів населення	У міру зростання рівня доходу та добробуту все більше людей можуть дозволити собі ділові поїздки, що спонукає зростання середнього класу та зростання підприємницької діяльності.
Політична та соціальна стабільність	Фактори, що впливають на інвестиційний клімат, такі як безпека, надійність правової системи та мінімальний рівень корупції, відіграють значну роль у сприянні розвитку ділового туризму, середнього класу та зростання підприємницької діяльності.
Культурн-історична спадщина	Багато бізнес-туристів виявляють інтерес до культурної та історичної спадщини регіону. Це сприяє діловому туризму, оскільки ділові зустрічі можна поєднувати з відвідуванням місцевих культурних місць

Рис. 1.5. Фактори розвитку ділового туризму [узагальнено автором]

Варто відзначити, що діловий туризм, на відміну від інших форм туризму, таких як пізнавальний, розважальний, історико-культурний та екологічний, робить більший акцент на наявності інфраструктурних ресурсів, а не на природних та історико-культурних пам'ятках. Крім згаданих факторів, бізнес-інфраструктура також має вирішальне значення для успіху ділового туризму. Це включає в себе бізнес-центри, офісні центри, конгрес-зали, конференц-центри та інші місця, спеціально призначені для проведення ділових заходів. Крім того, важливою є добре розвинена транспортна інфраструктура, включаючи аеропорти, залізничні станції та дороги. Важливими складовими MICE-туризму також є розважальні об'єкти та супутня інфраструктура – банки, страхові установи, заклади охорони здоров'я [3, с. 66].

В сучасних реаліях визначним фактором, що впливає на функціонування галузі ділового туризму є умови воєнного стану та активні бойові дії на території держави. Російсько-українська війна, яка розпочалася в 2014 році і загострилася у 2022 році, мала значний вплив на різні аспекти життя в Україні, включаючи діловий туризм. Війна створила небезпечні умови в окремих регіонах України, що призвело до зменшення кількості міжнародних бізнес-подорожей через страх перед потенційними загрозами. Багато країн видавали попередження своїм громадянам щодо подорожей до України. Нестабільність і непередбачуваність, викликані війною, зменшили інтерес іноземних інвесторів до України. Це, у свою чергу, призвело до скорочення кількості міжнародних бізнес-заходів та інвестиційних форумів. Бойові дії зруйнували значну частину інфраструктури на сході країни, що ускладнило організацію та проведення бізнес-заходів. Відновлення інфраструктури потребує часу і значних фінансових вкладень. Війна негативно вплинула і на міжнародний імідж України, що зменшило її привабливість як безпечного та стабільного місця для проведення ділових заходів. Відповідно, війна спричинила значні економічні втрати, що вплинуло на здатність українських компаній фінансувати та брати участь у міжнародних бізнес-заходах.

Та попри низку негативних наслідків, воєнний стан став тим вирішальним фактором, що сприяв суттєвим трансформаціям в індустрії ділового туризму. Українські організатори івентів та бізнес-туризму почали шукати нові підходи та інноваційні рішення для проведення заходів, включаючи онлайн та гібридні формати. Це допомогло зберегти активність галузі навіть у складних умовах. Війна спричинила значну підтримку України з боку міжнародного співтовариства, що призвело до збільшення кількості заходів, спрямованих на підтримку України та залучення інвестицій для відбудови країни. Зменшення кількості міжнародних відвідувачів спонукало розвиток внутрішнього ділового туризму, що сприяло підтримці місцевих підприємств та економіки. Війна сприяла підвищенню рівня патріотизму та національної єдності, що позитивно вплинуло на місцевий бізнес і туризм, створюючи сприятливі умови для співпраці та розвитку.

Російсько-українська війна справила глибокий та комплексний вплив на діловий туризм в Україні. Незважаючи на численні негативні наслідки, галузь показала здатність до адаптації та пошуку нових можливостей у складних умовах. Подальший розвиток ділового туризму в Україні залежить від стабілізації політичної ситуації, відновлення інфраструктури та ефективного використання міжнародної підтримки для відновлення та розвитку країни. Таким чином, розвиток ділового туризму в Україні потребує комплексного підходу та врахування всіх вищезазначених факторів. Інвестиції у розвиток інфраструктури, забезпечення стабільного економічного середовища, підвищення рівня безпеки, активна підтримка з боку держави, ефективні маркетингові стратегії та врахування соціально-культурних аспектів можуть сприяти успішному розвитку цієї галузі. Україна має значний потенціал для розвитку ділового туризму, і з правильними підходами та стратегічними рішеннями вона може стати важливим гравцем на міжнародній арені ділового туризму.

1.3. Аналіз українського ринку ділового туризму

Український ринок ділового туризму за останні роки демонструє позитивну динаміку розвитку. Після здобуття незалежності та переходу до ринкової економіки, країна поступово інтегрувалася у міжнародну економічну систему, що сприяло зростанню кількості ділових поїздок. Відкриття нових підприємств, залучення іноземних інвестицій та розвиток міжнародної торгівлі стали важливими факторами, що сприяли зростанню попиту на діловий туризм.

Україна має значний потенціал для розвитку ділового туризму завдяки своєму стратегічному розташуванню між Європою та Азією, розвинутій інфраструктурі великих міст, таких як Київ, Львів, Одеса та Харків, а також наявності численних конференц-залів, виставкових центрів та готелів високого рівня. Крім того, зростання кількості міжнародних заходів, таких як форуми, конференції та виставки, сприяє підвищенню туристичної привабливості країни.

Загалом основні тенденції розвитку української індустрії ділових івентів можна окреслити наступним чином:

- зростання інтересу до міжнародних заходів: українські міста все частіше стають майданчиками для проведення міжнародних бізнес-заходів. Це сприяє підвищенню престижу країни на міжнародній арені та стимулює розвиток місцевої економіки;

- розвиток інфраструктури: останніми роками спостерігається значне поліпшення інфраструктури, що сприяє розвитку ділового туризму. Будівництво нових готелів, конференц-залів та виставкових центрів створює необхідні умови для проведення великих міжнародних заходів;

- впровадження новітніх технологій: використання сучасних інформаційних технологій дозволяє ефективніше організовувати та проводити заходи, залучати більшу кількість учасників та забезпечувати високий рівень обслуговування.

– зростання внутрішнього туризму: попри економічну нестабільність та воєнний стан в Україні спостерігається зростання внутрішнього ділового туризму. Українські компанії частіше організовують заходи в межах країни, що сприяє розвитку місцевої інфраструктури та економіки.

Діловий туризм в Україні демонструє позитивну динаміку розвитку, відображаючи глобальні тренди та адаптуючись до специфіки місцевого ринку. Одним із ключових трендів є цифровізація івентів, де онлайн та гібридні формати стають все популярнішими, забезпечуючи доступність заходів для широкої аудиторії. Крім того, зростає попит на інноваційні та інтерактивні формати, що включають використання віртуальної реальності та інтерактивних технологій для підвищення залученості учасників.

Збільшення кількості міжнародних заходів в Україні свідчить про зростання її привабливості як бізнес-локації. Це, у свою чергу, стимулює розвиток інфраструктури, зокрема будівництво нових готелів, конференц-залів та виставкових центрів. Окрема увага приділяється сталому розвитку, де організатори все частіше включають екологічні практики в планування та проведення заходів.

Співпраця між державними та приватними секторами сприяє створенню сприятливого бізнес-клімату, що залучає іноземних інвесторів та партнерів. У цьому контексті важливу роль відіграють регіональні івенти, які сприяють розвитку місцевих громад та економіки. Інноваційний підхід до організації заходів, підвищення якості послуг та розвиток професійних навичок організаторів формують позитивний імідж України на міжнародному рівні. Сьогодні в Україні проводиться велика кількість ділових івентів локального, регіонального та національного значення (табл. 1.2.).

Діловий туризм здатен відповідати та реалізувати запити в найрізноманітніших сферах, дозволяючи організувати виставки, конференції та інші заходи, які сприяють зростанню та розвитку цієї галузі. Співпраця між сектором ділового туризму та іншими сферами, такими як наука,

економіка, медіа, освіта та культура має вирішальне значення для демонстрації нових продуктів і підприємств у туристичній індустрії.

Таблиця 1.2.

Приклади ділових івентів різних рівнів в Україні [16]

Рівень	Назва	Місце проведення	Опис
Локальний	IT Career Day	Харків	Зустріч студентів та випускників ІТ-спеціальностей з провідними ІТ-компаніями регіону.
	АгроФорум	Вінниця	Форум для місцевих аграріїв, де обговорюються нові технології та методи в агросекторі.
	Туризм і Гостинність	Ужгород	Місцева виставка і конференція для підприємців у сфері туризму та гостинності.
Регіональний	Західноукраїнський Бізнес Форум	Львів	Регіональна конференція для бізнесменів Західної України з обговоренням економічних перспектив та інновацій.
	Інноваційний День Сходу	Дніпро	Форум, присвячений новітнім технологіям та інноваціям у промисловості та підприємництві.
	Чорноморський Економічний Форум	Одеса	Регіональний форум для обговорення економічного розвитку Причорномор'я та перспектив співпраці.
Національний	Український Інвестиційний Саміт	Київ	Національний захід для інвесторів та підприємців з метою обговорення інвестиційних можливостей в Україні.
	Міжнародний Форум Інновацій	Київ	Великий форум, присвячений інноваційним технологіям та стартапам в Україні.
	Аграрний Конгрес	Київ	Національний конгрес для аграріїв, де обговорюються останні тенденції та досягнення у сільському господарстві.
	Форум «Україна 2030: Стратегія розвитку»	Київ	Національний форум для обговорення стратегії розвитку України до 2030 року.

Ділові візити служать різним цілям і залучають представників різних галузей народного господарства. Тому важливість популяризації ділового туризму очевидна, і прогнозується зростання попиту на ці послуги. В Україні значну роль у цій сфері відіграє Асоціація ділового туризму України (ВТА – Ukraine Business travel association of Ukraine). Як всеукраїнське професійне

об'єднання ВТА має на меті створення сприятливих умов для ефективного розвитку галузі, що включає підвищення рівня зайнятості, внесок у національну економіку та ВВП, отримання надходжень до бюджету, створення законодавчої бази, покращення якості послуг, використання інноваційних технологій. технології, проведення статистичних досліджень і сприяння конкурентному середовищу.

