

МОНІТОРИНГ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

MONITORING THE DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN THE WORLD

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct50-16>**Галасюк С.С.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний
економічний університет

Мартынова Н.С.
к.пед.н., старший викладач
кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний
економічний університет

Galasyuk Svitlana

Odessa National Economic University

Martynova Natalia

Odessa National Economic University

У статті зроблено аналіз розвитку ділового туризму у світі на підставі офіційних статистичних даних Міжнародної асоціації конгресів та конвенцій. Визначено рейтинг макрорегіонів, окремих країн та міст за кількістю проведених бізнес-заходів у динаміці за період 2000–2019 рр. Виявлено основну тематику ділових зустрічей. Проведено дослідження щодо використання інфраструктури для бізнес-туризму за такими групами, як: об'єкти для ділового туризму, розташовані при готелях; конференц-центри та виставкові зали, які знаходяться на території дестинації; конференц-зали при університетах; інші локації для ділових зустрічей (замки, теплоходи, музеї тощо). Установлено, що у світовому рейтингу Україна має вкрай низькі показники розвитку ділового туризму, а учасниками міжнародної профільної спільноти є тільки Київ та Львів, частка яких дотепер дуже мала. Запропоновано певні рекомендації щодо подолання проблем, існуючих у розвитку ділового туризму України.

Ключові слова: діловий туризм, бізнес-заходи, інфраструктура для ділового туризму, тематика бізнес-заходів, рейтинг макрорегіонів, країн та міст за кількістю ділових заходів.

В статті виконан аналіз розвитку ділового туризму в мирі на основани

официальных статистических данных Международной ассоциации конгрессов и конвенций. Определен рейтинг макрорегионов, отдельных стран и городов по количеству проведенных бизнес-мероприятий в динамике за период 2000–2019 гг. Выявлена основная тематика деловых встреч. Проведено исследование в разрезе использования инфраструктуры для бизнес-туризма по таким группам, как: объекты для делового туризма, расположенные при гостиницах; конференц-центры и выставочные залы, находящиеся на территории дестинации; конференц-залы при университетах; прочие локации для деловых встреч (замки, теплоходы, музеи и др.). Установлено, что в мировом рейтинге Украина имеет низкие показатели развития делового туризма, а участниками международного профильного сообщества являются только Киев и Львов, доля которых до сих пор крайне мала. Предложены определенные рекомендации, направленные на преодоление проблем, существующих в развитии делового туризма в Украине.

Ключевые слова: деловой туризм, бизнес-мероприятия, инфраструктура для делового туризма, тематика бизнес-мероприятий, рейтинг макрорегионов, стран и городов по количеству деловых мероприятий.

The article analyzes the development of business tourism in the world on the basis of official statistics of the International Association of Congresses and Conventions. The rating of macro-regions, individual countries and cities is determined by the number of conducted business events in the dynamics for the period 2000-2019. The main topics of business meetings are identified. Research has been conducted on the use of infrastructure for business tourism by such groups as: business tourism facilities located at hotels; conference centers and exhibition halls located in the destination; conference halls at universities; other locations for business meetings (castles, ships, museums, etc.). It is established that in the world ranking Ukraine has extremely low indicators of business tourism development, and members of the international profile community are only Kyiv and Lviv, the share of which is still very small. Some recommendations for overcoming the problems existing in the development of business tourism in Ukraine are proposed: to increase the level of investment attractiveness in the field of business tourism and to introduce tax incentives; develop training programs for highly qualified conference service staff for the organization and maintenance of forums, conferences, seminars, congresses, summits, etc.); to promote the development of transport connections; establish business contacts with foreign business tourism partners (study the experience of developing new programs of events); to hold annual international conferences on the development of business tourism in the framework of tourism exhibitions and fairs with the involvement of representatives of the international community interested in cooperation; to promote the development of modern, powerful infrastructure for the organization of various events both in large cities and in the regions; to involve in the organization of business events objects at hotels and higher educational institutions, and also various non-standard platforms - motor ships, museums, theaters and cinemas, restaurant complexes and banquet houses, country means of accommodation with stylishly equipped territory, etc.; to create a congress bureau at the state regional and city administrations to intensify the process of holding all significant business events.

Key words: business tourism, business events, infrastructure for business tourism, topics of business events, ranking of macro-regions, countries and cities by the number of business events.

