

Туризм

УДК 794.(477)

Макар Оксана Павлівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри туризму

Національний університет «Львівська політехніка»

Makar Oksana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of Tourism

Lviv Polytechnic National University

ORCID: 0000-0001-8135-0018

**СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
ТА ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНАХ СВІТУ
CURRENT STATE OF BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT IN
UKRAINE AND TOURIST REGIONS OF THE WORLD**

Анотація. У статті досліджено сферу ділового туризму в Україні та на світового ринку. Досліджено основні макроекономічні показники світового ринку туристичних послуг і сегменту ділового туризму як одного з його найважливіших складників, проведено аналіз динаміки розвитку ділового туризму на прикладі провідних країн світу. Проаналізовано фактичні статистичні показники ділового туризму країн світу, показники динаміки ринку ділових та приватних подорожей в Україні, особливості обліку ділових поїздок. Охарактеризовано вплив активізації сектору ділових послуг на регіональний розвиток України. Досліджено чинники що створюють перешкоди для розвитку ділового туризму в Україні, перспективи розвитку національного туристичного ринку. Розглянуто проблеми, що постають перед галуззю ділового туризму України на сучасному етапі, наведено рекомендацій щодо

підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту. У результаті дослідження виявлено зміни в рейтингах показників функціонування сфери ділового туризму в деяких країнах. Визначено місця ділового туризму у розвитку туристичної індустрії країн світу. Названо провідних експортерів та імпортерів туристичної продукції, визначено позицію України на окремих сегментах ринку ділового туризму. Виділено комплекс переваг, визначено можливості ділового сектору по регіонах, представлено шляхи розвитку Місе-індустрії України. Методи оцінки її ефективності у перспективі розгорне ділову активність в країні в десятки разів, внаслідок чого, було визначено, що діловий туризм як велика частина туристичної індустрії у майбутньому, є основою для іміджевої та економічної прогресивності цілої країни. Діловий туризм є стратегічним інструментом як зовнішньої так і внутрішньої політики нашої держави в цілому та запорука успіху розвитку регіонів, адже по усій території нашої країни ведеться різнопрофільний бізнес.

Ключові слова: *діловий туризм, туристичні регіони світу, економічний та іміджевий розвиток, світова економіка, глобалізація, ринок туристичних послуг, індустрія туризму, туристичні потоки, місе-туризм.*

Summary. *The article examines the field of business tourism in Ukraine and the world market. The main macroeconomic indicators of the world market of tourist services and the segment of business tourism as one of its most important components are studied, the analysis of dynamics of development of business tourism on an example of the leading countries of the world is carried out. The actual statistical indicators of business countries of the world, indicators of dynamics of the market of business and private travels in Ukraine are analyzed; features of business travel accounting. The impact of the*

intensification of the business services sector on the regional development of Ukraine is described. The factors that create obstacles to the development of business tourism in Ukraine, the prospects for the development of the national tourism market are studied. The problems facing the business tourism industry of Ukraine at the present stage are considered, recommendations for increasing the competitiveness of the national tourism product are given. The study revealed changes in the ratings of indicators of business tourism in some countries. The places of business tourism in the development of the tourism industry of foreign countries and Ukraine are determined. The leading exporters and importers of tourist products are named, the position of Ukraine in certain segments of the business tourism market is determined. The set of advantages is highlighted, the opportunities of the business sector by regions are determined, the ways of development of the Mys-industry of Ukraine are presented. Methods for assessing its effectiveness in the future will expand business activity in the country dozens of times, as a result, it was determined that business tourism as a large part of the tourism industry in the future, is the basis for image and economic progress of the country. Business tourism is a strategic tool for both foreign and domestic policy of our country as a whole and the key to the success of regional development, because throughout the country is a diverse business.

Key words: *business tourism, economic and image development, world economy, globalization, tourist services market, tourism industry, tourist flows, mysticism.*

Постановка проблеми в загальному виді та її зв'язок з важливими науковими завданнями. Міжнародний туризм розвивається в супереч таким негативним факторам, як політична так економічна нестабільність у багатьох частинах світу, коливання та нестабільність валютних курсів. Глобалізація, як сукупність процесів націлених на світову уніфікацію та інтеграцію, торкається усіх сфер людської

