

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД У РОЗВИТКУ ТА ПРОСУВАННІ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

МОСКВЯК Ярослава

Національний університет «Львівська політехніка»
<https://orcid.org/0000-0003-3147-0251>
e-mail: yaroslava.y.moskviak@lpnu.ua

У статті проаналізовано розвиток та просування ділового туризму в Україні. Проаналізовано досвід європейських країн. В наш час у сфері туризму все більшої актуальності набуває діловий чи бізнес-туризм. Такий вид туризму дозволяє знаходити потрібні зв'язки, набувати важливих знань, безцінного досвіду та навичок, необхідних для розвитку та зростання бізнесу, підвищує рівень кваліфікації та професіоналізму. Діловий туризм — вид сучасного туризму, що швидко розвивається. Розвиток ділового туризму характеризується все більшою зацікавленістю ділових людей з усього світу Україною. Це один з перспективних та прибуткових видів туризму. Світова глобалізація ставить завдання з підвищення конкурентоспроможності та визначення нових пріоритетів розвитку економіки в туристичній сфері. На сьогоднішній день туризм динамічно розвивається і, діловий туризм зокрема, та становиться основною сферою світової економіки. Україна не є виключенням в участі глобалізаційних процесів, тому є потреба досліджувати міжнародний туризм.

В Україні бізнес-туризм почав розвиватися досить швидко і досягнув високого рівня. На сьогоднішній день у країні є багато гідних місць для проведення ділових зустрічей та заходів будь-якого масштабу та рівня. Це стандартні та нестандартні локації різної місткості для всіх видів ділових заходів, різних можливостей та бюджетів.

В Україні бізнес-туризм почав розвиватися досить швидко і досягнув високого рівня. На сьогоднішній день у країні є багато гідних місць для проведення ділових зустрічей та заходів будь-якого масштабу та рівня. Це стандартні та нестандартні локації різної місткості для всіх видів ділових заходів, різних можливостей та бюджетів. Створено в країні та необхідну інфраструктуру для ділового туризму: у всіх регіонах країни розвинена спеціалізована готельна база, що дає можливість обрати бізнес-готель потрібної категорії, з місткістю різної кількості учасників та обладнаний усім необхідним для продуктивної роботи та повноцінного відпочинку; широкий вибір виставкових комплексів та конференц-залів із новітнім технічним обладнанням, розрахованих на різну кількість відвідувачів; сучасні технології дають можливість діловій людині вести бізнес незалежно від її місцезнаходження; діють міжнародні електронні платіжні системи; щорічно в країні відбуваються тисячі міжнародних, всеукраїнських та регіональних виставок, що охоплюють усі сфери життєдіяльності людини.

Ключові слова: діловий туризм, різновиди ділового туризму, фактори розвитку, значення ділового туризму, вплив на туристичну галузь, світовий ринок ділового туризму, тенденції розвитку, ресурси розвитку в Україні, туристичний бізнес, організація та функціонування, проблеми розвитку ділового туризму в Європі, перспективи розвитку, залучення європейського досвіду, туристична сфера України

EUROPEAN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT AND PROMOTION OF BUSINESS TOURISM IN THE TOURISM SPHERE OF UKRAINE

Yaroslava MOSKVYAK

Lviv Polytechnic National University

The article analyzes the development and promotion of business tourism in Ukraine. The experience of European countries is analyzed. Nowadays, business or business tourism is becoming more and more relevant in the field of tourism. This type of tourism allows you to find the necessary connections, acquire important knowledge, invaluable experience and skills necessary for the development and growth of business, increases the level of qualification and professionalism. Business tourism is a type of modern, rapidly developing tourism. The development of business tourism is characterized by the increasing interest of business people from all over the world in Ukraine. This is one of the promising and profitable types of tourism. World globalization poses the task of increasing competitiveness and determining new priorities for the development of the economy in the tourism sector. Today, tourism is developing dynamically and, business tourism in particular, is becoming the main sphere of the world economy. Ukraine is not an exception in the participation of globalization processes, therefore there is a need to study international tourism.

In Ukraine, business tourism began to develop quite quickly and reached a high level. Today, the country has many worthy places for holding business meetings and events of any scale and level. These are standard and non-standard locations of various capacities for all types of business events, different opportunities and budgets.

