

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за освітньо-професійною програмою «Туризм»
на тему «Організація та розвиток МІСЕ-туризму»

Виконала:
здобувач ІV курсу
спеціальності 242 «Туризм»
Каратнік А.О.

Керівник:
к. геогр. н., доц.
Горожанкіна Н.А.

м. Дніпро – 2025

АНОТАЦІЯ

Каратнік А.О. Організація та розвиток МІСЕ-туризму. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 242 Туризм. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Мета роботи: аналіз організації та розвитку МІСЕ-туризму.

Об'єктом дослідження є МІСЕ-туризм.

Предметом дослідження є аналіз організації та розвитку МІСЕ-туризму в світі.

Методи дослідження: математико-статистичні, аналітичні, порівняння, аналізу і синтезу, класифікації і типології.

Одержані висновки та їх новизна. Розглянуто понятійно-термінологічний апарат МІСЕ-туризму; охарактеризовано чинники впливу на МІСЕ-туризм; проаналізовано стан вивчення МІСЕ-туризму в дослідженнях українських науковців; досліджено ключових учасників МІСЕ-туризму; розглянуто економічний ефект від МІСЕ-туризму; проаналізовано розвиток МІСЕ-туризму в світі; охарактеризовано МІСЕ-туризм в Україні (на регіональному рівні); запропоновано напрямки розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду.

Практичне значення отриманих результатів полягає в наступному: матеріал кваліфікаційної роботи може бути використаний в діяльності туристичних фірм та туристичних операторів при розробці пакету туристичних послуг для МІСЕ туристів, наданні рекомендацій щодо розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду органам державної влади національного та регіонального рівнів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 35 найменувань; містить 56 сторінок тексту, 14 рисунків, 4 таблиці.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: МІСЕ-ТУРИЗМ, УЧАСНИКИ МІСЕ-ТУРИЗМУ, ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТИ ВІД МІСЕ-ТУРИЗМУ, МІСЕ-ТУРИЗМ В СВІТІ, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МІСЕ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.

SUMMARY

Karatnik A. Organization and development of MICE tourism. Qualification work for the creation of a bachelor's degree in the specialty 242 Tourism. – University of Customs and Finance, Dnipro.

Purpose of the work: analysis of the organization and development of MICE tourism.

The object of the study is MICE tourism.

The subject of the study is the analysis of the organization and development of MICE tourism in the world.

Research methods: mathematical and statistical, analytical, comparison, analysis and synthesis, classification and typology.

Conclusions and their novelty. The conceptual and terminological apparatus of MICE tourism is considered; the factors influencing MICE tourism are characterized; the state of studying MICE tourism in the research of Ukrainian scientists is analyzed; key participants in MICE tourism are studied; the economic effect of MICE tourism is considered; the development of MICE tourism in the world is analyzed; MICE tourism in Ukraine is characterized (at the regional level); directions for the development of MICE tourism in Ukraine are proposed, taking into account world experience.

The practical significance of the results obtained is as follows: the material of the qualification work can be used in the activities of travel agencies and tour operators when developing a package of tourist services for MICE tourists, providing recommendations on the development of MICE tourism in Ukraine, taking into account world experience, to state authorities at the national and regional levels.

Structure of the work. The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources used (35 titles); contains 56 pages of text, 14 figures, 4 tables.

KEYWORDS: MICE-TOURISM, MICE-TOURISM PARTICIPANTS, ECONOMIC EFFECTS OF MICE-TOURISM, MICE-TOURISM IN THE WORLD, DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MICE-TOURISM IN UKRAINE.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЕ-ТУРИЗМУ	7
1.1 Понятійно-термінологічний апарат МІСЕ-туризму	7
1.2 Чинники впливу на МІСЕ-туризм	13
1.3 Вивчення питання МІСЕ-туризму в дослідженнях українських науковців	17
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	20
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН МІСЕ-ТУРИЗМУ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ	22
2.1 Ключові учасники МІСЕ-туризму	22
2.2 Економічний ефект від МІСЕ-туризму	25
2.3 Розвиток МІСЕ-туризму в світі	28
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	34
РОЗДІЛ 3 ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ МІСЕ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	36
3.1 МІСЕ-туризм в Україні (на регіональному рівні)	36
3.2 Напрямки розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду	40
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	45
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53

ВСТУП

Актуальність теми. МІСЕ-туризм у сучасному світі є важливою складовою частиною як підприємницької діяльності, так і сфери туризму та подорожей загалом. Тенденція поєднання робочих поїздок з розвагами у сфері відпочинку не нова, але вона продовжує набирати обертів. Щороку у світі фіксується понад 100 мільйонів таких бізнес-подорожей. МІСЕ заохочує співпрацю, навчання, налагодження зв'язків та обмін досвідом. Розвиток галузі МІСЕ сприяє стабільному регіональному прогресу, відкриває нові робочі місця та позиціонує регіони як привабливі туристичні дестинації. МІСЕ-заходи відкривають перспективи для бізнес-розвитку, організовуючи семінари, навчальні програми та практичні заняття. Такі івенти сприяють підвищенню професійного рівня працівників, поглибленню їх знань і набуттю нового бачення своєї спеціалізації. МІСЕ здатний зводити представників різних культур, що позитивно впливає на взаєморозуміння та взаємний культурний обмін. До початку російсько-української війни МІСЕ-туризм демонстрував стрімке зростання і проявив себе на ринку як прибуткова та затребувана форма подорожей. Україна зробила значні кроки у сфері ділових мандрів, зведені великі виставкові центри та павільйони, щорічно організовувались різноманітні події по всій території країни.

Питання розвитку та функціонування МІСЕ-туризму розглядалися українськими науковцями Н.Дехтяр, Є.Музичкою, С.Галасюк, Н.Мартіновою, В.Редько, Я.Окатою, О.Шикіною, Я.Гончаренко, І.Ремігайло, Г.Гапоненко, О.Євтушенко, І.Шамара, А.Святим та іншими.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз організації та розвитку МІСЕ-туризму.

Для досягнення поставленої мети, необхідним є вирішення наступних завдань:

- розглянути понятійно-термінологічний апарат МІСЕ-туризму;

- охарактеризувати чинники впливу на МІСЕ-туризм;
- проаналізувати стан вивчення МІСЕ-туризму в дослідженнях українських науковців;
- дослідити ключових учасників МІСЕ-туризму;
- розглянути економічний ефект від МІСЕ-туризму;
- проаналізувати розвиток МІСЕ-туризму в світі;
- охарактеризувати МІСЕ-туризм в Україні (на регіональному рівні);
- запропонувати напрямки розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду.

Об'єктом дослідження виступає МІСЕ-туризм, а предметом дослідження – аналіз організації та розвитку МІСЕ-туризму в світі.

Методи дослідження: математико-статистичні, аналітичні, порівняння, аналізу і синтезу, класифікації і типології.

Практична значущість результатів дослідження. Матеріал кваліфікаційної роботи може бути використаний в діяльності туристичних фірм та туристичних операторів при розробці пакету туристичних послуг для МІСЕ туристів, наданні рекомендацій щодо розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду органам державної влади національного та регіонального рівнів.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень були апробовані на Міжнародній науково-практичній конференції «Цифрове суспільство: міжнародні економічні відносини, управління, фінанси та соціум», 25 квітня 2025 р. Дніпро.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 35 найменувань; містить 56 сторінок тексту, 14 рисунків, 4 таблиці.

Зустрічі (Meetings) – це короткі зібрання, де присутні обговорюють окремі ділові теми, наприклад, випуск продукції, умови договорів або розробка стратегії. Зустрічі, що займають 45 відсотків від усього ринку МІСЕ, становлять найбільшу його частину.

Відповідно до цього, дослідження корпоративних подорожей Deloitte за 2024 рік показало, що зустрічі є однією з найпопулярніших причин частих ділових поїздок: 21 відсоток респондентів подорожують принаймні раз на місяць для зустрічей з продажу та налагодження відносин з клієнтами, а 14 відсотків – для командних зустрічей. Для порівняння, лише 13 відсотків ділових мандрівників сказали, що вони часто їздять на конференції чи виставки [3].

Інсентив-тури (Incentives) – це туристичні подорожі, які підприємства влаштовують з метою віддячити співробітникам чи партнерам, відзначити їхні здобутки або стимулювати до праці. Такі мандрівки часто задумані як розкішні, захопливі канікули, де учасники можуть відпочити й поспілкуватися з колегами у неформальній атмосфері.

Опитування Incentive Travel Index 2024 засвідчило, що фінансовий сектор та страхова справа лідирують серед галузей, які найактивніше організовують програми заохочувальних подорожей, за ними йдуть технологічні компанії, фармацевтичні фірми та представники охорони здоров'я [8].

Згідно з отриманими даними опитування, середні витрати на одну особу в рамках заохочувальних подорожей досягають 4900 доларів США, при цьому опитані висловлюють прогнози щодо подальшого збільшення цієї суми у період з 2025 по 2026 рік [8].

На питання про найважливіші види активності, переважна більшість опитаних виділили групові обіди та спільні культурні заходи. Також зазначимо, що уподобання респондентів суттєво розрізнялися в залежності від географічного розташування.

Для мандрівників з Північної Америки найсуттєвішим виявився вільний час, одразу за ним – активності, спрямовані на налагодження контактів. Європейці поставили групові трапези на перше місце, в той час як азійці віддали перевагу груповим екскурсіям з оглядом визначних пам'яток.

Конференції (Conferences) – це масштабні, нерідко кількадевні події, що збирають разом фахівців зі споріднених сфер діяльності чи зацікавлень, забезпечуючи платформу для обміну досвідом, встановлення контактів та професійного зростання.

Дослідження корпоративних подорожей Deloitte за 2024 рік свідчить, що 63 відсотки респондентів планують здійснити щонайменше одну ділову подорож на конференцію або виставку протягом 2024 року [10].

Конференції, здебільшого, об'єднують різноманітні активності, зазвичай серед яких головні виступи, дискусії за круглим столом та зустрічі для налагодження контактів. Для заохочення учасників та сприяння обміну думками часто передбачаються розважальні заходи.

Виставки (Exhibitions) – це події, де компанії конкретної сфери об'єднуються, щоб презентувати свої товари та послуги потенційним споживачам, партнерам і широкій публіці. Виставки стають для бізнесів майданчиком для розбудови взаємин, популяризації торгової марки та залучення потенційних клієнтів. Підприємства також застосовують ці зібрання як засіб презентації нових виробів, демонстрування останніх інновацій або здійснення маркетингових досліджень, збираючи відгуки від тих, хто прийшов.

Виставки найчастіше організовують у великих приміщеннях, наприклад, у виставкових центрах, і можуть тривати декілька днів. Відвідувачі, серед яких є як експерти з певного сектору, так і звичайні громадяни, вільно переміщуються місцем події, ознайомлюючись з різноманітними стендами та отримуючи інформацію про різні торгові марки, продукти та послуги.

Виставки також можуть включати семінари, майстер-класи та презентації на теми, що стосуються галузі, надаючи освітні можливості для учасників. Оскільки це важливі галузеві події, виставки часто приваблюють численних відвідувачів з різних країн і є однією з основних причин ділових поїздок.

У туристичній галузі одними з найбільших виставок є ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin), World Travel Market (WTM) London, IMEX America, Arabian Travel Market (ATM) та FITUR (Feria Internacional de Turismo).

За оцінками Глобальної асоціації виставкової індустрії, загальна площа критих виставкових площ сягає 42,1 мільйона кв. м на 1425 майданчиках у всьому світі. Європа лідирує як за кількістю майданчиків, так і за місткістю, за нею йдуть Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Північна Америка [9].

Приклади найбільших світових виставок наведено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Найбільші виставки світу

Назва	Характеристика
CES (Consumer Electronics Show, Виставка споживчої електроніки_	Одна з найбільших технологічних конференцій у світі, яка до пандемії збирає до 182 000 учасників. Щорічно проводиться в Лас-Вегасі та демонструє нові продукти та технології в галузі споживчої електроніки з усього світу.
MWC (Mobile World Congress, Всесвітній мобільний конгрес)	Проводиться в Барселоні, є найбільшою виставкою мобільної індустрії, яка приваблює понад 100 000 учасників.
Детройтський автосалон (Detroit Auto Show)	Раніше відомий як Північноамериканський міжнародний автосалон має рекордну відвідуваність понад 800 000 осіб.
Паризький автосалон (Paris Motor Show)	Автосалон зібрав 1,25 мільйона автолюбителів у 2016 році.
Міжнародна виставка у Німеччині (International Motor Show Germany)	Виставка зібрала понад 900 000 відвідувачів у 2015 році.
Японська виставка мобільності (Japan Mobility Show)	Кількість відвідувачів становить 1,3 млн. осіб.

Джерело: складено автором на основі [9]

Також зазначимо, що виставки, присвячені сільському господарству, книгам, відеоіграм, будівельній техніці, меблям, зоотоварам, косметичі та багатьом іншим темам, регулярно приваблюють сотні тисяч відвідувачів з усього світу.