діяльності. Враховуючи таку широку сферу впливу, стає зрозуміло, що вона безпосередньо впливає і на чинники, що визначають тенденції розвитку міжнародного туризму. Міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і є предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Діловий туризм досконало практикується у Західній півкулі світу та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, і є одним із найбільш перспективних секторів світової економіки, приносячи третину доходів від туристичної індустрії у ВВП країн, тоді як Україна – маючи відмінне геополітичне положення, значний туристичний та економічний потенціал, не входить у склад держав-лідерів сфери ділового туризму. За останні роки Україна прийняла всього незначну кількість важливих міжнародних зустрічей, що пояснюється внутрішньо регіональними проблемами, які будуть досліджуватись. Ведення бізнесу та виконання професійних обов'язків – головний чинник виникнення туристичного напрямку «діловий туризм». В основі сьогодення, сфера ділового туризму має широкомасштабний характер за рахунок всесвітньої економічної, політичної, культурної та релігійної інтеграції та уніфікації. Фаза потужного розвитку бізнесу під впливом глобалізаційних процесів спричинила бум тісних всесвітніх наукових, культурних, ділових зв'язків між регіонами і країнами, які стрімко посилюються, а національна економіка та її інтеграція на світовий ринок неможливі без розвитку сфери ділового туризму. Таким чином сфера ділових подорожей постає надважливим фактором для розвитку людства, з'являються нові галузі економіки (зокрема в ІТ сфері), які потребують глобального маркетингу і підтримки клієнтів, відбувається збільшення кількості професійних спільнот та розвиток виставкового підприємництва. Збільшується кількість спеціалізованих MICE-компаній; відбувається зростання міжнародного співробітництва у галузі освіти, і відповідно збільшується кількість ділових зустрічей на всіх рівнях по цілому світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найвагомішу роль у концептуальному дослідженні функціонування та перспектив індустрії ділового туризму внесли наступні науковці: Коваль О.А., Васьковська І.І., Музичка Є.О. здійснили системний аналіз ділових послуг, тенденцій розвитку ділового туризму в Україні [4; 5]. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні проаналізовані у працях Скляр Г. П., Вишнівецька Л.І., Дробіш Л.І. [7]. У праці Дехтяр Н.А. [8] висвітлені тенденції розвитку світового ділового туризму. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. [10] визначили пріоритети розвитку ділового туризму в Україні.

Формування цілей статті. Метою дослідження є аналіз ділових зустрічей як сфери туристичного бізнесу, виявленні особливостей ринку сектору ділового - туризму в Україні та світі, перспектив виходу на світовий ринок туристичних послуг місе-туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У світі міжнародний туризм розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн та регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. Частина цього регіону складає більш як 70 % світового туристичного ринку і близько 60 % валютних надходжень. Про глобальність туризму та пріоритетність у світовій економіці свідчать як динаміка світових туристичних потоків (4-5 % зростання на рік) протягом останніх років, так і доходи від туризму, що складають 6,5 % світового експорту і 18 % міжнародної торгівлі послугами. Сучасний міжнародний туризм є одним із найважливіших чинників економічного та соціального розвитку суспільства. Інтенсивний розвиток туризму зокрема ділового туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою та зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем

культури, соціальною підтримкою громадян, визначається як важливий напрямок міжнародного співробітництва.

У світі міжнародний туризм розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн та регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. Частка цього регіону складає більш як 70 % світового туристичного ринку і близько 60 % валютних надходжень.

Згідно з довгостроковим прогнозом ЮНВТО «Туризм до 2030 року» (рис.1), очікується, що в період з 2010 по 2030 рр. кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі зросте на 3,3% у рік і до 2030 року досягне 1,8 млрд. доларів США. Вважається, що в цей період кількість туристичних прибуттів в країни, що розвиваються, зросте удвічі більше (+ 4,4% на рік), ніж в країни з розвинутою економікою (+ 2,2% на рік). Частка ринку країн з перехідною економікою зростає очікується, досягне 57% до 2030 р., що відповідає більш ніж 1 млрд. іноземних туристів.