In Ukraine, business tourism began to develop quite quickly and reached a high level. Today, the country has many worthy places for holding business meetings and events of any scale and level. These are standard and non-standard locations of various capacities for all types of business events, different opportunities and budgets. The necessary infrastructure for business tourism has also been created in the country: a specialized hotel base has been developed in all regions of the country, which makes it possible to choose a business hotel of the right category, with a capacity for different numbers of participants and equipped with everything necessary for productive work and a full-fledged rest; a wide selection of exhibition complexes and conference

halls with the latest technical equipment designed for different numbers of visitors; modern technologies make it possible for a businessman to conduct business regardless of his location; international electronic payment systems operate; thousands of international, all-Ukrainian and regional exhibitions covering all spheres of human activity take place annually in the country.

Keywords: business tourism, types of business tourism, development factors, the importance of business tourism, impact on the tourism industry, the world market of business tourism, development trends, development resources in Ukraine, tourism business, organization and functioning, problems of the development of business tourism in Europe, prospects development, involvement of European experience, tourism sphere of Ukraine

Москвяк Я. (2023) Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України. *DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT*, (3), 40-46.
[https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))

Moskvyak Y. (2023) European experience in the development and promotion of business tourism in the tourism sphere of Ukraine. *DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT*, (3), 40-46.
[https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Діловий туризм є широким поняттям, що включає в себе ділову комунікацію, обмін інформацією та технологією, пошук нових партнерів і ринків, PR-акції, навчання персоналу та розвиток корпоративної культури. Він є одним з основних способів інтегрувати ресурси компанії і швидко розвиватися на ринку, завдяки виставкам, конгресам та бізнес-освіті. Головною метою ділового туризму є підвищення здатностей, навичок та постійний розвиток. Україна є повноправним учасником глобалізаційних процесів і тому дуже важливим є дослідження цього виду міжнародного туризму, проблем та перспектив його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивченням проблем та перспектив розвитку вітчизняного ділового туризму займалися такі учені як: Н. А. Дехтяр, С. І. Нікітенко, О.Ю. Подчаха, Г.М. Самостроєнко, О.Г. Чимітдоржієва, Є.О. Музичка, М.Н. Максимок та інші відомі дослідники. Зауважимо, що вчені приділяють велику увагу розвитку ділового туризму, але ця тема вимагає подальшого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проблеми ділового туризму в Україні можуть включати наступні аспекти: Інфраструктура: Україна потребує подальших інвестицій у розвиток сучасної інфраструктури для забезпечення комфортного перебування та проведення бізнес подій для міжнародних туристів. Недостатність якісних конференц-центрів, готелів з високим рівнем обслуговування та сучасної транспортної системи може становити проблему для ділових подорожей. Бюрократичні перешкоди: Процедури отримання віз і виконання імміграційних формальностей можуть бути складними та часо-, та витратними для іноземних бізнес-туристів. Такі бюрократичні перешкоди можуть знижувати атрактивність України для іноземних компаній, які планують проведення зустрічей та переговорів у країні. Корупція: Корупція може впливати на бізнес-туризм, адже вона може призводити до непрозорих та недобросовісних практик при організації подій, закупівлях та отриманні необхідних дозволів. Це може знижувати довіру до ділової спільноти в Україні та перешкоджати розвитку бізнес-туризму. Мовна бар'єра: Для іноземних гостей, особливо тих, хто не володіє українською або російською мовами, мовний бар'єр може становити проблему для здійснення бізнес-спілкування та отримання необхідної інформації. Вдосконалення англійської мови серед бізнес-спільноти може полегшити комунікацію та сприяти розвитку ділового туризму в Україні. Репутація: Невпевність у політичній та економічній стабільності України може впливати на репутацію країни як місця для бізнес-туризму. Посилення демократії, боротьба з корупцією та прозорість управління можуть сприяти поліпшенню репутації України та збільшенню інтересу іноземних компаній до організації ділових заходів.

Формулювання цілей статті

Європа відома своїм розвинутим сектором ділового туризму, що привертає багато бізнесменів з усього світу. Україна може навчитися багатьом практикам та стратегіям, які допоможуть розвитку цього сектора. Ось кілька аспектів, які можуть бути взяті на увагу:

1. Інфраструктура та готельний сектор: Європейські країни вкладають значні кошти у розвиток готельного господарства та конференц-центрів. Україна також може інвестувати у покращення існуючих готелів та будівництво нових, щоб привабити бізнес-гості.

2. Транспортна доступність: Європейські міста забезпечують гарну транспортну доступність з різних країн, що сприяє збільшенню кількості міжнародних бізнес-подорожей. Україна може розвивати свої аеропорти та залізничну інфраструктуру, домовляючись про нові міжнародні маршрути та привертаючи більше компаній до відкриття представництв.