Постановка проблеми. Діловий туризм у всьому світі відіграє значну роль у комплексному розвитку регіонів та здійснює суттєвий вплив на формування регіонального продукту, забезпечуючи привабливість туристичних дестинацій. Індустрія ділового туризму – високодохідна галузь, яка приносить крупним містам у чотири рази більше коштів, аніж організація інших масових заходів. У Німеччині, наприклад, оборот MICE-індустрії становить 50 млрд євро на рік, у Канаді – близько 32 млрд канадських доларів, у Парижі (один лише Палац конгресів) – понад 200 млн євро [1]. Проте в Україні діловий туризм дотепер має низькі показники розвитку, а учасниками міжнародної

профільної спільноти є тільки Київ та Львів, частка яких у світовому рейтингу дуже мала.

Для пропонування певних рекомендацій щодо подолання проблем, існуючих у розвитку ділового туризму України, важливо проаналізувати думки вчених з цього приводу, а також зробити моніторинг розвитку ділового туризму на підставі даних, оприлюднених у статистичних збірниках Міжнародної асоціації конгресів та конвенцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про численні спроби вчених виявити реальні тенденції розвитку ділового туризму у світі [2], Європейському Союзі [3], Україні [4–7]. Предметом досліджень вітчизняних авторів, зокрема [8–10],

стали проблеми та перспективи розвитку ділового туризму. Окремі наукові праці присвячено аналізу складників інфраструктури, призначеної для проведення бізнес-заходів [11; 12]. Проте досліджень щодо аналізу кількості бізнес-заходів, їх тематики та використовуваної для їх проведення інфраструктури на підставі офіційних статистичних даних [13–15] дотепер не вистачає.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз розвитку ділового туризму в Україні та світі на підставі узагальнення думок учених і даних Міжнародної асоціації конгресів та конвенцій. Для моніторингу сучасного стану ділового туризму потрібно дослідити рейтинг макрорегіонів світу, окремих країн та міст за кількістю проведених бізнес-заходів у динаміці за останні двадцять років; виявити основну тематику бізнес-заходів та визначити найбільш привабливі об'єкти ділової інфраструктури, що користуються попитом під час їх проведення. Дослідження офіційних статистичних даних про місце України на світовому ринку ділового туризму дасть змогу виявити основні проблеми, що перешкоджають його розвитку в нашій державі, та надати певні рекомендації щодо їх усунення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сфері ділового туризму діє Міжнародна асоціація конгресів та конвенцій (ICCA – International Congress and Convention Association), заснована у 1963 р.

ICCA вважається провідною світовою спільнотою та центром знань для міжнародної індустрії бізнес-заходів. Ця Асоціація акумулює провідних постачальників із питань обробки, транспортування та розміщення міжнародних ділових зустрічей та бізнес-заходів і нині включає понад 1 100 компаній-членів та організацій майже зі ста країн світу. ICCA спеціалізується на організації міжнародних ділових зустрічей, пропонуючи неперевершені канали зв'язку та можливості для розвитку бізнесу. Починаючи з 2020 р. ICCA охоплює всі основні зацікавлені сторони у світі зустрічей асоціацій, відкриваючи двері для асоціацій із запуском «Спільноти асоціації ICCA», пропонуючи освіту, зв'язки, інструменти та ресурси для організації більш ефективних зустрічей, що особливо важливо у період пандемії [1].

Міжнародні планувальники ділових зустрічей можуть розраховувати на мережу ICCA, щоб знайти рішення для всіх своїх цілей, а саме: вибір місця; технічні та стратегічні поради; допомога в перевезенні делегатів; повне планування конвенцій або виконання спеціальних послуг.

У щорічних статистичних збірниках, які випускає ICCA, реєструються лише ті ділові заходи, які відповідають таким критеріям:

- ротація щонайменше між трьома країнами;
- перевірена відвідуваність щонайменше 50 учасників;

– проведення бізнес-заходів на регулярній основі.

Як зазначає керівництво ICCA, нині індустрія ділових зустрічей стикається з проблемами від насичення, консолідації та нових учасників до стирання традиційних бізнес-моделей та фрагментації. Простежуються нові можливості, пов'язані зі зростанням ринку, руйнівні інновації, оцифрування, нові гравці, менші бар'єри на ринку, нові аудиторії та нові масштабовані моделі. Поряд з усіма цими подіями кількість бізнес-заходів продовжує зростати в експоненціальному масштабі [1].