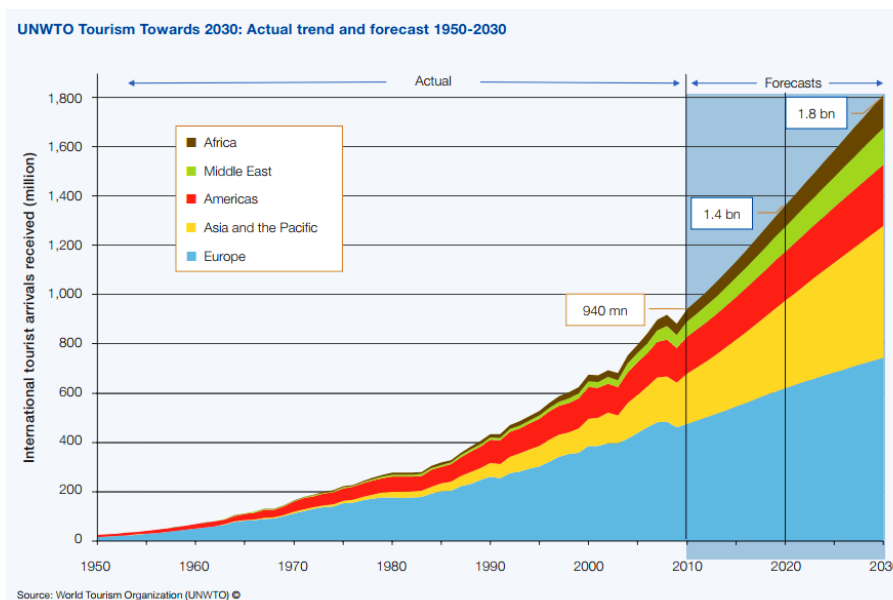


Рис. 1. «Туризм до 2030 року»: Актуальні тенденції та прогнози 1950-2030 рр. [13]

Діловий туризм прогресивно розвивається у глобальному відношенні, що приносить країнам відмінні рейтинги іміджевої

привабливості та великі доходи від галузі туризму, значна частина витрат якої, зосереджена на бізнес-клієнтурі і організації масових подій, спрямованих на її залучення. Індустрія ділового туризму досконало практикується у Західній півкулі світу та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, і є одним з найбільш перспективних секторів світової економіки. Витрати великих іноземних компаній на ділові і мотивуючі поїздки своїх працівників та партнерів досягають позначки у понад один мільйон доларів на рік і входять у ряд статей витрат після забезпечення кадрів, податків, оренди, ІТ-технологій і зв'язку, що стимулює розвиток даної індустрії. Практика більшості країн світу відзначає особливості індустрії ділових справ, що відрізняють її від інших галузей туризму. Вважається, що вона є мультиплікатором економічного, соціального та іміджевого регіонального розвитку. Діловий туризм є найбільш прибутковий вид туристичних поїздок, оскільки щоденні витрати особи, яка займається бізнесом, у середньому в три рази перевищують витрати іншого виду туриста.

На всесвітньому рівні, ринок ділової індустрії у 2020 році, спираючись на дані звіту Об'єднання Дослідників Ринку (Allied Market Research) був оцінений у 973 млрд. доларів США, і згідно прогнозів, до 2025 року (за умови виходу із кризи, спричиненою пандемією «COVID-2019») перевищить показник у 1,4 трлн. доларів США, із середньорічним темпом приросту у 7,7 %. Частка даного сегменту у загальному обсязі ринку ділового туризму світу уже сьогодні становить – 61,7%. Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає, що з 6,5 трлн. доларів США, що є глобальним оборотом туристичного бізнесу – 390 млрд. доларів США припадає на ділову індустрію, що в межах 2020-2030 рр., ймовірно, збільшить оборот у 5 разів, досягаючи позначки у 2 трлн. доларів США. На тлі кризи «COVID-2019», глобальний ринок ділових поїздок, що на даний момент оцінюється у 1,4 трлн. доларів США, за оновленими прогнозами,

до 2027 року має збільшитись у 1,6 трлн. доларів США, при подальшому середньорічному прирості у 2,7 %. Світові витрати на діловий туризм у 2019 році досягли 1,283 млрд. доларів США [1; 2; 13].

Щорічно у глобальному просторі відбувається понад 150 мільйонів подорожей з діловою метою. Галузеві експерти дослідили, що кожна сьома поїздка до Європи, кожна восьма до Америки і кожна п'ята до Азії – має ділову мету. Згідно з аналітикою, один з п'яти міжнародних ділових туристів (1% загального числа міжнародних туристів) здійснює МІСЕ-подорож [3; 4]. Згідно із дослідженням Всесвітньої асоціації ділового туризму, головними центрами ділової активності світу є: Китай, Японія, Індія, Південна Корея – у Азії; США та Канада – у Північній Америці; Німеччина, Великобританія, Франція, Італія, Іспанія, Нідерланди та Росія – у Європі; Австралія – у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні; Бразилія – у Південній Америці (Табл.1). Сумарний об'єм ринку яких становить 1111 млрд. доларів США.