3. Привабливість місцевих міст: Європейські міста приваблюють делегації багатофункціональними конференц-центрами, закладами гастрономії та культурними пам'ятками. Україна може показати свою

унікальність та привабливість для бізнес-туристів, пропонуючи різноманітні місця для проведення конференцій та інших подій.

4. Підтримка бізнес-ініціатив: Уряд може сприяти розвитку ділового туризму шляхом надання підтримки бізнес-ініціатив у цій сфері. Це може включати фінансові стимули для організації конференцій, спеціальні програми для бізнес-туристів та спрощення візового режиму.

5. Маркетинг та просування: Україна може активно просувати свої можливості для ділового туризму через маркетингові кампанії та участь у міжнародних виставках.

Виклад основного матеріалу

Стратегічний розвиток ділового туризму - це процес формування довгострокової стратегії для розвитку туристичного сектора з метою збільшення його потенціалу та підвищення конкурентоспроможності. Основні етапи стратегічного розвитку ділового туризму в Україні зображено на рис..1.



Рис. 1. «Перелік головних етапів, які передбачає стратегічний розвиток сфери ділового туризму»

Діловий туризм - це галузь туризму, пов'язана з поїздками, пов'язаними з бізнесом, які проводяться для здійснення різних бізнес-операцій, таких як проведення нарад, конференцій, семінарів, переговорів з партнерами і клієнтами тощо. Діловий туризм є важливим напрямком економіки багатьох європейських країн і регіонів. У цьому контексті кращі практики європейських країн у розвитку ділового туризму можуть бути корисними для інших країн та регіонів.

Один з найбільш розвинутих ринків ділового туризму в Європі знаходиться в Лондоні, Великобританія. Лондон має велику кількість високоякісних готелів, конференц-центрів та інших підприємств, що забезпечують послуги ділового туризму. Велика кількість бізнес-подій проводиться в Лондоні щороку, такі як Всесвітній форум економіки (World Economic Forum) та Міжнародна конференція з технологій (International Conference on Technology).

Ще однією країною з розвинутим ринком ділового туризму є Німеччина. У Німеччині знаходиться багато високоякісних готелів та конференц-центрів, і міста, такі як Франкфурт та Берлін, є дуже популярними місцями для проведення бізнес-подій. Крім того, у Німеччині існують добре розвинуті мережі транспорту та логістики, що робить зручними подорожі по країні для бізнес-туристів.

Іспанія також відома своїм розвиненим ринком ділового туризму. Особливо популярні для проведення бізнес-зустрічей є міста Барселона, Мадрид і Валенсія. У цих містах є багато конференц-центрів і виставкових комплексів, які пропонують високоякісні послуги для бізнес-туристів. Крім того, Іспанія має дуже розвинену інфраструктуру туризму, що забезпечує комфортні умови для перебування бізнес-туристів.

Ще однією країною, яка активно розвиває свій ринок ділового туризму, є Франція. Міста Париж і Ліон є популярними місцями для проведення бізнес-зустрічей та конференцій. У Парижі є багато великих конференц-центрів, таких як Парижський конгресовий центр (Paris Convention Centre), який є найбільшим в Європі, а також відомі виставкові комплекси, такі як Версальський виставковий центр (Versailles Exhibition Centre).

Однією з найбільш розвинутих регіонів Європи в галузі ділового туризму є Скандинавія. Міста Осло, Стокгольм та Копенгаген є популярними місцями для проведення бізнес-зустрічей та конференцій. У цих містах є багато високоякісних готелів, конференц-центрів та виставкових комплексів, а також добре розвинені мережі транспорту та логістики.

Узагалі, кращі практики європейських країн у розвитку ділового туризму полягають у високій якості послуг, доступності інфраструктури, розвиненій мережі транспорту та логістики, а також активній підтримці з боку держави та місцевих органів влади. У більшості європейських країн діловий туризм розглядається як важлива складова економіки, тому на нього приділяється достатньо уваги та ресурсів.

Одним з успішних прикладів розвитку ділового туризму є Німеччина. Місто Франкфурт є одним з найбільших центрів ділового туризму в Європі, завдяки наявності великого міжнародного аеропорту та великої кількості конференц-центрів. Окрім того, у Німеччині існує сильна підтримка ділового туризму з боку державних та місцевих органів влади, які активно сприяють організації різноманітних заходів та конференцій.

У Східній Європі розвиток ділового туризму тісно пов'язаний з розвитком інформаційних технологій та технопарків. Наприклад, місто Краків у Польщі є популярним місцем для проведення технологічних конференцій та зустрічей, завдяки наявності багатьох технопарків та інноваційних центрів. Також у Східній Європі популярними напрямками для ділового туризму є столиці країн, такі як Київ, Варшава та Будапешт, де є багато конференц-центрів та високоякісних готелів.

