

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
світової політики, дипломатії
та туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.


Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: «Розвиток MICE-туризму в Україні: сучасний стан і
перспективи»


Виконала: студентка 4 курсу, групи УТ-41
Спеціальності 242 «Туризм»

Кисляк Вероніка Валеріївна 

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І. 

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Кудінова М.М. 

(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Покоłodна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший
(бакалаврський)
Напрямок підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
та країнознавства
Доц. Парфіненко А.Ю.

“ _____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Кисляк Вероніки Валеріївни

_____ (прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Розвиток МІСЕ-туризму в Україні: сучасний стан і перспективи»

керівник роботи Гапоненко Ганна Ігорівна, к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 02.04.2025 р. № 4002-5/868

Строк подання студентом роботи 12.04.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:
визначити поняття і сутність МІСЕ-туризму; охарактеризувати заходи МІСЕ-туризму; виявити методи дослідження МІСЕ-туризму; дослідити основні світові тенденції розвитку МІСЕ-індустрії; проаналізувати проблеми та бар'єри розвитку МІСЕ-туризму в Україні; виявити основні шляхи розвитку МІСЕ-туризму в Україні.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретико-методологічні основи МІСЕ-туризму
2	Розділ 2. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку МІСЕ-туризму в Україні

5. Дата видачі завдання 02.12.2024 р.

Студент



підпис

В. В. Кисляк
ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

Г. І. Гапоненко
ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Кисляк В. В. «Розвиток МІСЕ-туризму в Україні: сучасний стан і перспективи»

У дипломній роботі досліджується поняття та сутність МІСЕ-туризму як окремого сегменту туристичної індустрії, а також класифікація та особливості проведення основних видів заходів у цій сфері. Визначено сучасні методи дослідження МІСЕ-туризму, що дозволяють оцінити його розвиток та перспективи. Проведено аналіз основних світових тенденцій розвитку МІСЕ-індустрії, що визначають глобальні виклики та можливості галузі. Особлива увага приділена виявленню проблем і бар'єрів, які стримують розвиток МІСЕ-туризму в Україні, зокрема у контексті воєнних та економічних викликів. На основі проведеного аналізу сформовано основні шляхи та рекомендації для подальшого розвитку українського МІСЕ-сектору, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та інтеграцію у світовий ринок ділового туризму. Робота має практичне значення для суб'єктів туристичної індустрії, організаторів заходів і державних структур, зацікавлених у відновленні та розвитку МІСЕ-туризму в Україні.

ANNOTATION

Kysliak V. V. "Development of MICE tourism in Ukraine: current state and prospects"

This thesis investigates the concept and essence of MICE tourism as a distinct segment of the tourism industry, as well as the classification and characteristics of its main event types. Modern research methods for studying MICE tourism are identified, enabling assessment of its development and prospects. An analysis of the key global trends in the MICE industry is conducted, highlighting the challenges and opportunities shaping the sector worldwide. Special attention is given to identifying the problems and barriers hindering the development of MICE tourism in Ukraine, particularly in the context of ongoing military and economic challenges. Based on the analysis, main pathways and recommendations for the further development of Ukraine's MICE sector are proposed, aimed at enhancing competitiveness and integrating into the global business tourism market. The study holds practical significance for tourism industry stakeholders, event organizers, and government bodies interested in the recovery and growth of MICE tourism in Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІСЕ-ТУРИЗМУ	
1.1. Поняття і сутність МІСЕ-туризму: визначення, структура і особливості	5
1.2. Характеристика заходів МІСЕ-туризму.....	13
1.3. Методи дослідження МІСЕ-туризму.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МІСЕ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	25
2.1. Світові тенденції розвитку МІСЕ-індустрії.....	25
2.2. Проблеми і бар'єри розвитку МІСЕ-туризму в Україні.....	35
2.3. Основні шляхи розвитку МІСЕ-туризму в Україні.....	44
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми. У контексті глобальної економіки, де індустрія туризму відіграє вагомий роль у формуванні валового внутрішнього продукту та забезпеченні зайнятості населення, особливої уваги заслуговує сегмент MICE-туризму. Цей вид ділового туризму, що охоплює організацію та проведення зустрічей, заохочувальних поїздок, конференцій та виставок (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), характеризується високою доданою вартістю та значним мультиплікативним ефектом для суміжних галузей економіки.

Україна, володіючи значним природним, культурним та історичним потенціалом, а також достатньою інфраструктурою, має об'єктивні передумови для активізації та подальшого розвитку MICE-туризму. Однак, незважаючи на наявні переваги, потенціал даного сегменту залишається значною мірою нереалізованим, що зумовлює необхідність комплексного наукового дослідження його сучасного стану та визначення перспективних напрямків подальшого розвитку.

Актуальність обраної теми визначається зростаючою конкуренцією на міжнародному ринку ділового туризму, необхідністю підвищення конкурентоздатності України як туристичної дестинації, а також потребою в розробці ефективних стратегій та механізмів стимулювання розвитку MICE-індустрії в національному масштабі.

Дослідження сучасного стану MICE-туризму в Україні, виявлення ключових проблем та визначення перспективних напрямків його розвитку є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

Ступінь вивченості проблеми. Питання теоретичного обґрунтування, комплексного аналізу та оптимізації організації ділового туризму є предметом активних досліджень вітчизняних науковців. Серед провідних фахівців, які вивчали цю проблематику, варто відзначити В.В. Бабарицьку, О.І. Бордун, О.М. Гнатенко, О.Г. Голіченко, О.В. Коломієць, О.О. Любіцеву,

М.П. Мальську, А.Ю. Парфіненка, А.О. Старостіну, Т.І. Ткаченко, І.М. Шамару. Їхні праці охоплюють широкий спектр аспектів, від теоретичних засад до практичних рекомендацій щодо розвитку ділового туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є процес розвитку МІСЕ-туризму.

Предметом дослідження є сучасний стан та перспективи розвитку МІСЕ-туризму в Україні.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану МІСЕ-туризму в Україні, виявлення проблем та обґрунтування перспективних шляхів його подальшого розвитку.

За для досягнення поставленої мети в роботі вирішувались наступні завдання:

- визначити поняття і сутність МІСЕ-туризму;
- охарактеризувати заходи МІСЕ-туризму;
- виявити методи дослідження МІСЕ-туризму;
- дослідити основні світові тенденції розвитку МІСЕ-індустрії;
- проаналізувати проблеми та бар'єри розвитку МІСЕ-туризму в Україні;
- виявити основні шляхи розвитку МІСЕ-туризму в Україні.

У процесі дослідження використовувався комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, включаючи аналіз наукової літератури, статистичний аналіз, порівняльний аналіз, графічний метод дослідження та SWOT-аналіз.

Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел, містить 65 сторінок тексту, 11 рисунків та 20 таблиць. Список використаних джерел містить 66 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІСЕ-ТУРИЗМУ

1.1. Поняття і сутність МІСЕ-туризму: визначення, структура і особливості

Діловий туризм є одним із найважливіших явищ ХХІ століття та займає провідне місце у сфері гостинності. Він значно впливає на імідж і престиж будь-якої країни, сприяючи її міжнародному визнанню. Вивчення цього напрямку є надзвичайно актуальним, оскільки сьогодні він належить до числа найбільш прибуткових секторів світової економіки.

Поняття «діловий туризм» трактується по-різному, проте найбільш поширене визначення зводиться до наступного: це подорожі, що здійснюються з професійною метою. Здебільшого вони охоплюють візити бізнесменів і державних службовців для підписання угод, проведення переговорів, обговорення контрактів, консультування та обміну досвідом [6].

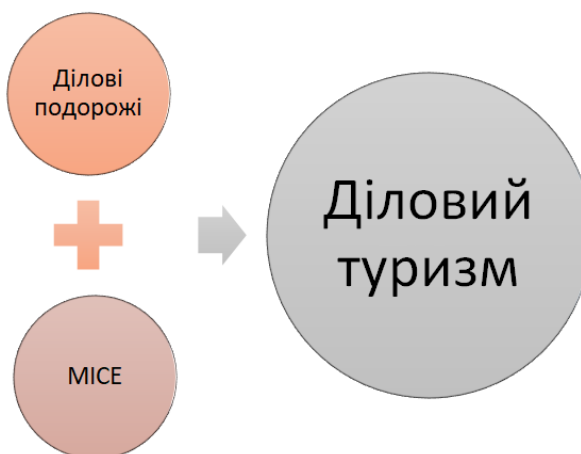


Рис.1.1. Структура поняття діловий туризм

Джерело [6]

Раніше поняття «діловий туризм» здебільшого асоціювалося з можливістю приємно провести час за кошти держави або компанії. Однак ситуація змінилася після кризи 1998 року, коли суттєво скоротилася кількість

поїздок, орієнтованих на відпочинок, а інтерес до організації корпоративних заходів усередині країни помітно зріс.

У країнах пострадянського простору діловий туризм зазвичай не розглядався як сукупність послуг, пов'язаних із поїздками для роботи або участі у професійних заходах. Через це його не завжди виділяють в окремий сегмент туристичної галузі. Водночас у західних країнах саме цей напрям вважається одним із найприбутковіших і найбільш розвинених.

Цікаво, що в англійській мові термін Tourism не використовується стосовно ділових поїздок. Для позначення цього явища існує спеціальне поняття – Business Travel.

Окрім терміна business travel (що означає «ділова подорож»), сьогодні все частіше використовується поняття MICE-туризм. Аббревіатура MICE розшифровується наступним чином: M – Meetings (зустрічі), I – Incentives (заохочувальні заходи), C – Conventions (конференції), E – Exhibitions (виставки).

Таблиця 1.1

Порівняння Business Travel і MICE-туризму

Критерії порівняння	Business Travel	MICE Туризм
1. Надавач послуг	Туристичне агентство	Спеціалізоване агентство
2. Специфіка послуги	Підтримка подорожі без забезпечення її змісту	Посередництво в організації та формуванні програми подорожі
3. Спрямованість послуги	Протокольний захід	На перетині протоколу і внутрішнього PR кампанії
4. Атрибути послуги	Оптимізація витрат на відрядження, дотримання правил організації ділових поїздок, принцип своєчасності	Оптимізація витрат, ті ж атрибути, а також креативність, створення настрою, індивідуальність

Складено автором за матеріалами: [6]

Хоча business travel та MICE-туризм мають багато спільного, вони все ж відрізняються за сутністю. MICE-туризм та business travel мають спільні риси, але відрізняються за рядом характеристик. Для визначення цих

відмінностей використовуються такі критерії, як особливості послуг, їхня спрямованість та основні атрибути (табл. 1.1).

Business travel передбачає організацію ділових поїздок без безпосереднього впливу на їхній зміст. Туристичне агентство надає лише підтримку в логістиці (оформлення віз, бронювання готелів, квитків тощо). У випадку з MICE, організатор не лише забезпечує проведення заходу, а й формує його програму та концепцію.

Business travel зосереджується на ділових поїздках, що здебільшого відносяться до офіційних та протокольних заходів. Натомість MICE поєднує офіційну складову з елементами PR-активностей, залучаючи творчий підхід у плануванні.

До основних характеристик business travel належить оптимізація витрат на відрядження, відповідність корпоративним стандартам та принципу just-in-time. MICE доповнює ці атрибути креативними рішеннями, унікальним підходом до організації та створенням особливої атмосфери заходу.

MICE-туризм охоплює широкий спектр подорожей: індивідуальні та групові ділові поїздки для переговорів, участь у конференціях, презентаціях, ярмарках, спортивних змаганнях та офіційних делегаціях. Одним із його ключових напрямів є інсентив-туризм – мотиваційні подорожі, які компанії використовують як спосіб заохочення своїх співробітників.

Таблиця 1.2

Структура MICE-туризму

Складова MICE-туризму	Опис
Meetings (зустрічі)	Ділові зустрічі, переговори, семінари, що проводяться для обговорення важливих питань або ухвалення стратегічних рішень.
Incentives (інсентив-туризм)	Заохочувальні поїздки для співробітників, партнерів або клієнтів компанії з метою мотивації та підвищення ефективності роботи.
Conferences (конференції)	Масштабні події, що включають виступи спікерів, наукові дискусії, презентації нових ідей та інновацій.
Exhibitions (виставки)	Заходи, присвячені демонстрації товарів, послуг, новітніх розробок, що об'єднують виробників, інвесторів і потенційних клієнтів.

Складено автором за матеріалами: [6]

Для ефективного управління МІСЕ-туризмом його поділяють за різними критеріями:

За кількістю учасників:

- ✓ Індивідуальний – ділова подорож однієї особи.
- ✓ Груповий – поїздки, що передбачають участь кількох осіб або організованої делегації.

За формою організації:

- ✓ неорганізований – відрядження до підприємства чи установи без участі посередників.
- ✓ організований – подорож, пов'язана з участю в заходах МІСЕ, які заздалегідь організовані.

За тривалістю перебування:

- ✓ Короткостроковий – до одного дня (індивідуальні ділові поїздки).
- ✓ Середньостроковий – від 2 до 3 днів (інсентив-туризм, конгрес-туризм).
- ✓ Довгостроковий – понад 3 дні (інсентив-туризм, виставковий туризм).

За географічною віддаленістю:

- ✓ Внутрішній – подорожі в межах країни постійного проживання туриста.
- ✓ Виїзний – поїздки за кордон з метою участі у міжнародних заходах.
- ✓ В'їзний – приїзд іноземних бізнес-туристів до країни проведення заходу.

Оскільки універсальна класифікація МІСЕ-туризму відсутня, запропоновано додатковий поділ за змістовним наповненням заходів:

- ✓ Політичний аспект – державні візити, офіційні зустрічі, міжнародні переговори.
- ✓ Науковий аспект – конгреси, симпозіуми, конференції, наукові форуми, семінари.
- ✓ Комерційний аспект – виставки, ярмарки, бізнес-форуми.

- ✓ Професійний аспект – відрядження з метою професійного розвитку, інсентив-тури, спортивні змагання, гастролі.
- ✓ Суспільний аспект – ділові збори, корпоративні зустрічі, асоціативні заходи.



Рис. 1.2. Класифікація МІСЕ-туризму

Джерело: [5]

За форматом прийому візити поділяються на державні, офіційні, робочі, неофіційні, а також спеціальні запрошення на ювілейні події. Дипломатичні делегації можуть розміщуватися не лише в готелях, а й у спеціалізованих резиденціях або конференц-центрах.

Візити є важливим інструментом міжнародного співробітництва та сприяють реалізації інших видів МІСЕ-туризму, таких як міжнародні конгреси, форуми та галузеві з'їзди.

- ✓ З'їзд – це зібрання представників організацій чи громадських об'єднань, що мають спільні інтереси або цілі. Наприклад, делегати

політичних партій можуть зустрічатися для формування стратегії та вибору керівного складу.

- ✓ Конгрес – масштабна офіційна зустріч, зазвичай міжнародного рівня, що збирає фахівців або представників певної галузі для обговорення актуальних питань.
- ✓ Симпозіум – спеціалізована конференція або наукова дискусія, присвячена конкретній темі. Часто має міжнародний характер і передбачає доповіді експертів, панельні обговорення або неформальні дискусії.
- ✓ Форум – представницький масштабний захід, який об'єднує велику кількість учасників для обговорення важливих питань у певній сфері.
- ✓ Конференція – зустріч представників державних, громадських чи наукових організацій для обміну думками та обговорення спільних проблем.

Міжнародні конференції та конгреси є важливими елементами дипломатії та майданчиками для обговорення глобальних питань. Хоча раніше терміни «конгрес» і «конференція» розглядалися як різні або рівнозначні поняття, нині вони використовуються як синоніми.

