

DOI: 10.32702/2307-2105.2022.6.12

УДК: 794.(477)

*Макар О. П.,
к. е. н., доцент кафедри туризму,
Національний університет “Львівська Політехніка”
ORCID ID: 0000-0001-8135-0018*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ MICE-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*Makar O.,
PhD in Economics, Associate Professor,
National University "Lviv Polytechnic"*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT MICE- TOURISM IN UKRAINE

У статті досліджено сферу MICE-туризму в Україні та світового ринку. Виділено комплекс переваг та проблем, визначено можливості ділового сектору по регіонах; представлено шляхи розвитку Mice-індустрії України. Методи оцінки її ефективності у перспективі розгорне ділову активність в країні в десятки разів, внаслідок чого, було визначено, що MICE-туризм як велика частина туристичної індустрії у майбутньому, є основою для іміджевої та економічної прогресивності цілої країни.

Проаналізовано фактичні статистичні показники MICE-туризму України та країн світу, показники динаміки ринку ділових та приватних подорожей в Україні; особливості обліку ділових поїздок. Охарактеризовано вплив активізації сектору ділових послуг на регіональний розвиток України. Досліджено чинники що створюють перешкоди для розвитку ділового туризму в Україні, перспективи розвитку національного туристичного ринку.

The article analyzes the scope of MICE-tourism in Ukraine and the world market. Analyze the actual statistical indicators of MICE-tourism of Ukraine and countries of the world, indicators of the dynamics of the business and private travel market in Ukraine; Features of business trips accounting by service of state statistics. The influence of the intensification of the business services sector into regional development of Ukraine is characterized. The complex of advantages and problems, the possibilities of business sector in regions are identified; The ways of progressive development of Ukraine are presented through specific actions and mechanisms that in the future expanding business activity in a dozen times, as a result, it has been determined that MICE-tourism as a large part of the tourist industry in the future is the basis for the image and economic progressivity of the whole countries. Business tourism is a strategic tool of both foreign and domestic policy of our state as a whole and a guarantee of success in the development of regions, because various businesses are conducted throughout our country. Importantly, today the country is actively developing areas of IT - technology, medicine, industry, tourism - for which meetings are extremely important for decision-making, training, improving work and plans for the future. It is equally important that Ukraine, which aspires to join the EU and participates in most important political events in Europe, has in recent years received large groups of delegations from around the world, who return again and again in large numbers.

As of today, Ukraine, as the largest country in Europe, has not yet been able to become one of the leading countries in the field of business tourism, as since the beginning of its independence it continues to have the status of a "developing country" with a weak and unstable economy. However, over the past decade, our

country has seriously changed the course of regional development, which gave a significant boost to business, and consequently - to business tourism, because it develops only through business development and financing by companies that invest in it.

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

Keywords: *mysterism, business tourism, misa industry, world economy, globalization, tourist services market, tourism industry, tourist flows, economic and image development.*

Постановка проблеми. МІСЕ-туризм, який визначений як один із найбільш пріоритетних напрямків програми розвитку туристичної індустрії України на двадцяті роки досі практично не вивчене явище з точки зору наукових досліджень в Україні, ретельне вивчення та детальний аналіз термінів, структури, реальних показників розвитку, проблем, можливостей та перспектив МІСЕ-туризму як основи прогресивного економічного та іміджевого розвитку – є надзвичайно актуальним. МІСЕ-індустрія досконало практикується у Західній півкулі світу та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, і є одним із найбільш перспективних секторів світової економіки, приносячи третину доходів від туристичної індустрії у ВВП країн, тоді як Україна –маючи відмінне геополітичне положення, значний туристичний та економічний потенціал, не змогла увійти у склад держав-лідерів сфери ділового туризму. За останній рік Україна прийняла всього 15 важливих міжнародних зустрічей, у той час як сусідні країни – понад 100, що пояснюється внутрішньо регіональними проблемами, які будуть досліджуватись.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найвагомішу роль у концептуальному дослідженні функціонування та перспектив індустрії ділового туризму внесли наступні українські та зарубіжні науковці: І.В. Зорін, А.Ю. Александрова, І.Т. Балабанів, А.І. Балабанів, І.М. Білецька, В.Я. Брич, Л.А.

