

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему:**

«РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ»

Виконала: здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти, Т1-В21 групи
спеціальності: 242 Туризм
за ОПП «Туризм»
денної форми навчання
Дарія ВОЛОШЕНА

Науковий керівник:
кандидат географічних наук, старший
викладач кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи
Інна КОВТУНИК

Рецензент:

Кам'янець-Подільський
2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Поняття, особливості та види ділового туризму.....	7
1.2. Історія становлення та розвитку ділового туризму у світі.....	11
1.3. Значення ділового туризму в глобальній туристичній індустрії.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	23
2.1. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму у світі.....	23
2.2. Стан і перспективи розвитку ділового туризму в Україні.....	29
2.3. Проблеми та виклики у сфері ділового туризму.....	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	40
3.1. Світовий досвід розвитку ділового туризму та можливості його адаптації в Україні.....	40
3.2. Розробка рекомендацій щодо стимулювання ділового туризму в Україні.....	43
3.3. Прогнозування тенденцій розвитку ділового туризму.....	47
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації та розвитку міжнародного співробітництва діловий туризм посідає важливе місце в світовій туристичній галузі. Він сприяє зміцненню економічних зв'язків, обміну досвідом, залученню інвестицій та підвищенню іміджу країни на міжнародній арені. Активізація ділових поїздок стимулює розвиток суміжних галузей, зокрема готельно-ресторанного бізнесу, транспорту, логістики, івент-менеджменту та сфери послуг.

Для України розвиток ділового туризму має стратегічне значення, оскільки може стати важливим чинником економічного зростання, відновлення після кризових періодів та глибшої інтеграції у світову економіку. Попри певні виклики, пов'язані з політичною ситуацією, воєнною агресією, безпековими ризиками та інфраструктурними обмеженнями, Україна має великий потенціал у сфері МІСЕ-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (Зустрічі, Заохочувальні тури, Конференції, Виставки)). Цьому сприяють вигідне географічне розташування на перетині міжнародних торговельних і транзитних маршрутів, культурна спадщина, наявність висококваліфікованих кадрів, а також зростаючий інтерес до України як до перспективного партнера в різних галузях.

Актуальність теми також зумовлена необхідністю вивчення світових тенденцій у сфері ділового туризму, зокрема цифровізації, сталого розвитку, гібридного формату проведення заходів та підвищення вимог до сервісу. Адаптація цих тенденцій до українських реалій є передумовою для формування сучасної, конкурентоспроможної та привабливої моделі ділового туризму. В умовах післяпандемійного відновлення, а також у процесі повоєнного відбудовування країни, саме цей сегмент туризму може відіграти ключову роль у мобілізації міжнародної підтримки, налагодженні партнерств та просуванні позитивного іміджу України у світі. Таким чином, дослідження сучасного стану, проблем і перспектив ділового туризму в Україні та світі є

важливим з огляду на необхідність пошуку ефективних механізмів його стимулювання, формування привабливого інвестиційного клімату та активного залучення міжнародних гравців до відбудови та модернізації країни.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота бакалавра виконана у контексті тематики, яку розробляє кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Мета роботи – проаналізувати сучасний стан ділового туризму в Україні та світі, виявити основні тенденції його розвитку, а також визначити перспективні напрямки та шляхи вдосконалення цієї сфери в українських реаліях з урахуванням міжнародного досвіду.

Завдання дослідження:

- розкрити теоретичні основи поняття ділового туризму та визначити його роль у світовій туристичній індустрії;
- дослідити історію становлення та сучасні тенденції розвитку ділового туризму у світі;
- провести аналіз сучасного стану та особливостей функціонування ділового туризму в Україні;
- визначити проблеми та бар'єри, що стримують розвиток ділового туризму в Україні;
- проаналізувати міжнародний досвід організації ділового туризму та можливості його адаптації в Україні;
- запропонувати практичні рекомендації щодо стимулювання та вдосконалення ділового туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку ділового туризму як складової туристичної індустрії в Україні та світі, а також механізми, що забезпечують його функціонування та ефективність у сучасних умовах глобалізації.

Предметом дослідження є організаційно-економічні умови, чинники та інструменти розвитку ділового туризму в Україні та світі, а також вплив міжнародного досвіду на формування ефективної моделі ділового туризму в українських реаліях.

Методи та методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять наукові підходи до вивчення процесів у сфері туризму, зокрема системний, комплексний та порівняльний підходи, які дозволяють розглядати діловий туризм як соціально-економічне явище у взаємозв'язку з іншими галузями. У процесі дослідження було використано низку загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема, методи аналізу та синтезу застосовувалися для вивчення теоретичних джерел, нормативної бази та досвіду розвитку ділового туризму в різних країнах. Порівняльний метод дав змогу співставити тенденції розвитку ділового туризму в Україні та світі, виявити спільні риси й відмінності. Статистичний метод використовувався для аналізу кількісних показників, що характеризують динаміку розвитку ділового туризму. Метод індукції та дедукції сприяв формулюванню обґрунтованих узагальнень і висновків на основі емпіричних даних. Метод моделювання застосовувався для розробки можливих напрямів удосконалення ділового туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду та сучасних викликів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання для удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування ділового туризму в Україні. Розроблені рекомендації можуть стати основою для формування ефективної стратегії розвитку МІСЕ-туризму на національному та регіональному рівнях. Використання досвіду провідних країн світу дає змогу адаптувати успішні міжнародні практики до українських умов, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів, розширенню інфраструктури та залученню іноземних інвесторів і партнерів.

Результати дослідження можуть бути корисними для фахівців туристичної галузі, органів державної влади, місцевого самоврядування та освітніх закладів у процесі планування, впровадження та оцінки програм підтримки ділового туризму.

Елементи наукової новизни роботи полягають у тому, що здійснено комплексне дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку ділового туризму в Україні з урахуванням глобального контексту, що дозволило виявити специфічні особливості національного сегмента цього ринку. Запропоновано адаптаційну модель впровадження міжнародного досвіду розвитку ділового туризму в українських умовах, яка враховує економічні, соціокультурні та інфраструктурні фактори. Удосконалено класифікацію чинників, що впливають на ефективність функціонування ділового туризму в Україні, з виділенням пріоритетних напрямів для державної та регіональної політики у сфері МІСЕ-туризму.

Апробація результатів дослідження здійсненна шляхом обговорення її основних положень на попередньому захисті на кафедрі туризму та готельно-ресторанної справи, а також через виголошення її окремих положень на студентській науковій конференції навесні 2025 р.

Публікації. Окремі тези та напрацювання дипломної роботи були сформульовані у статті «Тенденції та перспективи розвитку ділового туризму в Україні та світі», поданій до друку за матеріалами зазначеної вище конференції.

Структура роботи визначена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 54 сторінках. Загальний обсяг роботи – 61 сторінка. Список використаних джерел налічує 52 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття, особливості та види ділового туризму.

Діловий туризм (або бізнес-туризм) – це специфічна форма туристичної діяльності, яка пов'язана з організацією та здійсненням поїздок з метою ведення професійної діяльності, участі у ділових заходах або встановлення й підтримання ділових зв'язків. На відміну від рекреаційного туризму, головною метою таких подорожей є не відпочинок, а виконання службових обов'язків або представлення інтересів компанії чи організації.

До прикладів ділових поїздок належать участь у міжнародних конференціях, бізнес-форумах, виставках, переговорах, навчальних програмах, тренінгах, презентаціях, симпозіумах, корпоративних візитах, галузевих нарадах, а також у поїздках із метою інспекції об'єктів, налагодження виробничих або торговельних зв'язків. У деяких випадках ці події мають гібридний формат, поєднуючи офіційно-ділову частину з неформальними культурно-просвітницькими або розважальними заходами (екскурсії, візити до музеїв, гастрономічні події, знайомство з місцевим бізнес-середовищем тощо). Така поєднана структура сприяє розширенню туристичних вражень, створенню неформальних мереж зв'язків, а також підвищенню лояльності до бренду країни чи міста проведення заходу [35].

Однією з ключових характеристик ділового туризму є висока ступінь організованості та структурованості. Як правило, такі поїздки плануються завчасно, мають чітко визначену мету, обмежені часові рамки та фінансуються переважно організаціями або спонсорськими структурами. Індивідуальні поїздки в межах бізнес-туризму (наприклад, візити на переговори чи конференції) також вирізняються значним рівнем логістичного та інформаційного забезпечення – від бронювання бізнес-готелів і трансферів до наявності Wi-Fi-зв'язку, перекладацьких послуг і можливості участі у подіях у форматі «face-to-face» або онлайн.

Цей вид туризму також має яскраво виражений сезонний та циклічний характер, що пов'язано з графіками проведення ключових ділових подій (міжнародних виставок, галузевих конгресів, форумів) і бізнес-календарями (наприклад, активний період з березня по червень і з вересня по листопад). Водночас діловий туризм характеризується високою стійкістю до зовнішніх криз – на відміну від рекреаційних подорожей, які легко скасовуються під впливом економічних, політичних або епідеміологічних факторів, ділові поїздки часто замінюються цифровими альтернативами або частково трансформуються, зберігаючи загальну мету і результати.

Інфраструктурний аспект також є надзвичайно важливим у функціонуванні бізнес-туризму. Йдеться про наявність висококласних готелів із бізнес-центрами, конференц-залів, мультимедійно обладнаних майданчиків для презентацій, якісного транспортного сполучення, а також сервісів супроводу – кейтерингу, перекладу, технічної підтримки тощо. У розвинених країнах сформовані цілі бізнес-хаби або конгрес-міста (наприклад, Франкфурт-на-Майні, Брюссель, Сінгапур, Варшава), які спеціалізуються на прийомі великомасштабних ділових заходів.

Діловий туризм виконує не лише економічну, а й соціокультурну функцію. Він сприяє інтернаціоналізації бізнесу, просуванню інновацій, трансферу знань, а також зміцненню міжкультурного діалогу та довіри між країнами і партнерами. За підрахунками експертів Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), кожне вкладене підприємством 1 євро у ділову поїздку потенційно приносить до 12 євро в економіку приймаючої країни через мультиплікативний ефект – витрати на проживання, харчування, транспорт, послуги та супутній туризм.

У 2025 році діловий туризм утримує позиції одного з найстабільніших і водночас найбільш адаптивних сегментів туристичної індустрії, демонструючи зростання попиту в нових формах – міжнародні гібридні заходи, віртуальні бізнес-події, нішеві поїздки з фокусом на екологію, сталість та інклюзивність. Особливо актуальними стають концепції Bleisure

(поєднання бізнесу та дозвілля), Sustainable MICE (екологічно орієнтовані конференції) та короткострокові освітні поїздки для підвищення кваліфікації.

Однією з головних ознак бізнес-туризму залишається конкретна цільова спрямованість: такі подорожі завжди мають практичну мету – укладення контрактів, переговори, представлення продукції, залучення інвесторів або партнерів. На відміну від рекреаційних подорожей, у ділових поїздках домінують раціональні мотивації, пов'язані з ефективністю, конкурентоспроможністю та стратегічними інтересами організацій. За аналітичними даними на 2025 рік, понад 65% компаній зі списку Fortune 500 не лише скоротили обсяги бізнес-подорожей, а й запланували збільшення витрат на ділову мобільність, вважаючи її ключовою складовою міжнародної експансії, розвитку B2B-відносин та інноваційної комунікації [31].

Ще одна особливість полягає в високому рівні організації та вимогах до якості сервісу. Бізнес-мандрівники потребують швидких логістичних рішень, надійного інтернет-зв'язку, комфортних умов проживання та гнучкого обслуговування. Згідно з даними Global Business Travel Association (GBTA), у 2025 році очікується, що витрати на ділові подорожі сягнуть \$1,5 трильйона, що на 8% більше, ніж у 2024 році, попри часткову цифровізацію бізнес-комунікацій. Також варто відзначити короткотривалість таких подорожей: у середньому бізнес-поїздка триває 2 – 4 дні, у порівнянні з 7 – 10 днями у звичайному туризмі. Ділові туристи рідко подорожують у пік туристичного сезону, натомість активність у сфері припадає на весну та осінь – періоди з найбільшою кількістю міжнародних виставок, конференцій та ділових заходів. Загалом, діловий туризм – це не лише форма пересування, а частина стратегії розвитку компаній і міжнародної економіки, що відрізняється від інших видів туризму цілями, структурою попиту, логістикою та типом споживача [46].

У структурі ділового туризму виокремлюють кілька основних форматів подорожей, кожен з яких виконує специфічну функцію та має свою цільову аудиторію, що залежить від мети заходу та його масштабу. Одним з найбільш

поширених видів ділового туризму є конференції, які являють собою великі заходи, що збирають представників конкретних галузей для обговорення ключових тенденцій, інновацій, новітніх досягнень та обміну досвідом. Такі події дозволяють учасникам знайомитись з новими напрямками розвитку їхніх професійних сфер, вивчати успішні кейси та стратегії ведення бізнесу, а також встановлювати важливі ділові контакти на міжнародному рівні. Найбільші конференції світового рівня, такі як World Economic Forum (WEF) у Давосі або Web Summit у Лісабоні, щороку збирають десятки тисяч учасників з усього світу. Ці події відіграють ключову роль у формуванні глобальних бізнес-мереж, адже вони не лише дозволяють делегатам обмінюватися ідеями, а й створюють сприятливе середовище для колаборацій та інвестицій, що можуть мати глобальне економічне значення [52].