Таблиця 1.3

Класифікація конференцій

Критерій класифікації	Види міжнародних конференцій
За предметним змістом	- Політичні - Технічні
За метою	- Дорадчі - Законодавчі - Інформаційні
За формою організації і проведення	- Двосторонні або багатосторонні - Спеціальні або звичайні
За рангом учасників	- Найвищого рівня - Високого рівня - Середнього рівня
За сферою діяльності учасників	- Загальні (генеральні) - Закриті
За оперативною метою проведення	- Дипломатичні або повноважні - Попередні або експертні

Складено автором за матеріалами: [5]

Семинар може бути як груповими практичними заняттями, що проводяться викладачем у вищому навчальному закладі, так і

спеціалізованими заняттями чи гуртками для професійної підготовки, наприклад, для підвищення кваліфікації.

Таблиця 1.4

Характеристика видів семінарів

Вид семінару	Характеристика
Семінар запитань і відповідей	Обговорення відбувається у форматі питань від учасників і відповідей експертів.
Семінар-розгорнута бесіда	Вимагає ретельної підготовки учасників з теми, що розглядається.
Семінар з усними відповідями	Передбачає відповіді учасників із подальшим їх обговоренням.
Семінар-дискусія (круглий стіл)	Дискусійний формат за участі всіх учасників.
Семінар з оцінкою рефератів	Учасники готують реферати, які аналізуються та обговорюються.
Семінар-конференція	Має формат конференції, де учасники презентують свої дослідження.
Семінар-розв'язання проблемних завдань	Фокус на вирішенні конкретних проблем або кейсів.
Семінар-заняття на виробництві	Проводиться безпосередньо у виробничих умовах.
Семінар-прес-конференція	Включає елементи прес-конференції з представниками ЗМІ.
Семінар-"мозкова атака"	Використовує метод генерації ідей у колективній роботі.
Спеціальні семінари	Орієнтовані на вузьку спеціалізацію та конкретні теми.
Наукові семінари за фахом	Присвячені науковим дослідженням у певній галузі.

Складено автором за матеріалами: [5]

Збори – це зустріч групи осіб, об'єднаних спільною метою, або засідання членів будь-якої організації.

Зустріч – це збір, що організовується з метою познайомитися або провести бесіду з іншою особою.

Виставка – це захід, основною метою якого є надання потенційним клієнтам повної інформації через демонстрацію засобів, доступних суспільству для задоволення потреб у різних сферах діяльності або в контексті його майбутніх перспектив.

Ярмарок – це економічна виставка зразків, що, відповідно до звичаїв країни проведення, є значним ринком товарів чи послуг, який діє в обмежений час і в одному місці. Експоненти можуть представляти зразки

своєї продукції для укладання торгових угод як на національному, так і на міжнародному рівні.

Таблиця 1.5

Класифікація виставково-ярмаркових заходів

Ознака класифікації	Категорії
1. За метою проведення	Торгові, Інформаційно-ознайомлювальні
2. За частотою проведення	Періодичні, Щорічні, Сезонні
3. За характером пропозиції експонатів	Універсальні, Багатогалузеві, Галузеві, Спеціалізовані
4. За складом учасників	Регіональні, Міжрегіональні, Національні, Міжнародні

Складено автором за матеріалами: [5]

MICE-туризм суттєво відрізняється від традиційного відпочинкового туризму. Його основними характеристиками є:

- Високий рівень організації: кожен захід потребує детального планування, координації та професійного супроводу.
- Цільова аудиторія: учасниками є представники бізнесу, наукової сфери, державних структур та інших організацій.
- Економічний вплив: MICE-туризм сприяє розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та залученню іноземних інвестицій.
- Взаємодія з іншими секторами: галузь тісно пов'язана з готельним бізнесом, транспортними послугами, ресторанним сервісом та медіа.

MICE-туризм є перспективним сегментом індустрії гостинності, який сприяє розвитку міжнародних зв'язків, стимулює економіку та підвищує імідж країн як бізнес-центрів світового рівня.

Класифікація MICE-туризму є важливою для розвитку готельного бізнесу. Знання структури ділового сегмента клієнтів готелів дозволяє точно визначити потреби цього сегмента, спрямувати на нього свої послуги та оптимізувати процес сегментації споживачів. На сьогоднішній день ділові туристи є найбільш поширеною категорією постояльців у готельних закладах. MICE-туризм активно використовується для заохочення співробітників у багатьох країнах. Важливим джерелом доходів для готелів є не лише розміщення ділових туристів, але й надання приміщень для

проведення різноманітних заходів, таких як конференції, семінари, виставки, навчальні заняття і презентації.

1.2. Характеристика заходів МІСЕ-туризму

МІСЕ-туризм має тісний зв'язок з дипломатичними відносинами, оскільки є важливим інструментом для розвитку міжнародних зв'язків і сприяє налагодженню дипломатичних відносин між державами, урядами та міжнародними організаціями.

МІСЕ-туризм часто включає проведення міжнародних конференцій, форумів, самітів і зустрічей на найвищому рівні, де обговорюються важливі питання зовнішньої політики, економіки, безпеки та культури. Такі заходи стають важливими майданчиками для дипломатичних переговорів, укладення угод, обміну досвідом та досягнення міжнародних домовленостей.

Багато дипломатичних візитів супроводжуються участю в МІСЕ-заходах. Наприклад, конференції та виставки можуть бути використані як частина візитів на найвищому рівні, під час яких лідери держав або урядів мають можливість вести неформальні переговори, обговорювати питання економічного співробітництва або вирішення глобальних проблем.

Оскільки МІСЕ-туризм часто включає офіційні заходи, то протокольна практика, що супроводжує проведення таких зустрічей, є важливою частиною дипломатії. Підготовка до таких заходів, організація високопрофесійних зустрічей, дотримання міжнародних стандартів ввічливості та дипломатичних процедур сприяють покращенню взаєморозуміння між країнами.

Міжнародні конференції та виставки, організовані в рамках МІСЕ-туризму, сприяють залученню делегацій з різних країн, що створює додаткові можливості для дипломатичних контактів. Це також допомагає посилити культурні, економічні та наукові зв'язки між країнами.

Важливим аспектом є те, що МІСЕ-туризм також може бути важливим інструментом для економічної дипломатії. Організація міжнародних заходів в різних країнах приносить значні економічні вигоди, включаючи залучення інвестицій, розвиток інфраструктури та підтримку бізнес-стосунків між країнами.

Організація великих міжнародних заходів, таких як конференції, саміти та виставки, дозволяє країнам зміцнювати свій міжнародний імідж, підвищувати авторитет на світовій арені та просувати національні інтереси. Це є важливою частиною дипломатичної стратегії будь-якої держави.

МІСЕ-туризм не лише сприяє розвитку бізнесу та туризму, але й є важливим інструментом дипломатії, сприяючи розвитку міжнародних відносин на всіх рівнях.

Кожна країна має свою класифікацію візитів, що базується на національних особливостях. Однак, в загальному, можна виділити такі основні види візитів:

1. Державний візит
2. Офіційний візит
3. Робочий візит
4. Зустріч "без краваток"
5. Неофіційний візит
6. Візит проїздом
7. Візит з нагоди святкових чи ювілейних заходів

Кожен з цих візитів має свої протокольні особливості, залежно від рівня та характеру події. При плануванні візиту важливо враховувати такі фактори, як дата прибуття або від'їзду, вихідні чи святкові дні, а також участь у протокольних заходах дружин офіційних осіб. Визначення чисельності делегації також зазвичай не обмежується, і питання безпеки та обслуговування розв'язуються заздалегідь.

Конгресна діяльність – діяльність, орієнтована на проведення і обслуговування конгресів, симпозіумів, з'їздів, конференцій і т.п. На частку

конгресів і конференцій доводиться близько 65% загальної кількості бізнес-мандрівників.

Термін «конференція» визначається по-різному. Так, Британська туристська асоціація під конференцією розуміє ділові зустрічі за межами офісу, що тривають не менше 6 годин за участю не менше 15 людей. У «Великому глосарії термінів міжнародного туризму» під конференцією розуміють «збори представників різних організацій для обговорення яких-небудь питань і проблем».

Таблиця 1.6

Класифікація конференцій за різними критеріями

Критерії класифікації	Підкатегорії
Статус учасників	- Урядові- Неурядові
Охоплення учасників	- Універсальні (можуть брати участь представники будь-якої країни світу)- Регіональні (учасники – країни певного регіону)
Цілі скликання	- Мирні- Політичні- Економічні- Екологічні- Дипломатичні- Змішані

Складено автором за матеріалами: [14]

Єдиних, незмінних правил процедури для проведення конференцій не вироблено, але дипломатична практика привела до деяких умовно стійких норм у цій сфері багатобічних міждержавних відносин.

Семінар – групові практичні заняття для підвищення кваліфікації; вид навчальних занять, обговорення учнями (слухачами) під керівництвом викладача підготовлених ними повідомлень або доповідей; лекція, що супроводжується обміном думок учасників.

Корпоративний конгрес – «конгрес, проведений компанією, корпорацією, для якого типова обов'язковість присутності членів корпорації». Виділяють два типи корпоративного конгресу: великі конгреси і малі збори. Основними цілями поїздки в цьому випадку є: зустрічі з питань маркетингу і продажів, по впровадженню нового продукту, кадровим питанням і т.п. Число учасників може коливатися від 20 до 250. Це найбільший за обсягом

сектор ділових поїздок на конгреси, конференції, з'їзди, саміти і т.д. (73-75%).

Асоціаційний конгрес – «конгрес, проведений асоціацією, для якого характерна добровільність присутності, участі». Цей сектор займає за обсягом проведених заходів близько 14-15%. Число учасників подібних заходів може досягати до 2 тисяч людей. Конгреси і конференції, проведені за участю урядових структур, займають близько 12% заходів.

Симпозіум – зустрічі, що супроводжуються бесідами в невимушеній обстановці, де можуть бути представлені повідомлення на певні тематики. Сучасні терміни "виставка" та "ярмарок" часто сприймаються як синоніми, оскільки вони мають схожі риси, такі як обмежена тривалість, адресність для організованого ринку, а також періодичність проведення в певних місцях. Однак між ними існує суттєва різниця, головним чином організаційного характеру.

Згідно з визначенням Міжнародного бюро виставок, виставка – це захід, основною метою якого є інформування публіки через демонстрацію засобів, доступних людству для задоволення потреб в різних сферах діяльності або показ перспектив розвитку в цих сферах.

В свою чергу, ярмарок, за визначенням Спілки міжнародних ярмарок, являє собою економічну виставку, де експоненти демонструють зразки продукції для укладання торгових угод на національному чи міжнародному рівнях у строго визначений час і в конкретному місці.

Виставково-ярмаркові заходи можуть бути класифіковані за такими ознаками:

1. Мета проведення: торгівельні, інформаційно-ознайомлювальні;
2. Частота проведення: періодичні, щорічні, сезонні;
3. Характер пропозицій: універсальні, багатогалузеві, галузеві, спеціалізовані;
4. Склад учасників: регіональні, міжрегіональні, національні, міжнародні.

Участь у виставково-ярмаркових заходах пов'язана з певними витратами та вигодами, що можна подати у вигляді матриці прибутку на інвестований капітал.

Таблиця 1.7

Витрати та вигода від участі у виставково-ярмаркових заходах

Вхід (витрати)	Вихід (користь)
Оренда площ (стенду)	Прямий контакт з покупцями
Оплата команди стенду	Орієнтація на ринку
Виставкові зразки	Залучення більшої уваги
Транспортування	Демонстрація продукту
Квитки, витрати на відрядження	Нові партнери, агенти, дистриб'ютори
Готель, розміщення	Підтримка існуючих контактів
Витрати часу	Можливість спостереження за конкурентами
Відсутність в офісі	Потенціал для суспільних відносин
Зусилля для оцінки	Наявність маркетингової інформації
Спеціальні ціни для продажу	Нові продукти, модифікація існуючих продуктів
Підготовчі роботи	Аналіз сегменту ринку
Інформація клієнтам (агентам)	Контакти з пресою
Прес-інформація	Усвідомлення стратегічних відхилень

Складено автором за матеріалами: [14]

Науковці, що досліджують виставково-ярмаркову діяльність, виділяють кілька етапів цієї роботи:

1. Прийняття рішення про участь у виставці;
2. Визначення мети участі;
3. Вибір конкретної виставки;
4. Підготовчий період;
5. Робота під час виставки;
6. Аналіз результатів участі.

Заохочувальний туризм є сучасним інструментом мотивації для співробітників компаній і підприємств, який використовують поряд з традиційними формами стимулювання, такими як грошові премії чи дотації на покупку товарів. Інсенсив-тури мають низку відмінностей порівняно з звичайними подорожами:

1. Ці тури зазвичай плануються заздалегідь, часто за 1-2 роки до їх проведення, оскільки програма заохочень фірми розрахована на тривалий період.
2. Тур організується таким чином, щоб учасники не мали турбот, пов'язаних із підготовкою або проведенням поїздки. Учасники інсентив-турів є дуже вимогливими щодо якості обслуговування.
3. Такі поїздки, як правило, плануються на період міжсезонням – з жовтня по квітень (за винятком святкових періодів, таких як Різдво та Новий рік).
4. 90% співробітників, що отримують туристичні поїздки як винагороду, зазвичай подорожують разом з партнерами.
5. У програму таких поїздок часто включаються ділові заходи, презентації, обмін досвідом та навчання.

Інсентив-поїздка є важливим інструментом управлінського менеджменту, використовуваним для стимулювання продуктивності співробітників. Багато компаній вважають туристичні поїздки одним з найефективніших методів заохочення.

При виборі напрямку для інсентив-туру враховуються такі фактори:

1. Ціна поїздки повинна відповідати якості послуг.
2. Туристичний центр має бути популярним, привабливим і пропонувати цікаву програму.
3. Наявність висококласних готелів, ресторанів, спортивних та медичних послуг, розваг, а також можливість для покупок.
4. Зручні транспортні зв'язки на всьому маршруті.
5. Вигідний обмінний курс валют на місці.
6. Надійна туристична фірма, яка може організувати високоякісне обслуговування.

Основною формою подорожей в інсентив-туризмі є груповий туризм, на який припадає понад 70% усіх поїздок. Близько 30% поїздок

організуються для індивідуальних учасників або невеликих груп. Тривалість інсентив-турів зазвичай складає 5-6 днів.

Експерти прогнозують значне зростання інсентив-туризму, вважаючи його основним інструментом заохочення працівників у майбутньому. Для туристичних фірм і готелів важливо залучати туристів, які подорожують по інсентив-турам, оскільки ця категорія приносить високі доходи.

Кожен з напрямків MICE-туризму має важливе значення для ефективної організації ділових подорожей та розвитку бізнесу. Виставки і ярмарки є чудовими платформами для демонстрації нових продуктів і технологій, створення нових контактів і можливостей для укладання угод. Вони не лише сприяють збільшенню обсягу продажів, а й підвищують впізнаваність компанії на ринку.

Конференції та симпозиуми дають можливість обговорювати актуальні питання, вчитися новому, обмінюватися досвідом та залучати експертів з різних країн. Це важливі події для фахівців, що працюють у різних сферах, адже на таких заходах формуються нові знання і розвиваються професійні зв'язки.

Корпоративні заходи, зокрема збори та тренінги, дають можливість компаніям підтримувати командний дух, мотивувати співробітників і забезпечувати навчання та розвиток персоналу. Така активність безпосередньо впливає на підвищення продуктивності праці та ефективності роботи.

З іншого боку, інсентив-туризм має потужний мотивуючий ефект, оскільки він не лише надає співробітникам можливість відпочити, а й виступає як інструмент заохочення за досягнуті результати. Цей тип туризму дозволяє підтримувати високий рівень лояльності серед співробітників і створює здорову конкурентну атмосферу.

Всі ці заходи об'єднуються однією метою – сприяти розвитку бізнесу, підвищенню ефективності роботи та залученню нових

можливостей для співпраці, що є важливими для успішного функціонування компаній на міжнародній арені.