Волкова, М.П. Гасієв, В.С. Грабарчук, Н. А. Дехтяр, О.В. Дишкантюк, Л.В. Должикова-Поліщук, В.А. Квартальнов, А.Т. Кирилов, В.Г. Жученко та інші.

Формування цілей статті. Мета статті полягає у вивченні стану туристичного бізнесу в Україні, аналіз галузі ділових зустрічей як сфери туристичного бізнесу, виявленні особливостей ринку сектору МІСЕ - туризму в Україні та перспектив виходу на світовий ринок туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. МІСЕ-туризм прогресивно розвивається у глобальному відношенні, що приносить країнам відмінні рейтинги іміджевої привабливості та великі доходи від галузі туризму, значна частина витрат якої, зосереджена на бізнес-клієнтурі і організації масових подій, спрямованих на її залучення.

Популяризація МІСЕ - туризму - один із пріоритетних напрямків програми розвитку туризму України. Аналітика свідчить, що за десять років обсяг ділових поїздок в Україні збільшився більш як у два рази (на 112,1%), а приріст даного виду подорожей становить - 63,1%. Бізнес-туризм дає можливість пошуку нових партнерів, обміну інформацією, посилення професійного досвіду, зміцнення корпоративної культури. Діловий туризм є стратегічним інструментом як зовнішньої так і внутрішньої політики нашої держави в цілому та запорука успіху розвитку регіонів, адже по усій території нашої країни ведеться різнопрофільний бізнес. Сьогодні в країні активно розвиваються сфери ІТ - технологій, медицини, промисловості, туризму - для яких зустрічі є вкрай важливими для прийняття рішень, навчання, вдосконалення роботи і планів на подальше майбутнє. Також не менш важливо, що Україна, яка прагне увійти в ЄС і бере участь у більшості важливих політичних подій у Європі, за останні роки приймає великі групи делегацій з різних країн світу, які повертаються знову і знову в об'ємних кількостях.

Індустрія «МІСЕ-туризму» досконало практикується у Західній півкулі світу та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, і є одним з найбільш перспективних секторів світової економіки. Витрати великих іноземних компаній на ділові і мотивуючі поїздки своїх працівників та партнерів досягають позначки у понад один мільйон доларів на рік і входять у ряд статей

витрат після забезпечення кадрів, податків, оренди, ІТ-технологій і зв'язку, що стимулює розвиток даної індустрії.

На всесвітньому рівні, ринок MICE-індустрії у 2020 році, спираючись на дані звіту Об'єднання Дослідників Ринку (англ. Allied Market Research, абрв. AMR) був оцінений у 973 млрд. доларів США, і згідно прогнозів, до 2025 року (за умови виходу із кризи, спричиненою пандемією «COVID-2019») перевищить показник у 1,4 трлн. доларів США, із середньорічним темпом приросту у 7,7%. Частка даного сегменту у загальному обсязі ринку ділового туризму світу уже сьогодні становить – 61,7%. Всесвітня туристична організація (англ. United Nations World Tourism Organization, абрв. UNWTO) визначає, що з 6,5 трлн. доларів США, що є глобальним оборотом туристичного бізнесу – 390 млрд. доларів США припадає на ділову індустрію, що в межах 2020-2030 рр., ймовірно, збільшить оборот у 5 разів, досягаючи позначки у 2 трлн. доларів США. На тлі кризи «COVID-2019», глобальний ринок ділових поїздок, що на даний момент оцінюється у 1,4 трлн. доларів США, за оновленими прогнозами, до 2027 року має збільшитись у 1,6 трлн. доларів США, при подальшому середньорічному прирості у 2,7 %. Світові витрати на діловий туризм у 2019 році досягли 1,283 млрд. доларів США [1,2].

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

Канада – у Північній Америці; Німеччина, Великобританія, Франція, Італія, Іспанія, Нідерланди та Росія – у Європі; Австралія – у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні; Бразилія – у Південній Америці (Табл.1). Сумарний об’єм ринку яких становить 1111 млрд. доларів США.