Окрім конференцій, важливими заходами в структурі ділового туризму є семінари, які орієнтовані на навчання, підвищення кваліфікації та спеціалізоване обговорення конкретних тем. Семінари зазвичай мають менший масштаб порівняно з конференціями, але вони не менш важливі для розвитку професійних компетенцій учасників. Вони часто фокусуються на вузькоспеціалізованих питаннях і дозволяють учасникам отримати глибокі знання та практичні навички в певних сферах діяльності. Такий формат дозволяє залучити більш цільову аудиторію, яка шукає конкретні рішення для своїх бізнес-потреб. В умовах сучасного розвитку технологій семінари все частіше організуються не лише в традиційному офлайн-форматі, але й в гібридному або повністю онлайн-форматі, що дозволяє значно збільшити охоплення аудиторії. Гібридний формат дозволяє скоротити витрати на переїзди та інші організаційні витрати, при цьому забезпечуючи збереження особистих контактів завдяки віртуальним платформам для спілкування [1].

Один із важливих аспектів семінарів та конференцій полягає в тому, що ці заходи часто поєднуються з елементами культурної програми. Це дає можливість не лише насолоджуватися відвідуванням культурних пам'яток, але й сприяє неформальному спілкуванню між учасниками, що дозволяє

налагоджувати бізнес-контакти в менш офіційній атмосфері. Такі програми можуть включати в себе екскурсії, виставки, культурні заходи та вечірки, що створює сприятливі умови для розвитку взаєморозуміння та встановлення довірчих відносин серед учасників. Цей аспект ділового туризму особливо важливий у багатокультурному середовищі, оскільки дозволяє забезпечити не лише професійний, але й культурний обмін, що сприяє формуванню більш глибоких та стійких бізнес-зв'язків. Тому сучасні конференції та семінари не лише орієнтовані на робочий процес, але й включають елементи культурного збагачення, що робить їх ще більш привабливими для міжнародних делегацій.

Окрему нішу займають виставки та ярмарки, які є платформами для демонстрації продукції, налагодження B2B-контактів та укладення угод. У 2025 році великі міжнародні виставки, такі як ITB Berlin (туризм), CES у Лас-Вегасі (технології) або Automechanika у Франкфурті (автомобільна індустрія), стали важливими подіями не тільки для учасників, а й для цілого туристичного сектору, оскільки генерують величезні потоки відвідувачів. Ще одним помітним видом ділового туризму є incentive-тури – мотиваційні поїздки, які компанії організують для своїх працівників або партнерів як форму винагороди чи заохочення [20].

Ці тури поєднують елементи відпочинку, командоутворення і презентацій, часто проходять у престижних місцях і передбачають ексклюзивні програми. За даними ICCA (International Congress and Convention Association), у 2025 році ринок incentive-турів зріс на 12%, що свідчить про зростаюче розуміння компаніями важливості нематеріальної мотивації та корпоративної культури. Сукупно ці види формують складну й багатогранну систему ділового туризму, яка охоплює інтелектуальний, комерційний, соціальний і рекреаційний виміри.

1.2. Історія становлення та розвитку ділового туризму у світі.

Початки ділового туризму сягають глибокої давнини, коли ще не існувало сучасного поняття «туризм», але подорожі з комерційною або дипломатичною метою вже активно здійснювались. У Стародавньому Єгипті, Месопотамії та Китаї торговці регулярно долали великі відстані для продажу товарів, встановлення торгових зв'язків або обміну цінностями. Відомими прикладами є караванні шляхи між Азією та Близьким Сходом, які згодом стали частиною Великого шовкового шляху. Ці маршрути не лише сприяли обміну товарами (шовком, спеціями, золотом), а й стали осередками дипломатичних місій та культурних контактів.

У Стародавній Греції та Римі також існували форми ділових подорожей – купці та чиновники подорожували для вирішення державних справ, збирання податків, участі у форумах або торгових зборах. Уже тоді будувалися дороги, таверни та пристані, що забезпечували обслуговування таких мандрівників. Варто зазначити, що навіть у цей період існували спеціальні маршрути та інфраструктура, що значною мірою нагадувала сучасні передумови для ділового туризму [13].

У середньовіччі діловий туризм набув нових форм, тісно пов'язаних із розвитком торгівлі, ярмарків та ремісничих об'єднань. Особливо активно розвивався комерційний обмін у Європі завдяки Ганзейському союзу – економічному об'єднанню торгових міст Північної Європи, що забезпечувало захист інтересів купців та організовувало регулярні перевезення товарів. Відомі середньовічні ярмарки, такі як Шампанські ярмарки у Франції, стали місцями зібрання купців з усієї Європи, де поряд з торгівлею відбувалися ділові зустрічі, презентації товарів і налагодження нових партнерств.

У той же час розвивалася й дипломатична діяльність, яка часто вимагала далеких поїздок до інших країн і навіть континентів. Такі поїздки здійснювались не лише з політичних, а й з економічних мотивів – для укладення угод, налагодження торгових відносин або обміну технологіями. Усі ці процеси поступово формували основу для майбутнього ділового

туризму, закладаючи традиції організованих поїздок із чітко визначеною професійною метою.

XX століття стало вирішальним етапом у становленні ділового туризму як окремого напрямку в індустрії подорожей, оскільки в цей період були закладені основи для формування сучасних моделей бізнес-подорожей. Після Першої світової війни, зростання промислового виробництва, розвиток капіталістичних ринків і поява великих міжнародних компаній стали основними чинниками, що зумовили необхідність у більш частих і ефективних ділових контактах між країнами. Це створило потребу в організації регулярних поїздок для підприємців, менеджерів та представників бізнесу для участі в переговорах, укладанні контрактів та обміні досвідом. Однак, попри ці тенденції, справжній прорив у розвитку ділового туризму стався лише після Другої світової війни, коли світова економіка почала стрімко відновлюватися, а США та Західна Європа перетворилися на глобальні центри бізнесу та економічної активності. Відновлення глобальної торгівлі та зростання транснаціональних корпорацій сприяли розвитку регулярних бізнес-зустрічей, конференцій та інших заходів, що стали важливими для підтримки економічних зв'язків між країнами [11].

Величезну роль у стрімкому розвитку ділового туризму в повоєнний період відіграли технічні інновації, зокрема, масове поширення авіації, що змінювало спосіб, яким люди подорожували. У 1950-1960-х роках пасажирські авіаперевезення стали доступнішими і зручнішими завдяки розвитку нових технологій у авіаційній промисловості. З'явилися регулярні трансконтинентальні рейси, що зробили подорожі швидшими та зручнішими. Протягом кількох годин, замість кількох діб, можна було долати великі відстані наприклад, подорож з Європи до США, що раніше займала тиждень, тепер стала можливістю для бізнесменів відвідати кілька континентів за короткий час. Ці зміни в транспорті дозволили не тільки значно знизити витрати часу на поїздки, але й забезпечили більшу доступність ділових зустрічей для широкого кола підприємців і представників організацій. В

результаті цього бізнес-туризм став важливою складовою частиною міжнародної економічної діяльності.

Водночас, швидке зростання міжнародних подорожей та постійний попит на організацію ділових зустрічей сприяли розвитку спеціалізованої інфраструктури, зокрема будівництву бізнес-готелів, конгрес-центрів, виставкових павільйонів та інших об'єктів, що мали на меті обслуговування бізнес-туристів. Великі міста, зокрема Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо та інші економічні центри, стали хабами для міжнародних бізнес-заходів, які збирали тисячі учасників з усього світу. У цей період також активно почали розвиватися міжнародні виставки, ярмарки та конференції, на яких компанії могли презентувати свої нові продукти та технології, що ставало важливим інструментом маркетингових і комунікаційних стратегій. Бізнес-туризм, який спочатку був в основному обмежений великими компаніями, з часом охоплював все більшу кількість малих та середніх підприємств, що прагнули збільшити свою присутність на міжнародних ринках [22].

У другій половині століття діловий туризм перетворюється на самостійну галузь з чітко окресленою структурою та економічною значущістю. Особливо інтенсивного розвитку він набув у період глобалізації 1980 – 1990-х років, коли великі корпорації почали активно відкривати представництва в інших країнах, а міжнародні конференції, ярмарки та бізнес-форуми стали регулярними подіями в економічному календарі.

Поява комп'ютерних технологій і мобільного зв'язку значно спростила планування подорожей, обмін інформацією та бронювання послуг. У 1990-х роках виникають перші професійні асоціації, такі як Global Business Travel Association (GBTA), які починають систематизувати галузь і встановлювати стандарти якості. В цей період також зростає популярність інсентив-туризму, що використовується як інструмент мотивації персоналу в умовах жорсткої ринкової конкуренції.

Таким чином, ХХ століття стало часом формування основ сучасного ділового туризму, коли завдяки технічним досягненням, зростанню

міжнародної торгівлі та глобальним інтеграційним процесам ця форма подорожей перетворилася на важливий елемент світової економіки.

У 2020-х роках діловий туризм зазнав кардинальних змін під впливом цифрових технологій та трансформацій у глобальному бізнес-середовищі. Однією з головних тенденцій стало масове впровадження гібридних форматів заходів, які поєднують офлайн-участь і онлайн-трансляції [33].

За даними дослідження Global Business Travel Association (GBTA) за 2024 рік, понад 72% ділових заходів у світі мають елементи дистанційної участі. Такі технології, як віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), все частіше використовуються для організації віртуальних виставок, інтерактивних стендів і 3D-презентацій товарів. Платформи на зразок Zoom, Microsoft Teams, Webex та спеціалізовані програми для онлайн-конференцій (Hopin, Remo) стали повсякденним інструментом організаторів заходів. Хоча віртуальні технології спростили глобальну комунікацію, вони також довели, що особисті зустрічі залишаються ключовим чинником довіри, особливо при укладенні угод або веденні переговорів з новими партнерами.

Паралельно зі значними змінами в технологіях, які сприяють розвитку ділового туризму, спостерігається глибоке переформатування бізнес-середовища, яке охоплює нові принципи організації робочих процесів і бізнес-подорожей. Одним з важливих аспектів цього переформатування є зростаюча увага до концепції сталій мобільності. В умовах глобалізації та розширення міжнародних зв'язків компанії дедалі частіше орієнтуються на зменшення негативного впливу своїх бізнес-операцій на навколишнє середовище, а також на оптимізацію своїх подорожей для зниження витрат на енергоносії та викиди парникових газів. У зв'язку з цим компанії активно шукають способи мінімізувати свої екологічні сліди, зокрема за рахунок використання енергоефективного транспорту, просування електричних та гібридних автомобілів у корпоративних парках, а також обрання сталих видів транспорту для подорожей [19].

Зокрема, перехід до сталих подорожей включає розробку більш ефективних маршрутів, що дозволяють знизити кількість необхідних перельотів та використання інших екологічно чистих транспортних засобів. Також важливими є інновації в транспортних технологіях, що дозволяють створювати більш екологічно чисті рішення для ділових подорожей, наприклад, розвиток швидкісних поїздів, які є не тільки зручними для бізнес-туристів, але й значно зменшують викиди вуглекислого газу порівняно з авіаперевезеннями. Водночас для багатьох компаній питання екологічної сталійності стає невід'ємною частиною корпоративної стратегії, що включає як зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, так і пропаганду екологічної відповідальності серед працівників та партнерів [24].

Безпека подорожей також стала одним із пріоритетів для компаній, особливо після пандемії COVID-19. Заходи безпеки для ділових мандрівників включають не лише фізичні аспекти, як-то захист від хвороб або природних катастроф, але й безпеку в контексті цифрових технологій, що особливо важливо в епоху інформаційних загроз. Захист особистих даних, забезпечення безпеки електронних платіжних систем та конфіденційність комунікацій – усе це стали невід'ємними складовими частинами організації бізнес-подорожей. Багато компаній впроваджують технології для моніторингу стану здоров'я своїх працівників під час подорожей, що включає використання спеціальних медичних додатків, вимірювання температури, а також доступ до лікарів на випадок надзвичайних ситуацій. Усі ці заходи мають на меті створити умови для максимальної безпеки мандрівників, що в свою чергу підвищує ефективність бізнес-операцій та знижує ризики [12].

Своєю чергою, значна увага приділяється розвитку ESG-підходів (екологія, соціальна відповідальність і корпоративне управління), які стали основним орієнтиром для компаній у плануванні своїх діяльностей, зокрема в контексті ділового туризму. ESG-принципи охоплюють три важливі аспекти: екологічну відповідальність, соціальну справедливість та добросовісне управління. Екологічна складова включає не лише сталість у використанні

ресурсів, але й зменшення викидів в атмосферу, використання відновлювальних джерел енергії та підтримку екологічних ініціатив. Соціальна відповідальність зосереджена на підтримці громадських ініціатив, поліпшенні умов праці, забезпеченні рівних можливостей для всіх працівників та співпраці з місцевими громадами. Корпоративне управління в рамках ESG підходу включає прозорість бізнес-процесів, добросовісне поводження з партнерами та підтримку високих етичних стандартів у всіх аспектах діяльності. Все це стає важливим інструментом для побудови стійкого бренду та забезпечення довгострокової конкурентоспроможності на ринку [15].