В Україні галузь ділового туризму обслуговують спеціалізовані організації та івент-агентства. Так, BTL Group орієнтується на корпоративних клієнтів і пропонує широкий спектр послуг, включаючи ділові поїздки, конгреси, семінари, конференції, командоутворення та PR-заходи. Вони також створюють спеціальні тури для партнерів і проводять форуми MMR і B2B-семінари. EVENTEX GROUP – це група компаній, яка спеціалізується на організації ділових заходів, технічній підтримці, організації ділових поїздок та відпочинку, а також пропонує оренду обладнання та корпоративні тренінги. France Groupe Tourisme працює в сегменті B2B, пропонуючи проживання в престижних готелях, комплексні послуги для ділових поїздок, індивідуальні мотиваційні програми, а також допомогу в організації ділових візитів і пошуку міжнародних партнерів. КИЙ АВІА займається не лише бронюванням авіаквитків, поїздами та автобусами, оформленням віз та орендою автомобілів, а й надає послуги з організації бізнесу, організації заходів, VIP-сервісу та особистого супроводу в терміналах. Туристична компанія Advantage de Luxe спеціалізується на послугах бронювання, організації конгресів і виставок. MICE Travel — оператор ділового туризму та конференц-сервісів, який спеціалізується на організації різноманітних заходів, інсентив-турів, конференцій, менеджменті подорожей та підтримці заходів у соціальних мережах.

До бізнес-центрів України входять Київ, Львів, Харків, Дніпро та Одеса. Наразі головна мета українського ділового туризму – об'єднання та співпраця. Перший крок до цієї мети було зроблено в 2007 році на 49-й виставці-конференції MICE. Сьогодні ці виставки та конференції проводяться

щорічно і служать платформою для просування ділового туризму на міжнародний ринок. Яскравими прикладами є «IMEX» у Франкфурті, «ITB» у Берліні, «WTM» у Лондоні, «Fitur» у Мадриді, «EXPO» у Ганновері. Крім того, проведення в Україні міжнародних конференцій і виставок демонструє іноземцям, що в країні є необхідна інфраструктура для організації ділових заходів міжнародного рівня. Асоціація ділового туризму України, яка складається з туристичних організацій, організаторів конференцій та готельних служб, відповідає за представлення України як ділового туристичного напрямку на світовій арені. Разом із відповідними державними органами вони прагнуть розробити спільну стратегію розвитку галузі. Варто зазначити, що навіть в умовах війни ділові івенти продовжують процвітати. Так, наведемо приклади ділових івентів, що заплановані на 2024 рік:

Таблиця 1.3.

Приклади ділових івентів в Україні [16]

Ukraine Recovery Conference	Міжнародна конференція з питань відновлення України для лідерів урядів низки країн, міжнародних організацій, бізнесу та громадянського суспільства. Німеччина та Україна спільно проведуть
Business Evolution	форум присвячений темі «Бізнес в епоху змін. Гра на випередження». Цей захід стане майданчиком для обговорення головних питань, що стосуються розвитку бізнесу в сучасному індустріальному середовищі.
Business Thinkers Forum	Бізнес-форум про нові парадигми мислення, стратегії, принципи зростання в умовах пермакризи й викликів розвитку, які об'єднують свідомих людей та змінюють майбутнє в умовах ідеального шторму.
Щорічна Міжнародна бізнес-конференція PrivateLabel	XVI Міжнародна щорічна практична зустріч, яка дозволяє відділам BTM роздрібних мереж та компаній-постачальників розпочати та/або продовжити співпрацю, визначити стратегії та тактики ефективного розвитку бізнесу. Ініціатором та організатором Події виступає B2B Медіа-Група TradeMasterGroup.
Saudi-Ukrainian Business Forum	Форму, спрямований на розкриття підприємницького та інноваційного потенціалу українців, обговорення питання двостороннього співробітництва між Україною та Саудівською Аравією у торговельному напрямку, а також кооперація та пошук нових рішень для експортоорієнтованого бізнесу України.
PPC Day: PRO	Провідні експерти галузі розкриють секрети ефективних кампаній, найновіші тренди та стратегії для досягнення максимального успіху в платній рекламі.

Коли справа доходить до проведення заходів, зазвичай використовуються виставкові центри та конференц-зали. Проте все більше спостерігається тенденція використання актових залів чи конференц-центрів в університетах. Крім того, існує традиційний попит на місця для проведення ділових зустрічей у готелях та інших приміщеннях. В Україні кількість бізнес-центрів і виставкових залів значно зросла за останні роки через розквіт економіки та потребу у більших офісних приміщеннях для розміщення зростаючої робочої сили. Виставкова галузь в Україні також переживає динамічне зростання. Виставки та ярмарки проводяться в 35 містах країни, в країні працює понад 120 виставкових компаній. Загальна виставкова площа сягнула майже 300 000 квадратних метрів, щорічно відбувається приблизно 500-600 виставок, з яких 20% є універсальними та 80% спеціалізованими. Найбільш активними центрами виставкової діяльності є міста Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків. Деякі з відомих виставкових залів у Києві включають Міжнародний виставковий центр, Експоцентр України, Прімус Україна, Київський міжнародний контрактний ярмарок, Євроіндекс, Авто Експо, Торгово-промислова палата України, Прем'єр Експо та Акко Інтернешнл. Ключовими регіональними хабами ділового туризму в Україні є Експоцентр «Метеор» у Дніпрі, ГалЕкспо та Південний EXPO у Львові, AGROPORT East у Харкові, Виставковий технологічний центр та Shipping Media Center в Одесі. На жаль, триваючий військовий конфлікт у Харківській області та завдана ним шкода інфраструктурі створюють проблеми для подальшого розвитку ділового туризму після перемоги над російською армією. Незважаючи на цю невдачу, Україна має необхідні умови для проведення міжнародних ділових заходів. Проте якісних бізнес-центрів не вистачає по всій країні, а в деяких регіонах вони взагалі відсутні. Ця концентрація бізнес-інфраструктури в кількох містах, таких як Київ і Львів, перешкоджає розвитку бізнес-туризму. Тому вкрай важливо визначити пріоритети покращення існуючої бізнес-інфраструктури як засобу сприяння розвитку національної економіки.

Говорячи про внутрішній ландшафт ділового туризму, важливо визнати, що українська індустрія туризму дуже повільно масштабується на світовий ринок. Готелі та бізнес-центри відіграють вирішальну роль в інфраструктурі ділового туризму, вимагаючи професіоналізму та здатності надавати ефективні та зручні послуги для ділових мандрівників. Проте українські туристичні комплекси стикаються з фінансовими обмеженнями в умовах ринкової економіки, що робить актуальним питання пошуку джерел фінансування. Перспективи розвитку цих комплексів залежать від інвестиційної політики країни, а привабливість управління та податкові пільги є ключовими факторами залучення як зовнішніх, так і внутрішніх інвестицій. Крім того, існує дефіцит кваліфікованого персоналу для ділових поїздок, що підкреслює потребу в підготовці висококваліфікованих практиків готельних конференц-послуг. Ці фахівці повинні вміти не тільки обслуговувати форуми, конференції, семінари, виступи, а й організовувати корпоративні культурно-розважальні заходи.

Та щоб здійснити якісний аналіз українського ринку ділового туризму, вважаємо за доцільне здійснити SWOT-аналіз України як осередку ділового туризму в Європі (таблиця 1.4).

Розглядаючи таблицю, стає очевидним, що Україна має численні переваги та можливості, які переважають будь-які недоліки та загрози, з якими вона може зіткнутися. Ці фактори сприяють тому, щоб Україна стала визначним центром ділового туризму в Європі. SWOT-аналіз підтвердив здійсненність цієї стратегічної цілі. Отже, можна зробити висновок, що незважаючи на триваючу кризу та конфлікт, ринок ділового туризму в Україні стабільно відновлюється та прогресує. Очікується, що попит на бізнес- та конгрес-готелі, а також на якісні бізнес-послуги буде постійно зростати. Завдяки своєму великому потенціалу Україна має можливість зарекомендувати себе як напрямок світового класу для ділового туризму. Для ефективного досягнення цієї стратегічної мети Україна повинна повністю задіяти наявні ресурси, які будуть детальніше досліджені в наступному

підрозділі.

Таблиця 1.4

SWOT-аналіз України як осередку ділового туризму в Європі

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Стратегічне географічне розташування	Нестабільна політична ситуація та воєнний стан
Багата культурна та історична спадщина	Недостатньо розвинена інфраструктура для ділового туризму (дороги, готелі, конференц-центри)
Зростаюча кількість міжнародних заходів	Недостатній рівень професійної підготовки у сфері ділового туризму
Відносно низькі витрати на проведення заходів	Слабке державне регулювання та підтримка ділового туризму
Високий рівень гостинності та культурного обслуговування	Відсутність ефективних маркетингових стратегій для просування України як ділового центру
Наявність унікальних локацій для проведення різноманітних заходів	Бюрократичні перепони та корупція, що ускладнюють організацію бізнес-заходів
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розвиток транспортної інфраструктури	Конкуренція з боку інших європейських країн, які вже мають розвинену інфраструктуру ділового туризму
Залучення іноземних інвестицій у готельний та конференційний бізнес	Негативний імідж країни через політичну та економічну нестабільність
-Створення спеціалізованих навчальних програм для підготовки кадрів у сфері ділового туризму	-Зміни у законодавстві, що можуть ускладнити організацію міжнародних заходів
Підвищення якості послуг через впровадження міжнародних стандартів	Економічні кризи, які можуть вплинути на інвестиційну привабливість України
Розробка ефективних маркетингових кампаній для просування України як привабливого ділового центру	Вплив глобальних подій, таких як пандемії та війна
Зміцнення міжнародних зв'язків та співпраця з іншими країнами	Недостатнє фінансування та підтримка з боку держави для розвитку інфраструктури та промоції ділового туризму

Розвиток ділового туризму в Україні має базуватися на унікальних національних особливостях країни, враховуючи унікальність та потенціал місцевого середовища. Таким чином те, що зазвичай було б буденною та виснажливою поїздкою, можна перетворити на чудовий досвід, який підвищує продуктивність і творчість. Ключ до досягнення цієї мети полягає в тому, щоб створити теплий і гостинний прийом бізнес-туристів, заохочуючи їх повернутися в Україну. На жаль, сучасний стан ділового туризму в Україні

часто не викликає такого бажання. Проте зі збільшенням кількості міжнародних організацій, які обирають Україну як місце проведення європейських та світових заходів, а також проведення спортивних змагань та чемпіонатів, ситуація може швидко покращитися. Україна має всі необхідні ресурси для того, щоб стати першокласним напрямком ділового туризму. Всередині країни ринок ділового туризму складається переважно з рекламних турів, організованих іноземними приймаючими компаніями або національними операторами, що спеціалізуються на виїзному туризмі, а також спеціалізованих виставок, форумів, конгресів. Однак через відносно низький попит на внутрішні тури порівняно з міжнародними, промомаршрути в межах України зустрічаються рідше. Тому національні постачальники продуктів часто проводять індивідуальні аудити, підтримуючи довгострокові партнерські відносини з найбільш надійними співробітниками. Відповідно, це створює проблему для нових учасників, таких як місцеві або регіональні невеликі готелі та туристичні напрямки, які зазвичай мають обмежене визнання за межами своєї безпосередньої території.