Таблиця 1

Ринок ділового туризму, млрд дол США, %

Рейтинг	Країна	Об'єм ринку 2019, млрд.дол США	Об'єму ринку 2022, млрд.дол. США	Приріст (2019-2022), %
1	Китай	347	476	8,3
2	США	292	355	3,9
3	Німеччина	72	92	9,0
4	Японія	64	71	0,8
5	Великобританія	50	63	9,5
6	Франція	40	50	7,8
7	Індія	37	64	12,5
8	Південна Корея	36	42	3,9
9	Італія	34	41	6,6
10	Бразилія	31	34	2,6
11	Канада	25	31	6,0
12	Австралія	23	28	4,3
13	Іспанія	22	29	8,4
14	Нідерланди	19	23	5,7

Джерело: укладено автором на основі джерела [11]

Незважаючи на те, що лідерство за кількістю подій, протягом останніх двох десятиліть тримає США – Європа домінує на ринку. Так, у відсотковому відношенні, за останній рік вона прийняла 53% усіх зустрічей світу. Також вона займає перше місце у світі по витратах на діловий туризм, а особливо на сегмент конгресно-виставкових зустрічей. На частку конгресно-виставкового туризму в Європі припадає 30-40 % ринку ділового туризму (Табл. 2), що пов'язано із розвитком економіки, її диверсифікованістю та галузевою кон'юнктурою, а також високо розвиненими передовими і наукомісткими галузями: електротехнічною, авіаційною, цифровою, промисловою та науковою.

Таблиця 2

Динаміка ділових заходів за регіонами світу [11]

Роки	2017	2018	2019	2020	2021
Регіон	Кількість подій				
Європа	6565	6548	6731	6798	7045
Азіатсько-Тихоокеанський	2546	2749	2814	2940	3033
			124	144	157
Близький Схід					
Америка	2627	2568	2659	2655	2644
Африка	338	362	359	414	415
Разом	12076	12227	12687	12951	13294

Джерело: укладено автором на основі джерела [11]

Найвпливовішими країнами світового ділового туризму, що входять у ТОП-20 у 2019 році є: США (934 події), Німеччина (714 подій), Франція (595 подій), Іспанія (578 подій), Великобританія (567 подій), Італія (550 подій), Китай (539 подій), Японія (527 подій), Нідерланди (356 подій), Португалія (342 події), Канада (336 подій), Австралія (272 події), Республіка Корея (248 подій), Бельгія (237 подій), Швеція (237 подій), Австрія (231 подій), Швейцарія (221 подія), Аргентина (214 подій), Польща (213 подій), Бразилія (209 подій). Серед міст, відзначених у звіті ICCA Statistics Report, ТОП-20 на ринку очолюють: Париж (237 подій),

Лісабон (190 подій), Берлін (176 подій), Барселона (156 подій), Мадрид (154 подій), Відень (149 подій), Сінгапур (148 подій), Лондон (143 події), Прага (138 подій), Токіо (131 подія), Буенос-Айрес (127 подій), Копенгаген (125 подій), Бангкок (124 події), Амстердам (120 подій), Сеул (114 подій), Афіни (107 подій), Рим (102 події), Тайбей (101 подія), Сідней (93 події). Найбільше зростання частки ринку спостерігається у Азії (+ 16%). Швейцарія займає особливе місце у діловому обслуговуванні світу, маючи 19 конгрес-центрів і понад 500 ділових готелів. Центром МІСЕ-туризму є Женева. Саме Женева приймає міжнародну виставку в області ділового туризму «Європейські ініціативи за діловими подорожами та зустрічами». У Польщі основними центрами ділового туризму є: Варшава, Краків, Познань, Лодзь та Гданськ. Найбільшими конгресними центрами Америки є Вашингтон і Нью-Йорк. Генеруючий туристичний субрегіон – Північно-Східна Азія (Японія, Китай/Гонконг, Тайвань, Південна Корея та Індія) і Південно-Східна Азія (Сінгапур). Діловий туризм на африканському континенті розвивається нерівномірно через соціально-економічні проблеми більшості, але генеруючими є ПАР і Марокко. Ситуацію на Близькому Сході можна співставити з Африкою, лідерами індустрії зустрічей якої є: Єгипет, Саудівська Аравія та ОАЕ, у Південній Азії – це Індія [13; 14].