Загалом, сталий розвиток і ESG-принципи вже активно інтегруються в практики ділового туризму, оскільки компанії все частіше усвідомлюють, що їхня корпоративна відповідальність має прямий вплив на репутацію та бізнес-позиції на глобальному ринку. Ці тенденції також набувають все більшого значення в умовах загострення проблем, пов'язаних з кліматичними змінами, соціальною нерівністю та потребою в реформуванні корпоративних стандартів. Підприємства, що орієнтуються на сталість, безпеку та соціальну відповідальність, здатні побудувати надійні бізнес-зв'язки і отримати значні переваги у довгостроковій перспективі [49].

У 2025 році понад 50% глобальних корпорацій декларують перехід на екологічно збалансовані бізнес-поїздки – зокрема, вибір залізничного транспорту замість коротких авіаперельотів у межах Європи, компенсацію вуглецевого сліду та вибір готелів із сертифікатами екостандартів. Також змінилась демографія ділових мандрівників: зросла участь молодших поколінь (міленіалів і покоління Z), які очікують не лише функціонального, а й емоційно привабливого досвіду. Це стимулює розвиток *bleisure*-подорожей (поєднання бізнесу з дозвіллям), які у 2025 році становлять вже 30% всіх ділових поїздок. Таким чином, сучасний діловий туризм формує нову парадигму: цифрову, гнучку, екосвідому та клієнтоорієнтовану, де технології стають інструментом, а не заміною живої бізнес-взаємодії.

1.3. Значення ділового туризму в глобальній туристичній індустрії.

Діловий туризм має потужний економічний вплив на країни, що приймають учасників міжнародних заходів, сприяючи зростанню доходів у різних секторах: транспорту, готельного бізнесу, ресторанної індустрії, а також організації подій (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). За даними звіту World Travel & Tourism Council (WTTC) за 2024 рік, витрати ділових мандрівників у глобальному масштабі сягнули 1,5 трильйона доларів США, що становить близько 22% від загальних туристичних витрат. У країнах, де активно розвивається ділова інфраструктура – таких як Німеччина, Франція, США, Об'єднані Арабські Емірати, Японія – цей вид туризму сприяє підвищенню ВВП. Наприклад, лише у Франкфурті щорічне проведення виставки Automechanika генерує понад 400 мільйонів євро прямих витрат, а побічно забезпечує роботою до 20 тисяч осіб у сфері обслуговування, логістики та охорони. Крім того, ділові туристи витрачають у середньому в 1,7 раза більше коштів, ніж звичайні туристи, оскільки їхні подорожі часто пов'язані з престижними послугами, зручними локаціями та преміум-сервісом [5].

Значний вплив діловий туризм має і на зайнятість населення: організація конгресів, форумів, виставок, бізнес-івентів створює попит на робочі місця в суміжних галузях. За даними ICCA (International Congress and Convention Association), у країнах ЄС близько 1 з 11 робочих місць у туристичній індустрії прямо або опосередковано пов'язане з діловим туризмом. В ОАЕ, де щороку відбуваються понад 500 міжнародних заходів, у секторі MICE зайнято понад 150 тисяч осіб. Особливу роль відіграє діловий туризм у розвитку інфраструктури міст – розширюються аеропорти, будуються сучасні конгрес-центри, підвищується якість транспортного сполучення та цифрових сервісів [4].

Сінгапур є яскравим прикладом того, як інвестиції в розвиток ділової інфраструктури можуть зробити місто одним з основних центрів ділового

туризму в регіоні. Влада Сінгапуру з самого початку розглядала розвиток бізнес-туризму як важливий напрямок для стимулювання економічного росту та зміцнення міжнародної конкурентоспроможності країни. У результаті цих зусиль Сінгапур став одним із найбільш привабливих міст для проведення міжнародних ділових заходів, таких як конференції, семінари, виставки та форуми. Однією з основних причин цього успіху є стратегічно правильне управління інфраструктурою, а також сприятлива бізнес-середовище, що включає високий рівень безпеки, стабільність економіки та сприяння інноваціям.

Зокрема, за останні десятиліття значні інвестиції були спрямовані на створення сучасної та багатофункціональної інфраструктури для проведення ділових заходів. Це включає побудову нових міжнародних конгрес-центрів, виставкових павільйонів та готельних комплексів, здатних приймати великі делегації та забезпечувати високий рівень обслуговування для бізнес-туристів [3].

Прикладом такого масштабного проекту є Міжнародний виставковий та конгресний центр Marina Bay Sands, який став символом сінгапурського підходу до розвитку ділової інфраструктури. Завдяки цьому місто здатне приймати десятки тисяч учасників з усього світу для участі в різноманітних міжнародних заходах. Залучення таких великих подій, як Азійський бізнес-саміт, Інвестиційний форум та інші міжнародні конференції, не тільки сприяє розвитку сектору ділового туризму, але й надає важливу економічну вигоду для місцевих підприємств, готелів, транспортних компаній та інших галузей. У 2025 році Сінгапур очікує понад 800 заходів міжнародного рівня, що, за прогнозами, принесе місту понад 1,2 мільярда доларів США.

Це підкреслює значення ділового туризму як одного з важливих джерел доходу для економіки країни. Такі події не лише забезпечують значні фінансові надходження, але й сприяють зміцненню міжнародного іміджу Сінгапуру як надійного та престижного бізнес-центру. Крім того, ці заходи створюють додаткові можливості для розвитку взаємодії між підприємцями, укладання угод, розвитку нових партнерств і зміцнення економічних зв'язків

між різними країнами та регіонами. Важливо, що організація таких масштабних заходів стимулює розвиток туристичної інфраструктури, покращує рівень обслуговування та підвищує загальний рівень комунікацій між підприємствами та урядами [40].

Інвестиції в ділову інфраструктуру Сінгапуру є відображенням глобальних тенденцій, коли країни та міста визнають важливість розвитку бізнес-туризму для економічного зростання. Діловий туризм, в свою чергу, допомагає не лише стимулювати місцеву економіку через прямі доходи від туризму, але й через створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури та підвищення кваліфікації місцевих спеціалістів у сфері обслуговування міжнародних гостей. Завдяки інвестиціям у сучасну інфраструктуру, Сінгапур зміг стати важливим гравцем на міжнародній арені ділового туризму, що підтверджується численними відгуками учасників заходів та високими показниками задоволеності бізнес-туристів.

Таким чином, діловий туризм є не лише інструментом просування національного бренду, а й ефективним економічним важелем розвитку територій. Діловий туризм є однією з ключових платформ для формування та зміцнення міжнародних зв'язків між компаніями, галузями та навіть урядами країн. Саме завдяки численним бізнес-подіям – таким як виставки, форуми, бізнес-зустрічі, галузеві конференції – створюються умови для прямої комунікації, обміну досвідом та укладення нових угод. Наприклад, під час Всесвітньої виставки Expo 2020 в Дубаї, яка тривала з жовтня 2021 по березень 2022 року, було підписано понад 4.000 міжнародних меморандумів про співпрацю між державними та приватними організаціями з понад 190 країн. Такі події мають ефект мультиплікатора: окрім основних учасників, вони залучають суміжні бізнеси (логістика, юридичний супровід, PR і маркетинг), які також отримують вигоду від нових ділових контактів. Згідно з даними Oxford Economics, понад 60% міжнародних контрактів у сфері виробництва, технологій та торгівлі укладаються під час офлайн-зустрічей на

виставках або конференціях, що підкреслює вагу особистої взаємодії для досягнення довгострокового партнерства [30].

Крім бізнес-ефекту, діловий туризм має глибоке геополітичне значення, адже він сприяє м'якій дипломатії та міжнародному позиціонуванню країн. Міста, що активно приймають бізнес-туристів, автоматично потрапляють до глобального поля уваги – прикладом є Давос, де щорічно проходить Всесвітній економічний форум, який формує не лише глобальний економічний порядок денний, а й сприяє налагодженню політичних діалогів. У 2025 році очікується проведення понад 14 000 міжнародних виставок і форумів, з яких близько 38% мають крос-континентальний характер. Завдяки діловому туризму розвиваються транскордонні проєкти, зростає інвестиційна привабливість країн-організаторів, а локальні підприємства отримують прямий доступ до глобальних ринків. Таким чином, діловий туризм виконує роль катализатора економічної інтеграції, культурного обміну та сталого міжнародного партнерства, що є надзвичайно актуальним у добу постпандемійної глобалізації та відновлення світової економіки [6].

Діловий туризм тісно переплітається з іншими видами туризму, створюючи ефект синергії, який позитивно впливає на загальний розвиток туристичної індустрії. Однією з ключових тенденцій останнього десятиліття є bleisure-туризм (business + leisure) – формат, коли бізнес-мандрівники поєднують робочі поїздки з відпочинком. За статистикою компанії Expedia Group, у 2024 році 38% ділових туристів у світі продовжили свою подорож для дозвілля, що стимулювало розвиток культурного, гастрономічного, рекреаційного та екскурсійного туризму в місцях проведення ділових заходів. Наприклад, у Барселоні, одному з провідних MICE-напрямів у Європі, понад 60% ділових відвідувачів залишаються в місті на кілька додаткових днів, що створює додатковий прибуток для готелів, ресторанів і туристичних агентств. Така взаємодія підвищує економічну стійкість туристичних напрямків і сприяє диверсифікації турпродукту [43].

Крім того, діловий туризм стимулює розвиток інфраструктури, яка згодом використовується і в інших формах туризму. Наприклад, конференц-зали, мультимедійні простори, виставкові центри, побудовані для бізнес-івентів, згодом активно використовуються для проведення культурних фестивалів, спортивних змагань, навчальних курсів чи тематичних турів. Це яскраво демонструє приклад Сінгапуру, де один і той самий центр Marina Bay Sands приймає як міжнародні бізнес-форуми, так і арт-події світового рівня. Подібна мультифункціональність створює стійку модель туризму, яка дозволяє країнам бути конкурентоспроможними незалежно від сезонності. У 2025 році Світова організація туризму (UNWTO) прогнозує подальше зростання гібридних форматів подорожей, де людина їде на конференцію, але паралельно бере участь у кулінарному турі чи спа-програмі. Усе це зміцнює взаємозв'язок між сегментами туризму, сприяє економічній стійкості регіонів та формує нову модель туристичного попиту, орієнтовану на комплексний досвід.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму у світі.

Станом на 2025 рік діловий туризм (business travel) продовжує динамічно розвиватися під впливом численних глобальних факторів, таких як відновлення після пандемії COVID-19, цифрова трансформація бізнесу, зростання ролі сталого розвитку та геополітичні зміни. За даними Global Business Travel Association (GBTA), обсяг світового ринку ділового туризму досяг \$1,6 трлн, перевищивши доковідні показники 2019 року. Особливу активність демонструють ринки Азійсько-Тихоокеанського регіону, зокрема Китай, Індія та Південна Корея, де інвестиції в міжнародні конференції, виставки та корпоративні поїздки значно зросли. Крім традиційних форматів бізнес-подорожей, популярності набирають змішані моделі «bleisure» (поєднання бізнесу та відпочинку), які дозволяють працівникам продовжувати перебування після завершення ділових зустрічей. Також у фокусі – розвиток MICE-індустрії (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), яка охоплює організацію великих заходів та конференцій. Європейські столиці, як-от Париж, Барселона та Відень, залишаються серед лідерів за кількістю прийнятих міжнародних заходів, водночас нові гравці на кшталт Дубаю, Сінгапура та Кігалі активно просувають свої інфраструктури як хаби ділової мобільності [25].

Глобалізація є одним з найважливіших факторів, що визначають розвиток сучасного ділового туризму. Вона створює умови для інтенсивнішої взаємодії між країнами та регіонами, що зумовлює збільшення міжнародної ділової активності. Зростання глобальної торгівлі, розширення транснаціональних компаній та збільшення кількості міжнародних проєктів стимулює попит на поїздки ділових представників, що стали необхідним елементом для підтримки ефективної роботи компаній. Ділові подорожі вже не обмежуються лише переміщенням між основними економічними

центрами, але й охоплюють нові та віддалені ринки, що надає додаткові можливості для бізнесу в умовах високої конкуренції [7].

Одним з основних чинників, що сприяють зростанню попиту на ділові поїздки, є лібералізація візових режимів, яка дозволяє бізнесменам та професіоналам швидко отримувати доступ до країн, де вони планують проводити ділові зустрічі, переговори або брати участь у конференціях та форумах. Зниження бар'єрів для візового контролю і спрощення процесу отримання віз для бізнесменів значно полегшує організацію ділових поїздок і робить їх більш доступними для компаній різного розміру, що, в свою чергу, підвищує рівень глобальної взаємодії. У деяких випадках навіть введення безвізових режимів для певних категорій бізнесменів дозволяє заощаджувати час та ресурси, що вкрай важливо в умовах глобальної конкуренції, де кожен день може мати вирішальне значення [38].