У табл. 1, створеній на підставі статистичних збірників ICCA [13–15], визначено рейтинг макрорегіонів світу за кількістю проведених бізнес-заходів.

Таблиця 1
Рейтинг макрорегіонів світу за кількістю міжнародних бізнес-заходів, проведених у 2000–2019 р.

Макрорегіони світу	Частка макрорегіонів світу по роках, %		
	2000	2010	2019
Європа	56,4	54,0	53,1
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	17,9	21,0	22,8
Америка	22,2	20,9	19,8
Африка	2,5	3,1	3,1
Близький Схід	1,0	1,0	1,2
Загалом	100,0	100,0	100,0

Джерело: складено на підставі [13–15]

Статистичні дані ICCA дають широке уявлення про те, як сектор ділових зустрічей Асоціації продовжує диверсифікуватися, особливо з погляду регіональної ротації та регіональної популярності для проведення бізнес-заходів. Відповідно до традицій, Європа залишається найпопулярнішим регіоном для ділового туризму (53% за підсумками 2019 р.), але Азіатсько-Тихоокеанський регіон швидко збільшує власну частку на ринку. Незважаючи на постійне зростання кількості бізнес-заходів в Європі та Америці, частка цих макрорегіонів у світовому рейтингу поступово зменшується.

У табл. 2 проведено дослідження світового рейтингу країн за кількістю проведених бізнес-заходів та визначено місце України на ринку ділового туризму [13–15]. Так, лідерські позиції впродовж усього досліджуваного періоду часу належать США. Кількість проведених бізнес-заходів у цій країні наближається до 1 тис, що перевищує показники 2000 р. майже вдвічі. Друге місце посідає Німеччина, яка вважається країною номер один із ділового туризму в Європі. Німеччина також подвоїла власні показники за період 2000–2019 рр.

Світовий рейтинг країн за кількістю міжнародних бізнес-заходів, проведених у 2000–2019 рр.

Країни	2000		2010		2019	
	Місце	Кількість заходів	Місце	Кількість заходів	Місце	Кількість заходів
США	1	538	1	623	1	934
Німеччина	2	325	2	542	2	714
Франція	4	297	5	371	3	595
Іспанія	6	212	3	451	4	578
Велика Британія	3	321	4	399	5	567
Італія	5	243	6	341	6	550
Китай	18	83	8	282	7	539
Японія	10	176	7	305	8	527
Нідерланди	9	191	13	219	9	356
Португалія	17	88	15	194	10	342
Україна	83	1	81	7	84	15
Загалом		5186		9120		13269

Джерело: складено на підставі [13–15]

Загалом у ТОП-десятку країн із розвитку ділового туризму за підсумками 2019 р. потрапили сім європейських країн: Німеччина (яка стабільно посідає друге місце), Франція, Іспанія та Португалія (які підвищили свій рейтинг у світовому рейтингу), Велика Британія та Італія (які поступилися власними позиціями за той же час), Нідерланди. Представником Північної Америки є США (світовий лідер); Азіатсько-Тихоокеанського регіону – Японія (яка у 2000 р. була на десятому місці, а зараз – на восьмому) та Китай (який зробив великий стрибок із вісімнадцятого місця на сьоме, збільшив показники 2000 р. у 6,5 рази).

Щодо України, то наша держава дотепер не вважається значним гравцем на ринку ділового туризму. За підсумками 2000 р. в Україні був проведений лише один міжнародний бізнес-захід, що дало їй можливість опинитися на 83-му місці у світі разом із Гондурасом, Буркіна-Фасо та Кот-д'Івуаром. У 2010 р. в Україні було організовано сім ділових заходів, як і у Ботсвані, Македонії, Лівані та Уганді (81-е місце). Незважаючи на невелику кількість заходів, Україна поступово приєднується до міжнародної спільноти. Так, у 2019 р. у нашій країні було проведено 15 заходів, проте

місце у світовому рейтингу практично не змінилося – Україна посідала 84-е місце, знаходячись на одній сходинці з Бангладеш.

У табл. 3 підраховано частку України у світових показниках із кількості бізнес-заходів.