Для гарантування результативного керування MICE-туризмом його класифікують (рис. 1.2):

- з огляду на кількість у групі туристів (індивідуальний – відрядження однієї особи та колективний - пов'язаний з діловими подорожами групи осіб;
- за формою організації (неорганізований – робоча поїздка у відрядження на підприємство, організацію, установу; організований – пов'язаний з подорожами на заздалегідь заплановані події у рамках MICE);

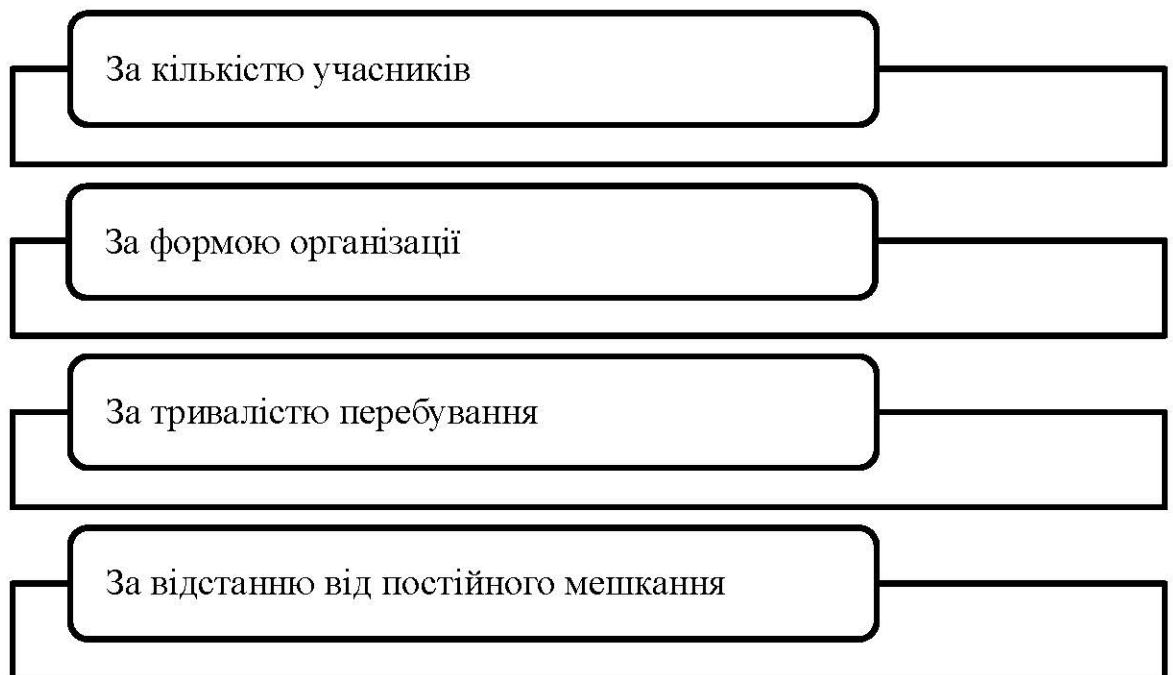


Рисунок 1.2 – Класифікація видів MICE-туризму за критеріями

Джерело: складено автором на основі [14]

- за тривалістю перебування (короткотерміновий – 1 день, індивідуальний діловий туризм; середньотерміновий – 2-3 дні, інсентив-

туризм, конгресний туризм; довготерміновий – понад 3 дні, інсентив-туризм, виставковий туризм);

– за відстанню від місця постійного мешкання (внутрішній – подорожі ділових туристів у межах тієї держави, де вони постійно мешкають; виїзний – подорожі ділових туристів за межі держави їхнього постійного мешкання; в'їзний – подорожі до певної держави ділових туристів, які не проживають постійно на її території).

МІСЕ-туризм пропонує широкий спектр переваг для різних зацікавлених сторін, включаючи міста, підприємства та окремих осіб. Серед переваг для міст, які приймають туристів, можемо виділити: економічний вплив: МІСЕ-туризм генерує значні доходи за рахунок прямих та непрямих витрат, сприяючи місцевому економічному зростанню та процвітанню; створення робочих місць: МІСЕ-індустрія створює робочі місця в різних секторах, включаючи готельний бізнес, транспорт, планування заходів та будівництво, що призводить до збільшення можливостей працевлаштування; просування туристичних напрямків: МІСЕ-заходи презентують міста світовій аудиторії, просуваючи їхні визначні пам'ятки, інфраструктуру та пропозиції гостинності, а також залучаючи відвідувачів та інвестиції; розвиток інфраструктури: проведення МІСЕ-заходів може стимулювати міста інвестувати в розвиток інфраструктури, такої як покращення транспортних мереж, конференц-центрів та готелів, що приносить користь як місцевим жителям, так і відвідувачам; соціальні та культурні переваги: МІСЕ-заходи можуть сприяти культурному обміну, соціальній згуртованості та покращувати імідж та репутацію міста.

Таким чином, МІСЕ-туризм охоплює різноманітні подорожі, серед яких персональні відрядження службовців фірм для проведення переговорів, участі у виробничих зустрічах, презентаціях та збуті продукції, а також конгресний сервіс – поїздки на конгреси, конференції, тренінги, та пропонує

широкий спектр переваг для різних зацікавлених сторін, включаючи міста, підприємства та окремих осіб.

1.2 Чинники впливу на МІСЕ-туризм

Туристична галузь відіграє значну роль у глобальному розвитку, демонструючи як позитивну, так і негативну взаємодію з економічним зростанням світового господарства.

МІСЕ-туризм особливо залежить від економічної стабільності. Це легко пояснити: в державах, де існують сприятливі соціально-економічні умови для підприємництва, зосереджена велика кількість робочих місць та працівників, на потреби яких і орієнтований МІСЕ-туризм.

На розвиток та функціонування МІСЕ-туризму впливають дві групи чинників – постійні та змінні.

До перших належать географічні чинники (рельєф, клімат, гідрологічні ресурси, грантовий покрив, рослинний та тваринний світ).

До других – економічні, політичні, соціально-демографічні чинники (табл.1.2).

Розподіл населення в державі має ключове значення, визначаючи вплив на різноманітні сфери діяльності, наприклад, сферу туризму. Серед першочергових факторів, що мають вплив, слід відзначити вік, рівень прибутків та заробітки членів родини, величину домогосподарства, національну приналежність, стать, культурні особливості, харчові уподобання, кліматичні умови та інше.

За останнє десятиліття населення світу зросло приблизно в п'ять разів, що спричинило демографічну кризу та збільшення кількості закордонних мандрівників. Але не тільки зростання кількості населення впливає на розвиток МІСЕ-туризму, але й до зростання можна віднести таке явище як збільшення кількості міських жителів.

Таблиця 1.2 – Змінні чинники впливу на МІСЕ-туризм

Фактори	Приклади
Економічні	Економічна стабільність всередині держави. Зовнішньоекономічна політика держави. Інтегрування у світове господарство. Рівень ВВП на душу населення.
Політичні	Відсутність військово-політичних конфліктів. Участь у міжнародних організаціях. Політична стабільність. Активний розвиток дипломатичних відносин з іншими країнами.
Соціально-демографічні	Чисельність наявного населення. Середній вік населення. Кількість населення працездатного віку та молоді. Показники народжуваності та смертності населення. Рівень складності праці та втомлюваності населення. Прагнення до подорожей та активність населення.

Джерело: складено автором на основі [16]

Урбанізація – це переїзд певної кількості мешканців із сільських районів до великих міст, прагнення здобути освіту та зробити кар’єру. Відповідно, з’являється більше фахівців, яким необхідно подорожувати з робочими потребами.

Під соціальними чинниками, які впливають на МІСЕ-туризм, зазвичай розуміють добробут людей, стан та покращення інфраструктури, компаній та виробництв. Коли соціальна сфера держави або міста на високому рівні, це може заохочувати закордонних інвесторів. Країни з сучасною інфраструктурою взаємодіють, ділячись досвідом, створюючи спільні координуючі проекти та зміцнюючи дипломатичні й міжнародні відносини.

Економічні чинники також сильно впливають на розвиток МІСЕ-туризму, адже коли держава перебуває в стані економічної турбулентності та громадяни потерпають від безробіття, це негативно позначається на їхньому рівні життя та іміджі країни як туристичного напрямку. Чим вищий

економічний розвиток країни тим легше вести бізнес, приваблювати іноземних інвесторів, гарантувати та створювати робочі місця [16].

Сучасне сьогоднішня важко уявити без електронних пристроїв та можливості підключення до інтернету. Для підприємців постійний контакт з колегами та клієнтами – першочергове завдання. Вебінари, відеозустрічі та інші форми комунікації потребують надійного зв'язку та стабільного інтернет-з'єднання. Відтак, надзвичайно важливим є належне забезпечення технікою та доступом до мережі під час ділових поїздок.

Технологічні зрушення в туристичній галузі охоплюють низку чинників: трансформацію управління бізнесом, різноманітні формати комунікації та сучасні медіа-інструменти.

Технологічні зрушення у туристичній сфері охоплюють декілька важливих моментів: трансформацію менеджменту бізнесу, різноманітні шляхи комунікації, а також сучасні засоби масової інформації. Суттєвий вплив на розширення туризму чинить швидке поширення тенденцій онлайн-резервування. Таке технологічне забезпечення відкрило перед споживачами широкі можливості використання усіх сервісів в онлайн-форматі, що раніше були доступні лише після прибуття до місця призначення.

Відколи клієнти навчилися користуватися онлайн-бронюванням, а постачальники обзавелися платформами для реалізації своїх послуг онлайн, це перетворилося на ключовий каталізатор розвитку бізнес-туризму.

Специфіка ділового туризму зумовлює його надзвичайну вагу та вплив на загальну туристичну галузь. Його вплив спостерігається в економічній, культурній, соціальній та інноваційній площинах, що дає змогу розглядати його як комплексний фактор поступу територій на міжнародному та місцевому рівнях [16].

Економічний, інноваційний, соціальний та культурний сенс ділового туризму – очевидний. Зокрема, діловий туризм сприяє розширенню й поглибленню культурних мостів між різними регіонами планети та всередині

них самих. Розвиток цього виду туризму є внеском у зміцнення взаєморозуміння між різними народами й країнами.

На відміну від відомостей про інші держави, які постають перед нами крізь призму ЗМІ, міжнародні контакти, встановлені завдяки бізнес-туризму, надають шанс глибше пізнати побут та звички людей з різних куточків світу. Це допомагає розвіяти упередження та викривити усталені образи про інші культури. Взаємне ознайомлення та взаєморозуміння між різними націями світу визначають культурну цінність ділових подорожей.

Надання різноманітного спектру послуг, потрібних для забезпечення вимог сфери МІСЕ-туризму, зумовлює виникнення нових робочих місць та збільшення прибутків населення. Активний обмін відомостями та співпраця між усіма учасниками процесу споживання послуг сприяє особистому розвитку та самовизначенню членів суспільства. Саме в цьому й полягає соціальна важливість МІСЕ-туризму [14].

Зазначимо, що ринок МІСЕ-туризму висуває вимоги до високого рівня професіоналізму та компетентності, що, в свою чергу, сприяє виникненню освітніх ініціатив для підготовки молодих спеціалістів. Розвиток нових напрямів діяльності, заохочення інновацій та перенесення теоретичних досліджень у практичну площину визначають інноваційну роль МІСЕ-туризму.

Таким чином, можемо підсумувати і зазначити, що різні чинники здатні впливати на розвиток і функціонування МІСЕ-туризму. Варто зосередитися на соціальних, економічних та політичних аспектах розвитку держави, адже саме вони визначають стан туристичної сфери.

Вплив МІСЕ-туризму на туристичну галузь, як правило, позитивний. По-перше, він забезпечує значні надходження коштів до країни. По-друге, регулярний приплив бізнес-мандрівників стимулює власників готелів, організаторів заходів підтримувати інфраструктуру на високому рівні, щоб гідно приймати гостей та організовувати їхню роботу.

1.3 Вивчення питання МІСЕ-туризму в дослідженнях українських науковців

Розглянемо роботи українських науковців, що присвячено питанням МІСЕ-туризму, які знаходяться у вільному доступі в мережі Інтернет (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Наукові праці, що присвячені дослідженню питань МІСЕ-туризму

№ п/п	Рік	Автор	Назва	Актуальні напрацювання, стисла характеристика
1	2	3	4	5
1	2014	Дехтяр Н.А.	Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму	Виявлено загальні тренди функціонування МІСЕ-галузі та визначено вектори розвитку вітчизняного ринку ділового туризму. Розглянуто виклики, що стоять перед українською галуззю ділового туризму на сучасному етапі, подано огляд рекомендацій щодо підвищення конкурентоздатності національного туристичного продукту; статистично проаналізовано основні макроекономічні показники світового ринку туристичних послуг.
2	2019	Музичка Є. О.	Тенденції розвитку світового ринку місе-туризму	Проаналізовано поточний стан ринку МІСЕ-туризму в Україні. Розглянуто складові ринку та окреслено перспективи його еволюції. МІСЕ-туризм постає як один з ключових напрямків туристичної діяльності. Розширення ділового туризму не лише збільшує кількість подорожей, але й активізує бізнесову діяльність у державі. В теперішніх обставинах, діловий туризм сприяє поширенню інновацій, технологій, передових підходів та методів управління, стимулюванню наукової діяльності.