Таблиця 1. Географія ринку ділового туризму, млрд дол. США,% [11]

Рейтинг	Країна	Об’єм ринку 2019, млрд.дол США	Об’єму ринку 2022, млрд.дол. США	Приріст (2019-2022), %
1	Китай	347	476	8,3
2	США	292	355	3,9
3	Німеччина	72	92	9,0
4	Японія	64	71	0,8
5	Великобританія	50	63	9,5
6	Франція	40	50	7,8
7	Індія	37	64	12,5
8	Південна Корея	36	42	3,9
9	Італія	34	41	6,6
10	Бразилія	31	34	2,6
11	Канада	25	31	6,0
12	Австралія	23	28	4,3
13	Іспанія	22	29	8,4
14	Нідерланди	19	23	5,7
15	Росія	19	24	7,9

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

Діловий туризм - стратегічний інструмент як зовнішньої так і внутрішньої політики нашої держави в цілому та запорука успіху розвитку регіонів, адже по усій території нашої країни ведеться різнопрофільний бізнес. Що важливо, сьогодні в країні активно розвиваються сфери ІТ - технологій, медицини, промисловості, туризму - для яких зустрічі є вкрай важливими для

прийняття рішень, навчання, вдосконалення роботи і планів на подальше майбутнє. Також не менш важливо, що Україна, яка прагне увійти в ЄС і бере участь у більшості важливих політичних подій у Європі, за останні роки приймає великі групи делегацій з різних країн світу, які повертаються знову і знову в об'ємних кількостях. Станом на сьогодні, Україна як найбільша країна Європи, досі не змогла увійти у склад держав-лідерів сфери ділового туризму. За останнє десятиліття наша держава змінила курс регіонального розвитку, що дало суттєвий поштовх сфері бізнесу, і у наслідку - сфері ділового туризму. Для більшості європейських країн «MICE» - явище туризму, що приносить чи не третину доходів від туристичної індустрії у ВВП, для України - це новий, але швидко прогресуючий вид подорожей, на який припадає близько чверті від загальної кількості подорожей українців. Таким чином, постає проблема аналізу конкретних факторів, які безпосередньо визначають долю українського MICE-туризму у подальшій перспективі. Для того, щоб зрозуміти можливості прогресивного розвитку регіонів України у сегменті індустрії зустрічей варто здійснити об'єктивний регіональний SWOT-аналіз у напрямку розвитку ділового туризму України подано у Таблиця 2.

Згідно даних щорічного рейтингу Міжнародної асоціації конгресів та конференцій (International Congress and Convention Association, абрв. ICCA), у 2019 році в Україні було проведено 15 значимих міжнародних конгресів, що становить 0,1% європейського ринку конгресів. У них брали участь близько 10 тисяч людей. З них - 8 у Києві, 3 - у Львові, 2 - в Одесі, 2 - у Харкові. До прикладу, у 2018 році було організувало 14 таких зустрічей, а у 2017 - 13. Ці міжнародні зустрічі організовуються за ініціативи Міжнародної асоціації конгресів та конференцій. Це свідчить про цікавість міжнародних ділових кіл до нашої країни. На даний момент, основна частина ділових подорожей в Україні, що становить більше 85%, припадає на внутрішні поїздки.

Таблиця 2. SWOT-аналіз сучасного стану та можливостей розвитку ділового туризму в Україні