Аналіз відомостей табл. 3 дає уявлення про надто малу частку, яка належить Україні на міжнародному ринку ділових заходів. Упродовж періоду, що аналізується, у світі постійно зростає кількість бізнес-зустрічей. Навіть світова фінансова криза 2008–2009 рр. не змогла сильно вплинути на обсяги ділового туризму. Проте наша країна дотепер залишається дуже слабо розвинутою у даному сенсі.

За підсумками 2019 р. практично всі бізнес-заходи відбувалися у Києві та декілька з них – у Львові (табл. 4). Ці два українських міста – єдині з усієї країни, що мають представництво в ІССА завдяки таким організаціям, як конференц-бюро при Львівській міській раді та конгрес-бюро при Управлінні туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації.

Аналіз даних табл. 4 свідчить, що в 2019 р. найбільша кількість бізнес-зустрічей була проведена у Парижі. Проте за підрахунками загальної

Частка України у світових показниках за кількістю міжнародних бізнес-заходів, проведених у 2000–2019 рр.

Роки	Кількість бізнес-заходів		Частка України у світових показниках, %
	у світі	в Україні	
2000	5186	1	0,02
2005	7634	9	0,11
2008	8715	13	0,15
2009	8294	8	0,01
2015	12078	5	0,04
2019	13269	15	0,11

Джерело: складено на підставі [13–15]

кількості учасників перше місце у світі посіла Барселона, незважаючи на те що у цьому місті було організовано на 81 бізнес-захід менше, ніж у столиці Франції. Тому можна зробити висновок, що в Барселоні було проведено менше бізнес-подій, але вони були більш масштабні.

Конкретним прикладом, що демонструє, як кількість учасників бізнес-заходів створює різні погляди на розвиток ринку ділового туризму, є Мюнхен. У 2018 р. це місто, яке посідало 35-е місце за кількістю зустрічей, перемістилося

з 87-го у 2017 р. на четверте місце у 2018 р. за оцінками загальної кількості учасників – вражаючих 93 444 осіб. Це пов'язано з тим, що у Мюнхені відбулися дві основні медичні конференції 2018 р.: Конгрес Європейського товариства кардіологів (ESC) із 32 858 учасниками та Конгрес Європейського товариства медичної онкології (ESMO) із 27 700 учасниками.

У табл. 5 зібрано дані [13–15] про основну тематику бізнес-заходів та розраховано їхню частку у загальному обсязі.

Таблиця 4

Світовий рейтинг міст за загальною кількістю міжнародних бізнес-заходів, проведених у 2000–2019 рр.

Міста	2000		2010		2019	
	Місце	Кількість заходів	Місце	Кількість заходів	Місце	Кількість заходів
Париж (Франція)	1	109	3	147	1	237
Лісабон (Португалія)	16	45	8	106	2	190
Берлін (Німеччина)	3	71	4	138	3	176
Барселона (Іспанія)	9	56	2	148	4	156
Мадрид (Іспанія)	8	57	6	114	5	154
Відень (Австрія)	6	63	1	154	6	149
Сінгапур (Сінгапур)	5	66	5	136	7	148
Лондон						
(Велика Британія)	2	81	14	97	8	143
Прага (Чехія)	19	43	19	85	9	138
Токіо (Японія)	38	32	27	68	10	131
Київ (Україна) + 31 місто	288*	1	309*	5	307*	8
Загалом		5186		9120		13269

Джерело: складено на підставі [13–15]

Таблиця 5

Основна тематика міжнародних бізнес-заходів, проведених у 2000–2019 рр.

Тематика	2000		2010		2019	
	Кількість заходів	%	Кількість заходів	%	Кількість заходів	%
Медицина	1244	19,2	2026	18,1	2150	16,6
Технології	845	13,0	1626	14,5	1865	14,4
Наука	890	13,7	1498	13,4	1750	13,5
Освіта	313	4,8	649	5,8	829	6,4
Промисловість	441	6,8	769	6,9	816	6,3
Соціальні науки	358	5,5	597	5,3	648	5,0
Економіка	270	4,2	449	4,0	544	4,2
Менеджмент	219	3,4	414	3,7	544	4,2
Транспорт та комунікації	182	2,8	390	3,5	427	3,3
Культура	179	2,8	324	2,9	427	3,3
Право	238	3,7	259	2,3	363	2,8
Торівля	192	3,0	346	3,1	350	2,7
Агрокомплекс	218	3,4	313	2,8	337	2,6
Екологія	123	1,8	235	2,0	285	2,2
Спорт і дозвілля	121	1,9	195	1,7	246	1,9
Інші	649	10,0	1116	10,0	1370	10,6
Загалом	6482	100,0	11206	100,0	12951	100,0