Завдяки розширенню авіасполучень та розвитку транспортної інфраструктури, переміщення між країнами стало швидким і зручним. Кількість авіарейсів, доступних для бізнес-подорожей, збільшилася за рахунок нових авіакомпаній, а також лоукостів, що дозволяє бізнесменам і компаніям значно зменшити витрати на організацію міжнародних поїздок. Оскільки авіаперельоти стають більш доступними, ділові поїздки вже не обмежуються лише найбільшими економічними центрами, але й охоплюють регіони, що швидко розвиваються і стають важливими для глобального бізнесу. Підвищена доступність авіарейсів дозволяє швидше організовувати зустрічі та переговори з партнерами, що, у свою чергу, сприяє прискоренню бізнес-операцій та угод [39].

Крім того, активна інтеграція ринків та економік різних країн надає компаніям нові можливості для розвитку бізнесу на міжнародних майданчиках. Завдяки угодам про вільну торгівлю, зниженню митних бар'єрів та розвитку економічних співпраць між державами, підприємства можуть більш ефективно організовувати переміщення своїх команд до віддалених регіонів світу для участі в міжнародних проєктах, відкритті нових філій або

розширенні мережі партнерів. Ці процеси дозволяють компаніям виходити на нові ринки, що, в свою чергу, підвищує попит на організацію бізнес-подорожей в країни, де раніше було складно вести ділову діяльність через недостатню інтеграцію або низький рівень інфраструктури [29].

Особливо важливою є і роль цифрових технологій в організації бізнес-подорожей, що дозволяє спростити процеси бронювання квитків, готелів та транспорту, а також полегшити комунікацію між бізнес-партнерами. Сучасні платформи для організації ділових поїздок дозволяють компаніям здійснювати моніторинг витрат, контролювати логістику та забезпечувати зручний процес планування подорожей для своїх співробітників. Крім того, новітні технології та онлайн-сервіси дозволяють організовувати гібридні заходи, що об'єднують віртуальну та фізичну присутність учасників, що значно знижує витрати та дозволяє охоплювати ширшу аудиторію.

Загалом, глобалізація та технологічний прогрес сприяють розвитку ділового туризму, дозволяючи компаніям активно розширювати свої горизонти, збільшувати кількість міжнародних контактів та підвищувати ефективність бізнес-операцій. У свою чергу, ці фактори створюють нові можливості для розвитку міжнародної співпраці та взаємодії, що відіграє ключову роль у забезпеченні стійкості та конкурентоспроможності компаній на глобальній арені [51].

Наприклад, у 2025 році понад 68% компаній зі списку Fortune 500 мають постійні офіси або партнерські відносини у двох і більше географічних зонах, що автоматично вимагає регулярних бізнес-подорожей. Разом з тим цифрові технології значно трансформували формат таких поїздок: завдяки використанню хмарних сервісів, штучного інтелекту та мобільних додатків організація бізнес-подорожі стала простішою та ефективнішою. Такі сервіси, як SAP Concur, TripActions чи Amadeus cytric, дозволяють автоматизувати бронювання, витрати та звітність. Крім того, завдяки гібридному формату подій (поєднання онлайн і офлайн участі), зменшився тиск на бюджети компаній, однак одночасно виріс попит на

«якісний нетворкінг», який можливий лише під час особистих зустрічей. Тому цифровізація не зменшила роль ділового туризму, а зробила його більш персоналізованим і продуктивним.

У 2025 році концепція змішаних подорожей, відома як *bleisure* (поєднання *business + leisure*), перетворилася з нішевого тренду на стабільну частину ділового туризму. За результатами дослідження компанії Expedia Group, понад 76% ділових мандрівників хоча б раз протягом останнього року продовжували своє перебування після завершення службових обов'язків, аби відпочити або провести час у новому місті. Особливо цей тренд популярний серед молодших поколінь – мілленіалів і покоління Z, які високо цінують баланс між роботою та особистим життям. Корпорації також дедалі більше підтримують *bleisure*-поїздки, оскільки вони сприяють емоційному вигоранню працівників, покращують лояльність до роботодавця та підвищують продуктивність. За даними Deloitte, компанії, що дозволяють співробітникам додаткові дні на відпочинок після ділових поїздок, фіксують на 23% вищий рівень задоволеності персоналу [26].

Зі зростанням *bleisure*-поїздок змінилась і інфраструктура обслуговування ділових туристів. Готелі, авіакомпанії та платформи бронювання, як-от Booking.com, Marriott та Lufthansa, почали активно впроваджувати персоналізовані пакети послуг, що дозволяють поєднати ділову частину поїздки з відпочинком. Наприклад, мережа готелів Hilton у 2024 році запустила програму *Work + Explore*, яка дозволяє бронювати номери з офісним простором і водночас включає екскурсії та велнес-послуги. У туристичних містах почали з'являтися спеціалізовані тури для *bleisure*-туристів – з короткими культурними, гастрономічними або рекреаційними програмами, які ідеально вписуються у щільний графік бізнес-подорожуючого. Така еволюція формату підкреслює зміну парадигми у сприйнятті ділових поїздок: вони дедалі менше сприймаються як рутинне завдання і дедалі більше – як можливість для розвитку, відновлення та відкриття нових культур [7].

У 2025 році питання екологічності та сталого розвитку стали пріоритетними в індустрії ділового туризму. Понад 70% компаній, за даними опитування McKinsey & Company, включили цілі зі зниження вуглецевого сліду до своїх корпоративних стратегій з управління подорожами. Серед основних змін – скорочення кількості коротких авіаперельотів, пріоритет на поїзди та екологічний транспорт, вибір готелів зі «зеленими сертифікатами» (LEED, Green Globe тощо) та співпраця з постачальниками, які дотримуються принципів ESG (Environmental, Social, Governance). Компанії дедалі частіше віддають перевагу віртуальним зустрічам, особливо коли йдеться про короткотривалі події з невеликим бізнес-ефектом [48].

У світлі постійно змінюваного бізнес-середовища та глобальних викликів, багато великих корпорацій, таких як Siemens, Unilever та SAP, змушені були адаптувати свої стратегії до нових умов. Однією з найбільш помітних змін стало значне зменшення обсягів авіаподорожей, що відбулося через кілька важливих факторів, серед яких економія на витратах, потреба в зменшенні викидів вуглецю та покращення сталості бізнес-процесів. У порівнянні з 2019 роком, ці компанії знизили кількість ділових авіапоїздок на понад 40%, що є значним показником для глобальних корпорацій, які раніше залежали від фізичних зустрічей для укладання угод і налагодження ділових відносин. Заміна частини традиційних ділових поїздок на високоякісні віртуальні взаємодії стала одним із ключових елементів цих змін [50].

Сучасні технології відеоконференцій, вебінарів, віртуальних подій і платформ для спільної роботи дозволяють компаніям не лише зменшити витрати на авіаперельоти та готелі, але й забезпечити більш оперативне і ефективне обговорення бізнес-питань з міжнародними партнерами та командами. Такі платформи, як Microsoft Teams, Zoom, WebEx, а також інші інструменти для колаборації, дозволяють зберігати зв'язок із ключовими стейкхолдерами без необхідності фізичної присутності, що значно економить час і ресурси.

Незважаючи на зменшення обсягів авіаподорожей, корпорації не зупинилися на досягнутому і продовжують інвестувати в розвиток технологій для підвищення якості дистанційної взаємодії. Наприклад, Siemens і SAP значно розширили свої інфраструктури для відеоконференцій, запровадивши нові системи для проведення віртуальних зустрічей та консультацій. У свою чергу, Unilever активно використовує цифрові інструменти для проведення віртуальних ярмарків, виставок та тренінгів для своїх співробітників і партнерів по всьому світу. Такий підхід дозволяє не лише зменшити негативний вплив на навколишнє середовище, але й підвищити гнучкість у взаємодії з різними країнами та регіонами [51].

Більше того, значне скорочення авіаперельотів дозволило таким компаніям значно знизити витрати на операційні потреби, що стало важливим у період нестабільності та економічних викликів. Заміна традиційних поїздок на віртуальні взаємодії також дозволила компаніям покращити внутрішню організацію роботи, збільшити кількість зустрічей за рахунок економії часу та зменшити ризики, пов'язані з організацією міжнародних подорожей (наприклад, через скасування рейсів або обмеження на поїздки через пандемію).

Крім того, віртуальні зустрічі стали зручними інструментами для забезпечення безперервної комунікації в межах компаній, що важливо для забезпечення ефективної роботи в умовах віддаленого або змішаного формату праці. Вони також відкрили нові можливості для залучення партнерів і клієнтів з різних куточків світу, оскільки технології дозволяють забезпечити високу якість відеозв'язку, що раніше було б складно реалізувати при звичайних поїздках [39].

Одночасно з цим корпорації активно працюють над удосконаленням культурної складової віртуальних зустрічей, організовуючи віртуальні бізнес-заходи з інтерактивними форматами, віртуальними виставками та заходами для обміну досвідом, що надає нові можливості для налагодження контактів, які раніше потребували фізичної присутності на заходах. Це дозволяє

компаніям не лише зберігати свої міжнародні зв'язки, але й залучати нових партнерів та клієнтів без необхідності організації дорогих ділових поїздок.

Враховуючи ці фактори, можна сказати, що коронакриза і подальші обмеження внаслідок пандемії створили для корпорацій нові можливості для розвитку віртуальних форматів взаємодії, що дозволяють зберігати зв'язок із глобальними партнерами, знижувати витрати і забезпечувати сталий розвиток у мінливих економічних умовах. Технології, що виникли внаслідок цієї трансформації, стали важливим інструментом, який дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними на світовій арені, навіть у разі значних змін у способах ведення бізнесу [41].

Окрім цього, екологічність дедалі більше впливає на вибір місць проведення конференцій та ділових заходів. Уряди та муніципалітети популярних ділових центрів – таких як Амстердам, Копенгаген, Цюрих – активно інвестують у створення енергоефективної інфраструктури для проведення заходів: зали з системами рекуперації тепла, безвідходне обслуговування, повторне використання декорацій та електронний документообіг. У 2024 році Міжнародна асоціація конгресів та конференцій (ICCA) запровадила нову сертифікаційну систему для сталих івентів, що вже отримала понад 300 заявок по всьому світу. Також поширюються програми компенсації викидів CO₂: авіакомпанії, такі як Lufthansa та Air France, пропонують бізнес-клієнтам додаткові «зелені» тарифи, частина яких іде на фінансування проєктів відновлення лісів або розвитку відновлюваної енергетики. Таким чином, сталий розвиток стає не лише етичним вибором, а й репутаційною необхідністю для сучасного корпоративного середовища.

2.2. Стан і перспективи розвитку ділового туризму в Україні.

У 2025 році діловий туризм в Україні поступово відновлюється попри складну безпекову ситуацію, спричинену повномасштабною війною з росією. Основними центрами ділової активності залишаються Київ, Львів, Івано-

Франківськ, Ужгород і частково Дніпро, які мають відносно стабільну інфраструктуру для проведення бізнес-заходів.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), Україна демонструє значний прогрес у розвитку ділового туризму, зокрема у 2024 році на території країни було проведено понад 350 різноманітних ділових подій, серед яких міжнародні форуми, бізнес-конференції, виставки та заходи, орієнтовані на представників діаспори. Ці події охоплюють широкий спектр галузей, від технологій і фінансів до агробізнесу та туризму, і стали важливими платформами для обміну досвідом, розвитку нових партнерств і обговорення актуальних питань економічного розвитку [10]. Завдяки таким заходам Україна набуває все більшої популярності як центр ділових зустрічей і міжнародних форумів, що привертає увагу не лише місцевих, але й глобальних компаній.

Важливу роль у підтримці та розвитку цього сектору відіграють міжнародні організації, які активно інвестують у вдосконалення інфраструктури та розвиток умов для проведення висококласних ділових подій. Серед найбільш помітних інвесторів у розвиток ділового туризму в Україні – USAID (Агентство США з міжнародного розвитку), GIZ (Німецьке товариство міжнародного співробітництва) та Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Ці організації здійснюють фінансування та підтримку проектів, спрямованих на покращення інфраструктури, зокрема будівництво і модернізацію конференц-центрів, виставкових павільйонів, готельних комплексів і транспортної логістики. Вони також сприяють створенню безпечного середовища для проведення міжнародних подій, що має критичне значення для забезпечення довіри до країни як майданчика для великих ділових зустрічей [2].