<i>Сильні сторони</i> природно-кліматичні чинники та природні ресурси, зокрема наявність багатьох охоронюваних природних територій та унікальних курортних зон; багатство та виразність культурно-історичної спадщини на фоні європейських міст; геополітичне положення, близькість з країнами Європейського Союзу західних, південних та південно-західних регіонів; політичні, економічні та культурні міжнародні зв'язки, що розвиваються; наявність інформаційно-туристичних центрів у більшості обласних пунктів; нижчий ціновий діапазон на послуги ділового туризму, порівняно із найближчими країнами Європи; значна інвестиційна привабливість ділового туризму регіонів.	<i>Слабкі сторони</i> відсутність координаторів ділового туризму (конвеншн- та конгресс-бюро) у 20 регіонах України, у зв'язку із чим, організацію ділових подій у регіоні часто покладено на торгово-промислові палати та інші неспеціалізовані організації; відсутність статистики ділового туризму, згідно міжнародних вимог; сезонна нерівномірність попиту на усі види MICE-послуг по усіх регіонах країни; непомітний інтерес органів місцевого самоврядування в сприянні розвитку ділового туризму; відсутність допомоги у фінансуванні; низький рівень інвестицій у MICE-індустрію по регіонах України; мінімальна кількість закладів розміщення та осередків у статусі «бізнес-обслуговування», які відповідають вимогам для прийому ділового сегменту; невідповідність сервісу закладів розміщення вимогам бізнес-туристів з розвинених країн світу; нерозвинена інфраструктура при закладах розміщення; відсутність підготовленості персоналу до обслуговування бізнес-туристів у більшості регіонів; нерозвиненість ряду обласних аеропортів держави, що мають статус міжнародних / національних; відсутність успішних маркетингових дій щодо популяризації українських регіонів на міжнародному MICE-ринку.
<i>Можливості</i> зацікавленість іноземних компаній в інвестуванні в цілому у сферу туризму України і в будівництво туристичної ділової інфраструктури, найперше, популярних та чисельних на європейському просторі – бізнес-готелів та бізнес-осередків (головним чином, виставкових майданчиків стадіонного типу у напрямку масового прийому ділового контингенту); залучення бізнесменів із розвинених країн – Польщі, Німеччини, Франції, Італії, США, країн Балтії; пропаганда інвестиційної привабливості області, з виробленням конкретної іміджевої стратегії; розгортання міжнародного та міжрегіонального співробітництва; залучення українських регіонів в міжнародну виставкову діяльність; погодження проектів щодо отримання фінансування з коштів бюджету або успішна подача заявок на отримання гранту; поширений попит в сфері MICE-індустрії; можливість впровадження конкретних методів стійкого розвитку регіонів.	<i>Загрози</i> застаріла нормативно-правова база і система правового регулювання в сфері розвитку туризму України; сильна та переважаюча конкуренція в галузі ділового туризму з європейськими містами бізнес-гігантами, що веде до відхилення більшості заявок на проведення міжнародних подій в регіонах України; географічна близькість великих міст, що впевнено ведуть бізнес та є більш вигідними та привабливими для інвестицій; відсутність ефективних електронних інструментів просування регіону; низький рівень інформаційного забезпечення; залежність туристичної індустрії від державного фінансування; зовнішньополітичні ризики, що істотно впливають на транзитно-політичний потік у регіони; слабкість пропозиції кредитного фінансування бізнесу; нерозвиненість маркетингової системи, що спричиняє застій у поінформованості про потенціал українських регіонів, пріоритетних для розвитку бізнесу – на міжнародному рівні.

Важливою ознакою того, що країна зацікавлена у прийнятті бізнес-туристів є діяльність Асоціації ділового туризму України (створена у 2015 році) всеукраїнського професійного об'єднання учасників ринку MICE-туризму, що працює з місією об'єднання зусиль професіоналів індустрії ділового туризму для створення умов ефективного розвитку галузі в Україні. Асоціація має на меті перетворити MICE у галузь, що забезпечить динамічний розвиток економіки, здійснить значний внесок у ВВП, збільшить зайнятість населення, формуючи дохідну частину бюджету.

Активно популяризуються ділові заходи і у інших містах України, зокрема в Одесі, Дніпрі, Івано-Франківську, Харкові, Полтаві, Ужгороді. Згідно із прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей, витрати на діловий туризм в Україні щорічно зростатимуть на 6,2%. А у грошовому еквіваленті витрати на туризм по справах в Україні, впродовж десятирічного періоду, складуть близько 12 мільярдів гривень на рік. Центрами ділового туризму України за кількістю щорічно організованих подій міжнародного та національного характеру є три міста: Київ (73), Львів (12) та Одеса (10). Столиця України Київ є лідером за кількістю об'єктів ділової інфраструктури, MICE-компаній та MICE-організаторів. Частка MICE-туризму серед інших в Україні (за даними 2019 року), оцінюючи за загальною кількістю обслужених в'їзних туристів становить 10%, а внутрішніх - 28%. Фактично, це сильний стрибок уперед, порівняно із 2016-2018 рр., де умовно дана частка становила - 8% та 25% відповідно.