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4	5
3	2020	Галасюк С. С., Мартінова Н. С.	Моніторинг розвитку ділового туризму у світі.	Проведено аналіз еволюції ділового туризму у світі, спираючись на офіційну статистику Міжнародної асоціації конгресів та конвенцій. Складено рейтинг макрорегіонів, окремих країн та міст за кількістю організованих бізнес-заходів у динаміці за період 2000–2019 рр. З'ясовано основну тематику ділових зустрічей. Здійснено дослідження використання інфраструктури для бізнес-туризму за такими категоріями: об'єкти ділового туризму, розташовані в готелях; конференц-центри та виставкові зали, які знаходяться на території дестинації; конференц-зали при університетах; інші локації для ділових зустрічей (замки, теплоходи, музеї та інше).
4	2019	Редько В. Є., Оката Я. Г.	Потенціал розвитку та організації місе туризму	Досліджено світові тренди МІСЕ-подорожей, що дало змогу визначити лідерів у сфері бізнес-туризму за 2018 рік: Сполучені Штати, Німеччину та Іспанію. Найбільш привабливим містом у світі для проведення МІСЕ-заходів було визнано Париж у 2018 році. Встановлено, що інфраструктурні ресурси туризму та способи їх застосування для досягнення цілей МІСЕ відіграють ключову роль у прийнятті рішення про організацію подорожі.
5	2020	Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю.	Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії	Вивчено статистичні відомості, що дають розуміння стану та напрямків розвитку бізнес-туризму в різних куточках світу. Визначено ключових лідерів у цій сфері. Проаналізовано характерні риси та компоненти ділового туризму, його роль у загальному туристичному обороті, наголошується на важливості залучення до подальшого просування цього виду туризму органів місцевої та регіональної влади. Здійснено аналіз впливу пандемії коронавірусу (COVID-19), яка суттєво обмежила міжнародні переміщення.

Продовження таблиці 1.3

1	2	3	4	5
6	2023	Макар О.	Діловий туризм: перспективний напрям туристичної діяльності	Вивчено ключові індикатори глобального ринку туристичних послуг та сектору ділового туризму, як його критично важливої складової. Здійснено аналіз трендів розвитку ділового туризму на базі досвіду ключових країн світу. Проаналізовано реальні статистичні дані ділового туризму країн світу, показники обліку бізнес-подорожей.
7	2023	Москвяк Я.	Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України.	Проаналізовано практику європейських держав. Нині у царині туризму дедалі нагальнішою стає ділова, або ж бізнес-вандрівка. Цей різновид туризму дозволяє відшукувати необхідні контакти, здобувати вагомі знання, неоціненний досвід та вміння, потрібні задля розвитку та примноження бізнесу, підносить рівень кваліфікації та професіоналізму.
8	2024	Гапоненко Г.І., Євтушенко О. В., Шамара І.М., Святий А.Р.	Діловий туризм в Україні: перспективи розвитку в післявоєнний час.	Визначено ключові тенденції, виклики та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. На переконання авторів, після завершення війни Україна має всі шанси перетворитися на осередок для організації великої кількості міжнародних конференцій, спрямованих на відбудову, відновлення та економічну співпрацю, а також впровадження новітніх технологій. Реалізація таких заходів, особливо у галузях інвестицій, відновлюваних технологій, екології та інновацій, сприятиме залученню широкого кола відвідувачів.
9	2024	Стрижак О., Чайковський С.	Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму.	У статті розглядається сучасний стан ділового туризму, його основні тенденції та можливі перспективи розвитку на міжнародній арені. Визначаються ключові фактори, що сприяють розвитку цієї галузі міжнародного туризму. Міжнародний діловий туризм представлений як комплексна індустрія, що поєднує в собі аспекти підприємництва та подорожей.

Джерело: складено автором на основі [17-19, 22, 24-26, 30-32, 34-35]

Таким чином, можемо зазначити, що питання МІСЕ-туризму досліджуються та вивчаються українськими науковцями постійно, особлива увага припадає на періоди пандемії COVID-19 та післявоєнному відновленню України. Вивчається досвід як національного рівня (Гапоненко Г.І., Євтушенко О. В., Шамара І.М., Святий А.Р., Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю.) так і світового рівня (Дехтяр Н.А., Музичка Є. О., Галасюк С. С., Мартинова Н. С., Стрижак О., Чайковський С., тощо).

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

За результатами написання першого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Розглянуто понятійно-термінологічний апарат МІСЕ-туризму. МІСЕ-туризм (абревіатура від Meetings, Incentives, Conventions та Exhibitions), що включає в себе зустрічі, стимулювальні поїздки, конференції та виставки), став ключовим фактором економічного зростання в світі. Зустрічі (Meetings) – це короткі зібрання, де присутні обговорюють окремі ділові теми, наприклад, випуск продукції, умови договорів або розробка стратегії. Зустрічі, що займають 45 відсотків від усього ринку МІСЕ, становлять найбільшу його частину. Інсентив-тури (Incentives) – це туристичні подорожі, які підприємства влаштовують з метою віддячити співробітникам чи партнерам, відзначити їхні здобутки або стимулювати до праці. Такі мандрівки часто задумані як розкішні, захопливі канікули, де учасники можуть відпочити й поспілкуватися з колегами у неформальній атмосфері. Конференції (Conferences) – це масштабні, нерідко кількадевні події, що збирають разом фахівців зі споріднених сфер діяльності чи зацікавлень, забезпечуючи платформу для обміну досвідом, встановлення контактів та професійного зростання. Виставки (Exhibitions) – це події, де компанії конкретної сфери об'єднуються, щоб презентувати свої товари та послуги потенційним споживачам, партнерам і широкій публіці. Виставки стають для

бізнесів майданчиком для розбудови взаємин, популяризації торгової марки та залучення потенційних клієнтів. Підприємства також застосовують ці зібрання як засіб презентації нових виробів, демонстрування останніх інновацій або здійснення маркетингових досліджень, збираючи відгуки від тих, хто прийшов.

2. Надана характеристика чинникам впливу на МІСЕ-туризм. На розвиток та функціонування МІСЕ-туризму впливають дві групи чинників – постійні та змінні. До перших належать географічні чинники (рельєф, клімат, гідрологічні ресурси, грантовий покрив, рослинний та тваринний світ). До других – економічні, політичні, соціально-демографічні чинники. Різні чинники здатні впливати на розвиток і функціонування МІСЕ-туризму. Варто зосередитися на соціальних, економічних та політичних аспектах розвитку держави, адже саме вони визначають стан туристичної сфери. Вплив МІСЕ-туризму на туристичну галузь, як правило, позитивний. По-перше, він забезпечує значні надходження коштів до країни. По-друге, регулярний приплив бізнес-мандрівників стимулює власників готелів, організаторів заходів підтримувати інфраструктуру на високому рівні, щоб гідно приймати гостей та організовувати їхню роботу.

3. Встановлено, що питання МІСЕ-туризму досліджуються та вивчаються українськими науковцями постійно, особлива увага припадає на періоди пандемії COVID-19 та післявоєнному відновленню України. Вивчається досвід як національного рівня (Гапоненко Г.І., Євтушенко О. В., Шамара І.М., Святий А.Р., Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю.) так і світового рівня (Дехтяр Н.А., Музичка Є. О., Галасюк С. С., Мартинова Н. С., Стрижак О., Чайковський С., тощо).

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН MICE-ТУРИЗМУ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ

2.1 Ключові учасники MICE-туризму

Організація великих MICE-івентів є складним завданням, що вимагає скоординованої роботи багатьох виконавців. Перейдемо до розгляду основних фігурантів, які беруть участь у секторі MICE (рис. 2.1).

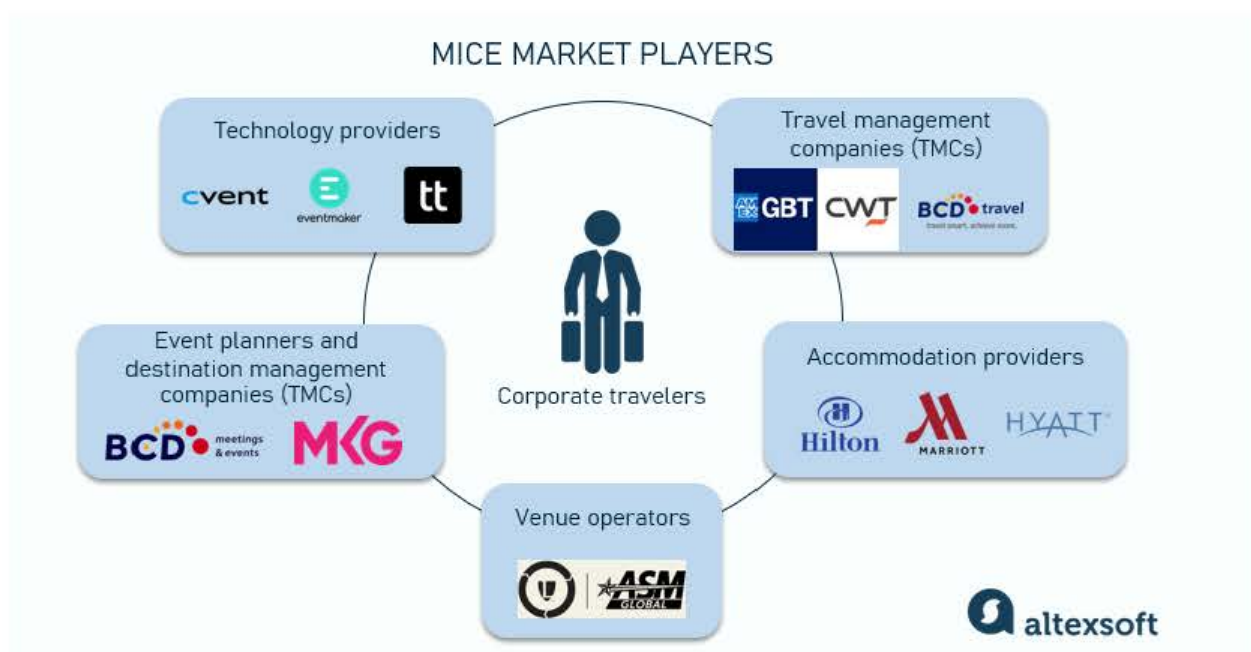


Рисунок 2.1 – Ключові учасники в секторі MICE-туризму

Джерело: [10]

Ключовим учасником секторі MICE є компанії, що займаються управлінням подорожами (Travel management companies). До них належать туристичні агенції, які надають допомогу підприємствам в організації службових відряджень.

В залежності від укладеної угоди, ці підприємства здатні забезпечити повний спектр послуг, починаючи із планування подорожі та закінчуючи підтримкою безпосередньо на місці й контролем фінансових витрат. Вони працюють в тісній взаємодії з корпоративними клієнтами для гарантування

ефективної організації подорожей, а також можуть запропонувати допомогу з координацією групових поїздок, оформленням віз, дотриманням політики подорожей та іншими аспектами.

Серед відомих туристичних компаній в цій категорії можемо виділити American Express Global Business Travel (Amex GBT), BCD Group, Carlson Wagonlit Travel (незабаром буде придбана Amex GBT), TravelPerk тощо [10].

Постачальники послуг розміщення (accommodation providers) є важливими гравцями в секторі MICE, адже корпоративні мандрівники витрачають більше, ніж туристи-відпочивальники, тому не дивно, що готелі прагнуть залучити саме цей сегмент.

Ділові подорожі суттєво збільшують прибутки готелів не тільки за рахунок бронювання номерів. Вони також приносять дохід із оренди приміщень, призначених для різних подій (конференц-зали, кімнати для перемовин, банкетні зали, зони відпочинку, тощо). Окрім того, продаж продуктів харчування та напоїв, а також організація спеціалізованих послуг, таких як кейтеринг, аудіовізуальна підтримка та послуги персоналу, значно збільшують фінансові надходження.

Бізнес-готелі часто розробляють комплексні пропозиції для конференцій чи ділових зустрічей. У такі пакети, як правило, входять зали для проведення заходів, кава-брейки та напої, доступ до конференц-обладнання, бездротовий інтернет та інші зручності.

Заходи MICE відбуваються протягом усього року, але найчастіше в робочі дні, тоді як туристи, що приїжджають на відпочинок, найчастіше обирають вихідні. Така організація дозволяє готелю утримувати завантаженість номерів незалежно від пори року, гарантуючи стабільний рівень попиту та безперервний потік прибутків.

Великі мережі, такі як Marriott, Hilton, Hyatt та IHG, найбільш відомі своїми бізнес-готелями з послугами та зручностями, орієнтованими на MICE [10].

Оператори місць проведення (Venue operators) керують просторами, на базі яких організовують MICE-заходи. Такі підприємства надають приміщення, які спроектовані спеціально для зустрічей такого формату, конференцій та виставок. Вони забезпечують відповідність місця проведення технічним, логістичним та комфортним вимогам.

Більшість великих конференц-центрів належать та управляються державою або урядовими установами. Найбільший приватний оператор майданчиків, ASM Global, нещодавно був придбаний Legends, постачальником рішень для проведення заходів, для створення великої компанії з організації живих заходів [5].