Однією з помітних тенденцій останніх років є активне впровадження гібридних форматів проведення ділових заходів. Це дозволяє не лише залучати іноземних учасників, але й забезпечувати їхнє зручне і доступне участь без необхідності фізичної присутності в Україні. Гібридні формати

поєднують в собі переваги онлайн-форматів (зручність участі з будь-якої точки світу) і офлайн-форматів (можливість безпосереднього спілкування та нетворкінгу). Такі заходи активно використовуються як на рівні міжнародних конференцій, так і на національних форумах, дозволяючи організаторам залучати широкий спектр учасників без обмежень на географічну відстань чи інші логістичні фактори. Це є значним кроком вперед для розвитку ділового туризму в Україні, оскільки дає змогу країні залишатися конкурентоспроможною на міжнародній арені, залучати іноземних інвесторів і партнери, незважаючи на обмеження, пов'язані з фізичними поїздками [36].

Крім того, гібридні заходи мають ряд додаткових переваг, таких як скорочення витрат на організацію поїздок і проживання для іноземних учасників, що робить участь у заходах більш доступною для широкої аудиторії. Вони також дозволяють зберігати високий рівень безпеки, особливо в умовах глобальних криз, таких як пандемії або природні катастрофи. Більше того, технології, що використовуються для таких заходів, дозволяють забезпечити високий рівень інтерактивності, що є важливим для підтримки інтересу та активності учасників, а також для ефективного проведення переговорів та обговорень. Україна, завдяки зусиллям урядових і приватних структур, а також міжнародних партнерів, має всі можливості для розвитку інфраструктури, що підтримує такі формати, і таким чином може стати важливим гравцем на глобальній арені ділового туризму [17].

Ці зміни, безумовно, є частиною більш широкої стратегії розвитку ділового туризму в Україні, яка включає також підвищення рівня сервісу, покращення логістичних процесів і створення умов для проведення міжнародних заходів на найвищому рівні. Враховуючи важливість цього сектору для економіки країни, інвестиції в його розвиток вже приносять значні дивіденди: не лише у вигляді прямих економічних вигод від проведених заходів, але й через створення додаткових робочих місць, залучення іноземного капіталу та зміцнення іміджу України на міжнародній арені.

Інфраструктурна база ділового туризму в Україні зберігає конкурентоспроможність у межах західних регіонів. Львів, зокрема, активно розвиває напрямок MICE-туризму: у 2024 році тут відбулося понад 90 ділових заходів, включно з міжнародним економічним форумом та конференцією Rebuild Ukraine. Львівський конференц-бюро, створене у співпраці з містом та бізнес-асоціаціями, надає технічну підтримку організаторам подій та просуває місто як безпечний діловий хаб. Київ, попри регулярні загрози, продовжує працювати як стратегічний центр зустрічей урядових структур, донорських організацій та бізнесу. У місті збереглася значна кількість готелів категорії 4 – 5 зірок, які мають конференц-зали, сучасне технічне обладнання та забезпечення енергетичної автономності (генератори, Starlink). Водночас внутрішня логістика зазнає труднощів через обмеження в авіасполученні, тому більшість переміщень відбувається залізницею, яка залишається стабільним транспортним хребтом країни. З організаційної точки зору спостерігається зростання ролі локальних агенцій, які надають комплексні послуги з безпеки, технічного забезпечення, перекладу та супроводу делегацій [28].

Попри воєнні виклики, діловий туризм в Україні має значний потенціал для відновлення та зростання у середньостроковій перспективі. За прогнозами Київської школи економіки (KSE), після завершення активної фази війни обсяг внутрішнього ділового туризму може зрости на 30 – 40% упродовж перших двох років. Основними драйверами стануть відбудова інфраструктури, реалізація міжнародних інвестиційних проєктів, розвиток технологічних хабів, а також повернення іноземного капіталу. Зокрема, програма «Rebuild Ukraine», яку підтримує ЄС та Світовий банк, передбачає десятки міжнародних бізнес-форумів і галузевих заходів, що проходять у Україні вже з 2025 – 2026 років. Крім того, дедалі більше компаній у сферах ІТ, будівництва, енергетики та агропереробки проводять регіональні бізнес-зустрічі, зосереджуючись на партнерстві між західними областями України та країнами Європейського Союзу [45].

Серед стратегічних напрямків розвитку ділового туризму в Україні визначальними є децентралізація ділової активності, розвиток регіональних конференц-хабів та інтеграція у європейський ринок MICE. Міста Львів, Івано-Франківськ, Чернівці, Тернопіль, Ужгород розглядаються як перспективні локації для масштабних ділових подій, що поєднують бізнес, культуру та інновації. Уже у 2024 році Львів приєднався до міжнародної мережі *European Cities Marketing*, що відкриває шлях до спільних проєктів та трансграничної промоції. Уряд України у партнерстві з ДАРТ та Українським союзом промисловців і підприємців розробляє національну стратегію розвитку MICE-туризму до 2030 року, що передбачає модернізацію виставкових центрів, розвиток інфраструктури «розумних міст», залучення міжнародних експертів до планування заходів та створення єдиного реєстру сертифікованих ділових локацій. У поєднанні з високою кваліфікацією українських івент-менеджерів та конкурентною ціною на організацію заходів, це створює передумови для позиціонування України як привабливої MICE-дестинації у повоєнний період [16].

Станом на 2025 рік український уряд визначає діловий туризм як одну з важливих складових повоєнної економічної стратегії, особливо в контексті залучення міжнародних партнерів, інвесторів та донорських організацій. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) у співпраці з Міністерством економіки та Міністерством цифрової трансформації реалізує низку ініціатив для стимулювання розвитку ділового туризму. Одним із ключових напрямів стала розробка інтерактивної онлайн-платформи «MICE Ukraine», яка містить каталог сертифікованих локацій для проведення бізнес-заходів, рейтинги готелів, кейси успішних подій, а також рекомендації щодо безпеки та логістики. Також уряд запровадив систему часткового співфінансування ділових подій, що проводяться в Україні за участю міжнародних партнерів – зокрема, у 2024 році близько 40 таких заходів отримали грантову або організаційну підтримку.

Крім прямих дотацій та інформаційної підтримки, держава активно залучає зовнішні інвестиції для розвитку інфраструктури, придатної для MICE-сектора. У рамках проектів технічної допомоги від Європейського Союзу, GIZ та Світового банку здійснюється оновлення конференц-залів, модернізація готельних комплексів, впровадження енергоефективних рішень у виставкових центрах. Наприклад, у 2024 році за участі польського фонду «Solidarity Fund PL» у Львові було реконструйовано Центр інноваційного підприємництва, який тепер служить як бізнес-хаб для регіональних і міжнародних заходів. Водночас у Києві триває підготовка до запуску Київського міжнародного виставкового павільйону нового покоління, будівництво якого підтримує ЄІБ (Європейський інвестиційний банк). Такі ініціативи не лише сприяють розвитку ділового туризму, а й забезпечують довгостроковий мультиплікаційний ефект для місцевої економіки, сприяючи зайнятості, розвитку малого бізнесу та активізації міжнародної співпраці.

2.3. Проблеми та виклики у сфері ділового туризму.

У 2025 році розвиток ділового туризму в Україні стикається з кількома серйозними проблемами, що ускладнюють залучення міжнародних учасників та організацію великих ділових заходів. Однією з найбільших перешкод є руйнування транспортної інфраструктури, що стало наслідком воєнних дій. Зокрема, обмеження авіасполучення та закриття повітряного простору для цивільних авіарейсів з 2022 року стали значним бар'єром для оперативних ділових поїздок як всередині країни, так і за її межами. У зв'язку з цим, всі ділові подорожі здійснюються через наземні пункти перетину або залізницею, що значно подовжує час на пересування та ускладнює організацію поїздок для міжнародних делегацій. Попри те, що «Укрзалізниця» змогла адаптуватися до нових умов і забезпечити регулярне сполучення за основними маршрутами, це не є повноцінною альтернативою авіаційним перевезенням, оскільки час у дорозі та обмеження на пересування великою мірою знижують оперативність та ефективність ділових подорожей.

Ще однією великою проблемою для ділового туризму в Україні є значні руйнування готельної інфраструктури. За даними Асоціації готельєрів України, понад 30% готельних об'єктів бізнес-класу в східних і південних регіонах країни було повністю або частково зруйновано в результаті бойових дій. Це створює додаткові труднощі для організаторів ділових заходів, адже відсутність комфортних і сучасних готельних об'єктів для розміщення учасників знижує привабливість країни як місця для проведення міжнародних конференцій, виставок та інших заходів. Крім того, багато готелів, що залишились, не можуть забезпечити високий рівень сервісу, зокрема через нестачу персоналу або відсутність необхідної інфраструктури. Це, в свою чергу, впливає на загальну конкурентоспроможність країни на ринку ділового туризму [16].

Окрім цього, проблема з інфраструктурою для проведення бізнес-заходів не обмежується лише готельними об'єктами. Нестача сучасних конференц-залів, обладнаних відповідною технікою для проведення великих конференцій, семінарів та переговорів, залишається актуальною навіть у західних регіонах, де концентрація ділових подій найбільша. Хоча на заході країни є кілька великих міст з певним розвитком інфраструктури, таких як Львів, Івано-Франківськ та Чернівці, які активно приймають міжнародні події, їх інфраструктура все ще не повністю відповідає вимогам сучасних ділових заходів. Однією з основних проблем є недостатня кількість великих залів для переговорів з сучасним обладнанням, стабільним інтернет-з'єднанням та мультимедійними можливостями, що є необхідними для проведення ефективних міжнародних зустрічей і семінарів. Це створює серйозні обмеження для залучення великих міжнародних корпорацій та організацій, які потребують висококласних умов для своїх заходів.

Таким чином, хоча в Україні є значний потенціал для розвитку ділового туризму, інфраструктурні проблеми та обмеження в транспортному сполученні залишаються одними з найбільших бар'єрів для розвитку цієї галузі в 2025 році. Ситуація потребує комплексного підходу, включаючи

відновлення транспортної інфраструктури, модернізацію готельних та конференц-об'єктів, а також створення умов для залучення міжнародних інвесторів та організаторів ділових подій [8].

Ще одним викликом є відсутність централізованої системи координації ділового туризму на національному рівні. У багатьох випадках організація заходів покладається на приватні агентства або місцеву владу без узгодженої стратегії чи стандартів якості. Нерідко це призводить до неузгодженості у логістиці, низького рівня технічного забезпечення або недостатнього маркетингу подій. Також бракує єдиного інформаційного ресурсу з актуальними даними про можливості для ділового туризму в різних регіонах, що ускладнює планування та комунікацію з міжнародними партнерами. За оцінками Української асоціації індустрії гостинності, лише 18% організаторів подій користуються перевіреними базами даних постачальників послуг або сертифікованих локацій. Крім того, залишається актуальним питання кадрового дефіциту: через релокацію та еміграцію частини спеціалістів, ринок івент-менеджменту та туристичних агентів відчуває нестачу досвідчених працівників, особливо в середньому сегменті [32].

У 2025 році безпекова ситуація залишається одним із головних викликів для розвитку ділового туризму в Україні. Повномасштабна війна з Росією, що триває з 2022 року, створює високий рівень ризику для організації міжнародних подій, особливо в центральних та східних регіонах. За оцінками Європейської бізнес-асоціації, понад 60% іноземних компаній вважають питання безпеки ключовим бар'єром для участі в офлайн-заходах в Україні. Унаслідок цього більшість міжнародних конференцій, зустрічей та форумів проходять у гібридному форматі або переносяться до безпечніших регіонів, переважно на захід країни або за кордон. Додаткові труднощі створюють системні ракетні атаки, які змушують організаторів ділових подій враховувати наявність укриттів, систем оповіщення, генераторів, резервного інтернету та засобів евакуації.

Окрім військових загроз, політична нестабільність у низці країн світу також ускладнює розвиток ділового туризму на глобальному рівні. Протести в Аргентині, перевороти в країнах Західної Африки, загострення ситуації на Близькому Сході (зокрема в Ізраїлі та Лівані), а також напруга в регіоні Тайваню змушують міжнародні компанії переглядати маршрути ділових поїздок і посилювати вимоги до безпеки персоналу. За даними Global Business Travel Association (GBTA), у 2024 році витрати компаній на страхування, безпекові протоколи та супровід делегацій зросли на 23% порівняно з довоєнним 2019 роком. Для України це означає необхідність не лише гарантувати фізичну безпеку учасників заходів, а й забезпечити політичну прозорість, зрозумілі правила в'їзду, візову підтримку та комунікацію з іноземними партнерами. У відповідь на виклики, з 2023 року в Україні активно працює система «eВіза» для ділових відвідувачів із понад 45 країн, що суттєво полегшує процес оформлення візитів та демонструє готовність країни до міжнародного діалогу навіть в умовах війни [14].

У 2025 році екологічна складова стає дедалі важливішою в організації ділових подорожей у всьому світі, однак в Україні ця тема все ще стикається з низкою викликів. Через зосередження уваги на безпеці, відновленні інфраструктури та економічному виживанні, питання сталого розвитку часто відходять на другий план. За результатами дослідження ГО «Zero Waste Alliance Ukraine» (2024), лише близько 12% організаторів бізнес-заходів в Україні включають елементи сталості у свою практику: використання цифрових замість паперових матеріалів, повторне використання декору, організація трансферу електромобілями тощо. Екологічні стандарти готельної інфраструктури залишаються нерегульованими на національному рівні, і лише окремі готелі – як-от *BANKHOTEL* у Львові або *Senator Hotels* у Києві – впровадили системи енергоефективності, сортування відходів і зниження вуглецевого сліду.