Джерело: складено на підставі [13–15]

Не дивно, що медичні науки (16,6%), технології (14,4%) та наука (13,5%) – три найпопулярніші теми бізнес-зустрічей міжнародної спільноти. Варто зазначити, що за період 2000–2019 рр. збільшилася частка таких напрямів, як «Технології», «Освіта», «Менеджмент», «Транспорт та комунікації», «Культура», «Екологія». Незмінними залишаються частки міжнародних ділових заходів, пов'язаних з економікою (4,2%), а також із розвитком спорту та дозвілля (біля 2%). Також є ділові заходи, частка яких зменшується за їх одночасного зростання в абсолютному вимірі. Це – «Промисловість», «Соціальні науки», «Право», «Торгівля», «Агрокомплекс». Окрім перерахованих вище, тематика бізнес-заходів охоплює й такі сфери, як «Мистецтво», «Лінгвістика», «Безпека та охорона», «Математика та статистика», «Бібліотечна справа та інформація», «Архітектура», «Історія», «Географія», «Література», «Саміти на вищому рівні». Проте ці заходи мають невелику частку в загальному обсязі проведених бізнес-зустрічей.

Вересень залишається найпопулярнішим місяцем для організації міжнародних ділових заходів. Зростання ринку бізнес-заходів, проведених за участю ІССА, становило 4% у 2019 р., що в грошовому еквіваленті означає збільшення з 10,6 млрд євро у 2017 р. до понад 11 млрд євро у 2019 р.

Понад 55% усіх ділових заходів проводяться щорічно, близько 25% – кожні два роки, близько 6% – кожні три роки. Решта заходів відбуваються або двічі на рік, або, навпаки, через чотири, п'ять або шість та більше років. Середня тривалість ділових заходів поступово зменшується – з 4,4 дні у 2000 р. до 3,9 дні у цей час.

Цікавим для розвитку ділового туризму є аналіз відомостей щодо використанні інфраструктури для проведення бізнес-заходів (табл. 6) [13–15].

Аналіз відомостей табл. 6 показав, що за період 2000–2019 рр. стабільним попитом (на рівні 10%) користувалися незвичні локації для організації ділових заходів: замки, теплоходи, музеї тощо. Конференц-зали та виставкові центри, навпаки, поступово втрачають власні позиції у відсотковому

відношенні: 40,7% у 2000 р. проти 22,7% у 2019 р.; однак кількість об'єктів даного типу збільшується в абсолютному вимірі. Здобувають поширення конференц-зали при університетах, кількість яких зросла у п'ять разів за досліджуваний період. Однак лідером серед локацій, призначених для проведення бізнес-заходів, нині є об'єкти для організації ділового туризму при готелях та інших засобах розміщення, частка яких збільшилася з 32,3% у 2000 р. до 43,9% у 2019 р., або з 536 од. до 2 819 од. Уперше ці заклади отримали лідерську позицію в загальній інфраструктурі для ділових заходів у 2005 р. і відтоді користуються постійно зростаючим попитом.

Як уже було зазначено, основним «постачальником» бізнес-туристів в Європі залишається Німеччина. Щорічно понад 5 млн німців відправляються у бізнес-тури, при цьому 3% із них виїжджають виключно за рубіж, 21% подорожують по своїй країні і за рубіж, 76% здійснюють службові подорожі по Німеччині [2]. Також Німеччина по праву вважається світовою столицею міжнародних ярмарків та виставок. Зокрема, у Німеччині щорічно проводиться близько 150 міжнародних та міжрегіональних ярмарків та виставок (майже дві третини в Європі). У їх числі п'ять із десяти найбільших у світі з обігу ярмарків. Відвідувачі, кількість яких сягає 10 млн, щороку витрачають на ярмарках близько 10 млрд євро. Важливим є те, що сумарний господарський ефект від цих заходів наближається до 25 млрд євро. Близько 50% експонентів і майже 20% відвідувачів прибувають з-за кордону. Для проведення МІСЕ-заходів у країні є понад 11 тис туристичних об'єктів: конгрес-центри, університети, готелі, аеропорти, замки, музеї, монастирі та тематичні парки. Тільки виставково-конгресові заходи забезпечують понад 250 тис робочих місць [9].