Ще одним важливим учасником MICE індустрії є компанії, що займаються організацією подій або управлінням дестинаціями (Event/destination management companies). Ці компанії займаються плануванням та реалізацією заходів. Це охоплює широкий спектр діяльності, який включає налагодження логістики та складання графіків до маркетингу та залучення учасників. Їхня роль полягає в координації взаємодії між клієнтами та постачальниками, контролюючи всі етапи організації події та забезпечуючи її безперебійний перебіг.

Серед прикладів відомих організаторів корпоративних заходів можемо навести GoGather, BCD Meetings & Events, MKG Events та Maritz Global Events [10].

Також до важливих учасників в секторі MICE-туризму належать компанії, що займаються управлінням туризму (Destination management companies). Ці компанії представляють собою локальних експертів, які можуть пропонувати враження, що адаптовані до конкретного напрямку. Вони можуть виступати як туристичними агентами, так і менеджерами заходів, організовуючи MICE-туризм «під ключ» для корпоративних клієнтів.

Серед прикладів таких компаній можемо навести такі як Agenda: USA у Канзас-Сіті, США; Spectra у Лондоні, Велика Британія; Arabian Adventures в ОАЕ тощо [10].

Останнім ключовим учасником індустрії MICE є постачальники технологій (Technology providers), які пропонують організаторам заходів технологічні рішення для підтримки планування та проведення заходів. Такі пропозиції можуть включати пошук місця проведення, реєстрацію на захід, продаж квитків та онлайн-платежі, реєстрацію, віртуальну взаємодію, залучення аудиторії, маркетинг, аналітика даних та інше.

Наприклад, такі компанії, як Cvent, Eventmaker та Eventtia, пропонують спеціалізовані технологічні рішення для управління заходами. Вони включають реєстрацію, додатки для подій, аналітику та інші зручні функції, які спрощують планування заходів та покращують враження учасників [5].

Таким чином, можемо підсумувати, що ключовими учасниками в секторі MICE-туризму є компанії з управління подорожами (туристичні агентства), постачальники послуг розміщення (готелі різних типів), оператори місць проведення, компанії з управління подіями або туризмом та постачальники технологій.

2.2 Економічний ефект від MICE-туризму

Економічний ефект від MICE-туризму охоплює широкий спектр ефектів, що відчуюються в різних секторах економіки. Туризм генерує прямі надходження від витрат туристів на проживання, харчування, розваги та покупки. Ці кошти безпосередньо підтримують місцевий бізнес і стимулюють економічне зростання.

Згідно із звітом GBTA (Global Business Travel Industry) за 2023 рік [5, 29] індустрія ділових подорожей відшкодувала приблизно 675 мільярдів доларів із 770 мільярдів доларів, втрачених у 2020 році, досягнувши 93% від

допандемічного піку в 1,43 трильйона доларів до кінця 2023 року. Сектор пережив значне відродження у 2023 році, витрати зросли на 30% порівняно з 2022 роком, досягнувши 1,3 трильйона доларів.

Орієнтовна структура витрат на ділові поїздки у розмірі 1,34 трильйона доларів у 2023 році включає 501 мільярд доларів на проживання, 282 мільярди доларів на авіаперельоти, 245 мільярдів доларів на харчування та напої, 165 мільярдів доларів на наземний транспорт та 142 мільярди доларів на інші витрати на подорожі.

Відновлення ділових поїздок продовжує відрізнятися залежно від регіону. Азіатсько-Тихоокеанський регіон став регіоном, що найшвидше розвивається, у 2023 році (36%), далі йдуть Західна Європа (33%) та Північна Америка (25%). Відновлення у 2023 році було очолюване США, Близьким Сходом та Африкою, а також Латинською Америкою, які досягли 100% або більше показників витрат 2019 року.

Витрати на ділові поїздки також продовжують відрізнятися в різних галузях. Прогнозується, що сектор фінансової та страхової діяльності зазнає найбільшого зростання (72%) витрат на ділові поїздки до 2028 року.

Очікується, що сектори роздрібної торгівлі (41%) та сільського господарства, лісового господарства та рибальства (32%) зазнають найменшого зростання протягом цього періоду.

Загалом, за оптимістичних прогнозів, існують фактори, які можуть вплинути на довгостроковий прогноз щодо ділових поїздок. Постійна інфляція, повільніше відновлення Китаю, геополітична напруженість, проблеми з робочою силою в галузі та частота стихійних лих можуть призвести до змін у прогнозі.

Посилена увага до корпоративної стійкості також може вплинути на сектор, демонструючи життєво важливе значення скоординованих дій у всій галузі для майбутнього ділових поїздок.

Потенційні позитивні наслідки для сектору ділових поїздок включають постійну економічну стабільність, технологічний прогрес, особливо у сфері штучного інтелекту (ШІ), та сильніше, ніж очікувалося, економічне зростання на ключових ринках, таких як США та Індія.

Опитування GBTA серед 4100 ділових мандрівників у 28 країнах та чотирьох регіонах (Північна Америка, Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Латинська Америка) показало збільшення загального обсягу ділових поїздок, при цьому міжнародні поїздки залишаються нижчими за середній показник [5]. 64% ділових мандрівників у всьому світі повідомляють про збільшення витрат на ділові поїздки порівняно з 2023 роком. Однак понад третина (37%) зазначають, що вони зіткнулися з більш обмежувальною політикою щодо подорожей з часів до пандемії COVID.

У звіті GBTA зазначено, що витрати ділових мандрівників у середньому становлять 834 долари на особу (рис.2.2).

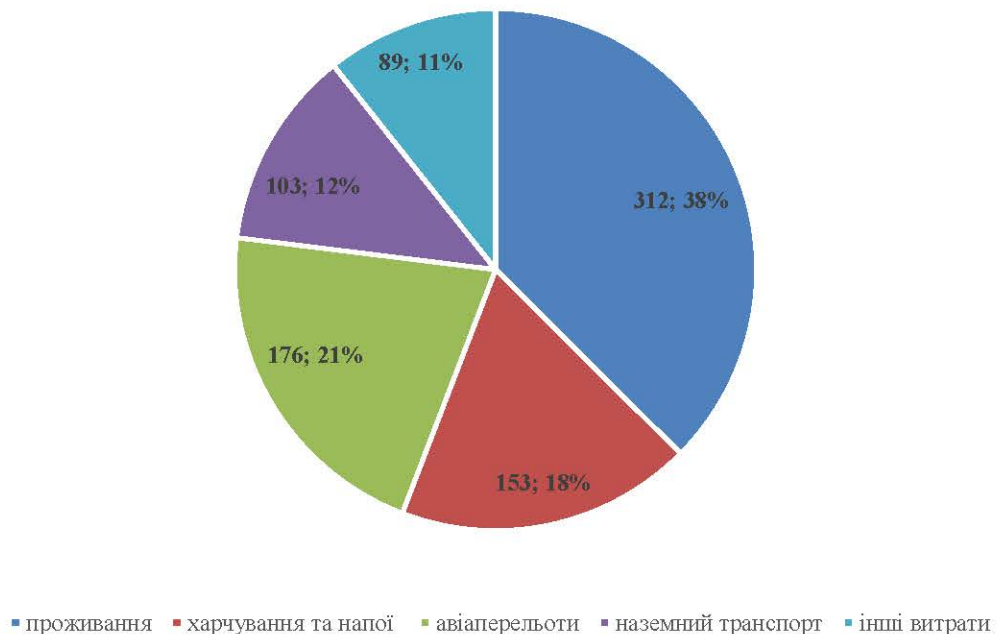


Рисунок 2.2 – Витрати ділових туристів на особу, дол. США

Джерело: складено автором на основі [5]

Більшість респондентів опитування (81%) повідомили, що їхня остання ділова поїздка була дуже (46%) або помірно (35%) корисною для досягнення їхніх бізнес-цілей. Коли їх запитали про їхню останню ділову поїздку, найпоширенішою метою подорожі серед усіх ділових мандрівників світу було відвідування семінарів або тренінгів, а потім конференцій або з'їздів.

Отже, можемо відзначити, що всі ці витрати впливають на місцеву економіку в місці проведення заходу кількома способами.

Прямий вплив включає витрати на проживання, транспорт, харчування, місце проведення тощо, що становить 1,2 трильйона доларів США в усьому світі. Всі підприємства, що працюють у цих секторах, безпосередньо виграють від МІСЕ-заходів. Очікуваний прямий вплив бізнес-заходів на ВВП становить 662,6 мільярда доларів США.

Отже, непрямий економічний вплив охоплює купівлю товарів і послуг, які безпосередньо не пов'язані із самим заходом. До них можемо віднести розваги, квитки до музеїв, театрів, визначних пам'яток, купівлю сувенірів та інше. Також МІСЕ-заходи сприяють створенню значної кількості робочих місць для місцевого населення (приблизно 10,9 мільйонів робочих місць у світі), а також активізують ланцюги поставок, запускаючи мультиплікативний ефект для економіки на місцях.

2.3 Розвиток МІСЕ-туризму в світі

Щороку Міжнародна асоціація конгресів та конференцій (International Congress and Convention Association – ICCA), готує огляд найактивніших країн та міст на планеті, які прийняли найбільше галузевих зібрань та подій. У 2024-му був опублікований рейтинг ICCA за 2023 рік [28].

Зазначимо, що збори асоціацій плануються на майбутній період, який може охоплювати як рік, так і декілька років вперед, то підготовка до конгресів та з'їздів розпочинається задовго до запланованої дати. Значну

увагу на етапі планування МІСЕ-заходу приділяють вибору місця проведення, підрядників та іншим організаційним питанням [7]. Наприклад, МІСЕ-зустрічі, що були проведені у 2023 році, стали результатом великої підготовчої та організаційної роботи ще період пандемії Covid-19.

У регіональному розподілі 56% від усіх проведених МІСЕ-заходів проходили у Європі, на другому місці Азійсько-Тихоокеанський регіон із 20%, на третій позиції країни Північної та Латинської Америки, на які припало 18%, четверте місце посів Африканський регіон із 4%, на п'ятій позиції – країни Близького Сходу із 2% (рис. 2.3).

Розглянемо перелік країн, які потрапили до цього рейтингу (рис.2.4-2.5). Зазначимо, що до рейтингу увійшли 20 країн, які прийняли від 156 подій і до 690 од.

Звернімо увагу на той факт, що першу позицію в рейтингу здобули Сполучені Штати Америки (США), які демонструють найбільшу активність у проведенні зустрічей та заходів. Також територіально ці заходи проводяться по всій країні, а не в конкретному місті або штаті США. Друге місце у рейтингу посідає Італія із 553 заходами, а третє – Іспанія із 505 заходами.

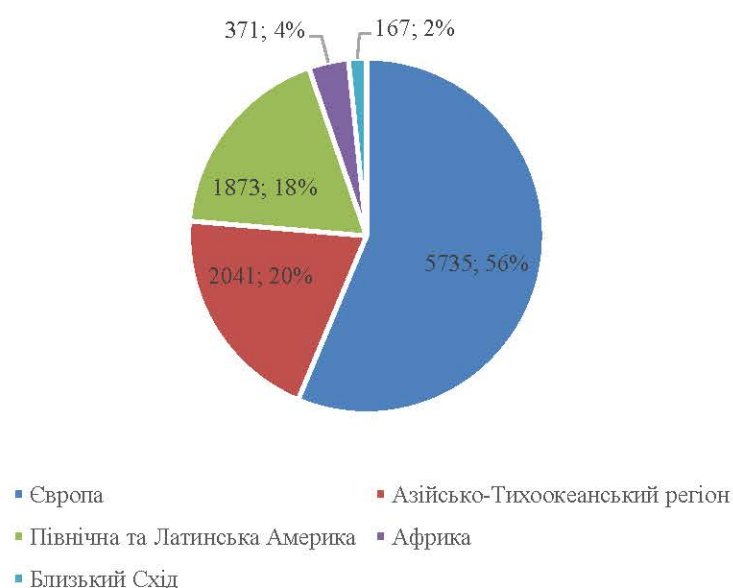


Рисунок 2.3 – Регіональний розподіл заходів МІСЕ-туризму за 2023 рік
Джерело: складено автором на основі [7]

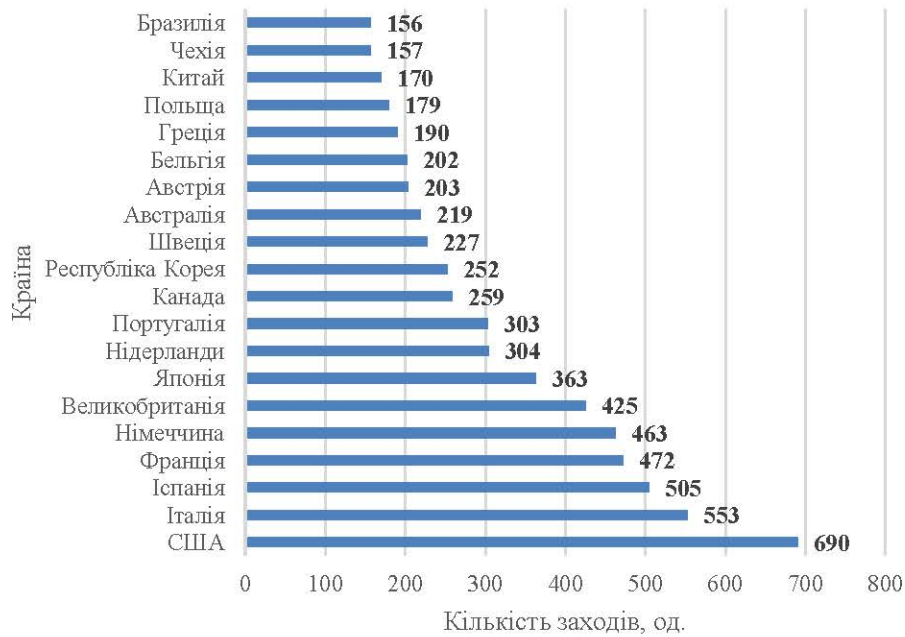


Рисунок 2.4 – Рейтинг країн світу за ІССА за 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [7]

Відповідно до цього рейтингу до ТОП-20 потрапили 13 європейських країн, що свідчить про те, що Європа є провідним географічним регіоном МІСЕ-туризму.