Додатковим фактором, що ускладнює екологізацію ділового туризму, є низька обізнаність ринку про принципи ESG (екологічного, соціального та

корпоративного управління) та відсутність економічних стимулів для сталих ініціатив. У 2024 році лише 5% бізнес-заходів в Україні мали офіційну сертифікацію або оцінку за принципами «зеленої події» (green event). Водночас міжнародна практика, як-от приклад COP28 у Дубаї або Web Summit у Лісабоні, демонструє, що екологічно відповідальний підхід до організації подій приваблює партнерів, інвесторів і ЗМІ. Українські експерти вказують, що за умови інтеграції екологічних критеріїв у державні закупівлі (наприклад, в межах організації форумів на рівні міністерств), цей сектор отримає потужний імпульс до розвитку. Окремі ініціативи – такі як програма «Зелені події України», започаткована у 2023 році Львівським конференц-бюро та GIZ, - створюють платформу для навчання, сертифікації та просування практик сталого ділового туризму, але поки що залишаються локальними та потребують ширшої підтримки з боку держави й бізнес-асоціацій [47].

Таким чином, можна стверджувати, що діловий туризм у світі перебуває в стані активної трансформації під впливом глобалізаційних процесів, цифрових технологій, змішаних форматів подорожей та запитів на екологічність і сталий розвиток. У 2025 році стрімкий розвиток технологій – таких як штучний інтелект, хмарні сервіси, гібридні події та платформи для віртуального спілкування – відкриває нові можливості для організації бізнес-заходів у будь-якому куточку світу. Водночас поєднання ділових поїздок із відпочинком (bleisure) стало потужним трендом, який активно використовують компанії для підвищення лояльності працівників та розширення нетворкінгу. Суттєво зросла й увага до екологічних аспектів у сфері ділових подорожей: дедалі більше міжнародних заходів організовується з урахуванням принципів ESG, зменшення викидів CO₂ та цифровізації матеріалів.

У контексті України ситуація значно складніша через виклики воєнного часу, проте діловий туризм поступово адаптується до нової реальності. Західні регіони країни стали ключовими хабами для проведення конференцій,

тренінгів, форумів і бізнес-зустрічей. Уряд і міжнародні партнери активно підтримують розвиток інфраструктури, стимулюють інвестиції та створюють цифрові сервіси для організації ділових подорожей. Усе ж на шляху розвитку залишаються серйозні бар'єри: руйнування інфраструктури, відсутність авіасполучення, безпекові ризики, політична нестабільність у світі та низький рівень екологічної відповідальності. Попри ці труднощі, потенціал для зростання сегмента MICE в Україні зберігається завдяки активному залученню міжнародних партнерів, адаптації до цифрових форматів та поступовій інтеграції принципів сталого розвитку в туристичну галузь.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

3.1. Світовий досвід розвитку ділового туризму та можливості його адаптації в Україні.

Світовий досвід розвитку ділового туризму свідчить про значну роль цього сегменту в економіці багатьох країн. Наприклад, у Сінгапурі, Об'єднаних Арабських Еміратах та Німеччині активно функціонують сучасні конгрес-центри, підтримані державно-приватними партнерствами. Успішні практики включають цифровізацію процесів організації заходів, розвиток інфраструктури для MICE-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) та активне просування ділових подій на міжнародному рівні. Такі країни інтегрують діловий туризм у загальну туристичну стратегію, забезпечуючи високу якість послуг, логістику та безпеку для учасників.

Україна має значний потенціал для адаптації міжнародних практик у сфері ділового туризму, зокрема через розвиток інфраструктури в містах-мільйонниках і туристичних центрах. Такі міста як Київ, Львів, Одеса, Харків та Дніпро вже мають досвід прийому великих міжнародних конференцій, бізнес-форумів, галузевих виставок та культурно-економічних заходів.

Однак для перетворення ділового туризму на стійкий економічний сектор необхідно створити системний підхід до його розвитку. Одним із ключових напрямів є формування регіональних ділових хабів із сучасними виставковими центрами, конференц-залами, транспортною доступністю, готельною інфраструктурою та професійним сервісом. За прикладом європейських країн, доцільно запровадити моделі державно-приватного партнерства, що дозволить залучати інвестиції в інфраструктурні проекти.

Важливу роль у розвитку ділового туризму в Україні може відіграти цифровізація: платформи для онлайн-реєстрації учасників, гібридні формати проведення заходів, автоматизовані рішення для логістики та безпеки. Також актуальним є створення спеціалізованої національної агенції або офісу з

просування ділового туризму (на зразок Germany Convention Bureau чи Singapore Tourism Board), яка б займалася маркетингом країни як привабливого MICE-напряму, підтримкою організаторів заходів та розробкою стимулюючих програм для міжнародних партнерів. Необхідним також є розвиток кадрового потенціалу через навчальні програми з івент-менеджменту та туристичного маркетингу, які відповідали б сучасним світовим стандартам. Усе це дозволить Україні зміцнити позиції на карті ділового туризму Європи та підвищити конкурентоспроможність у глобальному ринку [23].

Адаптація міжнародних стандартів в організації ділових подорожей в Україні є важливою умовою інтеграції в глобальний ринок ділового туризму. Одним із ключових напрямів є впровадження стандартів ISO серії 2021, що регулюють сталу організацію заходів, включно з екологічними, соціальними та економічними аспектами. Також варто звернути увагу на стандарти ICCA (International Congress and Convention Association), які визначають професійні вимоги до організації міжнародних конгресів і виставок. У 2023 – 2024 роках у Києві та Львові вже проводились пілотні заходи з частковим застосуванням таких стандартів, зокрема Форум малого і середнього бізнесу та IT Arena, які включали елементи цифрового квиткування, вуглецевого аудиту заходів та інклюзивного доступу до локацій. Подібні практики дозволяють не лише відповідати очікуванням міжнародних партнерів, а й підвищувати якість сервісу, ефективність планування та прозорість витрат.

Окремої уваги заслуговує адаптація стандартів безпеки та логістики, які активно використовуються у країнах ЄС та Північної Америки. Зокрема, системи Duty of Care, що передбачають відповідальність роботодавця за безпеку працівників під час ділових поїздок, набувають актуальності для українських компаній, які працюють з міжнародними партнерами. Важливим кроком є впровадження цифрових платформ для управління подорожами (Travel Management Systems), таких як SAP Concur або Egencia, які вже використовуються деякими українськими корпораціями та міжнародними

організаціями, представленими в Україні. Такі платформи дозволяють централізовано бронювати квитки, готелі, організувати трансфери, контролювати витрати та отримувати аналітику щодо ефективності ділових поїздок. До 2025 року близько 30% українських компаній середнього і великого бізнесу вже частково інтегрували ці рішення у внутрішні процеси. Адаптація міжнародних стандартів також включає налагодження співпраці з глобальними готельними мережами, сертифікованими за стандартами MICE, і авіаперевізниками, які пропонують гнучкі корпоративні пакети для бізнес-подорожей. Усе це сприяє підвищенню інвестиційної привабливості України та формуванню її позитивного іміджу як сучасної ділової локації [37].

Роль державних та приватних ініціатив у розвитку ділового туризму є вирішальною в успішних прикладах таких країн, як Німеччина, Сінгапур, Франція та Об'єднані Арабські Емірати. У Німеччині ефективно функціонує German Convention Bureau (GCB) – державна організація, що координує просування країни як провідної ділової дестинації, працює з місцевими адміністраціями, туроператорами, готелями та транспортними компаніями. GCB щорічно організовує інформаційні тури для міжнародних івент-менеджерів, публікує аналітику попиту на MICE-послуги та розробляє стратегії просування регіонів. У Сінгапурі урядова агенція Singapore Tourism Board підтримує приватні ініціативи через систему грантів і пільг для компаній, які організовують міжнародні конференції, зокрема в індустрії охорони здоров'я, фінансів та високих технологій. Цей підхід дозволив Сінгапуру вийти в топ-5 ділових центрів Азії за кількістю міжнародних заходів. У Франції державна ініціатива France Congrès et Événements об'єднує муніципальні органи та приватний бізнес навколо спільних цілей – розвитку інфраструктури, брендингу міст і підтримки інновацій у сфері івент-індустрії.

Приватний сектор відіграє не менш важливу роль у розвитку ділового туризму. У Дубаї, наприклад, потужні готельні групи (як Marriott, Jumeirah, Hilton) спільно з авіакомпаніями та виставковими центрами, такими як Dubai

World Trade Centre, створюють спеціальні пакети для організаторів бізнес-подій, що включають знижки, логістику та сервісну підтримку. Така модель партнерства дозволяє забезпечити високу якість проведення заходів і збільшити кількість вхідного бізнес-туризму. У Великобританії активно працює ініціатива VisitBritain Business Events Growth Programme, яка фінансується частково урядом, частково приватним сектором і має на меті залучення нових конференцій у сфері науки та технологій. Подібні програми надають до 20% компенсації витрат організаторам міжнародних заходів, якщо вони проводяться у Великобританії. Такий симбіоз держави та бізнесу дозволяє швидко реагувати на виклики ринку, впроваджувати інновації, зменшувати адміністративні бар'єри та створювати конкурентне середовище для розвитку ділового туризму. Україна, враховуючи ці приклади, може сформувати аналогічні платформи на базі регіональних торгово-промислових палат, туристичних офісів і галузевих асоціацій, що посилить її позиції на міжнародному туристичному ринку.

3.2. Розробка рекомендацій щодо стимулювання ділового туризму в Україні.

Одним із ключових чинників розвитку ділового туризму в Україні є модернізація інфраструктури, яка має відповідати міжнародним стандартам не лише в технічному, а й у сервісному та цифровому вимірах. У сучасних умовах бізнес-подорожуючі очікують швидкості, зручності та технологічної підтримки на всіх етапах своєї мандрівки — від логістики до участі у ділових заходах.

Попри повномасштабну війну та тимчасове припинення роботи повітряного простору України з лютого 2022 року, країна зберігає значний потенціал для перетворення великих міст — Києва, Львова, Одеси, Харкова та Дніпра — на провідні центри бізнес-туризму у Східній Європі після завершення воєнних дій. У перспективі відбудови важливо вже зараз

планувати розвиток інфраструктури, щоб створити умови для швидкого відновлення ділового туризму.

Оскільки повітряне сполучення в умовах війни відсутнє, актуальними є альтернативні маршрути, зокрема залізничні та автомобільні перевезення. У 2023–2024 роках саме залізниця стала основним транспортним каналом для внутрішніх та частково міжнародних переміщень бізнес-подорожуючих. Наприклад, «Укрзалізниця» запровадила низку нічних рейсів з комфортними вагонами підвищеного класу, що дозволяє підприємцям подорожувати між ключовими містами країни з мінімальними часовими витратами. Водночас активно розвиваються сервіси міжміських трансферів, замовлення яких можливе через мобільні платформи.

Після стабілізації ситуації та відкриття повітряного простору в Україні одним із пріоритетних напрямів має стати масштабна модернізація аеропортів, оновлення терміналів, відновлення маршрутної мережі міжнародного авіасполучення та підвищення стандартів безпеки. Наприклад, до 2022 року аеропорт «Бориспіль» обслуговував понад 9 млн пасажирів щорічно, з яких близько 30% склали бізнес-туристи. Цей досвід може стати основою для подальшої трансформації в бізнес-хаб, орієнтований на високоякісні послуги.

Важливим залишається розвиток сучасних конференц-залів, виставкових центрів, готелів бізнес-класу у відносно безпечних регіонах. У містах Західної України — Львові, Івано-Франківську, Ужгороді — відзначається активізація ділових заходів, семінарів, хакатонів і міжнародних партнерських зустрічей. Нові простори, такі як «Lviv Tech City» чи «Promprylad.Renovation» в Івано-Франківську, стали важливими осередками ділової активності навіть у складний воєнний період.

Не менш актуальним є впровадження цифрових рішень, які зменшують залежність від фізичної присутності. Онлайн-платформи для проведення конференцій, сервіси віртуальної реєстрації, мобільні застосунки для бронювання житла, трансферу, участі в подіях (наприклад, Visit Ukraine,

WayForPay, EventCart) відіграють ключову роль у забезпеченні безперервності ділової активності. Особливо важливо, щоб такі сервіси мали багатомовний інтерфейс, включаючи англійську та інші європейські мови.

Крім технічних аспектів, важливо інвестувати в людський капітал — професійну підготовку персоналу, який обслуговує бізнес-туристів. Це включає навчання англійської мови, основ ділового етикету, кризової комунікації та клієнтського сервісу. Впровадження сертифікаційних програм для готельного персоналу, водіїв, організаторів заходів — як це вже реалізовано в Польщі — дозволить підвищити якість послуг. Наприклад, у 2022 році в Польщі запровадження спеціалізованих курсів для обслуговуючого персоналу в готелях і конференц-центрах дало змогу підвищити рівень задоволення іноземних бізнес-клієнтів на 18%.