РОЗДІЛ 2

РЕАЛІЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз сучасного стану ділового туризму в області

Діловий туризм є важливою складовою туристичної індустрії, яка сприяє розвитку економіки регіону через залучення інвестицій, підвищення зайнятості та розвиток інфраструктури. Київська область, завдяки своїй географічній близькості до столиці України, розвиненій інфраструктурі та багатій історико-культурній спадщині, має значний потенціал для розвитку ділового туризму. Проте сучасний стан цієї сфери відзначається як позитивними досягненнями, так і значними викликами.

Київ, найбільше місто України та її столиця, може похвалитися багатьма вражаючими особливостями. Він є головним транспортним вузлом у Східній Європі та має значні промислові та наукові можливості. Місто також має багату туристичну інфраструктуру, яка пропонує широкий спектр об'єктів для обслуговування відвідувачів. Насправді Київ має значний туристичний потенціал, про що свідчать понад 355 тисяч іноземних туристів, які відвідали його лише за перший квартал 2019 року. Крім того, лише за шість місяців бюджет міста отримав майже 23 мільйони гривень завдяки запровадженню туристичного збору.

Київ є не тільки адміністративною столицею України, але й має звання столиці ділового туризму країни. У місті розташовано близько 3000 туристичних компаній, 300 закладів гостинності, виставкових комплексів і конгрес-центрів. Крім того, Київ може похвалитися понад 30 бізнес-центрами, стадіонами світового рівня, сучасними торговими центрами, просторими зеленими парками та безліччю атракціонів. Любителі культури можуть відвідати понад 100 музеїв, 80 галерей і 50 театрів, кожен з яких пропонує унікальний досвід [2].

У місті дуже розвинена спеціалізована інфраструктура ділового туризму. Яскравим прикладом цього є успішна робота відомих виставкових центрів, таких як «КиївЕкспоПлаза» та ВДНГ. Варто зазначити, що існує світова тенденція до винесення виставкових центрів за межі міських територій, у зв'язку з чим виникає питання: «Чому «КиївЕкспоПлаза» побудували за межі міста?». Пояснення просте. Вартість землі в місті визначається потенціалом для будівництва багатоповерхових будинків. Оскільки виставковий центр є одноповерховим, висока ціна міської землі вважається надмірною та недосяжною, особливо враховуючи її величезні розміри[1]. Зручне транспортне сполучення є позитивним фактором для зростання ділового туризму. Аеропорт «Бориспіль» обслуговує приблизно 50% усіх авіаперельотів в Україні, близько 50 національних і міжнародних авіакомпаній здійснюють регулярні рейси в понад 100 напрямків по всьому світу. Ще однією перевагою є те, що у 2012 році було завершено масштабну реконструкцію Міжнародного аеропорту «Київ» (Жуляни), що значно скоротило час у дорозі містом[2]. Житло відіграє вирішальну роль для будь-якого туриста, а ділові мандрівники мають ще вищі очікування. Столиця може похвалитися численними закладами розміщення, які спеціально задовольняють потреби бізнесу. Природно, люди вибиратимуть житло на основі близькості до запланованих пунктів призначення та мети своєї поїздки. Тому перераховані тут готелі зручно розташовані поблизу виставкових центрів, залів і майданчиків, де проводяться різноманітні заходи[4]. Асоціація ділового туризму України, до складу якої входять туристичні організації, конференц-сервіси та готельні служби, відіграє вирішальну роль у представленні нашої країни на міжнародному рівні та розробці спільної стратегії для просування ділового туризму на національному рівні. Хоча бізнес-туризм тісно пов'язаний із загальним туризмом на державному рівні, наразі не існує спеціальної програми, присвяченої його розвитку. Незважаючи на це, він становить приблизно 15% усієї української туристичної індустрії та, за прогнозами, продовжуватиме

зростати[3]. Підсумовуючи, діловий туризм в Україні прогресує; однак інфраструктура для його підтримки все ще відсутня. Слід зазначити, що спостерігається тенденція до перенесення великих виставкових центрів і павільйонів за межі великих міст. Як провідний напрямок ділового туризму в нашій країні, Київ виділяється завдяки розвиненій інфраструктурі та високоякісним бізнес-послугам. Володіючи значним потенціалом, Київ має всі можливості конкурувати з європейськими країнами щодо розвитку ділового туризму в найближчому майбутньому.

Виокремимо позитивні аспекти розвитку ділового туризму в Київській області:

- географічне розташування та інфраструктура. Київська область має вигідне розташування, що сприяє легкому доступу до регіону як з України, так і з-за кордону. Наявність міжнародного аеропорту "Бориспіль" та великої мережі автомобільних і залізничних шляхів забезпечують зручність пересування для ділових туристів. Також область має розвинену готельну інфраструктуру з широким вибором готелів різного класу, що задовольняє потреби різних категорій бізнес-туристів;

- конференц-центри та місця для проведення заходів. В області функціонують сучасні конференц-центри, які надають широкий спектр послуг для організації бізнес-заходів, таких як конференції, семінари, тренінги та виставки. Наприклад, Київський міжнародний виставковий центр та інші спеціалізовані майданчики оснащені сучасним обладнанням та пропонують високий рівень обслуговування;

- підтримка з боку держави та місцевої влади. Розвиток ділового туризму підтримується на державному та регіональному рівнях через програми сприяння інвестиціям, організацію міжнародних заходів та створення сприятливих умов для бізнесу. Це включає спрощення процедур для іноземних інвесторів, надання консультаційних послуг та підтримку у проведенні бізнес-заходів;

– інноваційні проекти та стартапи. Київська область стає важливим центром для розвитку інноваційних проектів та стартапів. Багато міжнародних компаній та інвесторів проявляють інтерес до місцевих технологічних парків та інкубаторів, що створює додаткові можливості для ділового туризму. Такі ініціативи стимулюють проведення бізнес-заходів, зустрічей та конференцій, сприяючи розвитку галузі.

Серед викликів та проблем ділового туризму в Київській області можна назвати:

– інфраструктурні проблеми. Попри наявність розвиненої інфраструктури, Київська область стикається з проблемами, пов'язаними з якістю доріг та транспортного сполучення у деяких районах. Це може ускладнювати доступ до певних локацій та знижувати загальне враження від поїздки. Важливим є постійне вдосконалення та модернізація транспортної інфраструктури для забезпечення комфорту ділових туристів;

– економічна нестабільність та вплив війни. Економічна ситуація в Україні, а також глобальні виклики, такі як умови воєнного стану, суттєво вплинули на сферу ділового туризму. Зниження ділової активності, обмеження на поїздки та зменшення кількості міжнародних заходів призвели до скорочення попиту на ділові поїздки. Відновлення цієї сфери вимагає активних заходів з боку уряду та бізнес-спільноти для залучення туристів та відновлення довіри до безпеки подорожей;

– конкуренція з іншими регіонами Київська область стикається з конкуренцією з боку інших регіонів України, які також активно розвивають діловий туризм. Такі міста, як Львів, Одеса та Харків, пропонують свої унікальні переваги для бізнес-туристів, що змушує Київську область постійно покращувати свою пропозицію та шукати нові способи залучення туристів;

– безпекові ризики. Питання безпеки є одним з ключових факторів, які впливають на вибір місця для ділових поїздок. Події, пов'язані з військовими конфліктами та кримінальною активністю, можуть стримувати потенційних

бізнес-туристів від відвідування регіону. Важливим є забезпечення високого рівня безпеки та створення позитивного іміджу області на міжнародній арені.

З метою підвищення ефективності туристської галузі України, а зокрема Тернопільської області, підвищення її іміджу і авторитету в туристському співтоваристві, сформовано SWOT-аналіз позиціонування Київської області як центру внутрішнього та в'їзного туризму задля розширення міжнародного туристського співробітництва (табл. 2.1.).

Сучасний стан ділового туризму в Київській області характеризується значним потенціалом та позитивними тенденціями, але водночас стикається з низкою викликів. Важливими аспектами для подальшого розвитку є модернізація інфраструктури, активна підтримка держави, залучення інвесторів та забезпечення безпеки.

Таблиця 2.1

SWOT- аналіз позиціонування Київської області як центру внутрішнього та в'їзного туризму [складено автором]

1. Сильні сторони	2. Слабкі сторони
• Вигідне суспільно-географічне положення; • багатий природно-рекреаційний потенціал (лікувальні мінеральні води, лісові, ландшафтні, геоморфологічні (у тім числі спелео-) ресурси, природоохоронні території); • унікальна суспільно-історична спадщина; • популяризація фестивальних заходів як унікальних туристично-рекреаційних продуктів; • комунікаційна доступність; • наявність регіональних програм розвитку туризму в області; • зростання конкуренції на ринку туристичних послуг; • активна позиція населення щодо розвитку туристичної галузі області	• Недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури (низький рівень надання послуг у туристичних закладах; недостатня кількість закладів розміщення та харчування, невпорядкований стан автошляхів); • низький рівень реклами та поінформованості населення щодо туристичних програм регіону; • недостатній рівень кваліфікації працівників туристичної сфери; • відсутність державних програм збереження та відновлення унікальних туристичних пам'яток; • високий рівень дигресії популярних туристичних ресурсів і територій; • низький рівень попиту на туристичний продукт з боку проведення на території регіону туристичних конференцій, виставок, ярмарок; створення туристичних кластерів; запозичення іноземного досвіду в процесі використання туристичних атракцій

Продовження таблиці 2.1

3. Можливості • Використання географічного положення для збільшення міжобласних туристичних потоків; • використання природного потенціалу для розвитку сільського зеленого, екологічного, водного, оздоровчо-лікувального відпочинку; • залучення об'єктів історико-культурної спадщини до нових пізнавальних та розважальних туристично-рекреаційних проєктів; • облаштування закладів розміщення та відпочинку в місцях із туристичними атракціями; • населення регіону через низький рівень доходів; • низький рівень інвестиційної активності туристичної галузі. • впровадження новітніх технологій у процесі здійснення туризму та рекреації; облаштування транспортної інфраструктури дасть змогу збільшити кількість пасажироперевезень у межах області дооб'єктів туризму; • збільшення кількості готельних закладів та агросадиб дасть змогу здійснювати довготривалий відпочинок поблизу туристичних дестинацій; • створення якісного туристичного продукту через зростання конкуренції на ринку туристичних послуг	4. Загрози (перешкоди) • Недостатнє фінансування з державного бюджету нових туристичних програм; зменшення кількості іноземних туристів через недосконалість туристичної інфраструктури та низький рівень надання туристичних послуг; невідповідний рівень заробітної плати у туристичній сфері; • руйнування архітектурних пам'яток у випадку їх запустіння; зменшення туристичних потоків через низький рівень маркетингу туристичної галузі регіону; • надмірне використання вичерпних природно-рекреаційних ресурсів; • недофінансування туристичних програм
--	---