Зазначимо, що Україна порівняно з такою розвинутою у сфері бізнес-туризму країною, як Німеччина, має низку проблем, які перешкоджають належному розвитку галузі, зокрема:

- недостатня кількість регіональних та міжнародних аеропортів;

Таблиця 6

Використання інфраструктури для проведення міжнародних бізнес-заходів у 2000–2019 рр.

Бізнес-інфраструктура	2000		2010		2019	
	Кількість об'єктів	%	Кількість об'єктів	%	Кількість об'єктів	%
Об'єкти для ділового туризму при готелях	536	32,3	2236	43,1	2819	43,9
Конференц-центри та виставкові зали	677	40,7	1367	26,3	1456	22,7
Конференц-зали при університетах	295	17,8	1098	21,1	1502	23,4
Інші зали для ділових зустрічей (замки, теплоходи, музеї тощо)	152	9,2	491	9,5	639	10,0
Загалом	1660	100,0	5192	100,0	6416	100,0

Джерело: складено на підставі [13–15]

- нерівномірність розвитку ділового туризму серед різних регіонів;

- недостатня кількість номерів бізнес-категорії у готелях;

- недостатня кількість конференц-центрів у регіонах;

- невідповідність якості обслуговування іноземних клієнтів світовим стандартам;

- недостатнє фінансування з боку держави та інвесторів у зв'язку з нестабільною економічною системою та воєнними діями;

- нестача кваліфікованого персоналу;

- застарілі методи навчання персоналу та відсутність сприятливих умов для закордонного стажування і залучення іноземних фахівців для проведення майстер-класів [6].

Виходячи із цього, до основних пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні необхідно віднести такі:

- створення мережі крупних національних готелів (згодом міжнародних), включаючи готелі високих категорій;

- упровадження та визначення пріоритетів інвестиційної політики (пошук джерел фінансування);

- підвищення рівня інвестиційної привабливості та впровадження податкового стимулювання;

- розроблення програм підготовки висококваліфікованих працівників конференц-сервісу (організація та обслуговування форумів, конференцій, семінарів, конгресів, презентацій тощо) [6];

- розвиток транспортного сполучення;

- установа ділових контактів з іноземними партнерами з ділового туризму (вивчення досвіду розроблення нових програм проведення заходів);

- проведення щорічної міжнародної конференції з розвитку ділового туризму в рамках туристичної виставки-ярмарки із залученням представників міжнародної спільноти, зацікавленої у співпраці;

- розвиток сучасної, потужної інфраструктури для організації різноманітних заходів як у великих містах, так і в регіонах;

- залучення до організації проведення бізнес-заходів об'єктів при готелях та вищих навчальних закладах, а також різноманітних нестандартних майданчиків: теплоходів, музеїв, театрів та кінотеатрів, ресторанних комплексів та банкетних домів, замських засобів розміщення зі стильно обладнаною територією тощо;

- створення конгрес-бюро при державних обласних та міських адміністраціях для активізації процесу з проведення всіх значущих ділових подій.

Реалізація поставлених цілей сприятиме виходу України на інший рівень розвитку ділового туризму на національному та світовому туристичному ринку.

Висновки з проведеного дослідження.

У результаті дослідження, проведеного на підставі вивчення офіційних статистичних даних ІССА, встановлено, що основним макрорегіоном за кількістю здійснених міжнародних бізнес-заходів залишається Європа, проте її частка на ринку ділового туризму продовжує зменшуватися. На другому місці знаходиться макрорегіон АТР, який стабільно нарощує свій потенціал для організації ділових зустрічей та випередив Америку. Частка Африки та Близького Сходу залишається малою.

Основна тематика міжнародних бізнес-зустрічей охоплює багато напрямів, проте найбільш затребуваними є медицина, технології та наука, на які припадає майже половина всіх заходів.