Доречно відмітити, що в останньому профільному звіті Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) українську конкурентоспроможність було оцінено 78-м місцем із 140 держав. Україна піднялась на 10 позицій вгору за рік. Зокрема, по мірі стабілізації та відновлення країни Україна різко покращила ділове середовище (зі 124 на 103 місце), безпеку (зі 127 на 107 місце), міжнародну відкритість (зі 78 на 55 місце) та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73 місце). Індекс конкурентоздатності у сфері подорожей і туризму розраховують на основі 15 факторів (бізнес-середовище, безпека, охорона

здоров'я й гігієна, людські ресурси й ринок праці, ціни, інфраструктура, природні, культурні ресурси.

Варто відзначити, що Україна з кожним роком покращує позиції у рейтингу легкості ведення бізнесу [Doing Business-2020](#), що визначається на основі щорічного дослідження Світовим банком. Згідно нього, Україна покращила свої показники за шістьма з 10 індикаторів, які враховуються при складанні рейтингу. Найбільший прогрес (на 27 пунктів) продемонстрований за індикаторами «захист міноритарних акціонерів», «отримання дозволу на будівництво» (на 10 пунктів), «підключення до електромереж», «міжнародна торгівля», «реєстрація майна» та «доступ до кредитів». Таким чином, у проміжку 2017 - 2019 років Україна піднялася на 16 позицій - від 80 місця (2017) до 76 місця (2018) та від 71 місця (2019) до 64 місця (2020) серед 190 держав світу [5,6]. Даний рейтинг має опосередковане відношення до галузі туризму, але він свідчить про цілісний розвиток бізнесу в Україні, що дає можливість зацікавити іноземних інвесторів і залучити іноземний капітал, і як наслідок, приведе в Україну тисячі ділових туристів, дасть можливість українським МІСЕ-компаніям організувати десятки нових міжнародних корпоративних заходів. Сьогодні Міністерство економічного розвитку ставить за мету збільшити кількість туристів до 30 млн. осіб на рік, в більшій мірі за рахунок ділових груп з Лондону, Сінгапуру, Барселони та Шанхаю, де відбувалися міжнародні виставкові заходи, на яких було представлено Україну. За даними Держприкордонслужби, у 2019 році у ділових заходах в Україні брало участь близько 500 тисяч осіб. Ця цифра зростає із кожним роком приблизно на 100 тисяч, що свідчить про суттєві зміни у сфері бізнесу і іміджеву прогресивність. Сфера ділового туризму обіймає близько 0,02% від ВВП країни, тоді як в розвинених країнах цей відсоток сягає 1,5% від ВВП. Аналізуючи динаміку ділових туристичних потоків в Україну, розроблений графік на основі даних статистики і представлений на Рис. 1, можна відзначити окремі роки ділової активності, які припали на 2010 та 2011 рр., коли Україну відвідали понад 600 тисяч бізнес-туристів, що можна пояснити політичним спокоєм у державі. Різкий спад розпочався вже у 2012 році, що припав на час

проведення чемпіонату «Євро-2012», що є доволі дивним фактом статистики, оскільки даний період супроводжувався масовими з'їздами бізнес-спільнот, професійних об'єднань та політичних представників, поїздки яких, в основному, мали ділову ціль. Усі подальші роки супроводжувалися різким зменшення ділових подорожей в Україні, які активізувалися лише у 2017-2018 рр., доки у 2019 році не досягли показника у понад 220 тисяч в'їзних ділових туристів.