Проведений аналіз розвитку сфери ділового туризму в Київській області дозволив виявити наступні проблеми та окреслити основні напрями розвитку бізнес-туризму. Основні недоліки розвитку ділового туризму доцільно розглядати у розрізі наступних напрямів: туристичні організації, транспортна інфраструктура, готельно-ресторанний бізнес, інформаційне забезпечення, виставкові центри та офіси. Результати дослідження представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Основні недоліки ділового туризму в Київській області та шляхи їх
подолання [складено автором]

Об'єкти	Виявлені недоліки та проблеми	Шляхи вирішення проблем
Туристичні організації	недостатня кількість туристичних фірм, орієнтованих на прийом ділових туристів у місті Києві та області;	розробка спеціальних пакетів послуг, орієнтованих на MICE-туризм;
Транспортна інфраструктура	проблема транспортної доступності ряду визначних пам'яток, особливо приміських, з погляду можливостей організовувати великі групові екскурсії щодо забезпечення відповідних стоянок (парковок) для туристичного транспорту;	розробка спеціальних маршрутів та покажчиків; створення спеціальних пунктів зупинки біля найбільш відвідуваних об'єктів інтересу ділового туризму;
Готельно-ресторанний бізнес	високі ціни на послуги харчування та розміщення, особливо в сезон, за недостатньо високого рівня їх якості; брак місць для розміщення та закладів харчування, орієнтованих на середній та економ-клас;	будівництво нових об'єктів харчування та розміщення економ-класу;
Інформаційне забезпечення	недостатньо розвинена інформаційна підтримка туристів, особливо іноземних;	оптимізація роботи;
Виставкові центри та офіси	мала кількість сучасних виставкових комплексів світового рівня.	модернізація наявних та побудова нових виставкових центрів.

Завдяки комплексному підходу та співпраці між урядом, бізнесом та місцевими організаціями, Київська область може стати привабливим центром для ділового туризму, що сприятиме економічному зростанню та підвищенню рівня життя населення.

2.2. Розробка ділового туру в Київській області «Business Level Up»

Популярність MICE-туризму зростає як у світі, так і в Україні,

особливо серед бізнесменів. У час, коли час вважається більш цінним, ніж прибуток, бізнес-професіонали надають йому високу пріоритетність. Тому для індустрії ділового туризму в Київській області вкрай важливо надати продукт, який зможе захопити бізнесменів і забезпечити їх повернення в майбутньому. На рисунку 2.2. наведено найбільш затребувані галузі для організації бізнес-турів у Київській області на сьогодні.



Рисунок 2.2. Пріоритетні напрямки бізнесу для організації бізнес-турів у Київській області

У сучасному туризмі спостерігається сплеск популярності та перспектив ділового туризму. Бізнесмени та підприємці все частіше шукають міжнародних ділових партнерів і вирушають у ділові поїздки з метою вивчення нових можливостей для свого бізнесу. За оцінками, понад 73% цих поїздок організовано корпораціями, які зазвичай називають корпоративними поїздками. Ці поїздки також включають інсентив-тури, призначені для мотивації та винагороди співробітників. Приблизно 16% цих турів пов'язані з відвідуванням конгресів, семінарів і конференцій. Ще 25% цих поїздок передбачають участь у ярмарках, виставках, презентаціях. За даними

експертів у сфері ділового туризму, майже чверть усіх поїздок здійснюється з діловою метою. Витрати бізнесменів на ці поїздки втричі вищі, ніж у звичайних туристів. У результаті країни та регіони, які відвідують бізнесмени, отримують значну вигоду від прибутку, отриманого від цих турів. Саме тому ми розробили бізнес-тур «Business Level Up», який пропонує комплексний та захоплюючий досвід знайомства з інноваційним та промисловим багатством Київської області. Учасники матимуть можливість зустрітися з провідними підприємствами регіону. Керівництво багатьох великих компаній щорічно організовує туристичні поїздки для своїх кращих співробітників. Запропонована ділова подорож сприяє згуртованості колективу, підвищує мотивацію і працездатність.

Розроблений тур буде цікавий різним типам аудиторії. Стартапери можуть скористатися можливістю ознайомитися з інфраструктурою Тернопільської області, зв'язатися з менторами та партнерами та успішно представити свою продукцію на українському ринку. Власники бізнесу можуть відкривати нові бізнес-моделі та технології, які можуть допомогти розвивати їхній бізнес, налагоджувати партнерства та черпати натхнення в історіях успіху інших компаній. Топ-менеджери можуть отримати цінну інформацію про управління командою та продуктами, вивчаючи досвід успішних компаній і стартапів. Інвестори можуть вивчати нові бізнес-проекти та технології, які вони можуть потенційно включити у свою власну діяльність у регіоні, а також визначати потенційних партнерів для подальшого розвитку.

У бізнес-турі «Business Level Up» учасники матимуть можливість не тільки відвідати бізнес-зустріч, прийняти участь у тренінгах та інших навчальних заходах, але на другий день збагатитись культурною програмою: спільними екскурсіями, більше ознайомитись з програмою можна у табл. 2.3.

Тур розпочинається з прибуття в міжнародний аеропорт "Бориспіль", звідки делегацію трансфером доставлять до комфортабельного готелю в Києві.

Таблиця 2.3.

Програма ділового туру «Business Level Up» [складено автором]

Час	Дія	Місце
День 1: Прибуття та знайомство		
08:00 - 10:00	Прибуття делегації в Київський міжнародний аеропорт "Бориспіль". Трансфер до готелю.	Київ
10:00 - 11:00	Реєстрація в готелі та короткий відпочинок.	Готель «Senator Maidan»
11:00 - 12:00	Оглядова екскурсія по центру Києва.	Хрещатик, Майдан Незалежності, Володимирська гірка
12:00 - 13:00	Обід в ресторані української кухні.	Ресторан "Галушка"
13:00 - 16:00	Відвідування Київської торгово-промислової палати. Зустріч з представниками бізнесу.	Київська торгово-промислова палата
16:00 - 18:00	Відвідування інноваційного парку та зустріч з резидентами.	Unit City
18:00 - 19:00	Трансфер до готелю. Вільний час.	Готель
19:00 - 20:00	Вечеря в ресторані готелю.	
День 2: Бізнес-зустрічі та професійні візити у Київській області		
08:00 - 09:00	Сніданок у готелі.	Готель
09:00 - 10:00	Трансфер до Білої Церкви.	Біла Церква
10:00 - 12:00	Відвідування Білоцерківського заводу "Трібо". Зустріч з керівництвом та екскурсія по заводу.	Білоцерківський завод "Трібо"
12:00 - 13:00	Обід в місцевому ресторані.	Ресторан "Belvedere" в Білій Церкві
13:00 - 15:00	Відвідування агропромислового комплексу "Слобода". Зустріч з представниками та огляд виробництва.	Агропромисловий комплекс "Слобода"
15:00 - 17:00	Відвідування технопарку "Екополіс" у Василькові. Презентація проектів.	Технопарк "Екополіс", Васильків
17:00 - 18:00	Трансфер до Києва. Вільний час.	Київ
18:00 - 20:00	Вечеря на річковому теплоході з видом на вечірній Київ.	Прогулянка по Дніпру
День 3: Ділові зустрічі та підведення підсумків у Київській області		
08:00 - 09:00	Сніданок у готелі. Виселення з готелю.	Готель
09:00 - 10:00	Трансфер до Борисполя.	Бориспіль
10:00 - 12:00	Відвідування Бориспільського логістичного центру. Зустріч з представниками та екскурсія.	Бориспільський логістичний центр
12:00 - 13:00	Обід у ресторані.	Ресторан "Мисливець" в Борисполі
13:00 - 15:00	Відвідування індустріального парку "Бориспіль". Презентація проектів та зустріч з керівництвом.	Індустріальний парк "Бориспіль"
15:00 - 16:00	Трансфер до Броварів.	Бровари
16:00 - 18:00	Відвідування підприємства "Технопарк "Перемога" у Броварах. Зустріч з керівництвом.	Технопарк "Перемога", Бровари
18:00 - 19:00	Трансфер до аеропорту "Бориспіль". Від'їзд делегації.	Київський міжнародний аеропорт "Бориспіль"

Тур розпочинається з прибуття в міжнародний аеропорт "Бориспіль", звідки делегацію трансфером доставлять до комфортабельного готелю в Києві. Після короткого відпочинку ви зможете насолодитися оглядовою екскурсією по центру Києва, відвідуючи такі знакові місця як Хрещатик, Майдан Незалежності та Володимирська гірка. Після цього вас чекає обід в ресторані, де ви скуштуєте найкращі страви української кухні.

Перший діловий захід відбудеться у Київській торгово-промисловій палаті, де ви зустрінетеся з представниками українського бізнесу. Потім вас очікує відвідування інноваційного парку Unit City, де ви ознайомитеся з найсучаснішими технологіями та стартапами. Завершиться день вечерею в ресторані "Канапа" на Андріївському узвозі, де ви зможете насолодитися традиційною українською кухнею в сучасному виконанні.

Другий день туру присвячений бізнес-зустрічам та професійним візитам у Київській області. Після сніданку в готелі ви вирушите до Білої Церкви, одного з промислових центрів регіону. Там ви відвідаєте Білоцерківський завод "Трібо", де зустрінетеся з керівництвом та ознайомитеся з виробничими процесами. Після обіду в місцевому ресторані ви продовжите день в агропромисловому комплексі "Слобода", де вам покажуть сучасні технології в сільському господарстві.

Далі вас чекає відвідування технопарку "Екополіс" у Василькові, де вам презентують інноваційні проекти та рішення. Завершиться день вечерею на річковому теплоході, де ви зможете насолоджуватися видом на вечірній Київ з води.

Третій день туру починається зі сніданку та виселення з готелю. Далі ви вирушите до Борисполя, де відвідаєте логістичний центр і зустрінетеся з представниками бізнесу для обговорення можливостей співпраці. Після обіду в ресторані ви продовжите тур в індустріальному парку "Бориспіль", де вам презентують перспективні інвестиційні проекти.