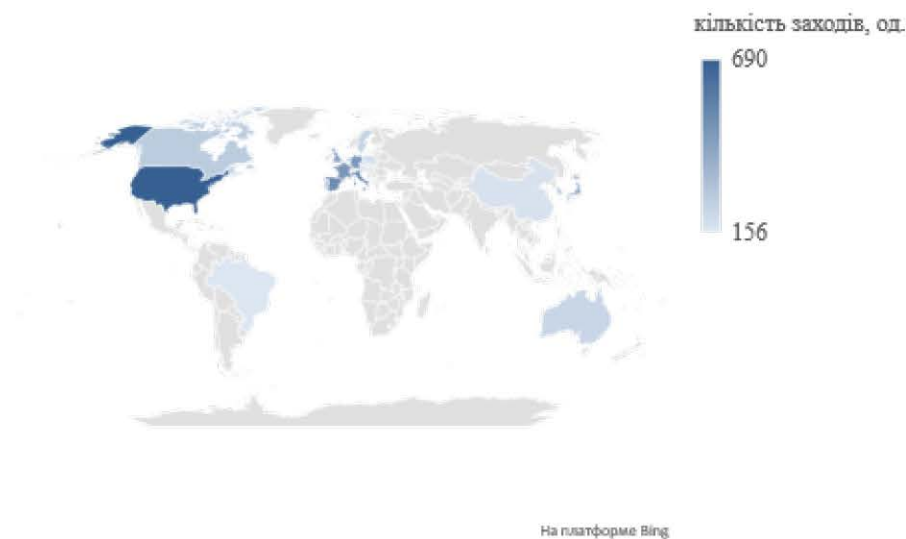


Рисунок 2.5 – Картографічна діаграма ТОП-20 країн світу за рейтингом ІССА за 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [7]

До рейтингу потрапили 332 міста світу, які є найбільш активними при проведенні МІСЕ-заходів. Останні місця у списку посіли міста Вікторія (Канада) та Вальпараїсо (Чилі), які прийняли 5 заходів.

При аналізі міст, які посіли ТОП-20 у світовому рейтингу ІССА за кількістю проведених МІСЕ-заходів (рис. 2.6), можемо виділити наступне:

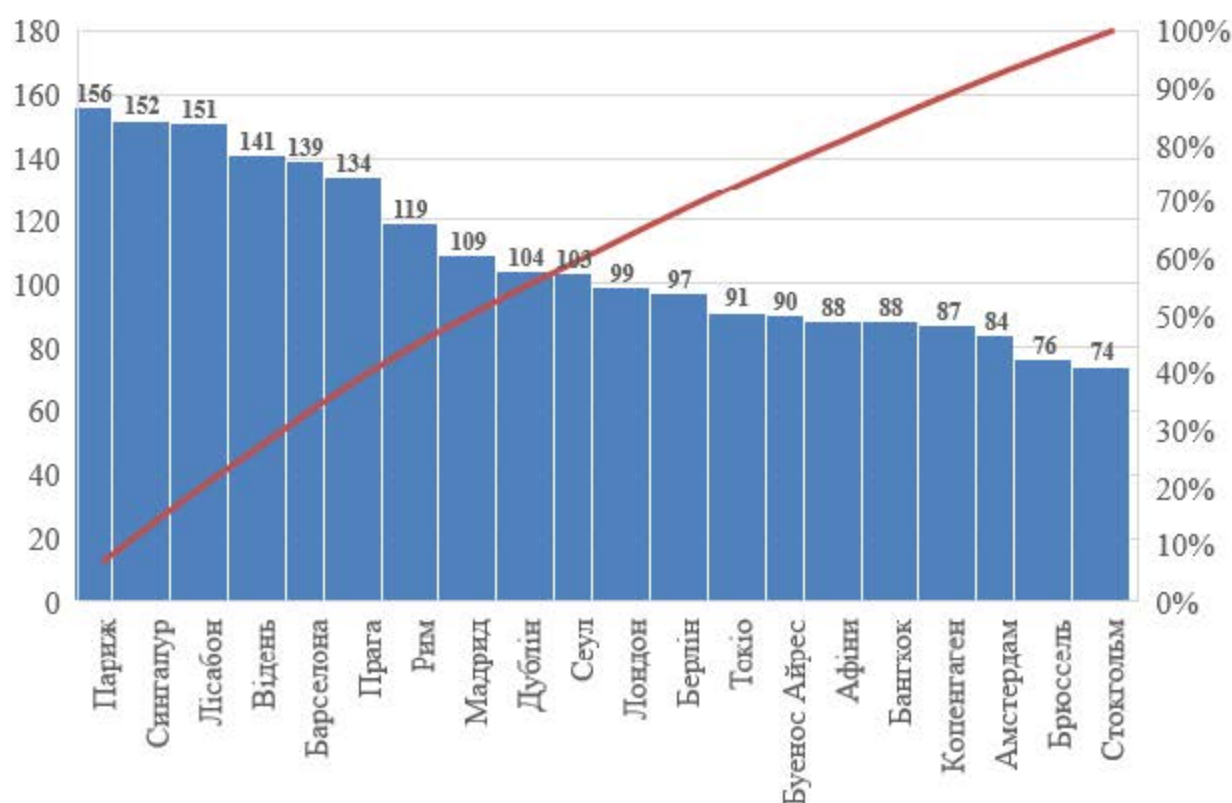


Рисунок 2.6 – ТОП-20 міст світу за рейтингом ІССА за 2023 рік

Джерело: складено автором на основі [7]

1) ключовим є Європейський ринок МІСЕ-туризму, серед міст-лідерів виділимо

- Париж зі 156 заходами, столиця Франції, яка є провідним туристичним магнітом для МІСЕ-індустрії, що приваблює найбільшу кількість потенційних партнерів та запитів. Його привабливість зумовлена гармонійним поєднанням багатьох факторів: культурні пам'ятки, високий

рівень розвитку інфраструктури та статус потужного ділового хабу. Париж пропонує великий вибір майданчиків для заходів, від історичних палаців до ультрасучасних конференц-залів, а також відмінну транспортну логістику завдяки трьом міжнародним аеропортам і розвиненій мережі громадського транспорту [4];

- Лісабон із 151 заходом, столиця Португалії, який і в 2023 році переміг у номінації «Найкращий MICE-напрямок у Європі» від World MICE Awards. Привабливість міста полягає в його стратегічному розташуванні, сучасній інфраструктурі, багатій культурі та яскравій атмосфері, що робить його чудовим місцем для проведення корпоративних заходів [4];

- Відень із 141 заходом, столиця Австрії, сектор MICE цього міста зазнав зростання як кількості заходів, так і відвідувачів, що мало значний економічний вплив. Привабливість міста зумовлена його багатою культурною спадщиною, ефективною інфраструктурою, різноманітними місцями проведення заходів та високоякісною гостинністю. Зручне розташування у Центральній Європі зробило місто легкодоступним різними видами транспорту [4];

- Барселона зі 139 заходами, місто в Іспанії, яке демонструє потужну позицію в індустрії MICE, володіє культурним надбанням, численними локаціями та живописними видами для проведення відповідних заходів. Місто може похвалитися виставковими центрами, на зразок Fira Barcelona, що є одним з найбільших виставкових комплексів Європи, має прямі авіарейси до п'яти континентів, полегшуючи доступ іноземним делегатам, пропонує великий вибір готелів з конференц-залами та корпоративними сервісами [1, 4];

- Прага із 134 заходами, столиця Чехії з вигідним геополітичним розташуванням в центрі Європи, розвинутою інфраструктурою, культурою та доступністю роблять її найкращим вибором для проведення MICE-заходів. Порівняно з іншими великими європейськими містами, Прага пропонує

конкурентні ціни на місця проведення, проживання та послуги, що робить її привабливим варіантом для заходів з обмеженим бюджетом [4].

2) Азійський ринок МІСЕ-туризму посідає другу позицію після Європейського. Серед міст-лідерів виділимо наступні:

- Сінгапур, який посідає другу позицію в загальносвітовому рейтингу із 152 МІСЕ-заходами, місто-столиця країни Сінгапур, яка має стратегічне географічне положення в Азії і є головним повітряним, морським та телекомунікаційним вузлом регіону, місто володіє сучасними конференц-центрами, різноманітними приміщеннями для проведення заходів та першокласними номерами, що забезпечує надійну платформу для успішних заходів [6];

- Сеул із 103 МІСЕ-заходами, столиця Республіки Корея, має вигідне географічне положення у Східній Азії, що є зручним для міжнародного бізнесу та подорожей. Місто володіє розвиненою інфраструктурою для проведення МІСЕ-заходів. Економіка Сеула та сприятливе для бізнесу середовище роблять його привабливим місцем для проведення корпоративних заходів та конференцій [6];

- Токіо із 91 МІСЕ-заходом, столиця Японії, яка має добре розвинену транспортну мережу, що полегшує учасникам навігацію та доступ до різних місць проведення заходів. Токіо відоме своєю безпекою, гарантуючи комфортне та безпечне перебування для всіх учасників [6];

- Бангкок із 88 МІСЕ-заходами, столиця Таїланду, є центром МІСЕ для проведення зустрічей та інсентив-заходів, конгресів, виставок. В місті широкий вибір варіантів розміщення: від 5-зіркових готелів до економних гостьових будинків [2].

Отже, в регіональному розподілі 56% від усіх проведених МІСЕ-заходів проходили у Європі, на другому місці Азійсько-Тихоокеанський регіон із 20%, на третій позиції країни Північної та Латинської Америки, на

які припало 18%, четверте місце посів Африканський регіон із 4%, на п'ятій позиції – країни Близького Сходу із 2%.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

За результатами написання другого розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Розглянуто основних учасників МІСЕ-туризму, до яких належать компанії з управління подорожами (туристичні агентства), постачальники послуг розміщення (готелі різних типів), оператори місць проведення, компанії з управління подіями або туризмом та постачальники технологій.

2. Згідно із звітом GBTA за 2023 рік індустрія ділових подорожей відшкодувала приблизно 675 мільярдів доларів із 770 мільярдів доларів, втрачених у 2020 році, досягнувши 93% від допандемічного піку в 1,43 трильйона доларів до кінця 2023 року. Сектор пережив значне відродження у 2023 році, витрати зросли на 30% порівняно з 2022 роком, досягнувши 1,3 трильйона доларів.

Прямий вплив включає витрати на проживання, транспорт, харчування, місце проведення тощо, що становить 1,2 трильйона доларів США в усьому світі. Отже, всі підприємства, що працюють у цих секторах, безпосередньо виграють від МІСЕ-заходів. Очікуваний прямий вплив бізнес-заходів на ВВП становить 662,6 мільярда доларів США.

Непрямий економічний вплив охоплює купівлю товарів і послуг, які безпосередньо не пов'язані із самим заходом. До них можемо віднести розваги, квитки до музеїв, театрів, визначних пам'яток, купівлю сувенірів та інше. Також МІСЕ-заходи сприяють створенню значної кількості робочих місць для місцевого населення (приблизно 10,9 мільйонів робочих місць у світі), а також активізують ланцюги поставок, запускаючи мультиплікативний ефект для економіки на місцях.

3. Розглянуто розвиток МІСЕ-туризму в світі. Встановлено, що в регіональному розподілі 56% від усіх проведених МІСЕ-заходів проходили у Європі, на другому місці Азійсько-Тихоокеанський регіон із 20%, на третій позиції країни Північної та Латинської Америки, на які припало 18%, четверте місце посів Африканський регіон із 4%, на п'ятій позиції – країни Близького Сходу із 2%.

Розглянуто перелік країн, які потрапили до цього рейтингу. Зазначимо, що до рейтингу увійшли 20 країн, які прийняли від 156 подій і до 690 од.

Відповідно до цього рейтингу до ТОП-20 потрапили 13 європейських країн, що свідчить про те, що Європа є провідним географічним регіоном МІСЕ-туризму.

До рейтингу потрапили 332 міста світу, які є найбільш активними при проведенні МІСЕ-заходів. При аналізі міст, які посіли ТОП-20 у світовому рейтингу ІССА за кількістю проведених МІСЕ-заходів, можемо виділити наступне:

1) ключовим є Європейський ринок МІСЕ-туризму, серед міст-лідерів виділимо Париж зі 156 заходами, Лісабон із 151 заходом, Відень із 141 заходом, Барселону зі 139 заходами, Прагу із 134 заходами;

2) Азійський ринок МІСЕ-туризму посідає другу позицію після Європейського. Серед міст-лідерів виділимо наступні: Сінгапур із 152 МІСЕ-заходами, Сеул із 103 МІСЕ-заходами, Токіо із 91 МІСЕ-заходом, Бангкок із 88 МІСЕ-заходами.