У післявоєнний період особливе значення матиме створення системи зворотного зв'язку та рейтингування послуг, що дозволить мандрівникам ділитись відгуками, а бізнесу — оперативно реагувати на зауваження та вдосконалювати сервіс.

Таким чином, навіть в умовах воєнного стану та обмеженого транспортного сполучення, в Україні поступово формується середовище для розвитку ділового туризму з перспективою швидкого відновлення й інтеграції в європейський ринок після перемоги. У сучасних умовах глобалізованої економіки рекламні кампанії та стратегічний маркетинг є критичними інструментами для позиціонування України як привабливої дестинації для ділового туризму. Досвід країн Центральної та Східної Європи показує, що інвестиції у міжнародну промоцію мають безпосередній вплив на зростання кількості бізнес-туристів. Наприклад, після запуску програми «Poland. Come and find your story» у 2019 році, кількість іноземних бізнес-візитів до Польщі зросла на 22% протягом двох років. Україна також має потенціал для створення національного бренду у сфері MICE-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Ефективними можуть стати таргетовані кампанії у LinkedIn, Google Ads та професійних платформах для бізнесу, а також участь

у міжнародних виставках, таких як IMEX у Франкфурті чи IBTM у Барселоні, де презентуватимуться українські можливості для ділових зустрічей, форумів і симпозіумів.

Крім зовнішньої реклами, важливим є створення якісного цифрового контенту: мультимедійних гідів, відеооглядів ділових локацій, кейсів успішних міжнародних заходів, проведених в Україні. Особливу роль відіграє співпраця з іноземними лідерами думок, бізнес-блогерами та журналістами, які можуть поділитися власним позитивним досвідом перебування в Україні. Так, кампанія «Discover Georgia» ініціювала співпрацю з міжнародними тревел-блогерами, завдяки чому турпотік бізнес-мандрівників зріс на 15% уже в перший рік. Для України доречним є запуск платформи на кшталт «Ukraine MICE Hub», де зібрана вся актуальна інформація про локації, послуги, візові процедури та партнерів у сфері бізнес-туризму. Розробка багатомовного сайту з інтерактивними елементами, онлайн-консультаціями та можливістю бронювання послуг стане важливим кроком до зміцнення іміджу України як відкритої, сучасної та зручно структурованої країни для бізнес-подорожей [9].

У 2025 році Україна активно впроваджує ініціативи для посилення співпраці між державними структурами та бізнесом у сфері ділового туризму. Однією з ключових подій стало створення Національної туристичної організації (НТО), яка слугує платформою для координації зусиль держави, регіонів і приватного сектору. Цей крок спрямований на формування єдиної політики у сфері туризму, зокрема ділового, та сприяє ефективному використанню ресурсів і залученню інвестицій. Крім того, в рамках Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року передбачено створення туристичних представництв України за кордоном, що дозволить покращити міжнародну співпрацю та просування українських туристичних продуктів.

У сфері державно-приватного партнерства особливу увагу приділяють розвитку креативної економіки та підтримці регіональних ініціатив. Наприклад, у Львові налагоджено співпрацю з Всесвітньою туристичною

організацією (UNWTO) та компанією Airbnb для аналізу ринку короткотермінового розміщення. Також, у 2025 році Міністерство цифрової трансформації України разом з міжнародними партнерами реалізує програми підтримки бізнесу, зокрема у сфері цифрових технологій, що відкриває нові можливості для розвитку ділового туризму. Ці заходи сприяють створенню сприятливого середовища для бізнесу та підвищують конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку.

3.3. Прогнозування тенденцій розвитку ділового туризму.

Пандемія COVID-19 суттєво трансформувала сферу ділового туризму, змінюючи як поведінку мандрівників, так і стратегії бізнес-структур. У 2020 році Всесвітня туристична організація (UNWTO) зафіксувала зниження кількості міжнародних туристичних прибуттів на 58 – 78%, що призвело до втрати близько 67 мільйонів туристів і 80 мільярдів доларів США доходів у першому кварталі року. В Україні туристична галузь зазнала втрат понад 1,5 мільярда доларів США, зокрема через зниження внутрішнього та вхідного туризму. Готельно-ресторанний бізнес також постраждав: частка цього сектору у ВВП скоротилася на 82%, а зайнятість зменшилася на 64% [27].

У відповідь на ці виклики бізнес-структури адаптували свої підходи до організації подорожей. Зросла популярність віртуальних конференцій та гібридних заходів, що дозволило зменшити витрати на відрядження та забезпечити безпеку учасників. Компанії впровадили нові політики щодо подорожей, зосереджуючись на необхідності та ефективності кожної поїздки. У 2025 році спостерігається поступове відновлення ділового туризму, проте з урахуванням нових реалій: підвищені вимоги до санітарних норм, гнучкі умови бронювання та акцент на стійкість і безпеку подорожей. Ці зміни вимагають від гравців туристичної індустрії адаптації до нових стандартів та впровадження інноваційних рішень для задоволення потреб сучасних бізнес-андрівників [42].

У 2025 році технології організації ділових подорожей зазнали суттєвих змін, зумовлених як розвитком цифрових інструментів, так і глобальними тенденціями до віддаленої роботи, гібридних форматів взаємодії та зростаючої мобільності працівників. Близько 90% компаній у світі впровадили гібридні моделі роботи, які поєднують дистанційний та офісний формати. Така трансформація не лише вплинула на внутрішню структуру компаній, а й змінила сам підхід до ділових подорожей: від поїздок з чітко окресленою метою – до динамічної участі у гібридних конференціях, нетворкінгу та проектному управлінні.

У зв'язку з цим зросла популярність хмарних платформ для управління проектами, таких як Asana, Trello, Worksection, Slack, Notion, які забезпечують ефективну координацію роботи команд незалежно від їхнього фізичного розташування. Вони дозволяють призначати завдання, відстежувати прогрес, вести комунікацію та формувати звіти в реальному часі. Особливо цінним стало інтегрування цих платформ з календарями, поштою та CRM-системами, що забезпечує комплексне управління діловою активністю навіть під час подорожей.

Відеоконференції перетворилися на один із головних інструментів бізнес-комунікацій. Такі платформи як Zoom, Microsoft Teams, Google Meet стали стандартом у проведенні ділових переговорів, презентацій, вебінарів та навіть міжнародних форумів. Їхнє широке використання дало змогу компаніям скоротити витрати на поїздки, зменшити вплив на довкілля та підвищити гнучкість у плануванні ділової взаємодії. Водночас відеозв'язок сприяв кращому балансу між роботою та особистим життям працівників, що позитивно вплинуло на їхню продуктивність та емоційне вигорання.

Зміни у форматі роботи суттєво вплинули і на вимоги до фізичних офісних просторів. Компанії поступово переходять до створення гнучких офісів, де поєднуються стаціонарні робочі місця з зонами для коворкінгу, міні-студіями для відеозв'язку, кімнатами для відпочинку та просторами для командної взаємодії. Така трансформація супроводжується впровадженням

технологій штучного інтелекту (ШІ) для автоматизації рутинних операцій, аналітики продуктивності та персоналізованого підходу до організації робочого процесу.

Питання кібербезпеки також вийшло на передній план: компанії впроваджують VPN-сервіси, двофакторну автентифікацію, системи шифрування даних та інструменти моніторингу активності, аби захистити конфіденційну інформацію та гарантувати безпечне підключення до внутрішніх мереж із будь-якої точки світу. Усе це стало особливо актуальним у контексті транснаціонального співробітництва та частого використання загальнодоступного інтернету під час ділових поїздок.

Крім технологічних новацій, значна увага приділяється підтримці ментального здоров'я працівників, що стало ключовим фактором ефективності в нових умовах. Компанії запроваджують програми психологічної підтримки, гнучкі графіки роботи, цифрові інструменти для самоконтролю емоційного стану (наприклад, Headspace, Calm), а також організують тренінги з подолання стресу та підвищення стресостійкості.

Таким чином, поєднання цифрових інновацій, нових форматів ділової взаємодії та турботи про добробут співробітників стало відповіддю компаній на виклики сучасного світу. Ці тенденції формують нову якість організації ділових подорожей, що передбачає гнучкість, технологічну мобільність, високий рівень персоналізації та адаптивність до постійних змін.

У сфері ділового туризму ці тенденції призвели до зростання популярності гібридних подій, які поєднують фізичну присутність учасників з можливістю дистанційної участі. Це дозволяє розширити аудиторію заходів, зменшити витрати на подорожі та забезпечити гнучкість для учасників. Організатори подій активно використовують цифрові платформи для реєстрації, взаємодії та зворотного зв'язку з учасниками, що підвищує ефективність та доступність ділових заходів. Таким чином, технологічні інновації сприяють трансформації ділового туризму, роблячи його більш адаптивним до потреб сучасного бізнесу.

У 2025 році діловий туризм продовжує відновлюватися після пандемії COVID-19, але стикається з новими викликами, зумовленими глобальними економічними та політичними змінами. Згідно з прогнозами Global Business Travel Association (GBTA), обсяг світового ринку ділового туризму досягне \$1,5 трлн до кінця 2024 року, а до 2026 року – \$1,658 трлн, із середньорічним приростом 3,7%. Найбільшими споживачами послуг ділового туризму залишаються Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа та Північна Америка, на які припадає 89% усіх витрат на ділові поїздки. Однак геополітична нестабільність, зокрема війна в Україні, економічні санкції та енергетична криза, впливають на структуру та динаміку ринку, змушуючи компанії переосмислювати свої стратегії ділових подорожей [18].

В Україні діловий туризм має потенціал для розвитку, особливо в контексті повоєнної відбудови та міжнародного співробітництва. Згідно з дослідженням Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, після завершення війни Україна може стати центром для проведення міжнародних конференцій, присвячених відновленню, економічному співробітництву та інноваціям. Проведення таких заходів сприятиме залученню інвестицій, розвитку інфраструктури та підвищенню міжнародного іміджу країни. Проте для реалізації цього потенціалу необхідно вирішити низку проблем, зокрема зношеність транспортної інфраструктури, нестачу кваліфікованих кадрів та недостатню маркетингову підтримку.

Глобальні тенденції також впливають на вимоги до організації ділових заходів. Зростає попит на гібридні формати подій, які поєднують фізичну присутність учасників з можливістю дистанційної участі. Це дозволяє розширити аудиторію заходів, зменшити витрати на подорожі та забезпечити гнучкість для учасників. Організатори подій активно використовують цифрові платформи для реєстрації, взаємодії та зворотного зв'язку з учасниками, що підвищує ефективність та доступність ділових заходів.

Таким чином, технологічні інновації сприяють трансформації ділового туризму, роблячи його більш адаптивним до потреб сучасного бізнесу.

У цьому контексті Україна має можливість стати привабливою дестинацією для ділового туризму, особливо в галузях, пов'язаних з відновленням, інноваціями та сталим розвитком. Для цього необхідно розробити національну стратегію розвитку ділового туризму, яка включатиме модернізацію інфраструктури, підвищення якості сервісів, розвиток людського капіталу та ефективну маркетингову політику. Співпраця між державними структурами та бізнесом, а також активна участь у міжнародних виставках і форумах сприятимуть інтеграції України у світовий ринок ділового туризму та залученню іноземних інвестицій [25].

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що діловий туризм є важливою складовою сучасної економіки, яка стимулює розвиток суміжних галузей – транспорту, готельно-ресторанного бізнесу, сфери послуг і загальної інфраструктури. Світовий досвід показує, що успішні моделі розвитку ділового туризму базуються на стратегічному управлінні, підтримці з боку держави, активній участі бізнесу та впровадженні інноваційних технологій. Системна організація конференцій, форумів і виставок, а також створення міжнародно конкурентоспроможних майданчиків для ділових зустрічей – основа сталого зростання в цьому сегменті. Україна має можливість адаптувати кращі практики з інших країн, з урахуванням своїх регіональних особливостей та геополітичного розташування [21].

Сучасні виклики вимагають перегляду підходів до стимулювання ділового туризму в Україні. Серед ключових напрямів – покращення транспортної та готельної інфраструктури, цифровізація процесів, розширення міжнародних авіасполучень і створення комфортних умов для бізнес-мандрівників. Водночас необхідно впроваджувати ефективні маркетингові стратегії для популяризації України як безпечної та привабливої країни для ділових подій. Системна співпраця між державними структурами,

приватним сектором і регіональними органами влади є запорукою створення єдиного туристичного бренду та забезпечення стабільного розвитку галузі.