Останньою зупинкою буде відвідування технопарку "Перемога" у Броварах, де ви зможете ознайомитися з успішними проектами та новими

технологіями. На завершення туру вас доставлять до аеропорту "Бориспіль" для від'їзду (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Детальний опис включених та невключених послуг у вартість триденного ділового туру по Київській області

Входить у вартість	Не входить у вартість
- Зустріч в аеропорту "Бориспіль" та трансфер до готелю	- Додаткові харчування та напої, що не входять в основне меню під час обідів та вечерь
- Всі внутрішні трансфери протягом туру (до місць зустрічей, екскурсій, ресторанів і назад)	- Міжнародні та внутрішні авіаквитки до/з Києва
- Трансфер з готелю до аеропорту "Бориспіль" в кінці туру	- Витрати на отримання візи для в'їзду в Україну (якщо необхідно)
- Розміщення в готелі в Києві протягом 2 ночей (одномісне/двомісне розміщення на вибір)	- Медичне страхування та страхування від нещасних випадків
- Сніданок у готелі (день 2 і день 3)	- Особисті витрати в готелі (міні-бар, пральня, телефонні дзвінки тощо)
- Обіди в ресторанах (3 обіди)	- Пам'ятні сувеніри та особисті покупки
- Вечері в ресторанах (2 вечері) та вечеря на річковому теплоході	- Індивідуальні екскурсії та заходи, що не входять в основну програму туру
- Оглядова екскурсія по центру Києва	- Додаткові ночі в готелі до або після завершення основного туру (за бажанням)
- Прогулянка на річковому теплоході по Дніпру	
- Організація зустрічей з представниками Київської торгово-промислової палати, Міністерства економіки України та інших бізнес-асоціацій	
- Відвідування підприємств, інноваційних парків та логістичних центрів у Київській області	
- Перекладацькі послуги під час ділових зустрічей	
- Професійний гід-супровідник, який володіє англійською мовою (і при необхідності іншими мовами)	

Загалом, програма туру складена таким чином, щоб гості дізналися, якнайбільше про привабливі, з погляду ділового туризму, сторони Київської області, про можливості співпраці, реалізували спілкування з дійсними та потенційними бізнес-партнерами. Також у програму ми заклали розважальну

та екскурсійну складові. Подібний тур можна проводити і в інших містах України, в яких проходять бізнес-заходи.

Триденний діловий тур Київської області пропонує виняткову можливість поєднати бізнес-заходи з культурними та професійними візитами, забезпечуючи учасникам насичену та продуктивну програму. Завдяки стратегічному розташуванню Києва та області, делегати матимуть змогу відвідати провідні підприємства, інноваційні парки та агропромислові комплекси, що сприятиме встановленню нових бізнес-контактів та розширенню партнерських зв'язків.

Високий рівень організації забезпечується завдяки професійному супроводу, сучасній інфраструктурі готелів та конференц-залів, а також ретельно спланованим логістичним та гастрономічним програмам. Зустрічі з представниками українського бізнесу та візити до інноваційних центрів допоможуть учасникам ознайомитися з перспективами та можливостями українського ринку, обговорити потенційні проекти та розглянути можливості інвестицій.

Водночас, організатори туру ретельно врахували можливі ризики, такі як залежність від погодних умов та потенційна політична нестабільність, щоб забезпечити максимально комфортні та безпечні умови для учасників. Програма туру передбачає достатньо часу для відпочинку та насолоди культурними заходами, що створить приємні враження від перебування в Україні.

Таким чином, триденний діловий тур по Київській області є чудовою нагодою для іноземних делегацій не тільки провести продуктивні ділові зустрічі, але й отримати глибоке уявлення про культуру та економічний потенціал регіону. Це ідеальний вибір для тих, хто прагне розширити свої бізнес-горизонти та знайти нові можливості для співпраці.

2.3. Проблеми та перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму

Досліджуючи стан ділового туризму в Україні, попри усі досягнення та заходи по зменшенню впливу війни на бізнес в Україні, стає очевидно, що індустрія ділового туризму переживає кризовий період, стикається з низкою перешкод, які заважають її розвитку. Особливо це помітно, якщо порівнювати Україну з такими країнами, як Німеччина та Іспанія, які досягли значних успіхів у сфері ділового туризму. Іноземні туристи неохоче відвідують Україну насамперед через нестабільний політичний та соціально-економічний клімат, зокрема воєнний стан в Україні. Відповідно, діловий туризм в Україні не набув бажаного рівня розвитку і за нинішніх обставин призупинився.

Післявоєнний розвиток ділового туризму є складним та багатогранним процесом, що потребує всебічного аналізу та стратегічного планування. Відновлення цього сектора економіки стикається з численними викликами, які варто розглянути детальніше. Однією з головних проблем післявоєнного розвитку ділового туризму є економічна нестабільність. Війна завдає значних збитків національній економіці, що впливає на купівельну спроможність підприємств та організацій. Зменшення доходів компаній призводить до скорочення бюджетів на ділові поїздки, що негативно впливає на розвиток індустрії. Крім того, зруйнована інфраструктура потребує значних інвестицій для відновлення. Готелі, конференц-зали, транспортні мережі – всі ці елементи є ключовими для успішного функціонування ділового туризму. Відновлення інфраструктури може зайняти роки, що затримує відновлення нормального режиму роботи.

Соціальні проблеми також мають вагомий вплив на післявоєнний розвиток ділового туризму. Психологічний стан населення після війни, наявність ветеранів та переселенців створюють складне соціальне середовище. Люди можуть бути менш схильні до ділових поїздок через травматичний досвід, що впливає на загальний попит на цей вид туризму.

Крім того, відновлення довіри до безпеки в регіоні є важливим фактором. Ділові мандрівники потребують гарантій безпеки для своїх поїздок. Це вимагає активних дій з боку держави та органів правопорядку для забезпечення стабільності та безпеки.

Післявоєнний період часто характеризується політичною нестабільністю. Зміни влади, політичні конфлікти та непередбачувані рішення можуть створювати додаткові ризики для ділових мандрівників. Політична ситуація впливає на видачу віз, митний контроль, а також на загальну привабливість країни як ділового напрямку. Крім того, війна в Україні вже призвела до значних руйнувань інфраструктури, що є основною перешкодою для відновлення ділового туризму. Аеропорти, дороги, готелі та офісні приміщення часто стають об'єктами атак, що унеможливорює нормальне функціонування ділового сектора. Для вирішення цієї проблеми потрібні значні фінансові вкладення та час. Відновлення інфраструктури є пріоритетним завданням, яке потребує залучення як державних, так і приватних інвестицій. Міжнародна допомога та співпраця з іншими країнами можуть сприяти прискоренню цього процесу.

Безпека є ключовим аспектом у розвитку ділового туризму. Післявоєнний період часто супроводжується високим рівнем злочинності, терористичними загрозами та соціальними заворушеннями. Це створює значні ризики для ділових мандрівників, які можуть відмовитися від поїздок до небезпечних регіонів. Забезпечення безпеки потребує ефективної роботи правоохоронних органів, впровадження сучасних технологій спостереження та контролю, а також розвитку системи екстреної допомоги. Інформаційні кампанії, що спрямовані на підвищення обізнаності про заходи безпеки, також відіграють важливу роль. Військові дії завдають значної шкоди й навколишньому середовищу, що також впливає на розвиток ділового туризму. Забруднення повітря, води та ґрунтів, руйнування природних ландшафтів створюють несприятливі умови для перебування. Ділові мандрівники, особливо ті, хто представляє міжнародні компанії, можуть бути чутливими до

екологічних проблем і вимагати відповідних умов для проведення своїх заходів.

До проблем, пов'язаних з розвитком ділового туризму, також можна віднести наступні:

- обмежена кількість регіональних та міжнародних аеропортів;
- нерівномірний розподіл ділового туризму по регіонах;
- мала кількість номерів бізнес-категорії в готелях;
- недостатня кількість конференц-центрів у різних областях України;
- якість послуг, що надаються іноземним клієнтам, не завжди відповідає міжнародним стандартам;
- дефіцит фінансування як від уряду, так і від інвесторів через нестабільну економічну систему та триваючі військові дії;
- відсутність кваліфікованого персоналу та застарілі методи навчання;
- відсутність сприятливих умов для закордонного стажування та залучення іноземних спеціалістів до проведення майстер-класів [56].

Варто відзначити, що нерівномірність розвитку ділового туризму у різних регіонах зумовлена, насамперед, концентрацією ділової інфраструктури у великих містах, таких як Київ, Одеса, Львів, Харків, Дніпропетровськ, та відсутністю розвинених бізнес-центрів у промислових містечках. За даними вітчизняної дослідниці І. Пандяк, лише у цих містах є готелі вищої категорії, відповідно проведення визначних ділових заходів в іншій місцевості є утрудненою, особливо в контексті розміщення високопоставлених гостей – державних діячів, політиків, впливових бізнесменів, діячів культури та спорту тощо [50, с.185].

Часто очікування учасників ділового туризму не виправдовуються навіть у готелях високого класу. Деякі готелі, які удостоєні звання 5 або 4-зіркових, рекламують себе як ідеальні для ділових туристів, пропонуючи комфортне розміщення та широкий спектр послуг для ділових зустрічей. Однак насправді ці послуги часто складають не більше ніж невелику залу,

позначену як бізнес-центр, з мінімальними пропозиціями для ділових зустрічей. Тоді як сучасні бізнес-центри в дійсності повинні мати сучасні системи відеоспостереження та ефективну охоронну систему, стабільне енергозабезпечення з резервними джерелами живлення на випадок аварійного відключення електроенергії, швидкий інтернет, внутрішня комунікаційна мережа. Бізнес-центр повинен містити обладнані конференц-зали та переговорні кімнати для проведення нарад, зустрічей та презентацій. Важливою є наявність рецепції з кваліфікованим персоналом, який забезпечує прийом відвідувачів, прийом та відправлення кореспонденції, а також надає адміністративну підтримку гостям.

Одним із викликів у секторі ділового туризму є нестача персоналу, зокрема працівників відділів конференц-сервісу готелів. Ці співробітники повинні вміти не тільки якісно обслуговувати форуми, конференції, семінари, конгреси, презентації тощо, а й організовувати корпоративні культурно-розважальні заходи. Вимоги до цих працівників досить високі: вища освіта, бажання професійного зростання, вони повинні вміти поважати бізнес-туристів, задовольняти їх конкретні потреби, враховувати в обслуговуванні уподобання та фінансові можливості кожної цільової групи. Кадрове питання ще більше загострила пандемія коронавірусу. У роботі щодо підготовки туристичної галузі до відновлення після COVID-19 С. Бабушко наголошує на нагальній необхідності збереження та розвитку кадрового потенціалу у сфері туризму [6]. Розуміючи це, Асоціація ділового туризму України пропонує програми навчання та професійного розвитку для персоналу сфери ділового туризму, включаючи різноманітні майстер-класи, семінари та міжнародні конференції. Однак, на переконання Г. Копець, лише цих зусиль недостатньо для досягнення європейського рівня обслуговування. На думку дослідниці, відсутність практичного досвіду, гнучкості та креативного мислення серед молодих кадрів в індустрії ділового туризму становить значну проблему. Також Г. Копець зазначає, що окрім загальноприйнятих вимог до професіоналів ділового туризму, надзвичайно важливо розвивати здатність

враховувати унікальні особливості української культури та символи етнічного коду нашої нації у своїй роботі. Вони мають свідомо відтворювати національну атмосферу, пропагувати сутність української культури, плекати атмосферу тепла та гостинності. Завдяки цьому звичайні та виснажливі ділові поїздки можна перетворити на приємні враження, які підвищать продуктивність і креативність ділових мандрівників. Головне завдання країни перебування – виховати у бізнес-туристів бажання знову відвідати Україну. Цього можна досягти, проявляючи доброзичливе ставлення до бізнесменів та надаючи якісні послуги з організації ділових заходів [29].