РОЗДІЛ 3

ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ МІСЕ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 МІСЕ-туризм в Україні (на регіональному рівні)

З метою детального вивчення інфраструктури для МІСЕ-туризму в Україні на регіональному рівні нами було обрано обласний центр Полтавської області – місто Полтава.

Полтава – місто, яке відоме своєю історією, багатим культурним надбанням та щирою гостинністю, дедалі гучніше заявляє про себе серед ділових мандрівників. Діловий туризм в цьому місті здатний відіграти ключову роль у розбудові місцевої економіки, а також сприятиме укріпленню позицій Полтави на туристичній карті України.

Розглянемо можливості міста Полтава для організації та прийняття ділових туристів.

Серед закладів розміщення місто може запропонувати гостям різноманітні готелі. Серед найбільш популярних серед відвідувачів та з позитивними відгуками можемо виділити Premier Hotel Palazzo **** (рис. 3.1), Optima Collection Gallery **** (рис. 3.2).



Рисунок 3.1 – Premier Hotel Palazzo в місті Полтава

Джерело: [12]



Рисунок 3.2 – Optima Collection Gallery в місті Полтава

Джерело: [11]

Також місто може запропонувати можливість поєднання ділових заходів та лікувально-оздоровчого відпочинку на базі санаторіїв, що знаходиться у селі Глибока Балка. Наприклад, там розташований екологічний комплекс Balka Eco Club, обладнаний конференц-залами та ресторанами, що підійде проведення для бізнес-подій.

Полтава також може запропонувати бюджетні готелі, наприклад, Hotel Lux Aquapark та Almaz-Plus. У них передбачено основні зручності, а також додаткові бонуси, серед яких безкоштовний Wi-Fi та паркування. Такі варіанти особливо привабливі для тих, хто планує економний діловий тур або короткотривалу бізнес-поїздку.

Інфраструктура закладів харчування у Полтаві дуже розвинена. Тут представлені ресторани, кафе та бари, які запрошують скуштувати як локальні делікатеси, так і кухні з різних куточків світу.

Серед улюблених місць для ділових зустрічей відзначаються «Міміно», «Тераса» і «Шато Галерея». Більшість з них обладнані спеціальними залами для приватних обідів, що ідеально підходять для ділового спілкування. Також, чимало готелів мають власні ресторани, що є зручним рішенням для

організації бізнес-заходів. Наприклад, готель Premier Hotel Palazzo володіє власним рестораном, що дуже зручно для влаштування фуршетів чи банкетів.

У Полтаві також працюють кейтерингові компанії, які пропонують послуги обслуговування подій в будь-якій локації. Це є практичним рішенням для організаторів корпоративних свят, які бажають забезпечити харчування для учасників безпосередньо в конференц-залах або інших приміщеннях для проведення зібрань або організації заходів.

У Полтаві наявні бізнес-центри та офісні будівлі. Зокрема, деякі з них оснащені сучасними конференц-залами та супутнім обладнанням для організації бізнес-зустрічей, семінарів та тренінгових програм. Прикладом є Premier Hotel Palazzo.

Полтава, як і кожне велике місто в Україні, має бізнес-майданчики. Яскравим прикладом є «Полтава Сіті». Тут можна орендувати офісні простори, а також скористатися конференц-залами. Це дуже практично, особливо для проведення бізнес-зустрічей, семінарів та інших ділових заходів прямо в серці міста, недалеко від ключових інфраструктурних точок.

Таким чином, можемо відзначити, що бізнес-середовище міста Полтава може задовольнити запити малого та середнього підприємництва. Місто добре підходить для організації локальних зустрічей та навчальних семінарів, проте для масштабних міжнародних подій організатори, як правило, віддають перевагу іншим українським містам, що мають розвиненішу конгресову інфраструктуру.

Крім того, Полтавська міська рада впроваджує проєкт з розвитку туризму під назвою «Полтава туристична 2030» [20], однією із цілей якого є збільшення привабливості міста для організації бізнес-подій.

Транспортна інфраструктура Полтави є досить розвиненою. В місті функціонує залізничний вокзал, що пропонує комфортне пересування між різними областями України. Звідси легко дістатися до Києва, Харкова та Дніпра.

Авіасполучення в Україні через воєнні дії неможливо, але зазначимо, що аеропорт «Полтава» призупинив свою роботу ще з червня 2019 року. Це сталося через незадовільний стан злітно-посадкової смуги.

Автовокзал міста має розвинену мережу напрямів, які включають як внутрішньонаціональні (до всіх обласних центрів України), так і міжнародні – до таких міст як Лодзь, Люблін, Щецин, Варшава, Прага, Катовіце, Гдиня.

Можемо зазначити, що в цілому транспортна інфраструктура Полтави загалом розвинена для обслуговування містян, але, подібно до багатьох українських населених пунктів, відчуває потребу в оновленні, зокрема в секторі екологічного транспорту та покращенні стану дорожнього покриття. Суттєвим аспектом цього оновлення є також приведення міського транспорту у відповідність із сучасними нормами та вимогами.

Інфраструктура дозвілля й оздоровлення в Полтаві є розвиненою. В місті функціонують спа-салони, спортивні клуби й боулінг-клуби. Неподалік від міста розташовані рекреаційні зони та природні місця для активного відпочинку, зокрема й для екологічного туризму.

Місто планомірно розбудовує велоінфраструктуру, що є комфортним рішенням для ділових людей, котрі прагнуть до активного відпочинку після завершення робочого дня. Велосипедні маршрути дають можливість організовувати велопрогулянки містом або рекреаційними зонами.

У Полтаві працюють кінотеатри, серед яких можна виділити популярний «Кінопалац», який відомий своїми регулярними показами кінострічок. Крім того, місто славиться театральними постановками (наприклад, у Полтавському академічному обласному українському музично-драматичному театрі імені В.Н. Гоголя, театрі сучасного діалогу, Полтавському українському театрі «Жовтень») та різноманітними культурними подіями.

Полтава забезпечена банківським установами, серед яких ПриватБанк, Ощадбанк, Укргазбанк, а також численними медичними закладами та

страховими компаніями, що робить її надзвичайно привабливою для ділових мандрівників.

Для комфортного перебування бізнес-туристів важливий доступ до швидкісного інтернету, і в Полтаві з цим немає проблем, адже інтернет-інфраструктура тут добре розвинена. Значна кількість готелів, бізнес-центрів та кав'ярень надають бездротовий інтернет, що дозволяє залишатися на зв'язку під час службових відряджень.

Таким чином, місто забезпечене високоякісною фінансовою, медичною та комунікаційною інфраструктурою, а також різноманітними сервісами, які сприяють роботі бізнес-туристів, від місць для проживання до консалтингових фірм і транспортних служб.

Отже, Полтава володіє базовим набором інфраструктури для ділових візитів, але відчуває нестачу спеціалізованих великих конгрес-залів, що обмежує її перспективу як ключового осередку МІСЕ-туризму в масштабах країни. Попри це, функціональні готелі, конференц-зали та розвинена інфраструктура розваг роблять місто привабливим майданчиком для організації бізнес-заходів малого та середнього формату.

3.2 Напрямки розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду

З 2014 року росія анексувала території Автономної республіки Крим та захопила частини територій Донецької та Луганської областей, з 24 лютого 2022 року Україна веде повномасштабну війну з росією, щодня відбуваються руйнування цивільної та критичної інфраструктури внаслідок ракетної та шахедної атак на Україну.

У зв'язку з вище зазначеним обговорювати подальший розвиток МІСЕ-туризму в таких умовах важко. Проте бізнес не зупинився, а змістив свої акценти на більш безпечні регіони України, які віддалені від лінії фронту.

Ведення підприємницької діяльності, розробка бізнес-івентів, планування ділових подорожей, а також популяризація МІСЕ галузі на регіональному, національному та міжнародному рівнях є важливою з урахуванням світового досвіду організації та проведення таких заходів.

Розвинена та високоякісна інфраструктура, велика культурна та історична спадщина, високий рівень добробуту громадян, постійні економічні інвестиції – усе це сприяє тому, щоб перейняти досвід організації та проведення масштабних МІСЕ-заходів у держав-лідерів в цій галузі.

До початку російсько-української війни МІСЕ-туризм демонстрував стрімке зростання і проявив себе на ринку як прибуткова та затребувана форма подорожей. Україна зробила значні кроки у сфері ділових мандрів, зведені великі виставкові центри та павільйони, щорічно організовувались різноманітні події по всій території країни.

Поряд із цим, поступово виникала потрібна туристична інфраструктура, щоб приймати, розміщувати та обслуговувати туристів. Деякі підходи та концепції були перейняті із досвіду країн-лідерів із організації та проведення МІСЕ-заходів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Складові для проведення МІСЕ-заходів та їх характеристика на українському ринку

Критерій	Характеристика
Заклади розміщення з необхідним оснащенням	Наявна розгалужена спеціалізована інфраструктура у всіх обласних центрах України, відповідно, організатор бізнес-подорожі має можливість підібрати готель відповідного рівня, з необхідною місткістю номерів, а також з усім потрібним оснащенням та супроводом для ефективної діяльності, організації зустрічей, форумів, переговорів.
Приміщення для проведення заходів	Конференц-зали та експозиційні центри, що оснащені сучасним технічним обладнанням з різною можливістю розміщення гостей.
Технологічно-інформаційна підтримка	Швидкісний інтернет, покриття LTE дає мандрівникові можливість працювати, де б він не знаходився. В Україні зв'язок та інтернет працюють оперативно й без ускладнень навіть при відключеннях світла.

Джерело: [13]

Застосування світового досвіду у МІСЕ-туризмі в Україні здатне зміцнити її позиції на ринку ділових подорожей. Для досягнення цієї мети необхідно адаптувати передові практики, беручи до уваги особливості національної культури та інфраструктурі. Зокрема, слід приділити основну увагу покращенню інфраструктури, розробці унікальних пропозицій та ефективному маркетингу, які є важливими при залученні ділових туристів.

Серед загальних напрямків використання світового досвіду МІСЕ-туризму для його просування в Україні можемо відзначити наступні:

- розвиток інфраструктури (рис. 3.3);
- створення ексклюзивних пропозицій (рис.3.4);
- розробка ефективних маркетингових заходів (рис.3.5);
- державна підтримка (рис.3.6).

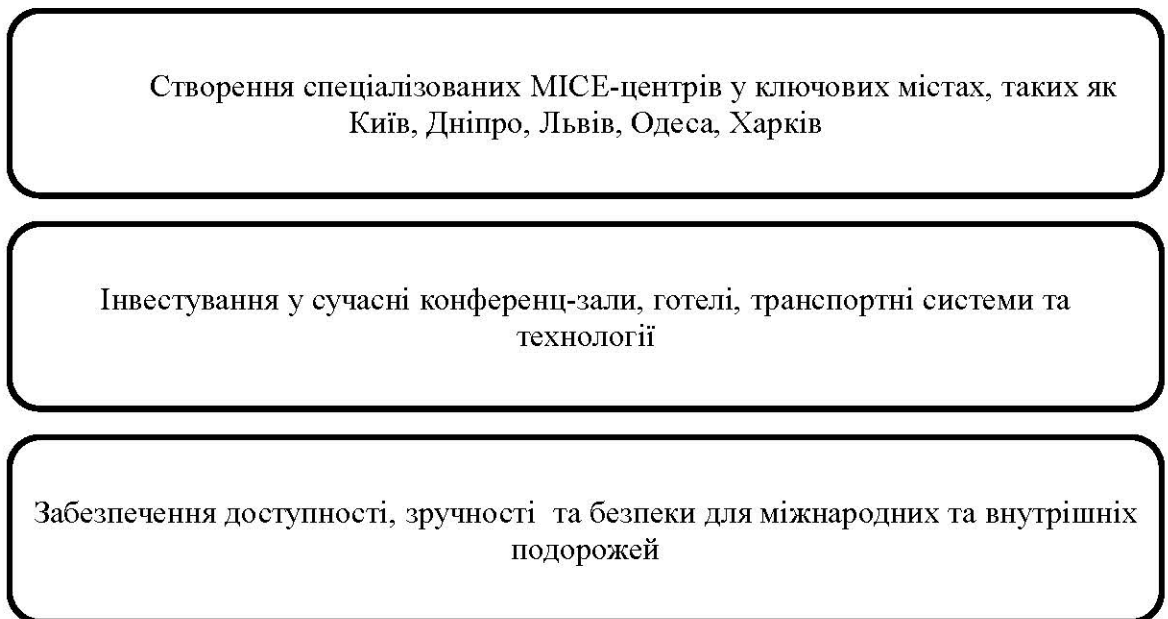


Рисунок 3.3 – Напрямки покращення інфраструктури для розвитку МІСЕ-туризму в Україні

Джерело: складено автором на основі [3, 15, 23]