1.3. Методи дослідження МІСЕ-туризму

Дослідження в області МІСЕ-туризму вимагає застосування різноманітних методів, що дозволяють комплексно оцінити усі аспекти цієї сфери. Одним з основних методів є аналіз вторинних даних, коли використовуються вже існуючі звіти, дослідження, статистичні дані та документи з різних джерел, таких як туристичні асоціації, урядові установи чи міжнародні організації. Це дозволяє отримати загальну картину розвитку МІСЕ-туризму на міжнародному рівні та в окремих країнах.

Інтерв'ю з експертами та представниками компаній, що організовують МІСЕ-заходи, також є важливим методом дослідження. Вони дають можливість зібрати інформацію про актуальні тенденції, вимоги ринку, а також фактори, що впливають на вибір місць проведення заходів і типи програм для учасників.

Один із популярних методів – це анкетування учасників МІСЕ-заходів. За допомогою анкет можна отримати безпосередній зворотний зв'язок від учасників, що дозволяє визначити рівень задоволення від організації, що їх зацікавило найбільше, а що потребує покращення. Це також дозволяє виявити фактори, які роблять подорож комфортною або навпаки, що може вплинути на наступний вибір напрямку для подібних заходів.

Також важливим є метод спостереження за організацією заходів. Це може бути як безпосереднє спостереження за процесами організації, так і аналіз публічних даних, новин і відгуків від учасників після завершення події.

Метод порівняльного аналізу дозволяє вивчати різні регіони чи країни з точки зору їхньої привабливості для проведення МІСЕ-заходів, враховуючи

інфраструктуру, рівень сервісу та цінову політику. Це допомагає оцінити конкурентоспроможність різних локацій на ринку МІСЕ-туризму.

Для дослідження МІСЕ-туризму необхідно поєднувати кілька методів, що дозволяють всебічно оцінити як вимоги учасників, так і тенденції розвитку цієї сфери на глобальному та локальному рівнях.

Для більш глибокого дослідження МІСЕ-туризму використовується низка методів, які дають змогу оцінити різні аспекти цієї сфери.

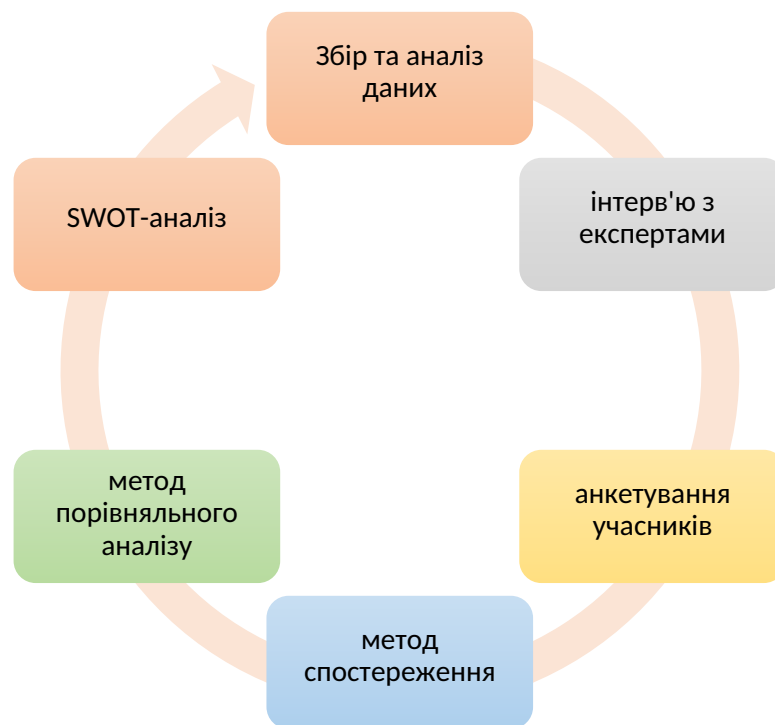


Рис. 1.3. Методи дослідження МІСЕ-туризму

Складено автором за матеріалами: [12]

Аналіз вторинних даних. Цей метод полягає в зборі та аналізі вже наявної інформації з різних джерел, таких як статистичні звіти, дослідження, публікації від міжнародних організацій, урядів, туристичних асоціацій тощо. Застосування цього методу дозволяє визначити загальні тренди в МІСЕ-туризмі, дізнатися про популярність різних напрямків, типи заходів, та їх вплив на економіку.

Таблиця 1.7

Характеристика критеріїв збору та аналізу даних

Критерії	Опис
Джерела інформації	Офіційні звіти, статистичні дані, дослідження асоціацій, міжнародні організації
Актуальність	Дані повинні бути актуальними, із зазначенням року збору інформації
Вірогідність	Надійність джерел, незалежність від організацій з певними інтересами
Обсяг інформації	Велика кількість даних для формування точних висновків

Складено автором за матеріалами: [12]

Інтерв'ю з експертами. Інтерв'ю з фахівцями та представниками компаній, які займаються організацією МІСЕ-заходів, допомагають отримати безпосередній погляд на поточну ситуацію в індустрії. Це дозволяє дізнатися про практичні аспекти організації таких подій, зокрема про вимоги до місць проведення, вибір програм, технології організації.

Таблиця 1.8

Характеристика проведення інтерв'ю з експертами

Критерії	Опис
Кількість респондентів	Кількість експертів, з якими проводяться інтерв'ю (чим більше, тим точніші результати)
Якість запитань	Грамотно сформульовані запитання для отримання якісної та деталізованої інформації
Експертність респондентів	Професіоналізм респондентів та їхній досвід у галузі МІСЕ-туризму
Співвідношення теорії та практики	Співвідношення загальних теоретичних знань та практичного досвіду

Складено автором за матеріалами: [13]

Анкетування учасників МІСЕ-заходів. Анкетування є ефективним методом отримання зворотного зв'язку від учасників заходів. За допомогою анкет можна визначити рівень задоволення учасників, їхні вимоги до

організації, аспекти, які потребують поліпшення, та переваги різних типів МІСЕ-заходів.

Таблиця 1.9

Характеристика методу анкетування учасників МІСЕ-заходів

Критерії	Опис
Розмір вибірки	Кількість учасників, які заповнили анкети, має бути достатньою для статистичної значущості
Типи запитань	Закриті, відкриті запитання для збору кількісних і якісних даних
Анонімність	Для забезпечення чесних і неприкрашених відповідей важливо забезпечити анонімність
Оцінка якості	Можливість оцінити різні аспекти організації та якості сервіс

Складено автором за матеріалами: [12]

Спостереження за організацією заходів. Метод спостереження дозволяє безпосередньо оцінити процеси організації та проведення МІСЕ-заходів. Це може включати спостереження за роботою організаторів, інфраструктурою, якістю обслуговування та реагуванням учасників на різні аспекти заходу.

Таблиця 1.10

Характеристика методу спостереження

Критерії	Опис
Наявність кваліфікованих спостерігачів	Спостерігачі повинні мати досвід і розуміння організації подібних заходів
Інфраструктура та обслуговування	Якість послуг, зручність локацій, рівень технічного оснащення
Аналіз взаємодії учасників	Спостереження за тим, як учасники взаємодіють із заходом, іншими учасниками
Оцінка ефективності організації	Чи все відбувається згідно плану, чи виникають проблеми, як їх вирішують

Складено автором за матеріалами: [12]

Порівняльний аналіз. Цей метод включає порівняння різних регіонів або країн на основі їх привабливості для проведення МІСЕ-заходів. Основними критеріями є інфраструктура, рівень сервісу, ціни, можливості для проведення різноманітних заходів, наявність міжнародного зв'язку та зручність для подорожуючих.

Таблиця 1.11

Характеристика методу порівняльного аналізу

Критерії	Опис
Інфраструктура	Якість готелів, конференц-центрів, доступність транспортних шляхів
Ціни	Вартість організації заходу та участі в ньому в порівнянні з іншими регіонами
Рівень сервісу	Якість обслуговування в готелях, на заходах, а також технічне забезпечення
Доступність	Зручність транспортних зв'язків, наявність міжнародних аеропортів

Складено автором за матеріалами: [12]

Експертна оцінка та SWOT-аналіз. Цей метод передбачає використання SWOT-аналізу для оцінки поточної ситуації в сфері МІСЕ-туризму в окремих країнах чи містах. SWOT-аналіз дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, пов'язані з МІСЕ-туризмом.

Таблиця 1.12

Характеристика побудови SWOT-аналізу

Критерії	Опис
Сильні сторони	Природні та економічні переваги для проведення МІСЕ-заходів
Слабкі сторони	Недоліки інфраструктури або обслуговування
Можливості	Тенденції, що створюють нові перспективи для розвитку МІСЕ-туризму
Загрози	Ризики, які можуть негативно вплинути на розвиток цього напрямку

Складено автором за матеріалами: [13]

Комбінування різних методів дозволяє отримати всебічне уявлення про стан МІСЕ-туризму, оцінити вплив різних чинників та спрогнозувати розвиток цієї сфери. Кожен з методів має свої переваги і недоліки, але їх використання в комплексі допомагає забезпечити більш точні і надійні результати.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ MICE-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Світові тенденції розвитку MICE-індустрії

Сьогодні все більшого поширення набуває термін-аббревіатура MICE, яка найточніше відображає структуру цього сегмента туризму. Поняття MICE-туризму увійшло в науковий обіг у 1970–1980-х роках, що було зумовлено глобалізацією світової економіки.

Останнім часом на заміну терміну MICE все частіше використовують поняття «індустрія зустрічей» або «індустрія заходів». Цей напрям охоплює значну частину світових ділових поїздок, оскільки у кожній галузі регулярно проводяться різноманітні бізнес-зустрічі та події. Основна мета таких заходів – створення можливостей для професійного нетворкінгу, просування інновацій та стимулювання розвитку.

Традиційно MICE був орієнтований переважно на ділові події. Проте сучасні тенденції свідчать про інтеграцію дозвіллевих елементів, таких як концерти, фестивалі чи розважальні шоу, у масштабні бізнес-заходи. Це дозволяє підвищити залученість учасників та зробити подію більш пам'ятною.

У 2024 році індустрія MICE зосереджується на гнучкості, інноваціях і сталому розвитку. Однією з ключових тенденцій є поєднання традиційних та гібридних форматів заходів, що дозволяє організаторам ефективніше залучати учасників. Після пандемії посилюється увага до цифрових технологій, заходів безпеки та екологічної відповідальності, що визначатиме розвиток галузі у 2025 році. Очікується, що до 2032 року ринок MICE досягне обсягу 1 932,73 млрд доларів США. Попри цифровізацію, живе спілкування залишається важливим елементом успішних заходів.

Global MICE Industry Market Size & Forecast, by Region, 2021-2031 (\$Billion)

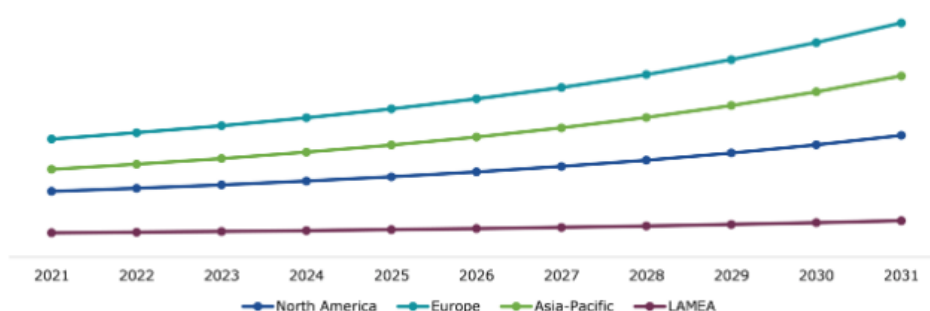


Рис.2.1. Динаміка розвитку МІСЕ-індустрії за регіонами світу [56]

У 2024 році основні пріоритети МІСЕ-індустрії включають екологічну відповідальність, адаптивність та технологічні нововведення. Організатори заходів прагнуть створювати унікальні та пам'ятні події, використовуючи персоналізацію, сучасні цифрові інструменти та підвищені стандарти безпеки.

Таблиця 2.1

Поточний стан та характеристика розвитку МІСЕ-індустрії в світі за регіонами

Регіон	Поточний стан ринку (2024)	Прогнозований ріст (2024-2030)	Ключові фактори розвитку
Північна Америка	Лідер у сфері МІСЕ, значний обсяг інвестицій, високий рівень цифровізації	Середній ріст (7-8% CAGR)	Інноваційні технології, персоналізація заходів, розвиток стійких ініціатив
Європа	Розвинена МІСЕ-інфраструктура, активна підтримка урядів	Помірний ріст (6-7% CAGR)	Зелений туризм, гібридні заходи, активний розвиток міжнародних конференцій
Азійсько-Тихоокеанський регіон (АРАС)	Найшвидше зростаючий ринок, великий попит на міжнародні події	Високий ріст (9-10% CAGR)	Економічне зростання, урбанізація, збільшення корпоративних подорожей
Близький Схід та Африка (МЕА)	Активний розвиток МІСЕ-інфраструктури, зростаючий ринок	Високий ріст (10-12% CAGR)	Інвестиції в готельний сектор, урядові ініціативи, залучення міжнародних заходів
Латинська Америка	Повільне, але стабільне зростання, зростаючий інтерес до МІСЕ	Низький ріст (5-6% CAGR)	Покращення інфраструктури, залучення міжнародних компаній, розвиток внутрішнього туризму

Складено автором за матеріалами: [56]

Лідерами MICE-індустрії залишаються Північна Америка та Європа, які стабільно розвивають екосистему ділових заходів.

Найбільший потенціал мають Азія та Близький Схід, завдяки економічному зростанню та великим державним інвестиціям у сектор.

Латинська Америка розвивається повільніше, але має перспективи завдяки покращенню інфраструктури та залученню міжнародних заходів.

Очікується, що ринок MICE-туризму США буде зростати зі швидкістю 7,8% у період 2024–2030 років.

Європейській регіон утримує понад 50% світової частки ринку завдяки високій активності бізнес-подорожей.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон у 2023 році забезпечив 22,86% глобального доходу. Найшвидші темпи зростання демонструє Індія (CAGR понад 13% до 2030 року).

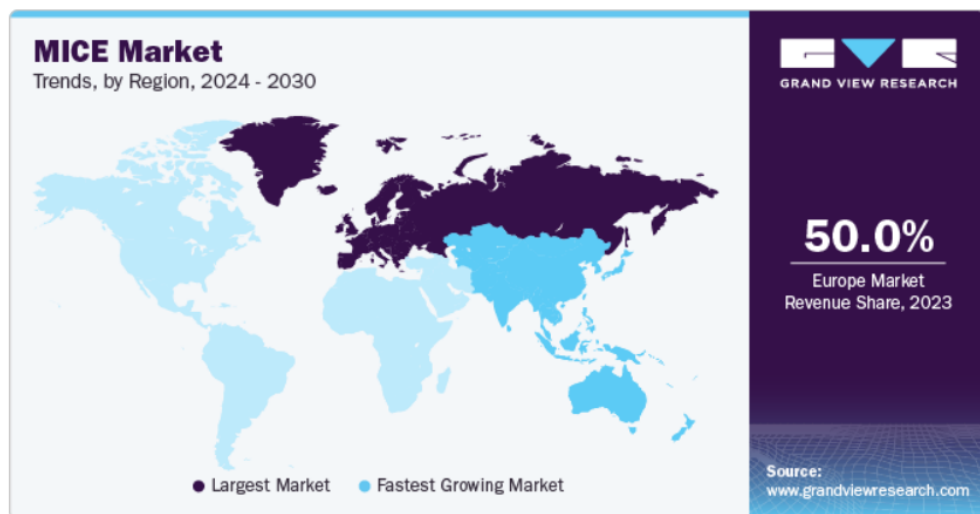


Рис. 2.2. Розвиток ринку MICE-туризму за регіонами світу [62]

Європа, хоча й залишається світовим лідером за кількістю прибуттів та обсягами витрат у сфері ділового туризму, поступово втрачає свої домінуючі позиції на цьому ринку. Статистичні дані свідчать, що темпи зростання цього сегмента в Європі поступаються іншим регіонам світу, причому відставання стає все більш помітним.