Україна веде ділові відносини з 212 країнами світу. Найбільш активні торговельні відносини України з Польщею, Німеччиною, Китаєм та Туреччиною. Акцентуючи увагу на країнах, що є постачальниками ділових туристів в Україну, варто відзначити двадцять переважаючих ринків, зокрема: Польща, Німеччина, Угорщина, Туреччина, Китай, США. Італія, Великобританія, Литва, Грузія, Азербайджан, Франція, Болгарія, Румунія, Словаччина, Чехія, Ізраїль та Іспанія. На них припадає близько 62% від загальної кількості МІСЕ-туристів в Україну. Популяризація ділового туризму - один із пріоритетних напрямків програми розвитку

туризму для України. Аналітика свідчить, що за десять років обсяг ділових поїздок в Україні збільшився більш як у два рази (на 112,1%), а приріст даного виду подорожей становить - 63,1%. Бізнес-туризм дає можливість пошуку нових партнерів, обміну інформацією, посилення професійного досвіду, зміцнення корпоративної культури. Сьогодні в країні активно розвиваються сфери ІТ - технологій, медицини, промисловості, туризму - для яких зустрічі є вкрай важливими для прийняття рішень, навчання, вдосконалення роботи і планів на подальше майбутнє. Також не менш важливо, що Україна, яка прагне увійти в ЄС і бере участь у більшості важливих політичних подій у Європі, за останні роки приймає великі групи делегацій з різних країн світу, які повертаються знову і знову в об'ємних кількостях. За останнє десятиліття наша держава змінила курс регіонального розвитку, що дало суттєвий поштовх сфері бізнесу, і у наслідку - сфері ділового туризму. Для більшості європейських країн «МІСЕ» - явище туризму, що приносить чи не третину доходів від туристичної індустрії у ВВП. Для того, щоб зрозуміти можливості прогресивного розвитку регіонів України у сегменті індустрії зустрічей варто здійснити SWOT-аналіз у напрямку розвитку ділового туризму України подано у Таблиця 2.

Таблиця 2

SWOT-аналіз розвитку ділового туризму в Україні

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
багатство та виразність культурно-історичної спадщини на фоні європейських міст; геополітичне положення, близькість з країнами Європейського Союзу західних, південних та південно-західних регіонів; політичні, економічні та культурні міжнародні зв'язки, що розвиваються; наявність інформаційно-туристичних центрів у більшості обласних пунктів; нижчий ціновий діапазон на послуги ділового туризму, порівняно із найближчими країнами Європи; значна інвестиційна привабливість ділового туризму регіонів.	відсутність статистики ділового туризму, згідно міжнародних вимог; сезонна нерівномірність попиту на усі види МІСЕ-послуг по усіх регіонах країни; низький рівень інвестицій у МІСЕ-індустрію по регіонах України; невідповідність сервісу закладів розміщення вимогам бізнес-туристів з розвинених країн світу; нерозвинена інфраструктура при закладах розміщення; відсутність успішних маркетингових дій щодо популяризації українських регіонів на міжнародному МІСЕ-ринку.

<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
зацікавленість іноземних компаній в інвестуванні в цілому у сферу туризму України і в будівництво туристичної ділової інфраструктури; розгортання міжнародного та міжрегіонального співробітництва; залучення українських регіонів в міжнародну виставкову діяльність; погодження проєктів щодо отримання фінансування з коштів бюджету або успішна подача заявок на отримання гранту; посилений попит в сфері МІСЕ-індустрії; можливість впровадження конкретних методів стійкого розвитку регіонів.	застаріла нормативно-правова база і система правового регулювання в сфері розвитку туризму України; сильна та переважаюча конкуренція в галузі ділового туризму з європейськими містами бізнес-гігантами, що веде до відхилення більшості заявок на проведення міжнародних подій в регіонах України; зовнішньополітичні ризики, що істотно впливають на транзитно-політичний потік у регіони; слабкість пропозиції кредитного фінансування бізнесу;