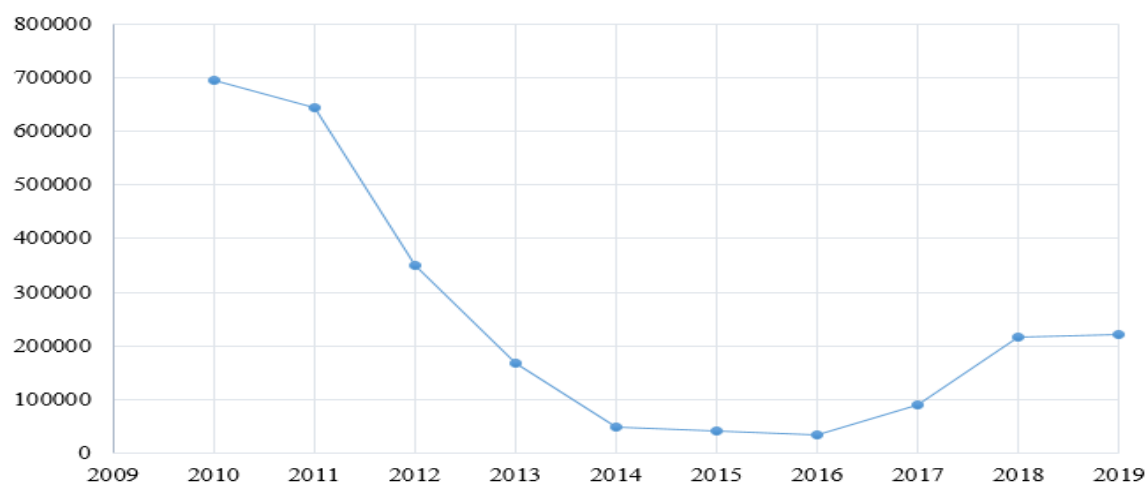


Рис. 1. Динаміка ділових подорожей в Україні [9]

У 2019 році, посилаючись на звіт WTTS по Україні, було визначено, що міжнародні відвідувачі витратили в країні 59,5 млрд. грн. (2,251.8 млн. доларів США). Організація стверджує, що з цієї суми лише 9% припадає на витрати ділових туристів, тобто обсяг загального ринку сфери ділових подорожей України, в межах звітного року, оцінюється у 19,3 млрд. грн.

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

За даними Адміністрації Державної прикордонної служби, в Україні посилились туристичні потоки з неприкордонних країн: Іспанії (+68%), Індії (+57,4), Великобританії (+47,3%), Китаю (+38,8%), Японії (+38,3%), Австрії (+32,8 %), Узбекистану (+25,6 %), Швеції (+24,6 %), Литви (+23,4%), Ізраїлю (+21,7%), США (+19%), Латвії (+18,1 %), Німеччини (+17,5%), Італії (+15,4%), Сербії (+13,7 %), Канади (+11,4 %). Скільки з них припадає на туризм по справах поки невідомо, але медіа джерела припускають умовну частку у розмірі 10-12%.

Аналітика публічного джерела «Мінфінмедіа», що посиляється на дослідження ЮНВТО, щодо іноземних ділових витрат в регіонах України, зібрала ряд країн із найбільших постачальників у даному сегменті, визначаючи окремі тенденції по туристах. В цілому, за даними 2018-2019 рр., дохід від міжнародного туризму в Україні становить 3,8% від загального експорту [7,8]. Активізація ділової активності в Україні останніми роками пов'язана, перш за все, із посиленням позицій країни у найважливіших світових рейтингах, зокрема в останньому профільному звіті Всесвітнього економічного форуму українську конкурентоспроможність було оцінено 78-м місцем із 140 держав.

У 2019 році в рейтингу туристичної привабливості Україна підняла позицію на 10 пунктів (78 зі 140), покращення туристичної інфраструктури – на шість пунктів (73 зі 140). Варто відзначити, що Україна з кожним роком покращує позиції у рейтингу легкості ведення бізнесу «Doing Business-2020», що визначається на основі щорічного дослідження Світовим банком. Згідно нього, Україна покращила свої показники за шістьма з 10 індикаторів, які враховуються при складанні рейтингу. Найбільший прогрес (на 27 пунктів) продемонстрований за індикаторами «захист міноритарних акціонерів», «отримання дозволу на будівництво» (на 10 пунктів), «підключення до електромереж», «міжнародна торгівля», «реєстрація майна» та «доступ до кредитів». Таким чином, у проміжку 2017 - 2019 рр., Україна піднялася на 16 позицій – від 80 місця (2017) до 76 місця (2018) та від 71 місця (2019) до 64 місця (2020) серед 190 держав світу. Даний рейтинг має опосередковане відношення до галузі туризму, але він свідчить про цілісний розвиток бізнесу в