Ця тенденція значною мірою зумовлена економічними викликами, які змушують компанії оптимізувати витрати. Бізнеси дедалі частіше об'єднують

кілька відряджень в одну поїздку, використовують альтернативні (часто безкоштовні) засоби зв'язку для вирішення робочих питань, обирають більш доступні варіанти розміщення та шукають квитки за зниженими цінами.

Водночас американські компанії, навіть у періоди економічної нестабільності, продовжували збільшувати фінансування ділових поїздок. Вони скорочували витрати на дозвілля та розважальні заходи для бізнесменів, але водночас вкладали більше коштів у ключові аспекти ділового туризму.

Очікується, що протягом наступного десятиліття основними напрямками для ділового туризму стануть країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, які демонструють динамічний розвиток і все більше приваблюють міжнародний бізнес.

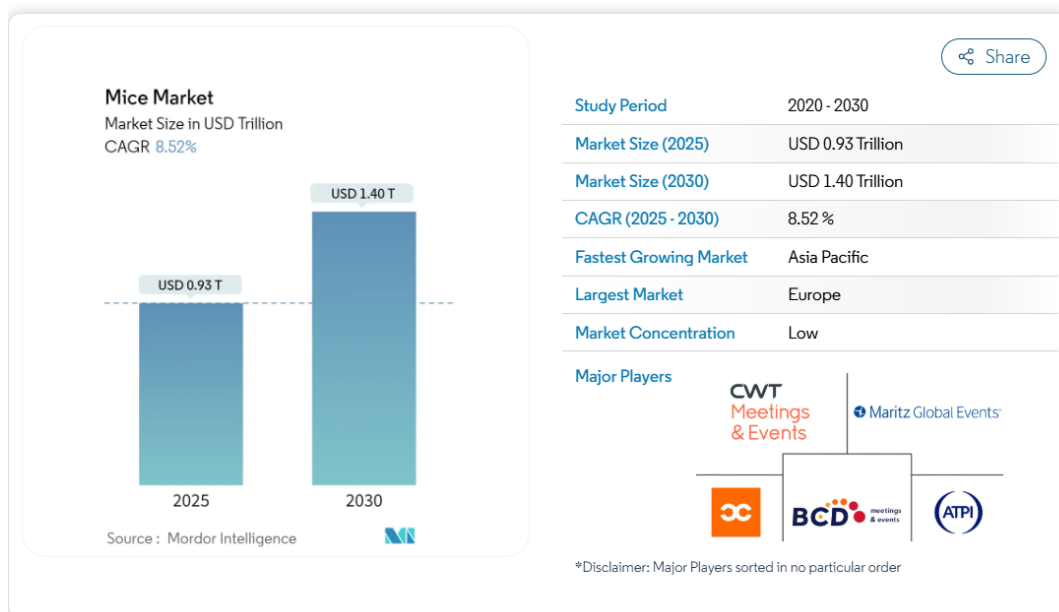


Рис. 2.3. Прогноз розвитку ринку MICE-туризму до 2030 р. [62]

Використання новітніх технологій стало визначальним фактором у трансформації MICE-індустрії. Перехід до гібридних та віртуальних форматів сприяв оптимізації витрат і розширенню аудиторії. Особливо це стало актуальним під час пандемії COVID-19, коли проведення заходів в онлайн-форматі було єдиним варіантом. З урахуванням досвіду пандемії, MICE-індустрія розробила ефективні стратегії реагування на кризові

ситуації. Віртуальні та гібридні заходи залишаються популярними, оскільки забезпечують стабільність проведення подій навіть у періоди невизначеності.

Дослідження підтверджують, що розвиток та практика організації MICE-туризму у світі демонструють активну участь різних суб'єктів цього ринку. До них належать спеціалізовані MICE- та івент-агентства, конгрес-бюро, виставкові центри та локації для корпоративних заходів, які можуть функціонувати як у державному, так і в приватному секторі.



Рис. 2.4. Глобальна частка ринку MICE за типом заходів у %, 2023 р. [62]

Для ефективної організації та обслуговування корпоративних подорожей і масштабних заходів у сфері MICE-туризму необхідна відповідна інфраструктура. Вона охоплює конференц- та виставкові центри, бізнес-готелі з відповідними зручностями, бізнес-авіацію, міжнародні платіжні системи, сучасні цифрові технології, високий рівень сервісу та транспортну логістику. Важливими факторами також є історико-культурні пам'ятки, природні ресурси, наявність прямих авіарейсів та конвеншн-бюро. Таке комплексне поєднання дозволяє створити комфортні умови для учасників ділових поїздок, де вони можуть ефективно працювати та відпочивати. До ключових вимог бізнес-готелів належить їх зручне розташування, найчастіше в центрі міста, а також наявність сучасних конференц-залів, оснащених необхідною технікою.

Щоб сприяти розвитку MICE-туризму, у багатьох країнах створюються конвеншн-бюро (Convention Bureau) – спеціалізовані організації, що можуть працювати як у комерційному, так і в некомерційному форматі. Їхня основна мета – просування міст і регіонів як привабливих локацій для міжнародних конгресів, конференцій та бізнес-зустрічей. До ключових завдань конвеншн-бюро належать участь у тендерах, координація заходів, забезпечення логістики та створення професійної платформи для проведення бізнес-заходів.

Готелі, які регулярно приймають бізнес-мандрівників, повинні забезпечити їм максимально зручні умови для роботи та відпочинку. Такий гість фактично потребує міні-офісу у своєму номері: просторого робочого столу з якісним освітленням, зручного доступу до електромережі, швидкісного інтернету та Wi-Fi, а також багатофункціонального телефону для оперативного зв'язку. За запитом гостя в номер може бути встановлений індивідуальний факс, що значно спрощує ділову комунікацію.

Водночас комфорт у побутовому плані відіграє не менш важливу роль. Бізнес-туристи мають бути добре відпочилими, виглядати презентабельно та не витрачати час на дрібні побутові клопоти, такі як пошук прасувальної кімнати. Тому в оснащення номерів часто входять праски, гладильні дошки, кавоварки, електрочайники. У готелях преміум-класу такі послуги зазвичай забезпечує персонал, знімаючи з гостей необхідність займатися цими питаннями самостійно.

Для того щоб максимально відповідати потребам ділових туристів, готелі формують індивідуальні профілі гостей. Цікаво, що традиційний образ бізнес-мандрівника – це чоловік середнього віку, з вищою освітою, який займає керівну посаду і добре володіє англійською. Відповідно, багато послуг та зручностей орієнтовані саме на чоловічу аудиторію. Проте сучасні тенденції змінили ситуацію – все більше жінок займає керівні позиції та подорожує з діловими цілями. Це змусило готелі швидко адаптувати свої пропозиції, додавши до стандартного оснащення фени, набори косметичних

засобів для догляду за волоссям та тілом, можливість користування послугами спа-салонів.

Задовольняти потреби бізнес-мандрівників намагаються не лише готелі, а й авіакомпанії. Наприклад, вони оптимізують розклади авіарейсів, пропонуючи нічні перельоти, що дозволяє пасажиром ефективніше планувати свій робочий графік.

Також на цей сегмент орієнтуються страхові компанії, розробляючи спеціальні програми для учасників ділових заходів. Особливо актуальним стало страхування від скасування подій, що покриває ризики, пов'язані з епідеміями, стихійними лихами, перебоями в енергопостачанні, політичними заворушеннями або страйками персоналу. Це забезпечує бізнес-туристам додаткову впевненість у фінансовій стабільності поїздки.

Зростає роль мобільних додатків, які забезпечують планування подорожей, бронювання послуг та інтеграцію з онлайн-платформами для проведення конференцій та виставок. Широке використання цифрових інструментів та соціальних платформ сприяє підвищенню ефективності заходів. Концепція MICE 5.0 передбачає активне застосування технологій штучного інтелекту, big data та автоматизації для персоналізованої взаємодії з учасниками.

Поступове покращення економічної ситуації стимулює попит на ділові заходи, конференції та виставки. Очікується, що протягом наступних п'яти років ринок MICE перевищить 1200 млрд доларів США, оскільки країни активно розвивають свою інфраструктуру та приваблюють міжнародних організаторів.

Розвиток MICE-туризму стає важливим фактором економічного зростання країн. Уряди та бізнес-спільнота активно співпрацюють, створюючи вигідні умови для міжнародних заходів. Зростає значення публічно-приватного партнерства, що сприяє покращенню інфраструктури, розвитку галузі гостинності та залученню іноземних учасників.

MICE-індустрія стикається з екологічними викликами, такими як викиди вуглецю та значні обсяги відходів під час організації заходів. Сектор поступово переходить до сталих практик, включаючи цифрові матеріали, екологічно чисті майданчики та мінімізацію відходів.

Ринок залишається конкурентним, а гравці активно інвестують у нові технології та регіональну експансію. Наприклад, компанія VCD Group розширила співпрацю з Sabre для покращення технологічних рішень у сфері бронювання.

Але, не зважаючи на численні виклики, MICE-індустрія демонструє динамічний розвиток, адаптуючись до нових викликів та запитів учасників. Інтеграція сучасних технологій, фокус на сталий розвиток та персоналізацію подій формують новий стандарт у сфері ділових зустрічей та заходів.

Серед ключових тенденцій MICE-індустрії у 2024 році можна виділити такі:

- Зростання витрат. Бюджети на організацію заходів зростають, що впливає на вартість проведення подій.
- Попит на преміальні заходи. Учасники все частіше очікують якісного сервісу та отримання унікального досвіду під час MICE-заходів.
- Сталий розвиток. Екологічні підходи в організації MICE-заходів стають стандартом.
- Гібридні формати проведення заходів. Поєднання онлайн- та офлайн-заходів дозволяє охопити ширшу аудиторію.
- Персоналізований підхід. Орієнтація на потреби та інтереси учасників підвищує ефективність заходів.
- Інтеграція wellness-концепцій з заходами MICE-індустрії. Все частіше враховуються аспекти здоров'я та добробуту учасників заходів.
- Використання штучного інтелекту, доповненої реальності та аналітики даних покращує управління заходами та сприяє залученню більшого числа учасників.

Глобальні тренди в MICE-індустрії	Діджиталізація та технологічні інновації
	Гібридні формати заходів
	Орієнтація на стійкий розвиток
	Персоналізація та Big Data
	Зростання ролі креативності та емоційного досвіду
	Підвищений фокус на безпеку
	Глобальна конкуренція між MICE-дестинаціями
	Інтеграція MICE-туризму з іншими видами туризму
	Розвиток програм мотиваційного туризму

Рис. 2.5. Глобальні тренди розвитку MICE-індустрії

Розроблено автором

Таким чином, можна стверджувати, що сучасні MICE- заходи дедалі більше інтегрують цифрові рішення, такі як віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект, інтерактивні платформи для комунікації та аналітики. Це дозволяє оптимізувати організаційні процеси, персоналізувати досвід учасників і розширювати географію заходів.

Поєднання офлайн- і онлайн-участі стало новою нормою. Завдяки стрімінговим сервісам та інтерактивним платформам MICE-заходи можуть охоплювати значно більшу аудиторію, зменшуючи витрати на логістику.

Екологічна відповідальність стає ключовим критерієм при організації заходів. Використання екологічно чистих матеріалів, мінімізація пластикових відходів, запровадження «зелених» сертифікацій – усе це сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля.

Аналітика великих даних допомагає створювати індивідуалізований контент для кожного учасника заходу. Завдяки AI-алгоритмам організатори можуть прогнозувати потреби відвідувачів, оптимізувати програму і покращувати взаємодію з учасниками.

Стандартні конференції та зустрічі поступаються місцем івентам, що поєднують бізнес та розваги, нетворкінг у неформальних умовах, інтерактивні сесії та іммерсивні заходи. Учасники прагнуть не лише отримати інформацію, а й відчути яскраві емоції.

Після пандемії питання безпеки та здоров'я стали пріоритетними. Впроваджуються нові стандарти щодо медичного контролю, дистанціювання, санітарної обробки приміщень та кібербезпеки для захисту персональних даних.

Міста та країни інвестують у розвиток інфраструктури для залучення міжнародних заходів. Конкуренція між популярними локаціями зростає, що стимулює покращення сервісу, логістики та якості обслуговування.

Все частіше бізнес-туризм поєднується з елементами відпочинку (Bleisure – business + leisure). Компанії пропонують учасникам конференцій можливість продовжити поїздку для культурного або рекреаційного відпочинку. Зокрема, 90% представників покоління мілленіалів поєднують робочі поїздки з відпочинком.

Компанії активно використовують подорожі як засіб заохочення працівників, що сприяє збільшенню попиту на ексклюзивні напрямки. Наприклад, уряд Австралії виділив 50 млн доларів США на підтримку MICE-індустрії через гранти для покриття витрат на бізнес-заходи.

Загалом MICE-індустрія продовжує динамічно розвиватися, адаптуючись до глобальних змін і формуючи нові стандарти організації бізнес-заходів. Поєднання традиційних організаційних методів із сучасними цифровими технологіями робить діловий туризм ще ефективнішим та доступнішим для компаній різного рівня.

2.2. Проблеми і бар'єри розвитку MICE-туризму в Україні

Аналіз статистичних даних за період до 2022 року свідчить про зростання внутрішнього ринку MICE-туризму в Україні, хоча його частка на

міжнародному ринку залишалася відносно невеликою. У 2019 році в Україні було проведено 15 значущих міжнародних конгресів, що становило лише 0,1% європейського ринку конгресів. При цьому понад 85% ділових поїздок в Україні припадали на внутрішні подорожі. За оцінками до початку повномасштабного вторгнення, витрати на діловий туризм в Україні мали щорічно зростати на 6,2%.

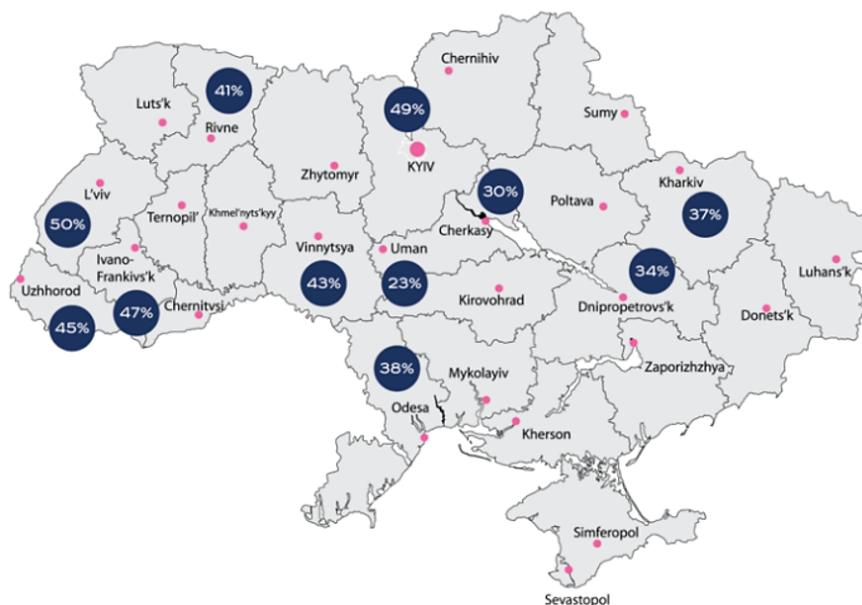


Рис.2.6. Завантаженість готелів у різних регіонах країни, 2024 р. [63]

Основними центрами MICE-туризму в Україні до 2022 року були Київ, Львів та Одеса, які щорічно організовували найбільшу кількість відповідних заходів. Київ активно розвивав діловий та подієвий туризм, а Львів також користувався популярністю серед туристів. Концентрація MICE-активності в цих містах свідчить про наявність певної інфраструктури та досвіду в організації бізнес-заходів, однак також вказує на потенційну вразливість галузі до регіональних криз та обмеженість розвитку в інших регіонах країни.