Загалом, можна зробити висновок, що виклики, з якими стикається діловий туризм в Україні, є характерними й для інших видів туризму, зокрема географічне та культурне середовище, економічні та політичні умови, слабкий розвиток інфраструктури, активні бойові дії на території України та умови воєнного стану. Тим не менш, існують також проблеми, які стосуються саме ділового туризму. До них відносяться стан розвитку бізнес-інфраструктури, близькість до ключових міжнародних бізнес-центрів і нерівномірний розподіл бізнес-готелів.

Процвітання кожного туристичного місця, включно з вибором місця проведення ділових заходів у сфері бізнес-туризму, залежить від поєднання різних елементів, зокрема:

- репутація та імідж компанії на ринку;
- загальна доступність місця ділового заходу, розвиненість транспортної інфраструктури, зручність розкладу транспорту, частота рейсів і вартість квитків;
- вимоги до в'їзду в країну, такі як візові процедури та прохід на прикордонних пунктах;
- туристичний продукт, який охоплює асортимент і якість туристичних атракцій з урахуванням інтересів різних цільових груп споживачів;
- особиста безпека, включаючи наявність добре обладнаних медичних закладів і належний захист поліції від цивільних та інших злочинів;

– стандарти та сервіс, що надається в туристичній галузі, зокрема якість туристичних послуг та відповідність міжнародним стандартам, а також висока кваліфікація персоналу;

Враховуючи ці чинники, пропонуємо низку рекомендацій з поліпшення стану ділового туризму для його подальшого успішного розвитку (таблиця 2.5)

Таблиця 2.5

Рекомендації з розвитку ділового туризму в Україні [складено автором]

Аспект	Зміст
Інфраструктура	– відновлення та модернізація транспортної інфраструктури (аеропорти, залізниці, дороги); – будівництво та оновлення сучасних конференц-центрів та готелів;
Безпека	– забезпечення високого рівня безпеки в місцях проведення ділових заходів; – впровадження сучасних технологій контролю доступу та відеоспостереження; – розвивати мережу рятувальних і медичних установ у місцях підвищеного ризику під час дозвілля бізнес- туристів (трекінг, альпінізм, гірські лижі тощо);
Економічні стимули	– надання податкових пільг для компаній, які інвестують у діловий туризм; – залучення міжнародних інвестицій у розвиток інфраструктури ділового туризму;
Маркетинг та промоція	– розробка національної стратегії просування України як ділового центру; – участь у міжнародних виставках та форумах ділового туризму;
Освіта та підготовка кадрів	– впровадження спеціалізованих освітніх програм для підготовки професіоналів у сфері ділового туризму – підвищення кваліфікації існуючих кадрів;
Технологічні інновації	– використання цифрових технологій для організації та проведення ділових заходів; – розвиток інтернет-платформ для бронювання та організації поїздок;
Міжнародна співпраця	– встановлення партнерств з міжнародними організаціями ділового туризму; – розробка програм обміну досвідом та технологіями з іншими країнами; – Створити та запровадити сертифікацію об'єктів для проведення бізнес-заходів міжнародного рівня
Державна підтримка	– розробка та впровадження національних програм підтримки ділового туризму; – спрощення процедур отримання віз для ділових мандрівників;
Культурні та розважальні програми	– розробка культурних та розважальних програм для учасників ділових заходів; – пропозиція екскурсій та туристичних послуг у вільний час.

У рамках наданих рекомендацій вкрай важливо визначити ключові напрями розвитку. Серед них:

- створення мережі національних готелів з фокусом на розміщенні високого класу;
- встановлення пріоритетів та реалізація інвестиційної політики, включаючи визначення потенційних джерел фінансування;
- підвищення привабливості сектору ділового туризму через податкові пільги та підвищення інвестиційної привабливості;
- розробка та реалізація навчальних програм для забезпечення висококваліфікованих фахівців конференц-сервісу, здатних організовувати та керувати різними діловими подіями, як усередині країни, так і за кордоном;
- покращення транспортної інфраструктури для полегшення доступу для ділових туристів;
- сприяння міжнародній співпраці з іноземними партнерами в індустрії ділового туризму для вивчення їхнього досвіду розробки інноваційних програм заходів;
- проведення щорічних міжнародних конференцій з ділового туризму під час туристичних виставок для залучення світової спільноти та заохочення співпраці;
- створення сучасної та надійної бізнес-інфраструктури у великих містах та регіонах для підтримки організації різноманітних заходів;
- залучення стейкхолдерів, таких як представники готелів та інших, до туристичної освіти для сприяння плануванню та проведенню ділових заходів;
- вивчення потенціалу нетрадиційних місць, таких як кораблі, музеї, театри, кінотеатри та ресторани комплекси, а також добре обладнані заміські помешкання для проведення ділових заходів.

Та найважливіше значення для України, як країни, що перебуває в умовах воєнного стану, звісно, полягає у покращенні політичного та соціально-економічного ландшафту, що є вирішальним кроком до сприяння

розвитку міжнародного ділового туризму. Необхідно створити сприятливі умови для професіоналів бізнесу. Щоб досягти цього, важливо оновити та розширити фізичні та технологічні основи інфраструктури ділового туризму, а також виховати кваліфікованих експертів для ефективної координації та вдосконалення ділових подорожей.

Важливо підкреслити, що вирішення проблем на ринку ділового туризму в Україні потребує передусім підтримки держави. По суті, це відповідальність держави запропонувати такі форми допомоги як:

- реалізація державної програми поетапного розвитку та стимулювання ділового туризму;
- надання необхідної підтримки та заохочення інвесторів, які вкладають кошти у розвиток ділового туризму в Україні;
- створення автоматизованої інформаційної системи бізнес-послуг на готельному ринку для поширення актуальної інформації про спектр надаваних послуг;
- заохочення та мотивація ініціатив учасників ринку в секторі ділового туризму.

Для держави важливо створити привабливий імідж України як затребуваного місця ділового туризму. Для цього необхідно розробити комплексний підхід, у тому числі створення та ефективне управління сучасною індустрією туризму та курортів в Україні. Такий комплексний підхід сприятиме економічному та соціальному розвитку, створенню робочих місць, залученню інвестицій, збереженню культурної спадщини, екологічній відповідальності та значному покращенню якості життя громадян.

У контексті ринкової економіки важливо підкреслити зростаючу важливість забезпечення фінансування для підприємств у туристичному секторі, особливо з огляду на їх обмежені фінансові ресурси. У зв'язку з цим надзвичайно важливим стає прийняття комплексного підходу до розвитку ділового туризму, який охоплює такі заходи, як підвищення інвестиційної привабливості України, впровадження податкових пільг та залучення як

внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій. Впроваджуючи вищезазначені рекомендації, Україна може вивести індустрію ділового туризму на новий рівень розвитку як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Ефективним рішенням для розвитку ділового туризму також є створення індустріальних парків. Створивши галузь ділового туризму та побудувавши індустріальний парк, регіон може досягти кількох значних результатів. По-перше, це зміцнить бюджет області за рахунок реалізації інвестиційних проектів у науково-технічній, виробничій та освітній сферах. Крім того, це сприятиме розвитку виробничої, соціальної та культурної інфраструктури. Крім того, це залучить як внутрішній, так і міжнародний капітал для інвестиційних цілей. Це, у свою чергу, створить нові можливості для працевлаштування та сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, особливо орієнтованого на інновації. Крім того, це дозволить вивести на ринок нові конкурентоспроможні вітчизняні товари. Поповненню бюджету сприятиме приплив бізнес-туристів і подальший дохід від різних галузей економіки, таких як наука, освіта, культура, охорона здоров'я. Нарешті, створення індустріального парку підвищить імідж міста, області та країни в цілому. Спираючись на світовий досвід, створення індустріального парку виявилось каталізатором економічного розвитку та регіональної трансформації. Він успішно підштовхнув регіони до високорозвинутих територій, оснащених передовими технологіями в різних галузях, включаючи сільське господарство, виробництво, транспорт і зв'язок. Розбудова індустріальних парків є комплексним підходом, який спрямований на об'єднання науки, освіти, виробництва та соціальної сфери за підтримки відповідних державних структур [8].

Існує дві різні моделі державної підтримки створення та розвитку індустріальних парків – азіатська та американська. В азіатській моделі уряд може надати землю для проекту, запропонувати стимули для залучення працівників і сприяти отриманню міжнародного фінансування для розвитку інфраструктури. Благоустроєм парку та іншими пов'язаними з цим

питаннями займаються приватні компанії як власники та забудовники. З іншого боку, американська модель покладається на державні агенції розвитку для контролю за більшістю індустріальних парків, які вміщують виробництво. Фінансування створення індустріального парку здійснюється переважно за рахунок державних та міжнародних програм розвитку.

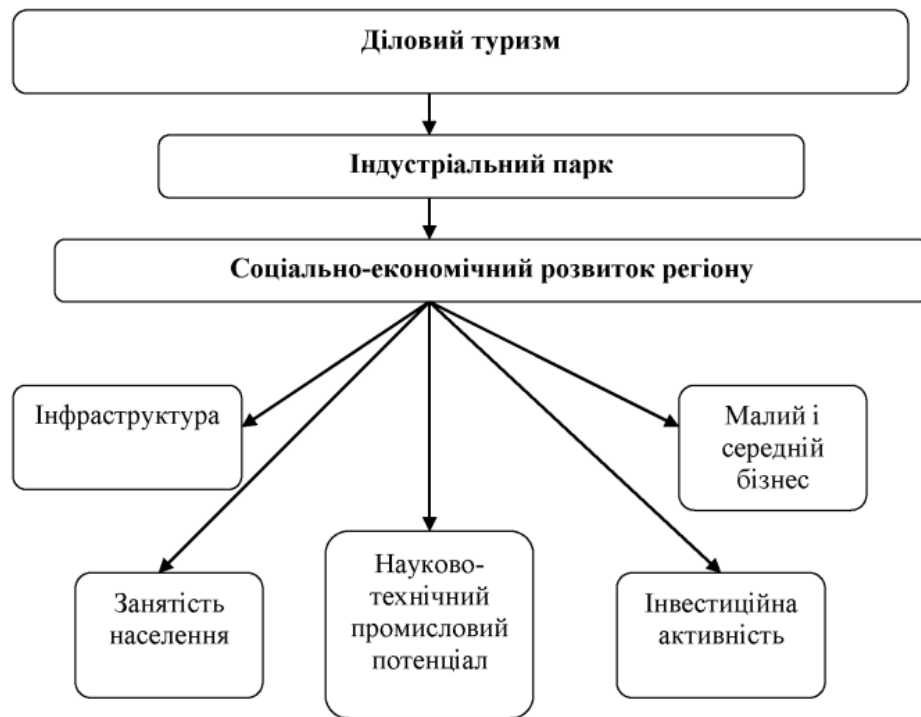


Рис. 2.3. Схема впливу ділового туризму на соціально-економічний розвиток регіону [складено автором]

Прикладом необхідності впровадження інновацій в індустрії туризму є успіхи найбільш досвідчених інноваторів у цьому секторі. Замість того, щоб розглядати як засіб конкуренції, застосування інновацій слід сприймати як спосіб процвітання в часи нестабільності. Спираючись на світовий досвід використання інноваційних технологій у туризмі, було б розумно використати їх для розвитку бізнес-туризму. Такий підхід дозволить не тільки омолодити розвиток галузі, а й підвищити якість туристичних послуг та залучити нових учасників на туристичний ринок Київщини. Серед різноманітних інновацій у діловому туризмі особливо виділяється створення туристичного кластеру та індустріального парку. Кластер ділового туризму передбачає створення

стратегічного підрозділу в структурі Київської обласної ради. Цей підрозділ контролював би реалізацію стратегій розвитку ділового туризму, покращував збір інформації та статистичних баз даних про приїжджих туристів, проводив цільові маркетингові кампанії на ключових ринках, а також покращував туристичну інфраструктуру регіону та заходи підтримки. Кластер бізнес-послуг охоплює низку послуг, таких як консультування з управління базами даних та інформацією, програмні послуги тощо. Глобальний сектор бізнес-послуг зараз є процвітаючою галуззю, що приносить мільярди доларів доходу. Однак для України, зокрема Київської області, діловий туризм є відносно новим напрямком уваги.