Майбутнє ділового туризму невіддільне від сучасних технологічних та соціальних трансформацій. Світова пандемія, а також геополітичні та економічні зміни, призвели до зростання популярності гібридних форматів заходів, гнучких моделей праці та нових очікувань з боку бізнес-спільноти. Ці зміни формують нові стандарти організації ділових подорожей і подій, де ключову роль відіграють цифрові платформи, інноваційні рішення і комфорт для учасників. Україна, інтегруючись у ці глобальні процеси, має шанс стати регіональним лідером у сфері ділового туризму, за умови стратегічного бачення, стабільного середовища та активної міжнародної співпраці.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано теоретичні засади, історичну еволюцію, сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму як одного з важливих напрямів туристичної діяльності. Встановлено, що діловий туризм становить особливу форму подорожей, пов'язану з професійною діяльністю, участю в конференціях, форумах, виставках, переговорах та інших заходах ділового характеру. Цей вид туризму характеризується короткою тривалістю, чіткою ціллю, високими вимогами до організаційного рівня та якості інфраструктури, а також наявністю різних підвидів (MICE-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (зустрічі, заохочувальні тури, конференції, виставки))).

Історичний аналіз показав, що попри давні витoki, сучасного змісту діловий туризм набув у ХХ столітті завдяки інтенсивному розвитку міжнародної торгівлі, науково-технічного прогресу, транспортної мережі та комунікацій. Цей сектор став важливою складовою глобалізації, інструментом економічної інтеграції та платформи для міжкультурного обміну. Він сприяє не лише зростанню доходів туристичної галузі, а й розвитку суміжних сфер – готельного бізнесу, транспорту, послуг, логістики.

Актуальні тенденції на світовому ринку ділового туризму свідчать про його адаптивність до змін: дедалі активніше впроваджуються гібридні формати заходів, цифрові технології, підвищується увага до безпеки, сталого розвитку та екологічності. У розвинених країнах значні інвестиції спрямовуються на розвиток MICE-інфраструктури, що формує конкурентні переваги у боротьбі за ділових туристів.

Аналіз ситуації в Україні засвідчив, що попри об'єктивні труднощі – обмежену інфраструктуру, відсутність сталої державної політики у сфері ділового туризму, недостатню міжнародну промоцію – країна має високий потенціал для розвитку цього напрямку. Серед переваг – стратегічне розташування, розвинуті мегаполіси з конференц-можливостями, високий

рівень професіоналізму у сфері обслуговування, зростаючий інтерес з боку міжнародних партнерів у контексті повоєнної відбудови. Водночас, подальший розвиток ділового туризму в Україні потребує комплексного підходу, активізації державно-приватного партнерства, залучення інвестицій та інтеграції кращих міжнародних практик.

Серед першочергових заходів для стимулювання ділового туризму в Україні варто виокремити розвиток сучасної інфраструктури, спрощення візових процедур, підтримку спеціалізованих заходів для бізнесу, цифровізацію процесів організації подорожей. Важливо забезпечити формування позитивного іміджу України як безпечної та привабливої напрямку для ділових поїздок, а також підтримати навчання та підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі.

Прогноз розвитку ділового туризму в постпандемічний період демонструє стійке відновлення галузі, проте з новими акцентами: збільшенням частки гібридних заходів, впровадженням інноваційних рішень, зокрема віртуальної реальності, штучного інтелекту та автоматизації обслуговування. Це відкриває нові можливості, але й вимагає від галузі гнучкості, інноваційного мислення та здатності швидко адаптуватися до змін.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що діловий туризм є перспективним напрямом розвитку не лише для світової туристичної індустрії, а й для української економіки. Його ефективний розвиток здатен сприяти економічному зростанню, залученню інвестицій, активізації міжнародної співпраці та створенню сприятливого середовища для бізнесу. Для України важливо не лише усвідомити потенціал ділового туризму, а й активно працювати над створенням умов для його реалізації в нових реаліях глобального світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І. Б., Бекетова О. М. Діловий туризм. Харків: ХНУМГ, 2014. 165 с. URL: [https://eprints.kname.edu.ua/41523/1/\(2009%20%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.46%D0%9D%20%D0%94%D0%A2\).pdf](https://eprints.kname.edu.ua/41523/1/(2009%20%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.46%D0%9D%20%D0%94%D0%A2).pdf) (дата звернення: 14.02.2025).
2. Артюх К. Відпочинок на генераторах: як влаштований туризм в Україні взимку 2022-2023. *Укрінформ*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3634086-vidpocinok-na-generatorah-ak-vlastovaniy-turizm-v-ukraini-vzimku-20222023.htm> (дата звернення: 17.03.2025).
3. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. № 77. С. 60-62. URL: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.077.07> (дата звернення: 24.03.2025).
4. Вікенди для перезавантаження. Як змінилася специфіка відпочинку туристів в Україні через війну. *Твоє місто*. 2022. URL: https://tvoemisto.tv/news/yak_zminylyasya_spetsyfika_vidpochynku_vnutrishnih_turystiv_v_ukraini_cherez_viynu_135095.html (дата звернення: 18.03.2025).
5. Внутрішній туризм зростає в Україні попри бойові дії. *Укрінформ*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html> (дата звернення: 13.02.2025).
6. Галасюк С. С., Мартинова Н. С. Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 98-105. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-16> (дата звернення: 09.03.2025).
7. Гарас І. О., Гарас О. М. Сучасний стан розвитку ділового туризму в туристичних регіонах світу. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 6-10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_23_3 (дата звернення: 14.03.2025).
8. Гончарова К. Нові напрямки та культура: названі головні туристичні тренди майбутнього. *РБК-Україна*.

- URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/avtentika-ta-garmoniya-prirodoyu-golovni-1698412891.html> (дата звернення: 11.03.2025).
9. Даниленко О. В., Зоценко Л. М., Братіцел М. Л. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (FoodTech) в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 95-101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30%2869%29_2_21 (дата звернення: 20.03.2025).
 10. ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 07.03.2025).
 11. Джинджоян В. В., Боровська О. Г. Витоки та історія розвитку ділового туризму. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Eurasian scientific discussions»* (м. Барселона, 22-24.01.2023 р.). Іспанія, 2023. С. 392-396. URL: <http://info.dgu.edu.ua/jspui/handle/123456789/753> (дата звернення: 05.01.2025).
 12. Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.7.4> (дата звернення: 12.03.2025).
 13. Дзюбленко І. М. Зародження та розвиток ділового туризму у світі: історична ретроспектива. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 6: Історичні науки*. Київ, 2014. Вип. 12. С. 216-220. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/11542> (дата звернення: 06.01.2025).
 14. ЄВіза. URL: <https://multi-viza.com.ua/> (дата звернення: 13.03.2025).
 15. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>) (дата звернення: 01.03.2025).
 16. Кара О., Міхо О., Растворова М. Стан та перспективи розвитку смарт-

- туризму: світовий досвід та українські перспективи (на прикладі міста Києва як туристичної дестинації). *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 1 (73). С. 127-131. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-73-127-131> (дата звернення: 23.03.2025).
17. Кацемір Я. В. Діловий туризм як важливий напрям економічної діяльності в розвитку Китаю. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. Вип. 1. С. 11-16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cxeebu_2022_1_4 (дата звернення: 14.02.2025).
18. Комарова К. С. Діловий туризм. Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» (м. Умань, 30-31 жовтня 2019 р.). Умань: Візаві, 2019. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/komarova.htm (дата звернення: 15.01.2025).
19. Краснодєд Т., Попова Т. Потенціал України у контексті міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-8> (дата звернення: 16.03.2025).
20. Кулініч Т. В., Жучик С. В. Вплив ділового туризму на ефективне управління організацією. *Економіка та суспільство*. 2016. № 5. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/31.pdf (дата звернення: 02.03.2025).
21. Лиморенко В. М. Діловий туризм. Основні проблеми розвитку та шляхи вирішення. Краматорськ, 2019. 24 с. URL: <https://surli.cc/tcalhp> (дата звернення: 23.03.2025).
22. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму. Львів, 2016. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/history-tour-development-Pankiv.pdf> (дата звернення: 15.03.2025).
23. Миронов Ю. Б. Цифровізація сфери туризму як актуальний тренд сучасності. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення»* (м. Львів, 29-30 травня 2024 р.). Львів: Видавництво ЛТЕУ,

2024. С. 339-340. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov91.htm (дата звернення: 23.03.2025).
24. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. Київ: Знання, 2008. 661 с. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/91587-51-osoblivost-rinku-mjnarodnogo-turizmu.html> (дата звернення: 22.03.2025).
25. Москвяк Я. Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України. *Development Service Industry Management*. 2023. № 3. С. 40-46. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6)) (дата звернення: 12.03.2025).
26. Офіційний сайт Міжнародної асоціації конгресів і конференцій (International Congress and Convention Association). URL: <https://www.iccaworld.org> (дата звернення: 23.03.2025).
27. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ebrd-covidreport.pdf> (дата звернення: 13.01.2025).
28. Писарева І., Яловнича К. Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104> (дата звернення: 18.03.2025).
29. Погуда Н. В., Стрижак О. О. Туризм 2022 року: аналіз та перспективи розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2023. Т. 34 (73). № 1. С. 23-32. URL: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/73-1-4> (дата звернення: 15.01.2025).
30. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. *Кременчуцька газета*. 2022. URL: <https://kg.ua/news/podorozhi-pid-chas-viyni-de-dozvoleno-vidpochivati-i-yak-bezpechno-organizuvati-mandrivku> (дата звернення: 10.01.2025).
31. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Назаренко А. В. Діловий туризм як

- перспективний напрям туристичної діяльності в Україні. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues*. 2021. № 1. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2021/may/23593/210488verstka-88-97.pdf> (дата звернення: 02.03.2025).
32. Рябєв А., Тонкошкур М., Кравцова С. Концепція «Smart city» та її вплив на сферу туризму в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-30> (дата звернення: 13.01.2025).
33. Савченко О. Історія розвитку туризму і його вплив на глобалізаційні процеси. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-18> (дата звернення: 21.02.2025).
34. Степова С. В., Когут А. Л. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі. *Все про туризм*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/stepova.htm (дата звернення: 22.02.2025).
35. Стрижак О. О., Чайковський С. Д. Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-116> (дата звернення: 19.03.2025).
36. Тарасовський Ю. Куди і як подорожували українці під час війни. Join UP! показав результати й тенденції 2022 року. *Журнал Forbes Ukraine*. 2023. 9 лютого. URL: <https://forbes.ua/news/kudi-i-yak-podorozhuvali-ukraintsi-pid-chas-viyeni-join-up-pokazav-rezultati-y-tendentsii-2022-roku-09022023-11629> (дата звернення: 11.03.2025).
37. Тютюнник К. Ю., Сисоєва Ю. М. Цифровізація та діджиталізація в індустрії гостинності та туризму. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «Інновації, тренди та виклики в індустрії гостинності» (м. Львів, 4-5 травня 2023 р.) Львів: ЛТЕУ, 2023. С. 181-185. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tjutjunnyk2.htm (дата звернення: 14.03.2025).
38. Фрей Л. В. Стан і проблеми розвитку ділового туризму: зарубіжний і

- вітчизняний досвід. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 31-35.
39. Худавердієва В., Мерчанський В. Міжнародний туристичний обмін з діловими цілями як різновид зовнішньоекономічних зв'язків. *Економічний дискурс*. 2022. Вип. 3-4. С. 92-105. URL: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2022-2-9> (дата звернення: 12.02.2025).
40. Чубрей О. С., Зарубіна А. В., Голубець І. М. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. *Наукові перспективи*. 2022. № 1 (19). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1\(19\)-391-403](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1(19)-391-403) (дата звернення: 15.03.2025).
41. Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії. *Економіка і управління підприємствами*. 2020. Вип. 50. С. 213-219 URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-35> (дата звернення: 04.02.2025).
42. Шушакова І. К., Свистун А. С. Інформаційні технології в управлінні підприємствами ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-70> (дата звернення: 27.03.2025).
43. ЮНВТО. URL: <http://lvivmun.sii.org.ua/unwto/> (дата звернення: 03.03.2025).
44. Як відеоконференції покращують гібридну роботу. URL: <https://www.poptin.com/blog/uk/video-conferencing/> (дата звернення: 12.02.2025).
45. Bilotta E., Bertacchini F., Gabriele L., Giglio S., Pantano P.S., Romita T. Industry 4.0 technologies in tourism education: Nurturing students to think with technology. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 2021. Vol. 29. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100275> (дата звернення: 12.01.2025).
46. GBTA. URL: <https://www.gbta.org/> (дата звернення: 11.03.2025).
47. GIZ. URL: <https://www.giz.de/en/worldwide/32413.html> (дата звернення:

- 29.03.2025).
48. LEED, Green Globe. URL: <https://www.gbrionline.org/leed-vs-green-globes-comparison/> (дата звернення: 28.03.2025).
49. Market Analysis Report. Grand view research. 2022.
URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/domestic-tourism-market-report> (дата звернення: 06.02.2025).
50. Siemens сприяє впровадженню інновацій в Unilever. URL:
<https://press.siemens.com/ua/uk/presreliz/siemens-spriyae-vprovadzhennyu-innovaciy-v-unilever> (дата звернення: 21.03.2025).
51. Tourism and Hospitality in Conditions of Digital Economy: Problems and Perspectives / К. Naumik-Gladka, О. Sushchenko, О. Stryzhak. Kharkiv, 2023. 233 p. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30157> (дата звернення: 14.01.2025).
52. WEF. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 23.03.2025).