Таблиця 2.2

Готелі України з можливостями для організації бізнес-заходів (2024-2025 рр.)

Готель	Місто	Кількість конференц-залів	Максимальна місткість (осіб)	Технічне оснащення	Додаткові бізнес-послуги
InterContinental Kyiv	Київ	6	500	Проектори, LED-екрани, синхронний переклад, відеоконференцзв'язок	Бізнес-центр, кейтеринг, VIP-лаунж
Hilton Kyiv	Київ	4	380	HD-проектори, швидкісний Wi-Fi, аудіосистема	Персональний менеджер заходу, послуги друку
Premier Palace Hotel	Київ	7	350	LED-екрани, мікрофони, конференц-зв'язок	Секретарські послуги, кейтеринг
Bank Hotel	Львів	5	250	Сенсорні панелі управління, відеоконференцзв'язок	Організація ділових вечерь, трансфер
Nobilis Hotel	Львів	3	150	Інтерактивні дошки, мультимедійні панелі	Бізнес-лаунж, особистий асистент
Bristol Hotel	Одеса	4	300	Сучасне освітлення, мікрофонні системи, конференц-зони	Ділові обіди, організація екскурсій
M1 Club Hotel	Одеса	2	120	Інтерактивні панелі, швидкісний Wi-Fi	Кейтеринг, бізнес-сніданки
Kharkiv Palace Hotel	Харків	6	450	Мобільні стіни для зонування, LED-панелі, мікрофони	Послуги бізнес-центру, оренда ноутбуків
Optima Collection Dnipro	Дніпро	3	200	Проектори, мікрофони, відеозв'язок	Каво-перерви, кейтеринг
Reikartz Zaporizhzhia	Запоріжжя	2	100	Сучасна техніка, Wi-Fi, презентаційні системи	Організація бізнес-подій, кейтеринг

Складено автором за матеріалами: [63]

Присутність в Україні великих міжнародних готельних мереж, таких як Hyatt, Radisson, Hilton та InterContinental, свідчить про базовий рівень інфраструктури для бізнес-заходів у ключових містах, особливо в Києві. Це

передбачає певний рівень надійності та відповідність міжнародним стандартам у їхніх пропозиціях.

Київ демонструє найбільш розвинену інфраструктуру для проведення бізнес-заходів, що підтверджується концентрацією міжнародних готельних мереж та різноманітністю інших готелів з численними конференц-залами та значною місткістю. Серед міжнародних мереж у Києві представлені Hyatt Regency Kyiv, який пропонує 6 конференц-залів, найбільший з яких може вмістити до 300 осіб. Hilton Kyiv має 13 конференц-залів, а його найбільша бальна зала розрахована на 500 осіб. InterContinental Kyiv пропонує 6 елегантних залів, включаючи Grand Ballroom місткістю до 460 осіб. Мережа Radisson Blu представлена двома готелями: Radisson Blu Hotel, Kyiv City Centre з 6 залами та максимальною місткістю 230 осіб, та Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil з також 6 залами, найбільший з яких вміщує до 130 осіб [20].

Крім міжнародних мереж, у Києві є й інші відомі готелі з можливостями для бізнес-заходів, такі як Premier Hotel Rus з 8 залами та найбільшим конференц-простором на 550 гостей, готель «Україна» з 10 залами та максимальною місткістю 250 осіб, готель «Братислава» з 7 конференц-залами, найбільший з яких може прийняти до 500 осіб, а також Podil Plaza Hotel, який пропонує 2 зали для невеликих заходів до 25 осіб. Варто зазначити, що деякі готелі в Києві, зокрема B1Hotel, готель «Україна» та Mercure Congress Centre, прямо згадують про наявність бомбосховищ та генераторів, що є важливим аспектом безпеки та безперебійного обслуговування в поточній ситуації.

Львів також пропонує значну кількість готелів з конференц-залами, хоча середня місткість може бути дещо меншою порівняно з Києвом. Готель «Таурус» має 3 конференц-зали, найбільший з яких розрахований на 150 осіб. Готель «Жорж», відомий своєю історичною архітектурою, пропонує 5 залів, найбільший з яких також може вмістити до 150 осіб. Premier Hotel Dnister має 7 спеціально обладнаних конференц-залів. Panorama Hotel пропонує 2 зали, найбільший з яких вміщує до 70 осіб. Green Park Hotel & SPA має світлий та

просторий конференц-зал на 70 місць. Bank Hotel також надає можливості для бізнес-заходів. У Львові також присутні компанії, що спеціалізуються на наданні конференц-сервісу. Історична та культурна привабливість Львова робить його привабливим місцем для проведення певних типів бізнес-заходів. Готель «Варшава» пропонує конференц-зал на 150 місць. Комплекс відпочинку «Криве озеро» за 36 км від Львова має 2 конференц-зали на 70 та 120 осіб. Гірський готель «Карпатські полонини» у Сколівському районі Львівської області пропонує конференц-зал на 50 осіб.

Одеса пропонує поєднання бізнес-орієнтованих готелів та курортних готелів з конференц-залами, що потенційно підходить для заходів, які поєднують бізнес та відпочинок. Прибережна локація є відмінною рисою багатьох одеських готелів. M1 Club Hotel, розташований на березі Чорного моря, має конференц-зал місткістю до 100 осіб. Ayvazovsky Hotel, що знаходиться поруч з Оперним театром, пропонує 2 зали, кожен з яких може вмістити до 40 осіб. KADORR Hotel Resort & Spa на Французькому бульварі має конференц-зал на 100 місць. Continental Hotel пропонує сучасний конференц-зал на 50 осіб. Panorama De Luxe має багатофункціональний конференц-зал на 70 осіб. Optima Odesa пропонує 2 зали, найбільший з яких вміщує до 90 осіб. Shine Hotel оснащений залом для конференцій місткістю до 60 осіб. Il Decameron Luxury Design Hotel пропонує зал до 120 осіб. Також варто згадати про готельний комплекс «Калина» в Сергіївці Одеської області з конференц-залом на 200 місць та пансіонат «ЧЕРНОМОР» в Рибаківці з залом на 200 осіб. Готель «Вилла Санторини» в Затоці має конференц-зал на 80 осіб [20].

Дніпро представляє солідний вибір готелів з конференц-залами, включаючи масштабний культурно-діловий центр «Менора», що свідчить про його значення як бізнес-центру в Україні. Abri Hotel пропонує три зали, найбільший з яких може вмістити до 150 осіб. Tsunami SPA Hotel має просторий конференц-хол на 209 осіб. BARTOLOMEO BEST RIVER RESORT пропонує обладнані зали на 20, 60 та 120 осіб. Культурно-діловий

центр «Менора» має 12 залів різної місткості, включаючи Menorah Grand Hall, який може прийняти до 1300 осіб. Park Hotel пропонує конференц-зал на 80 осіб. Zagrava Hotel має зали на 120 та 65 осіб, а також кімнату переговорів. Astoria Hotel пропонує два зали на 50 та 10 осіб [20].

Крім основних міст, готелі з можливостями для бізнес-заходів були також виявлені в інших населених пунктах. Готель «Ведмежа гора Family Resort & SPA» в Яремче пропонує конференц-зал на 70 осіб. Готельно-ресторанний комплекс «Затишок» у Вінниці має зал на 60 осіб. У Затоці Одеської області готель «Вилла Санторини» пропонує зал на 80 осіб, а готельний комплекс «Калина» в Сергіївці – на 200 осіб. Конгрес-готель «Пуща» у Пущі-Водиці під Києвом має зали до 300 осіб. Готель «Nester-House» у Волинській області біля озера Світязь пропонує конференц-зал на 100 місць. Інформація для цих міст може бути менш вичерпною, але свідчить про наявність можливостей для проведення бізнес-заходів і в регіонах. База відпочинку «Шиповець» у Закарпатській області пропонує конференц-зал. Готельно-ресторанний комплекс «Дубовий Гай» біля Вінниці має конференц-зал на 60 осіб. База відпочинку «Карпатський затишок» у Львівській області також пропонує конференц-зал.

Потрібно також зазначити, що в 2025 році в Україні заплановано проведення низки міжнародних та національних МІСЕ-заходів, що охоплюють різні галузі економіки (табл.2.3).

Таблиця 2.3

МІСЕ-заходи, заплановані до проведення в Україні у 2025 році

Сектор економіки / Тема	Типи заходів	Ключові локації	Очікуваний ефект / Значення
Промисловість	XXIII Міжнародний промисловий форум, спеціалізовані виставки (металообробка, зварювання, автоматизація)	Міжнародний виставковий центр (МВЦ), Київ	Пожвавлення виробничих галузей, залучення інвесторів, модернізація виробничих потужностей
Енергетика	Electric Power Forum, Aquatherm Kyiv	КиївЕкспоПлаза, МВЦ	Обговорення інновацій у відновлюваній енергетиці,

			пошук технологічних рішень для енергетичної безпеки
Будівництво та комунальне господарство	KOTЕДЖ ЕКСПО, PLAST EXPO UA, ТЕХНОЛОГІЇ ЗАХИСТУ/ПОЖТЕХ	МВЦ, Київ	Представлення нових матеріалів, технологій безпеки, інтеграція екологічних рішень у сфері будівництва
Агропромисловий комплекс	GREENA AGRO, GREENA FEST	КиївЕкспоПлаза	Демонстрація новітніх агротехнологій, обмін досвідом, підтримка продовольчої безпеки
Легка промисловість	EXPO SHOES 2025	МВЦ, Київ	Розвиток виробництва взуття та аксесуарів, розширення ринків збуту
Автотранспорт та логістика	AutoTechService, ComAutoTrans TIR	МВЦ, Київ	Обговорення рішень у сфері автосервісу, логістики та транспорту
Інформаційні технології	ADDIT EXPO 3D	МВЦ, Київ	Просування цифрових інновацій, 3D-друку, інтеграція в ІТ-кластери
Безпека та охорона праці	EXPERT SECURITY 2025, ТЕХНОЛОГІЇ ЗАХИСТУ	МВЦ, Київ	Розвиток систем безпеки, впровадження стандартів охорони праці
Харчова промисловість / HoReCa	IFFIP, WorldFood GastroDays, Tea & Coffee Shop	МВЦ, Київ	Стимулювання розвитку ресторанного та пакувального бізнесу, презентація гастрономічних трендів
Торгівля / Споживчі товари	PROMAISONSHOW, CHRISTMAS TRADE SHOW, WORLD OF GIFTS TRADE SHOW	МВЦ, Київ	Підтримка B2B продажів, презентація нових колекцій товарів
Мистецтво та культура	Тематичні виставки у Львові, конференції в межах Року збереження культурної спадщини	Львівський палац мистецтв, НТОУ	Посилення культурної дипломатії, міжсекторальна інтеграція культури в ділове середовище
Готельний бізнес / Туризм	Hotel Insights by Hoteliero 2025	Львів	Обмін практиками управління готелями, стимулювання туристичної активності
Міжгалузєва синергія	Участь різних секторів в одній події, як-от PROMAISONSHOW, IFFIP, PLAST EXPO UA	Київ, Львів	Підвищення потенціалу для кооперації, створення нових бізнес-контактів та партнерських мереж

Складено автором

Серед виставкових заходів варто відзначити активність виставкового центру "КиївЕкспоПлаза". Хоча детальний календар подій на 2025 рік наразі недоступний, відомо про проведення таких виставок, як GREENA EXPO, GREENA AGRO та GREENA FEST. Ці заходи, ймовірно, будуть присвячені технологіям облаштування громадських та приватних територій, агробізнесу та замиському життю [66].

Значна кількість виставок запланована у Міжнародному виставковому центрі (МВЦ) у Києві, очікуються такі події: EXPO SHOES 2025 (взуття та аксесуари), WorldFood GastroDays та Tea & Coffee Shop (гастрономія, чай, кава, обладнання), IFFIP (харчова промисловість та упаковка), КОТЕДЖ ЕКСПО (спеціалізована виставка), СклоКерамТех (спеціалізована виставка) та Виставка Котів [65].

У 2025 році заплановані: Aquatherm Kyiv (опалення, вентиляція, кондиціонування, водопостачання, відновлювальна енергетика, сантехніка, басейни), INTERTOOL Kyiv (інструменти, системи кріплення, садова техніка), AutoTechService ComAutoTrans TIR (автосервіс, комерційний автотранспорт), XXIII Міжнародний промисловий форум, що включатиме низку спеціалізованих виставок, таких як "Металообробка", "УкрВторТех", "УкрЛитво", "УкрЗварювання", "Гідравліка. Пневматика", "Підшипники", "Автоматизація і робототехніка", "Підйомно-транспортне, складське обладнання", "Зразки, стандарти, еталони, прилади" та "Безпека виробництва". Також у травні відбудуться PLAST EXPO UA (технології та обладнання для переробки полімерів), ADDIT EXPO 3D (адитивні технології, 3D-друк), EXPERT SECURITY 2025 (системи охорони та безпеки) та ТЕХНОЛОГІЇ ЗАХИСТУ/ПОЖТЕХ (пожежна та промислова безпека, охорона праці).

У вересні 2025 року в МВЦ заплановані PROMAISONSHOW (посуд та товари для дому), CHRISTMAS TRADE SHOW (новорічна продукція та декор) та WORLD OF GIFTS TRADE SHOW (подарунки та сувеніри) [65].

Щодо конференцій, форумів та семінарів, відомо про проведення Electric Power Forum на базі КиївЕкспоПлаза. У Львові очікується проведення заходу Hotel Insights by Hoteliero 2025. Львівський палац мистецтв також може стати місцем проведення різноманітних мистецьких та культурних заходів у 2025 році. Національна туристична організація України (НТОУ) визначила 2025 рік як «Рік збереження культурної спадщини», що може передбачати проведення тематичних конференцій та семінарів.

Більшість виставкової активності у 2025 році зосереджена в Києві, що підкреслює його роль як головного ділового центру України. Різноманітність тематики запланованих заходів свідчить про потенціал для залучення широкого кола учасників, зацікавлених у різних секторах економіки. Враховуючи поточну геополітичну ситуацію, кількість та формат запланованих заходів можуть бути скориговані. Однак, наявність значної кількості анонсованих виставок та конференцій вказує на прагнення бізнесу до відновлення ділової активності та налагодження нових зв'язків у 2025 році.

Заплановані МІСЕ-заходи в Україні у 2025 році демонструють широку галузеву спрямованість, охоплюючи практично всі ключові сектори економіки. Промисловий сектор буде представлений виставками, присвяченими металообробці, литтю, зварюванню, автоматизації та гірничодобувній промисловості. Енергетична галузь знайде відображення у форумах та виставках з електроенергетики, відновлювальних джерел енергії та нафтогазової галузі. Будівельна галузь буде представлена виставками з будівництва, оздоблювальних матеріалів та комунального господарства.

Агропромисловий комплекс також займе важливе місце серед МІСЕ-заходів, ймовірно, будуть проведені виставки сільськогосподарської техніки та технологій вирощування і переробки. Легка промисловість буде представлена виставкою взуття та шкіргалантереї. Сфера послуг буде охоплювати такі напрямки, як автосервіс, безпека, охорона праці, туризм, готельний бізнес та організація заходів. Інформаційні технології та зв'язок,

ймовірно, будуть представлені виставкою цифрових технологій. Харчова промисловість та сектор HoReCa будуть охоплені виставками харчової промисловості, упаковки, гастрономії, чаю та кави. Торгівля буде представлена виставками подарунків, сувенірів, товарів для дому та новорічної продукції. Мистецтво та культура також знайдуть своє місце у програмі MICE-заходів, зокрема, у виставках, що плануються у Львівському палаці мистецтв.