Щоб створити успішний кластер ділового туризму, регіон може використати наявну конкурентну перевагу, яка полягає в наявності потужних ІТ-центрів, які спеціалізуються на розробці програмного забезпечення. Стратегія кластеру ділового туризму окреслює основні стратегічні напрямки розвитку регіону в цій сфері. Завдяки обширним дослідженням певні сфери, які потребують удосконалення, були визначені як першочергові. До них належать проведення ретельних досліджень та аналізу ринку, впровадження ефективних маркетингових стратегій, створення сприятливого середовища для залучення інвесторів, підвищення кадрового потенціалу регіону та забезпечення дотримання високих стандартів якості послуг.

З огляду на наведені пропозиції та рекомендації щодо розвитку ділового туризму, необхідно зауважити, що Україна має великий потенціал для розкриття свої туристично-рекреаційних можливостей та отримання максимальних переваг. В умовах жорсткої конкуренції підприємства різних секторів почали визнавати діловий туризм як дуже ефективний засіб виживання. Залежно від обраної сфери учасники ділових заходів можуть досягти багатьох успіхів: налагоджувати зв'язки з постачальниками та виробниками, відкривати нових ділових партнерів, розширювати свою клієнтську базу за рахунок залучення нових клієнтів і покупців, мотивувати співробітників і підтримувати їх лояльність та відданість, потенційно

залучити нових інвесторів, заснувати новий бренд або відновити існуючий, продемонструвати продукцію своєї компанії ширшій аудиторії потенційних споживачів і отримати доступ до нових технологій під час обміну цінним досвідом.

У той час як експерти туристичної індустрії висловлюють занепокоєння щодо відновлення ділового туризму до його довоєнного стану, існує також переконання, що особисті ділові зустрічі залишаться такими ж цінними та затребуваними. Віртуальні зустрічі на різних платформах не можуть гідно замінити особисту взаємодію та спілкування між діловими партнерами. Майбутня модель розвитку ділового туризму демонструватиме помітні відмінності від поточного стану. Ці зміни включатимуть широку інтеграцію як технічних, так і технологічних інновацій, розширення пропозицій послуг, фокусування на забезпеченні ефективного співвідношення ціни та якості й індивідуальний підхід до кожного мандрівника. Основна мета полягатиме в тому, щоб задовольнити бажання бізнес-туристів якісно відпочити та знайти баланс між роботою та дозвіллям, щоб відновити їхню енергію та гарне самопочуття. Крім того, значну увагу варто приділити створенню унікальних і незабутніх вражень у межах рекреації ділового туризму та його наявних ресурсів. Варто підкреслити, що вищезазначені трансформації вже набувають значного поширення, а дослідження показують, що більше третини клієнтів у всьому світі зараз активно шукають такі послуги. Водночас роль організатора ділових заходів виходить за рамки простої координації та включає елементи консультування та планування відпочинку для ділових мандрівників.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті критичного осмислення отриманих результатів кваліфікаційного дослідження відповідно до мети і поставлених завдань ми дійшли наступних висновків.

1) Діловий туризм є формою подорожей, спрямованою на виконання професійних обов'язків та вирішення бізнес-задач у нових місцевостях. Основною метою таких поїздок є сприяння бізнес-партнерству, навчанню, укладенню угод та обміну знаннями. На відміну від рекреаційного туризму, діловий туризм підкреслює ефективність часу та концентрацію на досягненні конкретних бізнес-цілей. Приклади таких заходів включають конференції, семінари, виставки та зустрічі. Діловий туризм є одним із найприбутковіших напрямів туризму, який завдяки інноваційним технологіям та необхідності налагоджувати ділові зв'язки у всіх сферах діяльності людини, набув широкої популярності. Було визначено специфічні особливості ділового туризму: прогнозованість, масовість, наявність специфічної інфраструктури, залученість великої кількості осіб. Таким чином, діловий туризм як багатовекторне явище характеризується наявністю загальних рис, притаманних будь-якому іншому сегменту туризму, та специфічних рис.

2) Розвиток ділового туризму суттєво залежить від кількох ключових факторів. Перш за все, це наявність високоякісних конференц-залів та готелів з відповідною інфраструктурою. Крім того, важливою є готовність місцевих туристичних агентств до організації та підтримки бізнес-подій. Також впливають на розвиток інвестиції в туристичну інфраструктуру та покращення послуг для бізнес-туристів. Зміцнення міжнародних бізнес-зв'язків і сприяння інтеграції України в глобальну економіку також впливають на популярність ділового туризму в країні.

3) Україна поступово стає все більш привабливою дестинацією для ділових подорожей, завдяки своїм унікальним можливостям і розвиненій інфраструктурі. Сприятливе географічне положення країни на перетині

європейських шляхів та активна інтеграція в світову економіку роблять її зручним місцем для міжнародних зустрічей і заходів. Ключовою привабливістю для бізнес-туристів є Київ, столиця України, яка пропонує широкий спектр конференційних і виставкових майданчиків, сучасних готелів та професійну організацію подій. Місто має низку міжнародних аеропортів, що сприяє зручному доступу для учасників зі всього світу. Регіональні міста, такі як Львів, Одеса, Харків та інші, також активно розвиваються як центри ділового туризму. Вони пропонують свої унікальні можливості для проведення конференцій, які часто поєднуються з культурними і історичними екскурсіями. Україна активно працює над покращенням інфраструктури для ділових туристів, включаючи модернізацію готелів, розширення конференц-залів та вдосконалення транспортних зв'язків. Це сприяє підвищенню комфорту і зручності під час перебування в країні. Проте, український ринок ділового туризму стикається з викликами, такими як політична нестабільність та економічні коливання, що можуть вплинути на попит на послуги цього сектора. Важливою задачею є збереження стабільності і прозорості урядової політики для підтримки розвитку туристичного бізнесу, особливо у повоєнний період.

4) Аналіз ринку ділового туризму в Київській області свідчить про його значний потенціал і привабливість для бізнес-подій. Київ, як столиця України, є центром інтенсивного розвитку ділового туризму, завдяки своєму стратегічному географічному положенню та великому концентруванню бізнес-структур. Місто має широкий вибір сучасних конференц-залів, готелів різних категорій та інфраструктуру для проведення різноманітних бізнес-заходів. Крім того, важливим фактором є культурне і історичне багатство міста, що надає додатковий стимул для проведення подій у Києві. Регіональні центри області, такі як Біла Церква, також активно розвиваються як місця для проведення конференцій та семінарів. Україна загалом відома своєю гостинністю та доступністю для міжнародних відвідувачів, що сприяє зростанню числа бізнес-туристів. Однак, існує виклик у вигляді потреби в

подальшому покращенні інфраструктури та послуг для відповідання міжнародним стандартам. Конкуренція на ринку ділового туризму в Київській області посилюється, що вимагає постійного удосконалення сервісу та привабливих умов для клієнтів. Загальна тенденція до цифровізації та впровадження новітніх технологій у бізнес-туризмі створює нові можливості для розвитку і підвищення конкурентоспроможності регіону. Висновок полягає в тому, що Київська область має потенціал стати ще більш привабливою локацією для організації ділових заходів, якщо вдало використовувати свої природні та історичні ресурси, а також вдосконалювати сервіс та інфраструктуру.

5) Також в рамках дослідження було розроблено триденний діловий тур Київською областю для іноземних бізнес -партнерів «Business Level Up».

6) Проблеми та перспективи післявоєнного розвитку ділового туризму представляють складну динаміку, що визначається різними факторами та впливає на його подальший розвиток. Післявоєнний період часто супроводжується економічними труднощами, що можуть обмежити фінансові ресурси на розвиток туризму, включаючи діловий. Зруйнована або зношена інфраструктура може ускладнити проведення бізнес-подій та підтримку комфортного перебування учасників. Нестабільність політична та соціальна ситуація після конфліктів можуть ставити під загрозу безпеку та затримувати відновлення туристичної індустрії. Післявоєнна ізоляція може обмежувати доступ до зовнішніх ресурсів, включаючи туристичний ринок та інвестиції. Потрібно активно відновлювати і розвивати інфраструктуру, створювати стимули для інвесторів та бізнесу для підтримки ділового туризму. Культурні та історичні ресурси після конфліктів можуть виявитися пошкодженими, що вимагає реставрації та відновлення для приваблення бізнес-туристів. Необхідно розробляти і впроваджувати ефективні стратегії маркетингу та продажу, щоб залучати нових клієнтів та ринки. Використання сучасних технологій і цифрові ініціативи можуть стати ключовими для підвищення конкурентоспроможності післявоєнного ділового туризму. Необхідність

унормування та регулювання ділового туризму для забезпечення стабільності та правової безпеки. Важливо розробляти сталі стратегії та управлінські рішення для стимулювання інновацій та розвитку післявоєнного ділового туризму. Ці аспекти показують, що післявоєнний розвиток ділового туризму є складним, але з можливостями для відновлення та сталого росту, якщо будуть прийняті відповідні стратегії і заходи. З урахуванням виокремлених проблем було розроблено низку рекомендацій з їх усунення та визначено напрями подальшого розвитку ділового туризму в Україні. Їх реалізація сприятиме виходу України на інший рівень розвитку ділового туризму на національному та світовому туристичному ринку.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. посіб. / І. Б. Андренко Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ, 2014. – 165 с.
2. Андренко І. Б. Класифікація ділового туризму / І. Б. Андренко // Туризм як національний пріоритет : колективна монографія. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 284 с.
3. Асоціація ділового туризму України: офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.misce.com.ua>
4. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – К.: Альтерпрес, 2007. – 228 с.
5. Безуглий В. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму в країнах Європейського Союзу / В. Безуглий, А. Білосоров // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2012. – № 29. – Ч. 1. – С. 9–12.
6. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу / О. О. Бейдик. – К.: Київ. ун-т, 2009. – 395 с.
7. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму / І. Білецька // Журнал європейської економіки. – 2011. – №2. – Т. 10. – С. 178-187.
8. Бордун О. Розвиток індустрії зустрічей міста Львова / О. Бордун // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2014. – Вип. 34. – С. 21–32.
9. Бородинець А. Проблеми визначення категоріального апарату у галузі ділового туризму / А. Бородинець, В. Грабарчук, Н. Дехтяр // Глобалізаційні виклики розвитку національних економік : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19 лист .2016 р.). – Київ: КНТЕУ. 2016. – С. 630-642.
10. Бутенко А. О. Закордонний досвід розвитку ділового туризму / А. О.