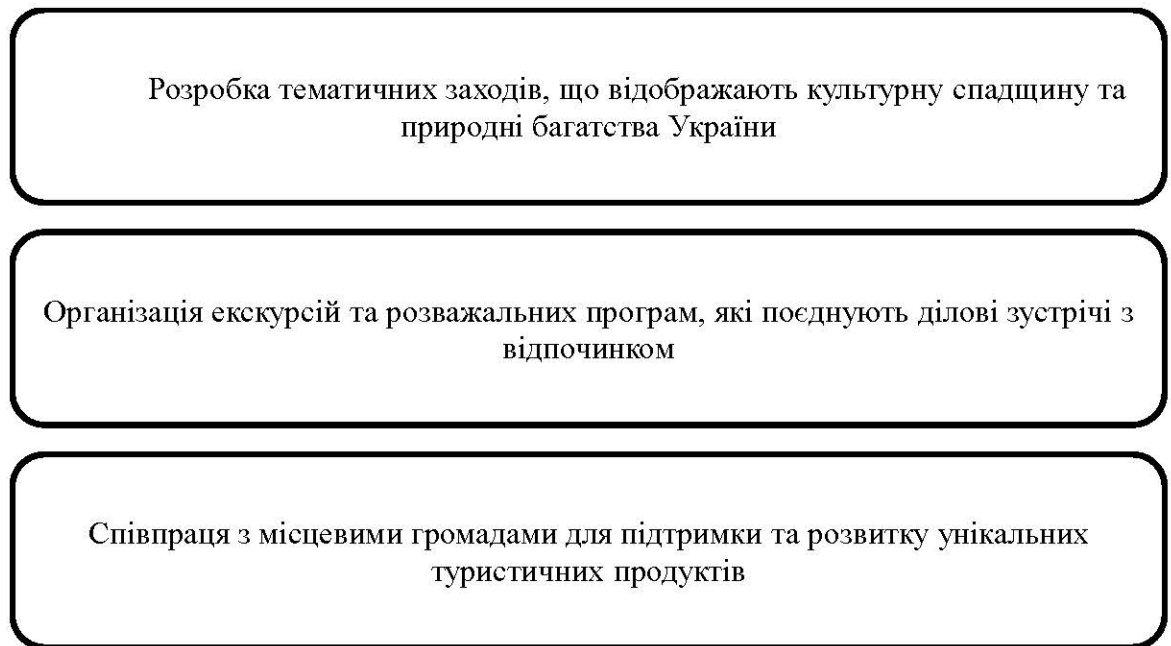


Рисунок 3.4 – Напрямки створення ексклюзивних пропозиції для розвитку МІСЕ-туризму в Україні

Джерело: складено автором на основі [3, 15, 23]

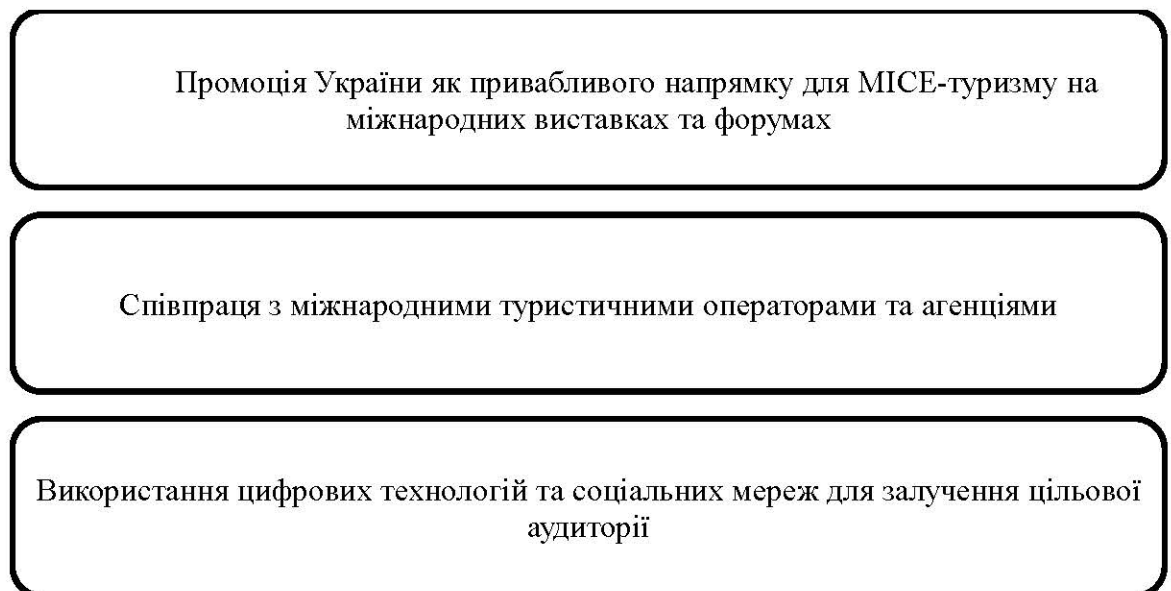


Рисунок 3.5 – Напрямки розробка ефективних маркетингових заходів для розвитку МІСЕ-туризму в Україні

Джерело: складено автором на основі [3, 15, 23]

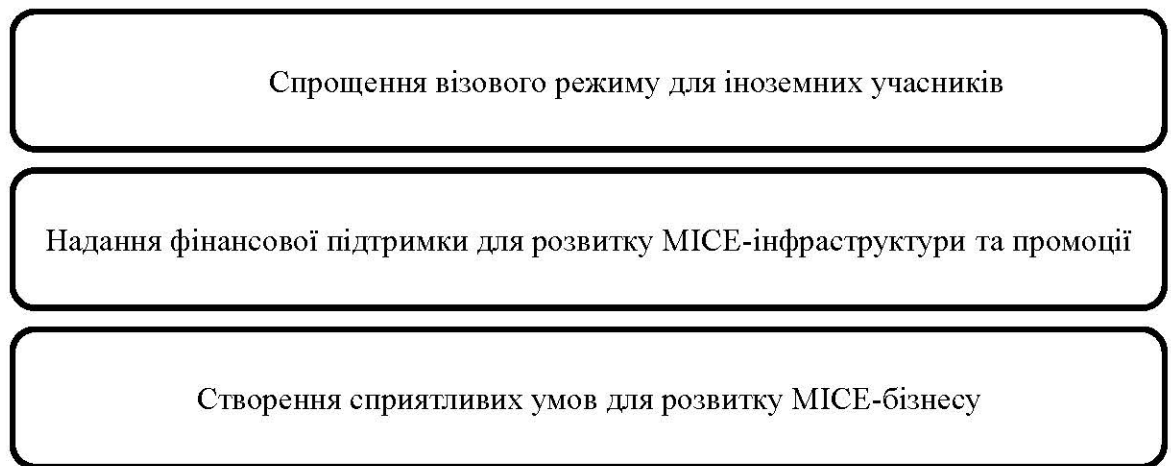


Рисунок 3.6 – Напрямки державної підтримки для розвитку MICE-туризму в Україні

Джерело: складено автором на основі [3, 15, 23]

Серед світових прикладів, які можна імплементувати на українському ринку MICE-туризму можемо запропонувати:

- 1) організацію міжнародних виставок та конференцій з урахуванням такого досвіду Німеччини, США, Сінгапуру;
- 2) розбудову experience-маркетингу, який включає впровадження інтерактивних та емоційних подій незабутніми спогадами учасників з урахуванням такого досвіду в Дубаї або Сінгапурі;
- 3) співпрацю з приватним бізнесом, що включає залучення фінансування та сприяння приватним підприємствам, що діють у сфері MICE-туризму;
- 4) створення сталого та відповідального туризму в усіх регіонах країни, що може бути досягнуто завдяки запровадженню природоохоронних та соціально орієнтованих проєктів, що стимулюють розвиток місцевих територіальних громад.

Також відзначимо, що розвиток та функціонування MICE-туризму в Україні залежить від взаємодії між державними структурами, приватним бізнесом та громадськими об'єднаннями; капіталовкладеннями у розбудову

інфраструктури та розвиток людського потенціалу; формування самобутньої та привабливої пропозиції для МІСЕ-туристів та активним просуванням України як безпечного та привабливого напрямку для бізнес-подорожей, що може бути досягнуто лише після закінчення війни.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

За результатами написання третього розділу сформовано такі висновки та узагальнення:

1. Розглянуто інфраструктуру для МІСЕ-туризму в Україні на регіональному рівні на прикладі обласного центру Полтавської області.

Встановлено, що серед закладів розміщення місто може запропонувати гостям різноманітні готелі. Серед найбільш популярних серед відвідувачів та з позитивними відгуками можемо виділити Premier Hotel Palazzo ****, Optima Collection Gallery ****.

Бізнес-середовище міста Полтава може задовольнити запити малого та середнього підприємництва. Місто добре підходить для організації локальних зустрічей та навчальних семінарів, проте для масштабних міжнародних подій організатори, як правило, віддають перевагу іншим українським містам, що мають розвиненішу конгресову інфраструктуру.

Транспортна інфраструктура Полтави загалом розвинена для обслуговування містян, але, подібно до багатьох українських населених пунктів, відчуває потребу в оновленні, зокрема в секторі екологічного транспорту та покращенні стану дорожнього покриття. Суттєвим аспектом цього оновлення є також приведення міського транспорту у відповідність із сучасними нормами та вимогами.

Полтава володіє базовим набором інфраструктури для ділових візитів, але відчуває нестачу спеціалізованих великих конгрес-залів, що обмежує її перспективу як ключового осередку МІСЕ-туризму в масштабах країни.

Попри це, функціональні готелі, конференц-зали та розвинена інфраструктура розваг роблять місто привабливим майданчиком для організації бізнес-заходів малого та середнього формату.

2. Розглянуто напрямки розвитку МІСЕ-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду.

До початку російсько-української війни МІСЕ-туризм демонстрував стрімке зростання і проявив себе на ринку як прибуткова та затребувана форма подорожей. Україна зробила значні кроки у сфері ділових мандрів, зведені великі виставкові центри та павільйони, щорічно організовувались різноманітні події по всій території країни.

Застосування світового досвіду у МІСЕ-туризмі в Україні здатне зміцнити її позиції на ринку ділових подорожей. Для досягнення цієї мети необхідно адаптувати передові практики, беручи до уваги особливості національної культури та інфраструктури. Зокрема, слід приділити основну увагу покращенню інфраструктури, розробці унікальних пропозицій та ефективному маркетингу, які є важливими при залученні ділових туристів.

Серед загальних напрямків використання світового досвіду МІСЕ-туризму для його просування в Україні можемо відзначити наступні: розвиток інфраструктури, створення ексклюзивних пропозицій, розробка ефективних маркетингових заходів, державна підтримка.

Серед світових прикладів, які можна імплементувати на українському ринку МІСЕ-туризму можемо запропонувати: організацію міжнародних виставок та конференцій з урахуванням такого досвіду Німеччини, США, Сінгапуру; розбудову ехпереієнсе-маркетингу, який включає впровадження інтерактивних та емоційних подій незабутніми спогадами учасників з урахуванням такого досвіду в Дубаї або Сінгапурі; співпрацю з приватним бізнесом, що включає залучення фінансування та сприяння приватним підприємствам, що діють у сфері МІСЕ-туризму; створення сталого та відповідального туризму в усіх регіонах країни, що може бути досягнуто

завдяки запровадженню природоохоронних та соціально орієнтованих проєктів, що стимулюють розвиток місцевих територіальних громад.

Встановлено, що розвиток та функціонування МІСЕ-туризму в Україні залежить від взаємодії між державними структурами, приватним бізнесом та громадськими об'єднаннями; капіталовкладеннями у розбудову інфраструктури та розвиток людського потенціалу; формування самобутньої та привабливої пропозиції для МІСЕ-туристів та активним просуванням України як безпечного та привабливого напрямку для бізнес-подорожей, що може бути досягнуто лише після закінчення війни.

ВИСНОВКИ

За результатами кваліфікаційної роботи отримано наступні висновки.

1. Розглянуто понятійно-термінологічний апарат MICE-туризму. MICE-туризм (абревіатура від Meetings, Incentives, Conventions та Exhibitions), що включає в себе зустрічі, стимуловальні поїздки, конференції та виставки), став ключовим фактором економічного зростання в світі. Зустрічі (Meetings) – це короткі зібрання, де присутні обговорюють окремі ділові теми, наприклад, випуск продукції, умови договорів або розробка стратегії. Зустрічі, що займають 45 відсотків від усього ринку MICE, становлять найбільшу його частину. Інсентив-тури (Incentives) – це туристичні подорожі, які підприємства влаштовують з метою віддячити співробітникам чи партнерам, відзначити їхні здобутки або стимулювати до праці. Такі мандрівки часто задумані як розкішні, захопливі канікули, де учасники можуть відпочити й поспілкуватися з колегами у неформальній атмосфері. Конференції (Conferences) – це масштабні, нерідко кількаденні події, що збирають разом фахівців зі споріднених сфер діяльності чи зацікавлень, забезпечуючи платформу для обміну досвідом, встановлення контактів та професійного зростання. Виставки (Exhibitions) – це події, де компанії конкретної сфери об'єднуються, щоб презентувати свої товари та послуги потенційним споживачам, партнерам і широкій публіці. Виставки стають для бізнесів майданчиком для розбудови взаємин, популяризації торгової марки та залучення потенційних клієнтів. Підприємства також застосовують ці зібрання як засіб презентації нових виробів, демонстрування останніх інновацій або здійснення маркетингових досліджень, збираючи відгуки від тих, хто прийшов.