Вивчення складників інфраструктури для проведення міжнародних бізнес-заходів дає змогу стверджувати, що останнім часом найпопулярнішим видом локацій стають об'єкти для ділового туризму, розташовані при готелях, – конференц-зали, які мають бути оснащені відповідно до сучасних вимог проведення конференцій, конгресів, симпозіумів, нарад тощо. Окрім того, збільшується попит на використання конференц-залів при університетах та інших незвичних локацій: замків, теплоходів, музеїв.

Аналіз ключових показників розвитку ділового туризму свідчить, що світовий рейтинг країн за кількістю проведених міжнародних бізнес-заходів очолюють США. До ТОП-десятки лідерів за цим показником потрапили сім європейських країн, одна американська та дві з макрорегіону АТР – Японія і Китай, який зробив величезний стрибок, збільшивши показники 2000 р. у 6,5 рази. Місце України на світовому ринку ділового туризму дотепер залишається незначним. Наша держава посідає 84-ту сходинку, а її частка становить лише 0,11% у світовому масштабі. Моніторинг рейтингу міст за кількістю проведених бізнес-зустрічей показує, що перше місце традиційно належить Парижу, та дає уявлення про появу нових лідерів (Лісабон, Прага, Токіо), які значно поліпшили власні результати, організовуючи з кожним роком усе більше заходів ділової спрямованості. В Україні дотепер тільки два міста – Київ та Львів – беруть участь у бізнес-заходах ІССА; решта, серед яких є міста-мільйонники (Одеса, Харків, Дніпро), не мають навіть конгрес-бюро на своїй території.

Для подолання існуючих проблем у розвитку ділового туризму в Україні взагалі та у проведенні міжнародних бізнес-заходів запропоновано:

- підвищити рівень інвестиційної привабливості у сфері ділового туризму та впровадити податкове стимулювання;

- розробити програми підготовки висококваліфікованих працівників конференц-сервісу з організації та обслуговування форумів, конференцій, семінарів, конгресів, самітів тощо;

- сприяти розвитку транспортного сполучення;
- встановити ділові контакти з іноземними партнерами з ділового туризму (вивчати досвід розроблення нових програм проведення заходів);
- проводити щорічні міжнародні конференції з розвитку ділового туризму в рамках туристичних виставок-ярмарок із залученням представників міжнародної спільноти, зацікавленої у співпраці;
- сприяти розвитку сучасної, потужної інфраструктури для організації різноманітних заходів як у великих містах, так і в регіонах;
- залучати до організації проведення бізнес-заходів об'єкти при готелях та вищих навчальних закладах, а також різноманітні нестандартні майданчики: теплоходи, музеї, театри та кінотеатри, ресторани комплекси та банкетні дома, заміські засоби розміщення зі стильно обладнаною територією тощо;
- створювати конгрес-бюро при державних обласних та міських адміністраціях для активізації процесу з проведення всіх значущих ділових подій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. International Congress and Convention Association. URL: <https://www.iccaworld.org> (дата звернення: 12.11.2020).
2. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51.
3. Безуглий В., Білозоров А. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму в країнах Європейського Союзу. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. № 29. Ч. 1. С. 9–12.
4. Семенов В.Ф., Фадєєва Г.І. Умови та сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі. *Регіональна економіка та управління*. 2017. № 5(18). С. 40–51.
5. Музичка Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка і держава*. 2018. № 1. С. 55–60.
6. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <https://www.tcjnjmy.nayka.com.ua> (дата звернення: 12.11.2020).
7. Нездойминов С.Г., Галасюк С.С. Туристический потенциал Одесской области как фактор трансграничного сотрудничества в еврорегионе «Нижний Дунай». *Buletinul științific al Universității de Stat «Bogdan Petriceicu Hasdeu» din Cahul, Seria «Științe Sociale»*. 2020. Т. 12. № 2. Р. 24–39.
8. Андренко І.Б. Діловий туризм : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ, 2014. 165 с.
9. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Наукові праці*. 2006. Т. 52. № 39. С. 139–143.
10. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67–74.
11. Галасюк С.С., Назаренко А.Р. Складові інфраструктури ділового туризму. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 28.04.2020. Херсон : ФОР В.С. Вишемирський, 2020. С. 126–129.
12. Пандяк І.Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2007. № 34. С. 183–188.
13. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 1999-2008. URL: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_1999-2008.pdf (дата звернення: 19.11.2020).
14. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 2010. URL: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_2010.pdf (дата звернення: 25.11.2020).
15. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 2019. URL: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_2018.pdf (дата звернення: 29.11.2020).