Бутенко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/32227/1/VII_konf_URSES_DBTU_2023-89-91.pdf.

11. Галасюк С. С. Складові інфраструктури ділового туризму / С. С. Галасюк, А. Р. Назаренко // Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон, 28.04.2020). – Херсон: ФОП В. С. Вишемирський, 2020. – С. 126–129.

12. Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі / А. О. Глебова // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2. – С. 27-33.

13. Головка О. М. Організація готельного господарства: навч. посіб. / О. М. Головка. – Київ : Кондор, 2012. – 338 с.

14. Давиденко І. В. Туристичні кластери як напрям регулювання туристичного бізнесу / І. В. Давиденко // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 28 (1). – С. 68-72.

15. Даниліна С. О. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі / С. О. Даниліна, Г. М. Коцюрубенко, О. В. Шикіна // Причорноморські економічні студії. – 2020. – Вип. 52-1. – С. 29-34.

16. Денисенко М. П. Сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні / М. П. Денисенко, Д. Д. Геньбач // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – № 19. – С. 23–28.

17. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму / Н. А. Дехтяр // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 43–51.

18. Дзюбленко І. М. Зародження та розвиток ділового туризму у світі: історична ретроспектива / І. М. Дзюбленко // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 6 : Історичні науки. – 2014. – Вип. 12. – С. 362-369.

19. Діловий туризм. Основні проблеми розвитку та шляхи вирішення : метод. посіб. на допомогу клубним працівникам та представникам туристичного бізнесу. – Краматорськ: «ДОНМЦК», 2019. – 24 с.

20. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

21. Дрогомирецька М. І. Перспективи розвитку ділового туризму в умовах глобалізації / М. І. Дрогомирецька // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2014. – Т. 19, Вип. 3/1. – С. 57-60.
22. Дяченко А. І. Сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму в Харківській області / А. І. Дяченко // Туризм і молодь – 2019: матеріали кафедр. кругл. столу студ. та аспір. (м. Полтава, 19 листопада 2019 р.). – Полтава: ПУЕТ, 2019. – С. 36-38.
23. Жученко В. Г. Особливості організації ділового туризму в Україні та сучасний стан його розвитку / В. Г. Жученко, К. Д. Діденко // Економіка. Фінанси. Право. – 2012. – № 12/2. – С. 13-15.
24. Захарова Т. В. Напрями розвитку туристичного бізнесу України / Т. В. Захарова // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 49. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2284>
25. Зима О. Г. Інсенитив туризм як приклад успішного менеджменту організацій / О. Г. Зима // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1. – С. 275-282.
26. Казакова Т. А. Науковий туризм у галузі індустріального туризму / Т. А. Казакова // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку : матер. IV Міжнар. наук-практ. конф. – Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ ім. Т Шевченка», 2011. – С. 118-123.
27. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. пос. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
28. Конон П. С. Міжнародний бізнес-туризм: Інтерпретація дефініції та перспективи розвитку у ХХІ ст. / П. С. Конон // Вісник ДНУ Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2012. – Вип. 4. – С. 89-98.
29. Копець Г. Р. Теоретичні аспекти розвитку туристичних підприємств із застосуванням сучасних концепцій менеджменту при роботі з персоналом / Г. Р. Копець, І. Я. Кулиняк, Ю. М. Дзюрах // Modern Economics. – 2019. – № 16. – С. 27–33.

30. Корнілова Н. Концептуально-правові засади організації та стимулювання розвитку ділового туризму України / Н. Корнілова // Молодий вчений. – 2018. – № 8 (60). – С. 390-396.

31. Круцько В. Діловий туризм - ефективний інструмент розвитку історичної інфраструктури / В. Круцько // Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні : сучасний стан і перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль-Збараж, 28-29 квіт. 2017 р.]. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – С. 170-171.

32. Леонтьєва Ю. Ю. Обґрунтування поняття дестинація ділового туризму / Ю. Ю. Леонтьєва // Вісник НТУ «ХП». – 2012. – № 56 (962). – С. 103-107.

33. Лисюк Т. В. Географічні аспекти розвитку ділового туризму в Україні / Т. В. Лисюк, О. С. Терещук // Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Львів, 18-19 травня 2017 року). – Львів, 2017. – С. 58-61.

34. Лопушняк Л. Комерційний туризм – сучасний фактор зайнятості населення (на прикладі м. Чернівців) / Л. Лопушняк // Науковий вісник Чернівецького університету. Географія. – 2013. – Вип. 672/673 – С. 137-140.

35. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навч. посіб. / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.

36. Малиновська О. Ю. Розвиток ділового туризму в світі / О. Ю. Малиновська, О. В. Третьяков // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 18. – С. 62-68.

37. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.

38. Мальська М. П. Туризм у містах : підручник / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк. – К. : ЦУЛ, 2018. – 224 с.

39. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 539 с.

40. Маркетинг туризму : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов. – Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 324 с.
41. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб. / Г. І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
42. Мікловда В. П. Аналіз сучасного стану виставковоярмаркової діяльності в регіонах України / В. П. Мікловда, О. Г. Вдовічена // Регіональна економіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/sPldsk2>
43. Москвяк Я. Є. Професійно-діловий туризм в Україні – перспективи розвитку / Я. Є. Москвяк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2021. – № 5. – Том 1. – С. 63-71.
44. Музичка Є. О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні / Є. О. Музичка, В. А. Петренко // Економіка та держава. – 2018. – № 1. – С. 55–60.
45. Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці. – 2006. – Т. 52. – Вип. 39. – С. 139-143.
46. Оливко О. А. Організація управління якістю комплексного туристичного обслуговування / О. А. Оливко // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. – 2014. – №9. – С. 134-137.
47. Оливко О. А. Оцінка якості комплексного туристичного продукту / О. А. Оливко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – № 2 (100). – С. 58-63
48. Ольшанська О. В. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання / О. В. Ольшанська, А. О. Мельник // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 12. – С. 212-216.
49. Павлюченко О. С. Сучасний стан та перспективи розвитку засобів розміщення для ділових туристів в Україні / О. С. Павлюченко, В. О. Губеня, А. Г. Бровко // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2013. – №52. – С. 35-41.
50. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури

ділового туризму в Україні / І. Г. Пандяк // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2007. – № 34. – С. 183–188.

51. Поліщук В. Л. Зарубіжний досвід організації туризму та його значення для формування регіональної політики / В. Л. Поліщук, З. В. Герасимчук // Зб. наук. пр. «Економічні науки». Серія «Регіональна економіка». – 2011. – Вип. 8 (31). – Ч.1. – С. 102-106.

52. Прокопишин-Рашкевич Л. М. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні / Л. М. Прокопишин-Рашкевич, А. В. Назаренко // Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues. – 2021. – Vol. 5. – No. 1. – С. 86-94.

53. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології» / О. М. Радіонова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 67 с.

54. Редько В. Є. Потенціал розвитку та організації MICE туризму / В. Є. Редько, Я. Г. Оката // Ефективна економіка: електронне фахове видання. – 2019. – №12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/75.pdf

55. Семенов В. Ф. Умови і сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі / В. Ф. Семенов, Г. І. Фадєєва // Регіональна економіка та управління. – 2017. – № 5(18). – С. 149-156.

56. Сливенко В. А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств / В. А. Сливенко, А. О. Єрмакова // Ефективна економіка. – 2018. – № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>

57. Смирнов І. Г. Концептуальні засади стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму / І. Г. Смирнов // Економіка, облік, фінанси та право в умовах глобалізації: тенденції та перспективи. Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції. – Полтава, 2019. – С. 65-70.

58. Стан О. С. Сучасний стан та проблеми розвитку ділового туризму в Україні / О. С. Стан, Л. В. Безкоровайна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2017/conf/2/Tom_1.pdf#page=360

59. Стригуль Л. Сучасний стан та перспективи повоєнного розросту міжнародного ділового туризму в концепті сталого розвитку туристичної індустрії України / Л. Стригуль, Н. Якименко-Терещенко, І. Болух // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). – 2023. – № 5. – С. 75-79.

60. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення / Н. В. Титова // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 67–74.

61. Томайдос А. О. Діловий туризм: сутність та значення / А. О. Томайдос // Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих: матеріали XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квіт. 2023 р.) – Вінниця: ВТЕІ ДТЕУ, 2023. – Вип. 177. – С. 154-160.

62. Туризм як національний пріоритет : колективна монографія / За редакцією І. М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 284 с.

63. Уліганець С. І. Перспективи розвитку ділового туризму / С. І. Уліганець, О. Ю. Дмитрук, О. Г. Стригун // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 6. – С. 117–122.

64. Фрей Л. Стан і проблеми розвитку ділового туризму: зарубіжний і вітчизняний досвід / Л. Фрей // Глобальні та національні проблеми економіки. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2017. – Вип.15. – С. 31-36.

65. Шикіна О. В. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії / О. В. Шикіна, Я. Є. Гончаренко, І. Ю. Ремігайло // Інфраструктура ринку. – 2020. – Вип. 50. – С. 213-219.

66. Горбань Г. П. Особливості формування попиту на туристичний продукт / Г. П. Горбань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>.

67. Granier L. MICE tourism: a simple explanation / L. Granier // Tourism Teacher. – 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://tourismteacher.com/mice-tourism/>

68. Jackson K. History of business travel / K. Jackson // Stacker. – 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://stacker.com/stories/23817/history-business-travel>

69. Kostynets V. Current state and perspective for the development of industrial tourism in Ukraine / V. Kostynets // Бізнес-навігатор. – 2019.– Вип. 5 (54) – С. 50-54.

70. MICE events. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.micemag.com/mice-events/>

71. Weaver D., Lawton L. Tourism Management. John Wiley & Sons Australia, Milton, Qld., – 2010.