Значна частка запланованих заходів присвячена галузям, які є критично важливими для відновлення та подальшого розвитку економіки України, таким як промисловість, енергетика, будівництво та агропромисловий комплекс. Це вказує на спрямованість ділової активності на підтримку та зростання цих ключових секторів у 2025 році. Різноманітна тематика MICE-заходів також створює сприятливе середовище для міжгалузевої співпраці та синергії, дозволяючи представникам різних секторів обмінюватися досвідом, знаходити нових партнерів та відкривати для себе нові можливості для розвитку.

Щодо ключових проблем, що перешкоджають розвитку MICE-туризму в Україні, є недостатній рівень розвитку інфраструктури. Це включає обмежену кількість сучасних конференц-центрів та виставкових залів, особливо за межами великих міст, а також недостатню кількість готелів з необхідними зручностями та сервісом для бізнес-мандрівників. Транспортна інфраструктура, включаючи авіаційне, залізничне та автомобільне сполучення, також потребує покращення для забезпечення зручного доступу до місць проведення заходів. Обмеженість матеріально-технічної бази готельного господарства впливає на потенційний попит на туристичні поїздки в Україну. Відсутність сучасних майданчиків, здатних приймати великі міжнародні конгреси та виставки, обмежує можливості України на світовому ринку MICE-туризму.

Законодавча база, що регулює діяльність у сфері туризму та проведення масових заходів в Україні, також може містити перешкоди для

розвитку МІСЕ-туризму. Питання візового режиму для іноземних учасників, митні процедури для ввезення виставкових матеріалів, а також податкове регулювання можуть створювати додаткові труднощі для організаторів та учасників міжнародних МІСЕ-заходів. Складні або забюрократизовані процедури можуть відлякувати потенційних організаторів та учасників, які обирають країни з більш сприятливим бізнес-кліматом.

Якість послуг, що надаються в сфері МІСЕ-туризму в Україні, часто не відповідає міжнародним стандартам. Це стосується як рівня готельного обслуговування та кейтерингу, так і професіоналізму організаторів заходів, перекладачів та іншого персоналу. Недостатня кількість кваліфікованих МІСЕ-менеджерів, які володіють іноземними мовами, знають особливості організації ділових поїздок та вміють вести переговори з міжнародними партнерами, також є суттєвою проблемою. Для інсентив-турів особливо важливим є високий рівень сервісу та наявність різноманітних розважальних послуг. Невідповідність якості послуг очікуванням міжнародних клієнтів може негативно вплинути на репутацію України як МІСЕ-дестинації.

Просування України як привабливого напрямку для МІСЕ-туризму на міжнародному рівні є недостатнім. Відсутність ефективної національної стратегії маркетингу та брендингу, слабка участь українських представників у міжнародних галузевих виставках та недостатнє використання сучасних цифрових маркетингових інструментів обмежують видимість України на світовому ринку МІСЕ. Зазвичай, місця проведення МІСЕ-заходів визначаються за результатами конкурсів, які проводять спеціалізовані конгрес-бюро, і цей процес відбувається задовго до самої події. Недостатня активність у цьому напрямку призводить до втрати потенційних можливостей для залучення великих міжнародних заходів.

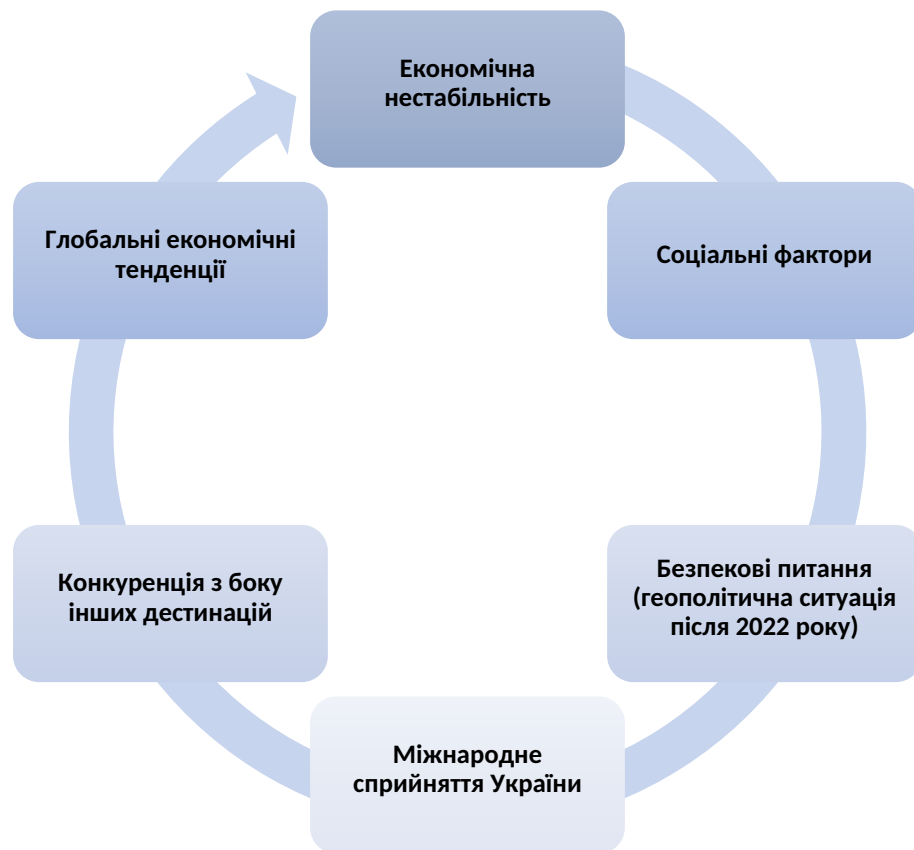


Рис. 2.7. Бар'єри розвитку MICE-туризму в Україні

Розроблено автором

Економічна нестабільність в Україні, включаючи коливання курсу національної валюти та загальну економічну невизначеність, є серйозним внутрішнім бар'єром для розвитку MICE-туризму. Міжнародні організації та компанії можуть бути не схильні до планування та проведення великих заходів в країні з нестабільною економікою через ризики, пов'язані з бюджетом та фінансовою безпекою.

Соціальні фактори, такі як рівень безпеки, сприйняття корупції та загальний соціальний клімат в країні, також можуть впливати на рішення міжнародних організаторів MICE-заходів та потенційних учасників. Негативне сприйняття цих аспектів може стримувати їх від вибору України як місця проведення бізнес-заходів.

Повномасштабне військове вторгнення росії в Україну у 2022 році стало найсерйознішим бар'єром для розвитку MICE-туризму в країні. Питання безпеки є першочерговим для організаторів та учасників

міжнародних заходів, і активний військовий конфлікт робить Україну вкрай ризикованим напрямком для проведення будь-яких великих міжнародних зібрань у коротко- та середньостроковій перспективі.

Міжнародне сприйняття України як напрямку для ділових подорожей та заходів залишається недостатньо позитивним. Україна все ще сприймається як країна, що розвивається, зі слабкою економікою, що може впливати на рішення міжнародних організацій при виборі місця проведення МІСЕ-заходів.

Україна стикається з жорсткою конкуренцією з боку інших країн та регіонів, які активно інвестують у розвиток своєї МІСЕ-інфраструктури, сервісів та маркетингових стратегій. Багато сусідніх країн мають більш розвинену інфраструктуру та позитивний імідж серед міжнародних організаторів, що робить їх більш привабливими для проведення МІСЕ-заходів.

Глобальні економічні тенденції, такі як економічні спади, скорочення бюджетів на корпоративні подорожі та зростання популярності віртуальних форматів зустрічей, також можуть впливати на попит на МІСЕ-туризм загалом та на зацікавленість в Україні зокрема. Пандемія COVID-19 показала, що багато заходів можуть бути успішно проведені в онлайн-форматі, що створює додаткову конкуренцію для традиційного МІСЕ-туризму.

SWOT-аналіз дозволяє узагальнити сильні та слабкі сторони МІСЕ-туризму в Україні, а також визначити потенційні можливості та загрози для його подальшого розвитку.

Проведений аналіз демонструє, що наразі слабкі сторони та загрози значно переважають сильні сторони та можливості, особливо в умовах війни. Післявоєнне відновлення матиме вирішальне значення для зміни цього балансу.

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз розвитку MICE-туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
Потенціал зростання внутрішнього ринку	Недостатньо розвинена MICE-інфраструктура, особливо за межами великих міст
Наявність ключових міст з певною інфраструктурою (Київ, Львів, Одеса)	Законодавчі та регуляторні перешкоди)
Зростання інтересу до України завдяки успішним міжнародним подіям (до війни)	Непослідовна якість сервісу та брак спеціалізованих професіоналів
Відносно нижчі ціни порівняно з деякими країнами Західної Європи (припущення)	Слабкий маркетинг та брендинг MICE-туризму
Багата культурна та історична спадщина, що приваблює туристів (загальні знання)	Економічна нестабільність
	Негативне міжнародне сприйняття
Можливості	Загрози
Зростання глобального ринку MICE	Триваюча війна та питання безпеки
Потенціал післявоєнної відбудови та інвестицій в інфраструктуру	Сильна конкуренція з боку розвинених MICE-дестинацій
Зростання інтересу до регіональних напрямків	Глобальні економічні спади, що впливають на бюджети подорожей
Використання унікальної культурної ідентичності та гостинності України	Зростання популярності віртуальних технологій для проведення зустрічей
Розвиток спеціалізованих MICE-продуктів (наприклад, у певних галузях)	Повільні темпи реформ та розвитку інфраструктури

Складено автором

Розвиток MICE-туризму в Україні стикається з низкою серйозних проблем та бар'єрів, які мають як внутрішній, так і зовнішній характер. Недостатній рівень розвитку інфраструктури, включаючи сучасні конференц-центри та готелі, законодавчі та регуляторні перешкоди, невідповідність якості сервісу міжнародним стандартам, а також слабкі маркетингові зусилля обмежують потенціал України на світовому ринку MICE . Економічна нестабільність та негативне міжнародне сприйняття, що посилюється триваючою війною, створюють додаткові перешкоди для залучення як внутрішніх, так і міжнародних MICE-заходів . Конкуренція з боку інших, більш розвинених MICE-дестинацій також є значним викликом .

Подолання цих проблем вимагає комплексного підходу та скоординованих зусиль з боку держави, бізнесу та представників туристичної індустрії. Інвестиції в розвиток сучасної інфраструктури, реформування

законодавства для спрощення процедур, підвищення якості сервісу та професіоналізму кадрів, а також розробка ефективної національної стратегії маркетингу та брендингу є ключовими напрямками для стимулювання розвитку МІСЕ-туризму в Україні після завершення війни.

2.3. Основні шляхи розвитку МІСЕ-туризму в Україні

До 2022 року ринок МІСЕ-туризму в Україні демонстрував позитивну динаміку та зростання кількості ділових поїздок. Активізація сектору ділових послуг сприяла регіональному розвитку країни. За прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей, витрати на діловий туризм в Україні мали щорічно зростати на 6,2% до 2024 року, досягнувши близько 39,7 млрд грн на рік. У 2019 році міжнародні відвідувачі витратили в Україні 59,5 млрд грн, з яких 9% припадало на витрати ділових туристів, що оцінювалося у 19,3 млрд грн. Кількість учасників ділових заходів в Україні у 2019 році становила близько 500 тисяч осіб і щорічно зростала приблизно на 100 тисяч [63].

Повномасштабна військова агресія російської федерації проти України, яка розпочалась у 2022 році, спричинила глибокі трансформації в структурі національного туристичного ринку, зокрема в сегменті ділового туризму (МІСЕ). Внаслідок бойових дій відбулося істотне скорочення туристичних потоків, падіння прибутків та загальне зниження активності в секторі. Проте у відносно безпечних регіонах – насамперед у західних і південних областях – спостерігалось часткове відновлення внутрішнього туристичного попиту, що стало основою для збереження елементів МІСЕ-інфраструктури.

Незважаючи на тривалу фазу воєнного конфлікту, яка залишається ключовим стримувальним чинником розвитку галузі, Україна зберігає значний потенціал для поступового відновлення і модернізації МІСЕ-сектору. Основними бар'єрами наразі залишаються: високий рівень безпекових ризиків, зниження інвестиційної привабливості, руйнування

транспортної та готельної інфраструктури, а також ускладнена логістика в регіонах активних бойових дій.

Разом з тим, стратегічно вигідне географічне положення України в центрі Європи, наявність сучасних майданчиків для проведення заходів, а також конкурентні цінові переваги створюють передумови для формування перспективної МІСЕ-пропозиції у післявоєнний період. Стимулювання внутрішнього ділового туризму, розвиток гібридних форматів заходів (поєднання онлайн та офлайн-участі), а також посилення ділової активності в регіонах, що адаптувались до нових умов, сприяють збереженню функціональних ланцюгів МІСЕ-послуг.

Економічні втрати, спричинені руйнуванням інфраструктури, а також загальне зниження платоспроможності бізнесу ускладнюють організацію масштабних заходів. Проте позитивні тенденції у сфері внутрішнього туризму, які почали проявлятися у 2023-2024 роках, вказують на здатність сектору до адаптації та поступового відновлення ділової активності. Значна потреба у професійній комунікації, обміні досвідом та зміцненні партнерських зв'язків є рушієм збереження попиту на МІСЕ-події, насамперед у безпечних регіонах.

Інституційна підтримка держави, зокрема через реалізацію Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, матиме критично важливе значення для запуску повноцінного відновлення галузі. Зокрема, постає необхідність розроблення окремих інструментів для підтримки саме сегменту МІСЕ-туризму.

Попри руйнування логістичних маршрутів і пошкодження критичної інфраструктури, вітчизняна туристична галузь продемонструвала високий рівень стійкості. Це свідчить про потенціал швидкого реагування та адаптації у постконфліктний період. Важливим чинником відновлення стане ефективне використання географічних, культурних і природних ресурсів України.

Україна має унікальне поєднання сучасних конференц-центрів і локацій історико-культурного значення, здатних створити додаткову цінність

для учасників МІСЕ-заходів. Крім того, діловий туризм відзначається високою прибутковістю та мультиплікаційним ефектом для суміжних галузей – готельно-ресторанного бізнесу, транспорту, індустрії подій.

У цьому контексті стратегічні пріоритети розвитку МІСЕ-туризму мають базуватися на поєднанні геоекономічних переваг країни, стимулюванні нішевих продуктів (інсентив-туризм, креативні події, міжнародні форуми в ІТ, агро- та енергетичному секторах) та формуванні інтегрованої маркетингової політики. Значним резервом для розвитку є міжрегіональна кооперація та транскордонна співпраця із сусідніми країнами, особливо в рамках післявоєнного відновлення.

Також перспективним є розвиток інсентив-туризму у природно-рекреаційних зонах – Карпатському регіоні, узбережжі Чорного моря – з акцентом на програми командоутворення та оздоровлення. Комбінація ділової, культурної та відпочинкової складової може забезпечити нову якість і конкурентоспроможність національного МІСЕ-продукту на європейському ринку.

Визначення та цілеспрямоване залучення перспективних ніш та сегментів ринку МІСЕ-туризму дозволить Україні ефективніше використовувати свої ресурси та розробляти спеціалізовані пропозиції, що відповідають потребам конкретних категорій клієнтів.

Провідні країни світу, такі як США, Німеччина, Іспанія, Франція та Велика Британія, досягли успіху у розвитку МІСЕ-туризму завдяки комплексному підходу та значним інвестиціям у відповідну інфраструктуру.