2. Надана характеристика чинникам впливу на MICE-туризм. На розвиток та функціонування MICE-туризму впливають дві групи чинників – постійні та змінні. До перших належать географічні чинники (рельєф,

клімат, гідрологічні ресурси, грантовий покрив, рослинний та тваринний світ). До других – економічні, політичні, соціально-демографічні чинники. Різні чинники здатні впливати на розвиток і функціонування МІСЕ-туризму. Варто зосередитися на соціальних, економічних та політичних аспектах розвитку держави, адже саме вони визначають стан туристичної сфери. Вплив МІСЕ-туризму на туристичну галузь, як правило, позитивний. По-перше, він забезпечує значні надходження коштів до країни. По-друге, регулярний приплив бізнес-мандрівників стимулює власників готелів, організаторів заходів підтримувати інфраструктуру на високому рівні, щоб гідно приймати гостей та організовувати їхню роботу.

3. Встановлено, що питання МІСЕ-туризму досліджуються та вивчаються українськими науковцями постійно, особлива увага припадає на періоди пандемії COVID-19 та післявоєнному відновленню України. Вивчається досвід як національного рівня (Гапоненко Г.І., Євтушенко О. В., Шамара І.М., Святий А.Р., Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю.) так і світового рівня (Дехтяр Н.А., Музичка Є. О., Галасюк С. С., Мартинова Н. С., Стрижак О., Чайковський С., тощо).

4. Розглянуто основних учасників МІСЕ-туризму, до яких належать компанії з управління подорожами (туристичні агентства), постачальники послуг розміщення (готелі різних типів), оператори місць проведення, компанії з управління подіями або туризмом та постачальники технологій.

5. Згідно із звітом GBTA за 2023 рік індустрія ділових подорожей відшкодувала приблизно 675 мільярдів доларів із 770 мільярдів доларів, втрачених у 2020 році, досягнувши 93% від допандемічного піку в 1,43 трильйона доларів до кінця 2023 року. Сектор пережив значне відродження у 2023 році, витрати зросли на 30% порівняно з 2022 роком, досягнувши 1,3 трильйона доларів. Прямий вплив включає витрати на проживання, транспорт, харчування, місце проведення тощо, що становить 1,2 трильйона доларів США в усьому світі. Отже, всі підприємства, що працюють у цих

секторах, безпосередньо виграють від МІСЕ-заходів. Очікуваний прямий вплив бізнес-заходів на ВВП становить 662,6 мільярда доларів США. Непрямий економічний вплив охоплює купівлю товарів і послуг, які безпосередньо не пов'язані із самим заходом. До них можемо віднести розваги, квитки до музеїв, театрів, визначних пам'яток, купівлю сувенірів та інше. Також МІСЕ-заходи сприяють створенню значної кількості робочих місць для місцевого населення (приблизно 10,9 мільйонів робочих місць у світі), а також активізують ланцюги поставок, запускаючи мультиплікативний ефект для економіки на місцях.

6 Розглянуто розвиток МІСЕ-туризму в світі. Встановлено, що в регіональному розподілі 56% від усіх проведених МІСЕ-заходів проходили у Європі, на другому місці Азійсько-Тихоокеанський регіон із 20%, на третій позиції країни Північної та Латинської Америки, на які припало 18%, четверте місце посів Африканський регіон із 4%, на п'ятій позиції – країни Близького Сходу із 2%. Розглянуто перелік країн, які потрапили до цього рейтингу. Зазначимо, що до рейтингу увійшли 20 країн, які прийняли від 156 подій і до 690 од. Відповідно до цього рейтингу до ТОП-20 потрапили 13 європейських країн, що свідчить про те, що Європа є провідним географічним регіоном МІСЕ-туризму. До рейтингу потрапили 332 міста світу, які є найбільш активними при проведенні МІСЕ-заходів. При аналізі міст, які посіли ТОП-20 у світовому рейтингу ІССА за кількістю проведених МІСЕ-заходів, можемо виділити наступне: ключовим є Європейський ринок МІСЕ-туризму, серед міст-лідерів виділимо Париж зі 156 заходами, Лісабон із 151 заходом, Відень із 141 заходом, Барселону зі 139 заходами, Прагу із 134 заходами; Азійський ринок МІСЕ-туризму посідає другу позицію після Європейського. Серед міст-лідерів виділимо наступні: Сінгапур із 152 МІСЕ-заходами, Сеул із 103 МІСЕ-заходами, Токіо із 91 МІСЕ-заходом, Бангкок із 88 МІСЕ-заходами.

7. Розглянуто інфраструктуру для MICE-туризму в Україні на регіональному рівні на прикладі обласного центру Полтавської області. Встановлено, що серед закладів розміщення місто може запропонувати гостям різноманітні готелі. Серед найбільш популярних серед відвідувачів та з позитивними відгуками можемо виділити Premier Hotel Palazzo ****, Optima Collection Gallery ****.

Бізнес-середовище міста Полтава може задовольнити запити малого та середнього підприємництва. Місто добре підходить для організації локальних зустрічей та навчальних семінарів, проте для масштабних міжнародних подій організатори, як правило, віддають перевагу іншим українським містам, що мають розвиненішу конгресову інфраструктуру.

Транспортна інфраструктура Полтави загалом розвинена для обслуговування містян, але, подібно до багатьох українських населених пунктів, відчуває потребу в оновленні, зокрема в секторі екологічного транспорту та покращенні стану дорожнього покриття. Суттєвим аспектом цього оновлення є також приведення міського транспорту у відповідність із сучасними нормами та вимогами.

Полтава володіє базовим набором інфраструктури для ділових візитів, але відчуває нестачу спеціалізованих великих конгрес-залів, що обмежує її перспективу як ключового осередку MICE-туризму в масштабах країни. Попри це, функціональні готелі, конференц-зали та розвинена інфраструктура розваг роблять місто привабливим майданчиком для організації бізнес-заходів малого та середнього формату.

8. Розглянуто напрямки розвитку MICE-туризму в Україні з урахуванням світового досвіду. До початку російсько-української війни MICE-туризм демонстрував стрімке зростання і проявив себе на ринку як прибуткова та затребувана форма подорожей. Україна зробила значні кроки у сфері ділових мандрів, зведені великі виставкові центри та павільйони, щорічно організовувались різноманітні події по всій території країни.

Застосування світового досвіду у МІСЕ-туризмі в Україні здатне зміцнити її позиції на ринку ділових подорожей. Для досягнення цієї мети необхідно адаптувати передові практики, беручи до уваги особливості національної культури та інфраструктурі. Зокрема, слід приділити основну увагу покращенню інфраструктури, розробці унікальних пропозицій та ефективному маркетингу, які є важливими при залученні ділових туристів.

Серед загальних напрямків використання світового досвіду МІСЕ-туризму для його просування в Україні можемо відзначити наступні: розвиток інфраструктури, створення ексклюзивних пропозицій, розробка ефективних маркетингових заходів, державна підтримка.

Серед світових прикладів, які можна імплементувати на українському ринку МІСЕ-туризму можемо запропонувати: організацію міжнародних виставок та конференцій з урахуванням такого досвіду Німеччини, США, Сінгапуру; розбудову ехпереієнсе-маркетингу, який включає впровадження інтерактивних та емоційних подій незабутніми спогадами учасників з урахуванням такого досвіду в Дубаї або Сінгапурі; співпрацю з приватним бізнесом, що включає залучення фінансування та сприяння приватним підприємствам, що діють у сфері МІСЕ-туризму; створення сталого та відповідального туризму в усіх регіонах країни, що може бути досягнуто завдяки запровадженню природоохоронних та соціально орієнтованих проєктів, що стимулюють розвиток місцевих територіальних громад.

Встановлено, що розвиток та функціонування МІСЕ-туризму в Україні залежить від взаємодії між державними структурами, приватним бізнесом та громадськими об'єднаннями; капіталовкладеннями у розбудову інфраструктури та розвиток людського потенціалу; формування самобутньої та привабливої пропозиції для МІСЕ-туристів та активним просуванням України як безпечного та привабливого напрямку для бізнес-подорожей, що може бути досягнуто лише після закінчення війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Annual Country and City Rankings Report for 2023. URL: <https://www.iccaworld.org/learn/industry-research/post/annual-country-and-city-rankings-report-for-2023/>
2. Bangkok Ranked Seventh Worldwide as MICE Conference Destination. URL: <https://washingtondc.thaiembassy.org/en/content/bangkok-ranked-seventh-worldwide-as-mice-conferenc?cate=64c93aa8fd9aa70789629292>
3. Christofle S. Tourism and Meeting Incentive Convention Event (MICE) tourism in Europe, systemic shock, structural transformations and resilience. URL: <https://hal.science/hal-04343149/document>
4. Europe's Best MICE Destination. URL: <https://worldmiceawards.com/award/europe-best-mice-destination>
5. Global Business Travel Industry Spending Expected to Hit Record \$1.48 Trillion in 2024. URL: <https://www.gbta.org/global-business-travel-industry-spending-expected-to-hit-record-1-48-trillion-in-2024/>
6. ICCA Business Analytics 2023. URL: <https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/mice/release/ICCA+Rankings+160524.pdf>
7. ICCA Rankings 2023 released. URL: <https://www.iccaworld.org/news/post/icca-rankings-2023-released/>
8. Incentive Travel Index. URL: <https://www.incentiveindex.com/>
9. MICE Industry Market Size by Event Type (Meetings, Incentives, Conferences and Events), Regions, Global Industry Analysis, Share, Growth, Trends, and Forecast 2024 to 2033. URL: <https://www.thebrainyinsights.com/report/mice-industry-market-13884>
10. MICE Tourism Overview: Key Players, Destinations, Trends, and Economic Impact. URL: <https://www.altexsoft.com/blog/mice-tourism/>

11. Optima Collection Галерея Полтава. URL:
<https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/gallery-poltava/>
12. Premier Hotel Palazzo. URL: <https://palazzo-hotel.phnr.com/ua>
13. Truyols M. How MICE Tourism Is Quietly Dominating Global Travel.
URL: <https://mize.tech/blog/how-mice-tourism-is-quietly-dominating-global-travel/>
14. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. Посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова Харків: ХНУМГ, 2014. 165 с.
15. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Грушка В.В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. Вип. 59. 2024. URL :
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3343/3270>
16. Бублик Л. Характеристика чинників впливу на розвиток міжнародного туризму, *Економіка та суспільство*. 2024 (63). URL:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-134>
17. Галасюк С. С., Мартинова Н. С. Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 98-105. URL:
http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/18.pdf
18. Гапоненко Г.І., Євтушенко О. В., Шамара І.М., Святий А.Р. Діловий туризм в Україні: перспективи розвитку в післявоєнний час. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразна*. 2024, Вип. 20. URL: <file:///D:/Downloads/25850-Article%20Text-50820-1-10-20250318.pdf>
19. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43-51. URL:
https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-1_0-pages-43_51.pdf

20. Концепція інтегрованого розвитку міста «Полтава 2030». URL: <https://open.rada-poltava.gov.ua/strategiya/rozdil/9/Koncepc%D1%96ya-%D1%96ntegrovanogo-rozvitku-m%D1%96sta-Poltava-2030>
21. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) 3-є вид., перероб. та доп. К.: «Альтерпрес», 2005. 436 с.
22. Макар О. Діловий туризм: перспективний напрям туристичної діяльності. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. (99), С. 86-92. URL: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.14>
23. Матвієнко А.Т., Цись В.Г. Технологія та організація туристичної діяльності: навч. посібник. К.: Кондор, 2015. 120 с.
24. Москвяк Я. Є. Професійно-діловий туризм в Україні – перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2021. №5. Том 1. С. 63-71. URL: [https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-11](https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-11)
25. Москвяк Я. Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України. *Development Service Industry Management*. 2023. №3. С. 40-46. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))
26. Музичка Є. О. Тенденції розвитку світового ринку місе-туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6910> (дата звернення: 02.05.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.2.58
27. Основи організації наукових досліджень в туризмознавстві : підручник / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, І. В. Мартинчук. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 456 с. URL: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/10251/3/OONDvT_2018_456.pdf

- 28.Офіційний сайт Міжнародної асоціації конгресів і конференцій (International Congress and Convention Association). URL: <https://www.iccaworld.org>
- 29.Офіційний сайт Світової асоціації ділового туризму (GBTA). URL: <http://www.gbta.org/>
- 30.Прокопишин-Рашкевич Л. М., Назаренко А. В. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2021. Вип. 5. №1. С. 86-95. URL: <https://doi.org/10.23939/semi2021.01.086>
- 31.Редько В. Є., Оката Я. Г. Потенціал розвитку та організації місе туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7498>. URL: 10.32702/2307-2105-2019.12.73
- 32.Стрижак О., Чайковський С. Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. (60). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-116>
- 33.Торяник В.М., Сардак С.Е. Джинджоян В.В. Туризмолія : підручник. За загальною редакцією доктора юридичних наук, професора В.О. Негодченка Дніпро: ДГУ, 2022. 306 с.
- 34.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>
- 35.Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 213–219. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-35>