Україні, що дає можливість зацікавити іноземних інвесторів і залучити іноземний капітал, і як наслідок, приведе в Україну тисячі ділових туристів, дасть можливість українським МІСЕ-компаніям організовувати десятки нових міжнародних корпоративних заходів [9]. Згідно вище згаданого рейтингу Міжнародної асоціації конгресів та конференцій (ICCA), у 2019 році, в Україні було проведено 15 значимих міжнародних заходів, що становить 0,1% європейського ринку конгресів. Варто відзначити, що за останні роки їх кількість зростає через ділову привабливість, про що свідчить Рис. 2.

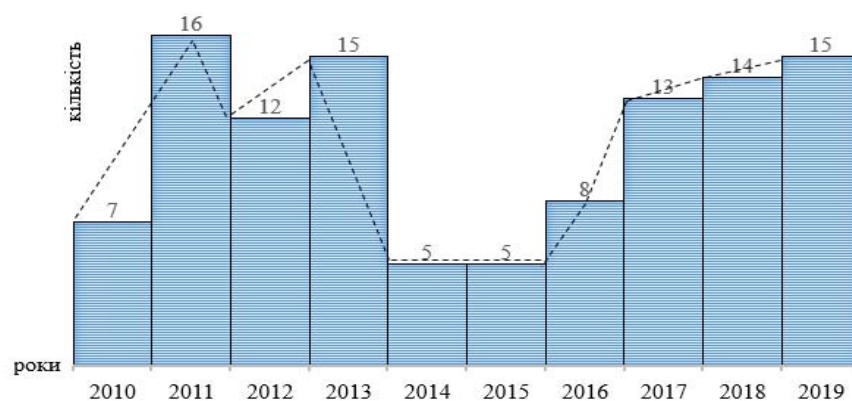


Рис. 2. Динаміка міжнародних ділових подій в Україні [9]

Українська держава за темпами активізації сфери ділових зустрічей, на даний момент, стоїть у ряді з наступними державами: Казахстан (18 подій), Грузія (17 подій), Бангладеш (14 подій), Куба та Північна Македонія – 14 подій та Ефіопія (13 подій), Азербайджан та Гондурас – 12 подій, Вірменія – 10 подій, Вірменія (10 подій), Албанія (9 подій), щоправда, суттєво програє від країн-сусідів за кількістю подій та витратами на бізнес-туризм.

За темпами зростання приросту витрат на ділові поїздки Україна займає 159 місце у рейтингу із річним показником 0,9%, випереджаючи: Італію (0,8%), Туреччину та Японію (0,6%), а також Азербайджан (0,2%), проте значно програє у ряді даних країн за витратами на подорожі: від Італії – на 44,4 млрд. доларів США; від Туреччини – на 8 млрд. доларів США; від Японії – на 80,7 млрд. доларів США; від Азербайджану – на 0,2 млрд. доларів США [10,11].

Щорічно на території української держави відбувається близько 129 міжнародних MICE-заходи. Це набагато більше від кількості, від згадуваної у звіті організації ICCA, і пов'язано з масштабом виставки чи конгресу. У своїй статистиці Асоціація враховує тільки заходи міжнародних асоціацій, що проходять на регулярній основі в різних країнах світу, не враховуючи одноразові події а також заходи, ініціаторами яких є корпорації.