В контексті стратегічного розвитку МІСЕ-туризму в Україні особливої актуальності набуває вивчення та адаптація міжнародного досвіду провідних дестинацій. Зважаючи на трансформаційні виклики, спричинені повномасштабною війною, питання впровадження кращих світових практик набуває не лише практичного, а й концептуального значення. Важливим аспектом є не механічне копіювання зарубіжних моделей, а їх критична адаптація до українських соціально-економічних та безпекових умов.

З урахуванням цього, доцільним є формування підходу, який поєднує інноваційні інструменти управління МІСЕ-сектором з урахуванням національних особливостей і потреб. Це передбачає ефективне позиціонування України як унікальної дестинації на міжнародному ринку ділового туризму, залучення інвестицій через державно-приватне партнерство, впровадження принципів сталого розвитку та цифрової трансформації.

У таблиці 2.5 систематизовано основні напрями адаптації міжнародного досвіду, які можуть бути застосовані як основа для модернізації вітчизняної МІСЕ-індустрії з метою її поступового відновлення та інтеграції у глобальні бізнес-процеси.

Таблиця 2.5

Ключові напрями адаптації міжнародного досвіду для розвитку МІСЕ-туризму в Україні

Напрямы адаптації	Науково обґрунтований зміст
Маркетингові стратегії провідних МІСЕ-дестинацій	Імплементация ефективних комунікаційних та бренд-орієнтованих підходів на основі зарубіжного досвіду з акцентом на унікальність українського культурного, історичного та природного середовища.
Механізми державно-приватного партнерства	Формування інституційно прозорих та інвестиційно привабливих моделей співпраці між державним сектором та приватним бізнесом для модернізації та розширення МІСЕ-інфраструктури.
Принципи сталого розвитку	Адаптація екологічно орієнтованих стандартів організації заходів, що відповідають міжнародним практикам і сприяють підвищенню привабливості для екоорієнтованих споживачів.
Цифрова трансформація галузі	Використання цифрових технологій з метою автоматизації організаційних процесів, удосконалення інтерактивної взаємодії з учасниками, а також розширення можливостей участі у гібридному форматі.
Контекстуальна адаптація міжнародних практик	Інтеграція зарубіжного досвіду управління МІСЕ-туризмом з урахуванням соціально-економічної специфіки України, зокрема її безпекового, політичного та посткризового контексту.

Складено автором

Успішні МІСЕ-дестинації приділяють особливу увагу розвитку сучасної інфраструктури, включаючи будівництво та модернізацію конгрес-центрів, готелів з розвиненою конференц-інфраструктурою та ефективних

транспортних мереж, що забезпечують зручне сполучення для учасників заходів.

Стратегічний маркетинг та ефективний брендинг є ключовими елементами успіху у залученні МІСЕ-заходів. Провідні дестинації розробляють та реалізують цілеспрямовані маркетингові кампанії, спрямовані на просування своїх унікальних переваг та залучення як організаторів, так і учасників ділових заходів.

Важливу роль у розвитку МІСЕ-туризму відіграє налагодження ефективної співпраці між державним та приватним секторами. Державно-приватне партнерство дозволяє об'єднати ресурси та експертизу для реалізації спільних проектів у сфері розвитку інфраструктури, просування дестинації та підвищення якості послуг.

У сучасних умовах зростає значення сталого розвитку та інтеграції інноваційних технологій у сферу МІСЕ-туризму. Успішні дестинації активно впроваджують екологічно відповідальні практики та використовують цифрові рішення для покращення організації заходів, залучення учасників та підвищення їхньої задоволеності.

Міжнародний досвід свідчить, що успішний розвиток МІСЕ-туризму вимагає комплексного підходу, що включає інвестиції в інфраструктуру, ефективний маркетинг, тісну співпрацю між державою та приватним сектором, а також адаптацію до сучасних тенденцій у сфері сталого розвитку та технологій.

Для забезпечення динамічного розвитку МІСЕ-сектору в Україні необхідним є активне залучення інвестицій у будівництво та модернізацію сучасних конгресно-виставкових комплексів у стратегічно важливих містах, таких як Київ, Львів, Одеса, Дніпро та Харків. Такі об'єкти мають відповідати міжнародним стандартам функціонування, зокрема бути оснащеними повним спектром технічного обладнання для обслуговування заходів різного масштабу та формату.

Пропозиції щодо покращення розвитку MICE-туризму в Україні	Розвиток та модернізація інфраструктури
	Удосконалення законодавчої та регуляторної бази
	Підвищення якості сервісу та професіоналізму кадрів
	Розробка та реалізація ефективної національної стратегії маркетингу та брендингу
	Стимулювання державно-приватного партнерства
	Забезпечення безпеки та сприятливого бізнес-клімату
	Впровадження інноваційних технологій та цифрових рішень

Рис. 2.8. Пропозиції щодо покращення розвитку MICE-туризму в Україні

Розроблено автором

Паралельно доцільно стимулювати розвиток готельної інфраструктури, зокрема через оновлення та створення об'єктів різних категорій, які включають конференц-зали, бізнес-центри, а також інші елементи, критично важливі для організації ділових подій.

Важливою умовою ефективного функціонування галузі є вдосконалення транспортної логістики. Йдеться про розвиток авіаційного, залізничного та автомобільного сполучення, що забезпечить комфортне пересування учасників заходів. Водночас слід інтегрувати супутні сервіси – кейтерингові послуги, перекладацькі центри, технічну підтримку та сервіси бізнес-супроводу.

Необхідно здійснити комплексну реформу нормативно-правової бази у сфері туризму з урахуванням особливостей MICE-індустрії. Це включає створення прозорого механізму правового регулювання діяльності організаторів та учасників подій, а також спрощення процедур погодження та проведення масових заходів.

Актуальним є впровадження системи державного стимулювання через податкові пільги, грантову підтримку, компенсаційні програми, спрямовані на мотивацію організаторів та залучення нових гравців у сектор.

Освітня складова потребує особливої уваги: необхідно розробити спеціалізовані освітні програми, курси підвищення кваліфікації та тренінги, орієнтовані на підготовку фахівців у галузі організації заходів, управління конференц-локаціями, логістики та технічного забезпечення.

Доцільним є впровадження стандартів сертифікації для спеціалістів галузі з метою підвищення якості обслуговування та відповідності міжнародним стандартам. Варто підтримувати міжнародні обміни досвідом, співпрацю з освітніми інституціями та професійними асоціаціями задля імплементації передових практик.

Розвиток культури сервісу в МІСЕ-секторі повинен базуватись на принципах клієнтоорієнтованості, дотримання високих стандартів якості та гнучкості в задоволенні потреб замовників.

Одним з ключових кроків є розробка національної маркетингової стратегії з просування України як привабливої МІСЕ-дестинації. Така стратегія має акцентувати на унікальному географічному розташуванні, культурно-історичному потенціалі, розвиненій інфраструктурі та цінній конкурентоспроможності. Слід реалізовувати цільові маркетингові кампанії, спрямовані як на внутрішній, так і на міжнародний ринок, з урахуванням потреб окремих сегментів МІСЕ-туризму.

Україна має активно брати участь у міжнародних виставках, форумах та галузевих заходах для промоції власних продуктів, встановлення контактів з потенційними партнерами та інтеграції у глобальні мережі співпраці.

Цифрові платформи та соціальні медіа мають бути ключовими інструментами у комунікаційній стратегії, забезпечуючи оперативне поширення інформації, простоту бронювання та персоналізований підхід до кожного клієнта.

Необхідно створити ефективні моделі державно-приватного партнерства з метою об'єднання ресурсів та досвіду для розвитку галузевої інфраструктури, реалізації спільних проєктів, залучення інвестицій та підвищення якості послуг. Це потребує розробки прозорих процедур реалізації партнерських ініціатив.

В умовах воєнного конфлікту питання безпеки учасників набуває особливої актуальності. Потрібно впровадити систему безпекових стандартів, що охоплюють усі етапи організації заходів, включаючи оцінку ризиків та заходи оперативного реагування.

Розвиток галузі потребує сприятливого бізнес-середовища: зниження адміністративного навантаження, стабільної законодавчої бази, стимулювання підприємницької ініціативи та залучення інновацій.

Інтеграція сучасних цифрових технологій та інструментів – ще один важливий чинник успіху. Йдеться про онлайн-платформи для реєстрації, мобільні додатки, гібридні та віртуальні формати участі, використання аналітики та штучного інтелекту для персоналізації досвіду учасників та підвищення ефективності заходів.

На нашу думку, для ефективного розвитку MICE-туризму в Україні в умовах сучасних викликів, зокрема повномасштабної війни, нестабільного інвестиційного клімату та трансформації глобального ринку ділових подій, постає нагальна потреба у впровадженні комплексної науково обґрунтованої моделі розвитку галузі. Така модель має ґрунтуватися на системному, інтегративному підході, що передбачає одночасне удосконалення інфраструктурної, нормативно-правової, освітньої, технологічної та маркетингової складових (табл.2.6).

Запропонована нами модель розвитку MICE-туризму в Україні враховує сучасні умови та стратегічні вектори трансформації галузі. Вона передбачає координацію зусиль державного сектору, бізнесу, освітніх установ та міжнародних партнерів задля формування конкурентоспроможного, безпечного та інноваційного середовища для

організації ділових заходів. Реалізація даної моделі є необхідною умовою для відновлення позицій України на глобальному туристичному ринку, а також для забезпечення стійкого економічного розвитку регіонів країни.

Таблиця 2.6

Інтегрована модель розвитку МІСЕ-туризму в Україні

Компонент моделі	Сутність та стратегічне значення	Інструменти реалізації
Інфраструктурна модернізація	Створення сучасної матеріально-технічної бази для проведення МІСЕ-заходів міжнародного рівня	Будівництво/реновація конгрес-центрів, готелів; розвиток транспортних вузлів; цифрова інфраструктура
Інституційно-нормативне оновлення	Адаптація законодавства до потреб МІСЕ-індустрії, зменшення бюрократичних бар'єрів	Спрощення дозвільних процедур, правове регулювання діяльності організаторів, оновлення туристичного законодавства
Освітньо-кадровий розвиток	Формування професійного кадрового потенціалу, здатного забезпечити високоякісні МІСЕ-послуги	Створення програм підготовки, сертифікації, партнерство з міжнародними освітніми інституціями
Цифровізація та інновації	Використання цифрових рішень для підвищення ефективності організації, управління та комунікації	Онлайн-реєстрація, мобільні додатки, віртуальні формати, аналітика, AI-рішення для персоналізації досвіду
Маркетинг і брендинг дестинації	Просування України як конкурентоспроможної МІСЕ-дестинації на світовому ринку	Національна стратегія брендингу, участь у міжнародних виставках, цифрові кампанії, регіональний брендинг
Безпека та кризове управління	Забезпечення фізичної безпеки учасників заходів з урахуванням воєнних ризиків	Стратегії ризик-менеджменту, інструкції евакуації, охоронні заходи, партнерство з безпековими структурами
Державно-приватне партнерство (ДПП)	Інтеграція зусиль бізнесу, держави та громадськості для розвитку сектору	Платформи співпраці, спільні проєкти, державні стимули, прозорі правила участі у ДПП
Сервісно-культурна трансформація	Формування сервісної культури, орієнтованої на потреби клієнта, відповідно до міжнародних стандартів	Тренінги з обслуговування, впровадження стандартів ISO, системи оцінки якості послуг

Складено автором

В контексті реалізації інтегрованої моделі розвитку МІСЕ-туризму в Україні особливого значення набуває стратегічне та тактичне планування ділових заходів відповідно до сучасних умов. Враховуючи вплив зовнішніх викликів, зокрема безпекових загроз, нестабільності інфраструктури та

динамічних змін у споживчих очікуваннях, організація МІСЕ-подій потребує застосування гнучких, науково обґрунтованих підходів до планування.

Таблиця 2.7

Рекомендації щодо планування ділових заходів в Україні в сучасних умовах

Ключовий аспект	Рекомендація
Моніторинг регіональної безпеки	Доцільно здійснювати регулярний аналіз поточної безпекової ситуації в регіоні проведення заходу з урахуванням оперативних змін. Застосування геоаналітики сприятиме точнішому плануванню.
Оцінка актуальності об'єктів	Необхідно перевіряти оновлення щодо стану конференц-локацій, місткості залів, готельної інфраструктури та умов розміщення з урахуванням потенційних реконструкцій або змін у сервісі.
Забезпечення доступності ресурсів	Рекомендується здійснювати бронювання локацій на ранніх етапах організації з метою мінімізації ризиків нестачі ресурсів, особливо під час проведення масштабних подій.
Цифрова та технічна інфраструктура	Важливо уточнювати наявність високошвидкісного інтернету, якісного аудіовізуального обладнання, електронних засобів для гібридного формату проведення подій.
Логістична адаптивність	Планування має включати альтернативні транспортні шляхи, з огляду на можливі збої в логістиці. Варто використовувати інструменти маршрутного моделювання та кризового менеджменту.

Складено автором

Наведені рекомендації є складовими операційного рівня реалізації моделі та мають бути інтегровані в управлінські процеси організаторів заходів (табл.2.7). Вони враховують як макроекономічні, так і локальні ризики, а також підкреслюють необхідність проактивного реагування на зовнішнє середовище. Такі підходи сприятимуть підвищенню якості підготовки, зниженню організаційних ризиків та забезпеченню позитивного досвіду для учасників.

Потенційний вплив розвитку МІСЕ-туризму на економіку України є значним. Розвиток цієї галузі сприятиме збільшенню туристичних потоків, зростанню доходів від туристичної діяльності, створенню нових робочих місць, залученню інвестицій, підвищенню іміджу країни на міжнародній арені та стимулюванню розвитку суміжних галузей економіки, таких як готельно-ресторанний бізнес, транспорт, сфера послуг та індустрія розваг. У повоєнний період МІСЕ-туризм може стати одним з ключових факторів

відновлення економіки України та її інтеграції у світове економічне співтовариство.

Активізація ділової активності в рамках МІСЕ-заходів стимулюватиме діяльність підприємств сфери послуг, таких як заклади харчування, розважальні центри, екскурсійні бюро, а також компанії, що надають послуги з перекладу та технічного забезпечення заходів. Участь у виставках та конференціях створить сприятливі умови для укладання нових бізнес-контрактів, залучення інвестицій та розвитку міжнародної співпраці.

Організація та проведення МІСЕ-заходів також сприятиме створенню нових робочих місць у відповідній сфері та суміжних галузях. Крім того, збільшення ділової активності призведе до зростання податкових надходжень до державного та місцевих бюджетів.

МІСЕ-туризм є важливим каталізатором економічного зростання, оскільки він має мультиплікативний ефект, стимулюючи розвиток широкого спектру галузей, від безпосередньо пов'язаних з туризмом та гостинністю до суміжних секторів, таких як транспорт, комунікації, торгівля та виробництво. Залучення бізнес-туристів, які, як правило, мають вищу платоспроможність, сприяє збільшенню споживчих витрат та позитивно впливає на валовий внутрішній продукт країни.

Для максимізації економічного впливу МІСЕ-заходів важливу роль відіграє державна підтримка галузі. Ефективна державна політика, спрямована на створення сприятливого законодавчого середовища, залучення інвестицій в розвиток інфраструктури, підтримку участі українських компаній у міжнародних МІСЕ-заходах та просування України як привабливої дестинації для ділового туризму, може значно посилити позитивний економічний ефект від проведення цих заходів.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного бакалаврського дослідження можна зробити наступні висновки:

1. MICE-туризм є багатограним феноменом, який охоплює не лише організацію заходів, а й створення цілісного досвіду, що сприяє досягненню бізнес-цілей. Ефективність MICE-заходів залежить від синергії між організаторами, учасниками та локацією, що вимагає комплексного підходу до планування та реалізації.