Джерело: сформовано автором

Згідно даних щорічного рейтингу Міжнародної асоціації конгресів та конференцій (ICCA), у 2019 році в Україні було проведено 15 значимих міжнародних конгресів, що становить 0,1% європейського ринку конгресів. З них - 8 у Києві, 3 - у Львові, 2 - в Одесі, 2 - у Харкові. Ці міжнародні зустрічі організуються за ініціативи Міжнародної асоціації конгресів та конференцій. Це свідчить про цікавість міжнародних ділових кіл до нашої країни. Основна частина ділових подорожей в Україні становить більше 85%, припадає на внутрішні поїздки. Важливою ознакою того, що країна зацікавлена у прийнятті бізнес-туристів є діяльність Асоціації ділового туризму України всеукраїнського професійного об'єднання учасників ринку МІСЕ-туризму, що працює з місією об'єднання зусиль професіоналів індустрії ділового туризму для створення умов ефективного розвитку галузі в Україні. Асоціація має на меті перетворити МІСЕ у галузь, що забезпечить динамічний розвиток економіки, здійснить значний внесок у ВВП, збільшить зайнятість населення, формуючи дохідну частину бюджету. Активно популяризуються ділові заходи і у інших містах України. Згідно із прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей, витрати на діловий туризм в Україні щорічно зростатимуть на 6,2%. Доречно відмітити, що в останньому профільному звіті Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) українську конкурентоспроможність було

оцінено 78-м місцем із 140 держав. Україна піднялась на 10 позицій вгору. Це свідчить про розвиток бізнесу в Україні, що дає можливість зацікавити іноземних інвесторів і залучити іноземний капітал, і як наслідок, приведе в Україну тисячі ділових туристів, дасть можливість українським МІСЕ-компаніям організувати десятки нових міжнародних корпоративних заходів. Міністерство економічного розвитку ставить за мету збільшити кількість туристів до 30 млн. осіб на рік, в більшій мірі за рахунок ділових груп з Лондону, Сінгапуру, Барселони та Шанхаю, де відбувалися міжнародні виставкові заходи, на яких було представлено Україну. За даними Держприкордонслужби, у 2019 році у ділових заходах в Україні брало участь близько 500 тисяч осіб. Сфера ділового туризму обіймає близько 0,02% від ВВП країни, тоді як в розвинених країнах цей відсоток сягає 1,5% від ВВП [11].

Аналізуючи динаміку ділових туристичних потоків в Україну, розроблений графік на основі даних статистики і представлений на Рис. 1

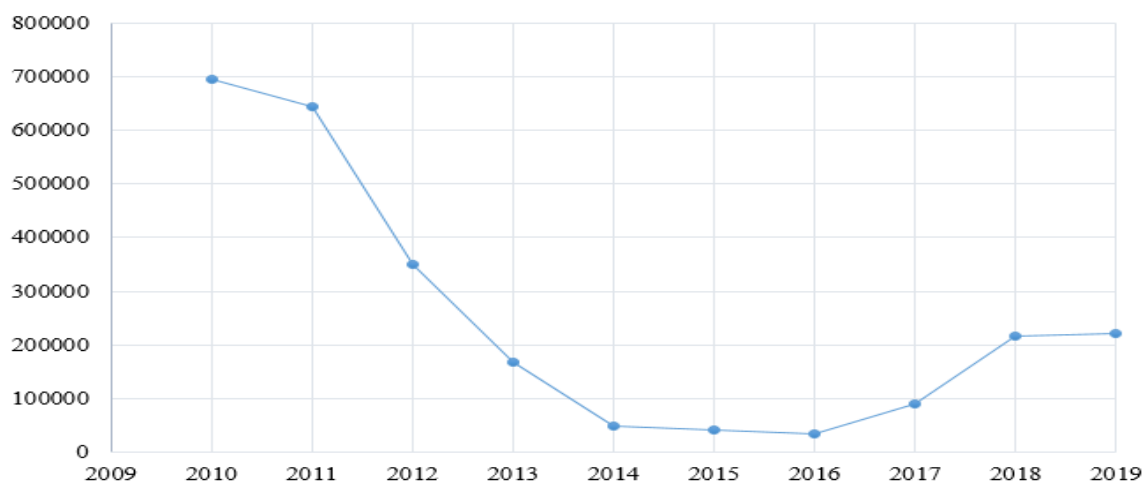


Рис. 2. Динаміка ділових подорожей в Україні

Джерело: укладено автором за даними [9]

За даними Адміністрації Державної прикордонної служби, в Україні посилились туристичні потоки з неприкордонних країн: Іспанії (+68%),