REFERENCES:

1. International Congress and Convention Association. Available at: <https://www.iccaworld.org> (accessed 12 November 2020).
2. Dekhtyar N.A. (2014) Tendentsiyi rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu [Trends in the world market of business tourism]. *Problems of the economy*, vol. 1, pp. 43–51. (in Ukrainian)
3. Bezugly V., Bilozorov A. (2012) Suchasni tendentsiyi rozvytku dilovoho turyzmu v krayinakh Yevropeys'koho Soyuzu [Current trends in business tourism in the European Union]. *Bulletin of Lviv University. Series: International Relations*, vol. 29 (1), pp. 9–12. (in Ukrainian)
4. Semenov V.F., Fadeeva G.I. (2017) Umovy ta suchasni trendy rozvytku dilovoho turyzmu v Ukrayini i sviti [Conditions and current trends in business tourism in Ukraine and the world]. *Regional economy and management*, vol. 5 (18), pp. 40–51. (in Ukrainian)
5. Muzychka E.A., Petrenko V.A. (2018) Stan i tendentsiyi rozvytku dilovoho turyzmu v Ukrayini [Status and trends in business tourism in Ukraine]. *Economy and state*, vol. 1, pp. 55–60. (in Ukrainian)
6. Slivenko V.A., Podorozhko T.O., Shishkina V.B. (2019). Analiz suchasnoho stanu ta priorytetiv rozvytku dilovoho turyzmu v Ukrayini [Analysis of the current state and priorities of business tourism development in Ukraine]. *Efficient economy*, vol. 6. Available at: <https://www.tcjnjmy.nayka.com.ua> (accessed 12 November 2020). (in Ukrainian).
7. Nezdoiminov S.G., Galasyuk S.S. (2020) Turisticheskiy potentsial Odesskoy oblasti kak faktor transgranichnogo sotrudnichestva v yevroregione «Nizhniy Dunay» [Tourism potential of the Odessa region as a factor of cross-border cooperation in the Euroregion «Lower Danube»]. *The scientific bulletin of the State University «Bogdan Petriceicu Hasdeu» from Cahul, Series «Social Sciences»*, vol. 12 (2), pp. 24–39. (in Russian)
8. Andrenko I.B. (2014) Dilovyy turyzm: navchal'nyy posibnyk [Business tourism: a textbook]. Kharkiv: KNYTE. 165 p. (in Ukrainian)

9. Nikitenko S.I. (2006) Dilovyy turizm v Ukraini: problemy ta perspektyvy rozvytku [Business tourism in Ukraine: problems and prospects]. *Scientific works*, vol. 52 (39), pp. 139–143. (in Ukrainian)

10. Titova N.V. (2013) Dilovyy turizm v Ukraini: osnovni problemy rozvytku ta shlyakhy yikhnoho vyrishennya [Business tourism in Ukraine: the main problems of development and ways to solve them]. *Economics and culture management*, vol. 1, pp. 67–74. (in Ukrainian)

11. Galasyuk S.S., Nazarenko A.R. (2020) Skladovi infrastruktury dilovoho turizmu [Components of business tourism infrastructure]. Proceedings of the *Modernization of the economy: modern realities, forecast scenarios and prospects for development* (Ukraine, Kherson, April 28, 2020). Kherson, Vyshemyr'skyy, pp. 126–129. (in Ukrainian)

12. Pandyak I.G. (2007) Suchasnyy stan ta problemy rozvytku infrastruktury dilovoho turizmu v Ukraini [Current state and problems of business tourism infrastructure development in Ukraine]. *Bulletin of Lviv University, series is geographical*, vol. 34, pp. 183–188. (in Ukrainian)

13. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 1999-2008. Available at: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_1999-2008.pdf (accessed 19 November 2020).

14. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 2010. Available at: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_2010.pdf (accessed 25 November 2020).

15. Statistics Report of The International Association Meetings Market – 2019. Available at: https://www.iccaworld.org/cnt/docs/ICCA_Statistics_Report_2018.pdf (accessed 29 November 2020).