2. Для об'єктивного аналізу MICE-туризму необхідно застосовувати міждисциплінарний підхід, що поєднує економічні, соціологічні та географічні методи дослідження. Використання сучасних інформаційних технологій є критично важливим для збору та аналізу даних, необхідних для прогнозування тенденцій розвитку галузі.

3. Світова MICE-індустрія характеризується зростаючою конкуренцією та необхідністю постійної інновації для задоволення потреб вимогливих клієнтів. Цифровізація та використання штучного інтелекту трансформують MICE-індустрію, пропонуючи нові можливості для персоналізації та оптимізації заходів.

4. Повномасштабна війна в Україні спричинила радикальне скорочення ділової активності і туристичних потоків, що особливо негативно вплинуло на сегмент MICE-туризму. Водночас у відносно безпечних регіонах країни спостерігається гнучка адаптація та поступове відновлення внутрішнього ділового туризму, що свідчить про стійкість галузі навіть у кризових умовах. Цей процес є важливою базою для подальшого розвитку та залучення учасників ринку навіть під час воєнних викликів.

Аналіз ринку MICE-туризму в Україні виявив значний потенціал для зростання, але також і наявність системних проблем, що стримують його розвиток. Ключовими бар'єрами є недостатня інфраструктура, низький рівень маркетингу та обмежене фінансування.

5. Для стимулювання розвитку МІСЕ-туризму в Україні необхідно реалізувати комплекс заходів, що включають модернізацію інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу та активну промоцію країни як привабливої МІСЕ-дестинації. Розвиток державно-приватного партнерства є необхідним для залучення інвестицій та реалізації масштабних проектів. МІСЕ-туризм є не лише важливим джерелом доходів для туристичної індустрії, але й виступає індикатором ділової активності та інвестиційної привабливості країни.

6. Україна володіє унікальним потенціалом для відновлення і зростання МІСЕ-індустрії завдяки своєму вигідному географічному положенню, наявності сучасних заходових майданчиків, багатій культурній спадщині і економічній привабливості. Запропонована інтегрована модель розвитку, яка поєднує модернізацію інфраструктури, цифрову трансформацію, освітню підтримку, державно-приватне партнерство, нормативне оновлення та підвищення безпеки, є стратегічно необхідною для комплексного і сталого відновлення галузі.

Після стабілізації безпекової ситуації ключовими драйверами відновлення українського МІСЕ-туризму стануть розвиток нішевих форматів, таких як інсентиви, культурні форуми та регіональні ділові події, які сприятимуть економічній реінтеграції та міжнародній співпраці. Впровадження кращих міжнародних практик у сфері маркетингу, цифровізації та сталого розвитку посилить конкурентоспроможність сектору та створить сприятливі умови для залучення інвесторів і партнерів.

Успішне проведення великих міжнародних заходів може позитивно вплинути на імідж України та сприяти залученню нових інвестицій. Для повноцінного розвитку МІСЕ-туризму в Україні необхідні спільні зусилля державних установ, бізнес-асоціацій та представників галузі. Подальші дослідження, спрямовані на виявлення проблем та розробку комплексної стратегії розвитку МІСЕ-туризму з урахуванням міжнародного досвіду, є важливим кроком для реалізації значного потенціалу цієї галузі в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами). URL: [Закон України "Про туризм"](#)
2. Андрущенко О. С. (2024). *Організація туристичної діяльності*. Київ: ТКФК. (або інше видавництво). URL: [О.С. Андрущенко ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ](#)
3. Бойко, М. Г., Скрипка, А. В. (2018). *МІСЕ-індустрія як фактор сталого розвитку туризму*. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Геологія. Географія. Екологія», (49), 163–169.
4. Васильєва, Л. П., Дяченко, Т. А. (2020). *Особливості розвитку МІСЕ-туризму в Україні в умовах глобалізації*. Економіка та суспільство, (20).
5. Гармаш О. І. (2017). *Діловий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні*. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Економіка, (1), 74–77.
6. Дмитрук О. Ю. (2019). *Екологічний та діловий туризм: навчальний посібник*. Київ: Центр учбової літератури.
7. Дуднік Н. І. (2021). *Сучасні тенденції та проблеми розвитку МІСЕ-туризму*. Економічний простір, (177), 114-119.
8. Забаштанська А. М. (2019). *МІСЕ-індустрія як складова розвитку національного туристичного продукту*. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, (3), 5-16.
9. Комарніцька О. М. (2018). *Особливості маркетингу в МІСЕ-індустрії*. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Економічна, (1), 163-170.
10. Костюченко Т. Г. (2020). *МІСЕ-туризм: становлення та розвиток в Україні*. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії, (2), 79-84.

11. Котляревський Я. В. (2021). *Управління розвитком ділового туризму в регіоні*. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Київ.
12. Любіцева О. О. (2018). *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)*. Київ: Альтерпрес.
13. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. (2017). *Міжнародний туризм: теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.
14. Овчаренко А. Ю. (2020). *МІСЕ-туризм як напрям розвитку туристичної інфраструктури України*. Економіка та держава, (6), 55-59.
15. Остапчук Я. В. (2019). *Сучасний стан та перспективи розвитку МІСЕ-індустрії в Україні*. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Економіка, (1), 79-82.
16. Панченко Л. С. (2018). *Розвиток ділового туризму як пріоритетний напрям державної політики*. Актуальні проблеми економіки, (1), 40-47.
17. Сагайдак М. П. (2021). *Інновації в МІСЕ-індустрії: світовий досвід та перспективи для України*. Економіка і регіон, (1), 114-119.
18. Сологуб С. В. (2020). *Формування та просування національного туристичного продукту*. (Методичні рекомендації) Одеса: ОРІДУ. URL: [УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ](#)
19. Трубчанінова А. О. (2020). *Трансформація МІСЕ-туризму в умовах цифровізації*. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Економіка, (2), 99-105.
20. Шевченко Г. М. (2021). *МІСЕ-туризм: тенденції та перспективи розвитку*. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, (4), 78-87.
40. Adilova D., Safaeva, S. (2020). MICE Tourism: Opportunities, Priorities, Problems, Prospects. *The American Journal of Applied Sciences*, 2(11), 116–121. DOI: [10.37547/tajas/Volume02Issue11-21](https://doi.org/10.37547/tajas/Volume02Issue11-21)

41. Dewi N. M. R., Darma G. S. (2024). The Post-pandemic MICE digitalization development: A strategy for sustainable tourism in Bali. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 8(1), 45–54. [DOI: 10.31940/ijaste.v8i1.45-54](https://doi.org/10.31940/ijaste.v8i1.45-54)
42. Francisco J. P. (2017). *Assessment of the Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE) Industry in the Philippines*. SSRN Electronic Journal. [DOI: 10.2139/ssrn.2916012](https://doi.org/10.2139/ssrn.2916012)
43. Hardini R., Lestari R., Digdowiseiso K., Tri N. D. (2024). MICE AND THE FUTURE OF TOURISM IN INDONESIA. *Multidisciplinary Output Research For Actual and International Issue (MORFAI)*, 4(3), 27–34. [DOI: 10.54443/morfai.v4i3.1458](https://doi.org/10.54443/morfai.v4i3.1458)
44. Litvinova-Kulikova L., Aliyeva Z., David L. D. (2023). MICE Tourism: How the Pandemic Has Changed It. *Journal of Tourism and Services*, 14(26), 197-218. [DOI: 10.29036/jots.v14i26.496](https://doi.org/10.29036/jots.v14i26.496)
45. Murad R., et al. (2023). An Exploratory Study on Sustainable Academic Business Travel: Implications for Technological Design for Behaviour Change. *Proceedings of BCS HCI 2023*, 34-43. [DOI: 10.14236/ewic/BCSHCI2023.4](https://doi.org/10.14236/ewic/BCSHCI2023.4)
46. Park J., Park J.-Y. (2024). Unraveling Four Decades of Events Research Across Three Journal Groups: A Bibliometric Analysis. *Event Management*, 29(3), 301-316. [DOI: 10.3727/152599524X17265263360296](https://doi.org/10.3727/152599524X17265263360296)
47. Richards G., et al. (2025). Event management literature: exploring the missing body of knowledge. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 17(1), 1-17. [DOI: 10.1080/19407963.2022.2128810](https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2128810)
48. Roussakou E., Carayanni V. (2025). New Health and Safety Technologies in Hotel Restaurants in Response to the COVID-19 Pandemic: A Systematic Review. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 98. [DOI: 10.3390/tourhosp6020098](https://doi.org/10.3390/tourhosp6020098)
49. Trisnayoni R. A., Astawa I. P., Utama I. K. (2022). Sustainable MICE Event Practices: An Explorative Study. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(1). [DOI: 10.56743/ijothe.v1i1.9](https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i1.9)

50. Ushakov D. A., Ushakov S. D. (2020). *The impact of MICE tourism on the development of regional economy*. E3S Web of Conferences, 164, 01004. DOI: [10.1051/e3sconf/202016401004](https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016401004)
51. Venkatesh V., Xu X. (2021). *MICE tourism: A global perspective*. CAB International.
52. Yeung, S. T., Thomas D. A. (2021). The influence of smart technology on the competitiveness of MICE destinations: a case study of Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(9), 1021-1033. DOI: [10.1080/10548408.2021.1979929](https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1979929)
53. Zhang J., Fung J. C. (2018). MICE tourism and urban development in China: a systematic review. *Journal of China Tourism Research*, 14(1), 1-17. DOI: [10.1080/19388160.2017.1408892](https://doi.org/10.1080/19388160.2017.1408892)
54. Zheng L., et al. (2023). Decarbonizing business travel: a qualitative exploration of the (mis-)alignment between knowledge organizations' climate strategies and travel practices. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. DOI: [10.1080/09669582.2023.2247575](https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2247575)
55. Booking.com. URL: [Booking.com](https://www.booking.com)
56. Business Intelligence Insights .URL: [Global MICE Market Size | Industry Trends & Growth Report, 2022-2030](#)
57. Державна служба статистики України. URL: [Державна служба статистики України](#)
58. Євростат (Eurostat) URL: [Tourism statistics - Eurostat](#)
59. Глобальна Асоціація Ділового Туризму (GBTA). URL: [GBTA | Central & Northern Florida - Home Page](#)
60. Grand View Research. URL: [MICE Market Size, Share And Growth | Industry Report, 2030](#)
61. Міжнародна Асоціація Конгресів та Конференцій (ICCA). URL: [ICCA - International Congress and Convention Association - Home](#)
62. Mordor Intelligence. URL: [MICE Market Size & Share Analysis - Industry Research Report - Growth Trends](#)

63. Ribas Hotels Group. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/>

64. АККО Інтернешнл. URL: <https://acco.ua/ua/meropriyatiya>

65. Міжнародний Виставковий Центр (МВЦ) Київ. URL: <https://mvc-expo.com.ua/kalendar-vistavok/>

66. Online-Expo.kiev.ua URL: <https://online-expo.kiev.ua/calendar>

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну роботу бакалавра Кисляк Вероніки Валеріївни на тему
«Розвиток МІСЕ-туризму в Україні: сучасний стан і перспективи» зі
спеціальності 242 – «Туризм»

Кваліфікаційна робота Кисляк Вероніки Валеріївни присвячена дослідженню перспективного напрямку туристичної галузі – МІСЕ-туризму, який відіграє важливу роль у формуванні ділового іміджу країни та активізації економічного зростання.

У своїй роботі студентка глибоко розкриває сутність поняття МІСЕ-туризму, його структуру, складові та специфіку проведення різних форматів заходів. Теоретичний розділ написаний на високому рівні, з урахуванням сучасної термінології та професійного підходу до розкриття теми.

Особливу увагу Вероніка Валеріївна приділяє дослідженню методів вивчення МІСЕ-сегменту, що дозволило їй грамотно сформулювати аналітичну частину роботи. Авторка також провела огляд світових тенденцій у сфері ділового туризму, окреслила особливості інфраструктурної, логістичної та комунікаційної підтримки проведення конференцій, виставок та інших ділових подій за кордоном.

Високо оцінюється й аналітичний розділ, у якому студентка розглядає стан розвитку МІСЕ-туризму в Україні, виокремлює ключові бар'єри, серед яких – нестача спеціалізованих майданчиків, недостатня підготовка персоналу, слабка промоція та обмежена державна підтримка галузі. Разом з тим, у роботі запропоновано цілком обґрунтовані шляхи активізації МІСЕ-індустрії в Україні, враховуючи міжнародні практики та локальні ресурси.

Упродовж роботи над темою Кисляк Вероніка проявила високий рівень самостійності, зацікавленість у предметі дослідження, здатність до аналітичного мислення та навички академічного письма. Робота написана грамотно, має чітку структуру, оформлена згідно з вимогами, а її висновки мають практичну цінність. Вважаю, що дипломну роботу бакалавра може бути допущено до захисту в Державній екзаменаційній комісії, оскільки вона відповідає всім вимогам, що пред'являються до таких робіт.

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри світової
політики, дипломатії
та туристичного бізнесу
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна



Ганна ГАПОНЕНКО

Державній екзаменаційній комісії із захисту бакалаврських робіт студентів спеціальності 242 «Туризм»

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра 4 курсу групи УТ-41

Навчально-наукового інституту «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна спеціальності 242 «Туризм»

Кисляк Вероніки Валеріївни на тему: «Розвиток МІСЕ-туризму в Україні: сучасний стан і перспективи»

Кваліфікаційна робота Кисляк Вероніки Валеріївни присвячена дослідженню одного з найбільш перспективних і динамічних напрямів сучасного туризму – МІСЕ-туризму. Обрана тема вирізняється актуальністю, оскільки розвиток ділового туризму має значний вплив на імідж країни, залучення інвестицій, стимулювання малого та середнього бізнесу, а також підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі загалом.

У першій частині роботи авторка послідовно й логічно розкриває поняття та структуру МІСЕ-туризму, окреслюючи його місце в загальній системі туристичних послуг. Чітко охарактеризовано особливості кожного з його компонентів (зустрічі, інсентив-програми, конференції та виставки), а також їх вплив на формування внутрішнього й міжнародного туристичного потоку.

Методологічна база роботи побудована на сучасних підходах до дослідження МІСЕ-ринку та його складових. Авторка демонструє володіння аналітичним інструментарієм, що дозволяє їй оцінити ефективність існуючих стратегій та запропонувати практичні рекомендації щодо подальшого розвитку галузі в українських реаліях.

Цінним є огляд основних світових тенденцій розвитку МІСЕ-індустрії, що базується на прикладах провідних країн і міст – світових лідерів у сфері ділового туризму. Це дозволяє побачити як високі стандарти організації

заходів, так і моделі, які можуть бути адаптовані в Україні з урахуванням наявних ресурсів.

Практична частина роботи присвячена аналізу проблем і бар'єрів розвитку МІСЕ-туризму в Україні. До них авторка обґрунтовано відносить обмеженість спеціалізованої інфраструктури, недостатній рівень підготовки кадрів, слабку інтеграцію у міжнародні бізнес-мережі, а також недостатню підтримку з боку держави. У роботі надано обґрунтовані шляхи подолання цих проблем і сформульовано перспективні напрями розвитку галузі – зокрема, створення МІСЕ-кластерів, розвиток регіональних центрів ділового туризму, активізація державно-приватного партнерства.

Робота вирізняється структурованістю, академічною грамотністю, багатством використаних джерел, аналітичним підходом і практичною спрямованістю. Авторка продемонструвала вміння самостійно мислити, аналізувати інформацію та формулювати власні висновки на основі системного підходу до теми.

Кваліфікаційна робота Кисляк Вероніки Валеріївни є цілісним і завершеним науковим дослідженням, що відповідає всім вимогам, висунутим до бакалаврських кваліфікаційних робіт. Робота заслуговує на відмінну оцінку та рекомендується до захисту.

Рецензент
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та
підприємництва
економічного факультету
Харківського національного
Університету імені В.Н.
Каразіна



Марина КУДІНОВА