Індії (+57,4), Великобританії (+47,3%), Китаю (+38,8%), Японії (+38,3%), Австрії (+32,8 %), Узбекистану (+25,6 %), Швеції (+24,6 %), Литви (+23,4%), Ізраїлю (+21,7%), США (+19%), Латвії (+18,1 %), Німеччини (+17,5%), Італії (+15,4%), Сербії (+13,7 %), Канади (+11,4 %) [12,14]. За даними Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України, на бізнес-туристів припадає близько 50% річного доходу більшості готелів, даний клас готельних комплексів зорієнтований саме на обслуговування МІСЕ-клієнтури, особливо це стосується ділових центрів України – Києва, Львова, Одеси та дещо менше – Дніпра, Харкова та Івано-Франківська. Регіональний розвиток безпосередньо пов'язаний із постійною потребою суб'єктів сфери обслуговування, зокрема конференц-сервісу. Як наслідок відбувається активний структурний розвиток інформаційних, технічних, консалтингових, маркетингових підрозділів. В основному, динамічність попиту на конгресно-виставкове обслуговування в Україні, у подальшому буде залежати лише від посилення бізнес-процесів, політичної стабільності що впливатимуть на економіку і дадуть можливість національним підприємствам виділяти кошти на різного роду ділові заходи. Активізація сектору ділових послуг матиме потужний вплив посилення інфраструктурних інвестицій, диверсифікацією економічних галузей, що безпосередньо взаємодіють із МІСЕ-клієнтурою, і у результаті, створюють умови для зростання туристичного споживання і забезпечують приріст надходжень в регіональні бюджети, створюючи тим самим економічну стійкість напрямку. За даними 2018-2019 рр., дохід від міжнародного туризму в Україні становить 3,8% від загального експорту [7,8]. Активізація ділової активності в Україні останніми роками пов'язана, перш за все, із посиленням позицій країни у найважливіших світових рейтингах, зокрема в останньому профільному звіті Всесвітнього економічного форуму українську конкурентоспроможність було оцінено 78-м місцем із 140 держав.

Даний рейтинг має опосередковане відношення до галузі туризму, свідчить про цілісний розвиток бізнесу в Україні, що дає можливість зацікавити іноземних інвесторів і залучити іноземний капітал, і як наслідок, збільшить потоки іноземних туристів, дасть можливість українським МІСЕ-компаніям організувати десятки нових міжнародних корпоративних заходів [9; 14]. Згідно вище згаданого рейтингу Міжнародної асоціації конгресів та конференцій (ICCA), у 2019 році, в Україні було проведено 15 значимих міжнародних заходів, що становить 0,1% європейського ринку конгресів. Варто відзначити, що за останні роки їх кількість зростає через ділову привабливість, про що свідчить Рис. 2.

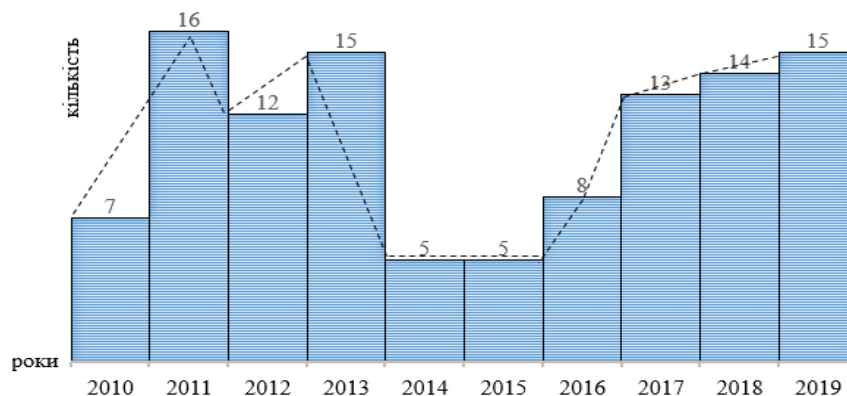


Рис. 3. Динаміка міжнародних ділових подій в Україні

Джерело: укладено автором за даними [9]

Українська держава за темпами активізації сфери ділових зустрічей, на даний момент, стоїть у ряді з наступними державами - Казахстан, Грузія, Бангладеш, Куба та Північна Македонія, Ефіопія, Азербайджан та Гондурас, Вірменія, Вірменія, Албанія. За темпами зростання приросту витрат на ділові поїздки Україна займає 159 місце у рейтингу із річним показником 0,9%. [10; 11]. Щорічно на території української держави відбувається близько 129 міжнародних МІСЕ-заходи.