Висновки з даного дослідження і перспективи. Необхідним є підвищення рівня основних напрямків стимулювання туристичної діяльності в Україні, що зможе посилити взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами розвитку країни та регіонів, що сприятиме зростанню економічних показників, збільшення рівня доходів населення, наповнення бюджету та сприятиме зростанню конкурентоспроможності туристичної галузі. MICE-індустрія у регіонах України не надто розвинута і потребує програми дій. В рамках Стратегічної програми розвитку туризму України до 2026 року конкурентоспроможності туристичної індустрії України, відзначено, що MICE-туризм відіграє основну роль у подальшому розвитку регіонального туризму. У Стратегії розвитку туризму України, на жаль, немає переліку реальних заходів і завдань щодо MICE-індустрії, проте у програмах Стратегічного розвитку на рівні місцевого самоврядування областей України вказуються можливості розвитку ділового туризму, що сприятиме будівництву великих бізнес-центрів; будівництву сучасних і комфортабельних готельних комплексів високої категорії, що відповідатимуть міжнародним стандартам; покращенню якості доріг та транспортної інфраструктури. У тенденціях пожвавлення економіки і зростання інтересу до України внаслідок успішного проведення щорічних міжнародних подій, кількість яких постійно Україна має шанс встати у ряд найбільш конкурентних світових дестинацій. Просування MICE-туризму у регіонах України за допомогою використання окремих PR-технологій – це одне з ключових завдань для створення якісної іміджевої стратегії розвитку MICE – туризму в Україні.

Література

1. Діловий туризм: особливості та класифікація. URL: <https://tourkazka.com>.
2. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Наказ від 28.12.2017 р. №1902. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17#Text>.
3. Туристична діяльність в Україні 2015-2019 рр.: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Коваль О.А., Васьковська І.І. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнес-готелів в столиці. Інтелектуальний потенціал XXI століття : матеріали конференції (10-22 листопада 2015 р.). URL: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf/>.
5. Музичка Є.О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. Економіка та держава, 2018. №1, С.55-60.
6. Чимитдоржиева О.Г. Деловой туризм: методологические аспекты. Вестник ОрелГИЭТ, 2010. № 2 (12). С.45-47.
7. Скляр Г. П., Вишнівецька Л.І., Дробиш Л.І. Статистичні показники розвитку сфери туризму в Україні: напрями удосконалення та гармонізація з міжнародними стандартами. Економічний вісник Донбасу, 2017. № 2. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>.
8. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ділового туризму. Проблеми економіки, 2014. №1, С.43-51.
9. Архів статистичних бюлетенів Державної служби статистики 2019 рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/.htm/.

10. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. Ефективна економіка, 2019 №6. URL: <http://www.nayka.com.ua>.

11. ICCA Statistics Report: URL: <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1789>

References

1. Tourkazka (2022), “Business tourism: features and classification”, available at: <https://tourkazka.com> (Accessed 20 May 2022).

2. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2017), “On approval of the action plan for the implementation of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1902731-17#Text> (Accessed 20 May 2022).

3. State Statistics Service of Ukraine (2020), “Tourist activity in Ukraine 2015-2019”, available at: www.ukrstat.gov.ua/ (Accessed 20 May 2022).

4. Koval O.A., Vaskovska I.I. (2015), “Systematic analysis of business services in Ukraine and arguments for creating business hotels in the capital. Intellectual potential of the XXI century”, Zbirka dopovidej ekonomichnij konferentsii [Conference Proceedings of the Economic Conference], available at: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf/> (Accessed 20 May 2022).

5. Muzychka, Y.O. (2018), “Status and trends in the development of business tourism in Ukraine”, *Ekonomika ta derzhava*, vol.1, pp.55-60.

6. Chymytdorzhyeva, O.H. (2010), “Business tourism: methodological aspects”, *Orel GIET*, vol. 2 (12), pp.45-47.

7. Skliar, H. P., Vyshnyvetska, L.I. and Drobysh, L.I. (2017), “Statistical indicators of tourism development in Ukraine: areas for improvement and

harmonization with international standards”, Ekonomichnyi visnyk, vol. 2, available at: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (Accessed 20 May 2022).

8. Dekhtiar, N.A. (2014), “Trends in the development of global business tourism”, Problemy ekonomiky, vol. 1, pp.43-51.

9. State Statistics Service (2019), “Archive of statistical bulletins”, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/.htm/ (Accessed 20 May 2022).

10. Slyvenko, V.A., Podorozhko, T.O. and Shyshkina, V.B. (2019), “Analysis of the current state and priorities of business tourism development in Ukraine”, Efektyvna ekonomika, vol. 6. available at: <http://www.nayka.com.ua> (Accessed 20 May 2022).

11. ICCA (2014), “ICCA Statistics Report”, available at: <http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1789> (Accessed 20 May 2022).

Стаття надійшла до редакції 25.05.2022 р.