Висновок з даного дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Підсумовуючи вище викладене можна

зробити наступні висновки - лідерами міжнародних індивідуальних ділових поїздок є Європа. Провідну роль відіграє Західна Європа, а найбільш динамічно розвивається Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Необхідним є підвищення рівня основних напрямків стимулювання туристичної діяльності в Україні, що зможе посилити взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами розвитку країни та регіонів, що сприятиме зростанню економічних показників, збільшення рівня доходів населення, наповнення бюджету та сприятиме зростанню конкурентоспроможності туристичної галузі. МІСЕ-індустрія у регіонах України не надто розвинута і потребує програми дій. У програмах Стратегічного розвитку на рівні місцевого самоврядування областей України вказуються можливості розвитку ділового туризму, що сприятиме будівництву великих бізнес-центрів, будівництву сучасних і комфортабельних готельних комплексів високої категорії, що відповідатимуть міжнародним стандартам. Україна має шанс встати у ряд найбільш конкурентних світових дестинацій. Просування ділового туризму у регіонах України за допомогою використання окремих PR-технологій одне з ключових завдань для створення якісної іміджевої стратегії розвитку ділового туризму в Україні. Проте підвищення соціально-економічної активності країни має стати поштовхом для подальшого розвитку ділового туризму, а також загальної та спеціалізованої інфраструктури, що забезпечує його потреби.

Література

1. Діловий туризм: особливості та класифікація. URL: <https://tourkazka.com>
2. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Міністерство

- економічного розвитку і торгівлі України. Наказ від 28.12.2017 р. №1902. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17#Text>
3. Туристична діяльність в Україні 2015-2019 рр.: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 4. Коваль О.А., Васьковська І.І. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнес-готелів в столиці. Інтелектуальний потенціал XXI століття : матеріали конференції (10-22 листопада 2015 р.). URL: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf/>
 5. Музичка Є.О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. Економіка та держава, 2018. №1. С. 55-60.
 6. Чимитдоржиева О.Г. Деловой туризм: методологические аспекты. Вестник Орел ГИЭТ, 2010. № 2 (12). С. 45-47.
 7. Скляр Г. П., Вишнiveцька Л.І., Дробиш Л.І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 2. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
 8. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ділового туризму. Проблеми економіки. 2014. №1. С. 43-51.
 9. Архів статистичних бюлетенів Державної служби статистики 2019 рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/.htm/
 10. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. Ефективна економіка. 2019. №6. URL: <http://www.nayka.com.ua>.
 11. ICCA Statistics Report: URL: <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1789>
 12. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян за кордон (2016-2019 рр.). За даними Адміністрації

Державної прикордонної служби. URL:
<http://www.me.gov.ua/Documents>

13. Туристичний барометр UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org>

14. Офіційний сайт Асоціації ділового туризму України. URL:
<http://www.mice.com.ua>

References

1. Business tourism: features and classification, available at:
<https://tourkazka.com>
2. On approval of the action plan for the implementation of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026: Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17#Text>. (Accessed 28 december 2017).
3. Tourist activity in Ukraine 2015-2019: State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Koval O.A., Vaskovska I.I. (2015), "Systematic analysis of business services in Ukraine and arguments for creating business hotels in the capital. Intellectual potential of the XXI century", *Zbirka dopovidej ekonomichnij konferentsii* [Conference Proceedings of the Economic Conference], Ekonomichna konferentsiya [economic conference], available at: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf>
5. Muzychka Y.O. (2018), "Status and trends in the development of business tourism in Ukraine", *Ekonomika ta derzhava*, vol.1, pp. 55-60.
6. Chymytdorzhyeva O.H. (2010), "Business tourism: methodological aspects", *Orel GIET*, vol. 2 (12), pp. 45-47.
7. Skliar H. P., Vyshnyvetska L.I., Drobysh L.I. (2017), "Statistical indicators of tourism development in Ukraine: areas for improvement and

- harmonization with international standards”, *Ekonomichnyi visnyk*, vol. 2, available at: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
8. Dekhtiar N.A. (2014), “Trends in the development of global business tourism”. *Problemy ekonomiky*, vol. №1, pp. 43-51.
 9. Archive of statistical bulletins of the State Statistics Service 2019, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/.htm/.
 10. Slyvenko V.A., Podorozhko T.O., Shyshkina V.B. (2019),” Analysis of the current state and priorities of business tourism development in Ukraine”. *Efektivna ekonomika*, vol. №6. available at: <http://www.nayka.com.ua>.
 11. ICCA Statistics Report, available at: <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1789>
 12. Information on visiting Ukraine by foreign tourists and departure of citizens abroad (2016-2019). *Za danymy Administratsii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby*, available at: <http://www.me.gov.ua/Documents>
 13. UNWTO Tourist Barometer, available at: <http://www2.unwto.org>
 14. Official site of the Association of Business Tourism of Ukraine, available at: <http://www.mice.com.ua>