Узагалі, кращі практики європейських країн у розвитку ділового туризму полягають у високій якості послуг, доступності інфраструктури, розвиненій мережі транспорту та логістики, а також активній підтримці з боку держави та місцевих органів влади. Для досягнення успіху в цій галузі важливо також сприяти розвитку інновацій та новітніх технологій, адаптуватись до змін у світі та дотримуватись високих стандартів якості та безпеки.

Окрім того, кращі практики включають в себе активний маркетинг та просування туристичного продукту на міжнародному рівні, залучення відомих спікерів та фахівців до проведення заходів, а також організацію цікавих екскурсій та культурних заходів для учасників.

Наприклад, у Швейцарії діловий туризм зосереджений на проведенні конференцій та заходів в окремих секторах економіки, таких як фінанси, фармацевтика та наука. У місті Базель відбувається один з найбільших світових ярмарків мистецтва та дизайну, який приваблює велику кількість учасників та відвідувачів з усього світу. Крім того, Швейцарія активно використовує свої природні ресурси, такі як Альпи, для організації туристичних заходів та приваблення бізнес-туристів.

Загалом, розвиток ділового туризму є важливою складовою економіки багатьох європейських країн та регіонів. Для досягнення успіху у цій галузі важливо мати належну інфраструктуру, високу якість послуг, підтримку з боку держави та місцевих органів влади, а також активний маркетинг та просування туристичного продукту.

Європейські країни активно використовують стратегії та маркетингові підходи для просування себе як місць для проведення бізнес-заходів. Основними стратегіями та підходами є:

1. Розробка і просування унікальної концепції події. Європейські країни активно використовують різноманітні тематичні концепції, які дозволяють відрізнити свою подію від інших. Наприклад, в Швеції проводяться заходи на тему сталого розвитку, в Іспанії - на тему гастрономії, в Німеччині - на тему інноваційних технологій.

2. Відвідування виставок та конференцій. Європейські країни активно відвідують виставки та конференції, де вони можуть просувати свої події та встановлювати зв'язки з потенційними учасниками та партнерами.

3. Використання соціальних мереж та Інтернет-реклами. Європейські країни активно використовують соціальні мережі та Інтернет-рекламу для просування своїх подій та залучення учасників. Вони також використовують пошукову оптимізацію та ретаргетингову рекламу для привернення уваги до своїх подій.

4. Розвиток співпраці з туристичними агентствами та компаніями. Європейські країни активно співпрацюють з туристичними агентствами та компаніями, які можуть допомогти залучити учасників до їхніх подій. Вони також надають знижки на перевезення та проживання для учасників подій.

5. Організація прес-туру та пресконференцій. Європейські країни активно організовують прес-тури та прес-конференції для журналістів та блогерів, які можуть розповісти про їхні події та привернути увагу до них. Це дозволяє залучити увагу міжнародної преси та збільшити популярність події.

6. Розробка маркетингових матеріалів та промо-відео. Європейські країни активно розробляють маркетингові матеріали та промо-відео для просування своїх подій. Це можуть бути фотографії, відео-ролики, промо-буклети та інші матеріали, які допомагають залучити увагу до події та показати її переваги.

7. Організація спеціальних заходів для партнерів та учасників. Європейські країни активно організовують спеціальні заходи для своїх партнерів та учасників, такі як вечірки, екскурсії, майстер-класи та інші. Це дозволяє залучити увагу та показати свою гостинність та культуру.

Враховуючи все вищевказане, можна сказати, що європейські країни активно використовують різноманітні стратегії та маркетингові підходи для просування себе як місць для проведення бізнес-заходів. Вони намагаються відрізнити свої події від інших та показати їхні переваги, що допомагає залучити увагу та збільшити популярність події.

Посилення співпраці з європейськими партнерами у розвитку інфраструктури для проведення бізнес-заходів в Україні є одним із пріоритетів державної політики України в сфері розвитку бізнесу та туризму.

Одним зі способів підвищення якості та рівня інфраструктури для проведення бізнес-заходів є розвиток та модернізація конференц-центрів, виставкових комплексів та готелів з відповідним обладнанням для проведення конференцій, семінарів, тренінгів та інших подій. У цьому процесі співпраця з європейськими партнерами відіграє важливу роль.

Один зі способів посилення співпраці з європейськими партнерами полягає у взаємному обміні досвідом та знаннями щодо організації та проведення бізнес-заходів, розробки та впровадження інноваційних технологій у галузі організації заходів, а також у підвищенні якості та рівня обслуговування клієнтів.

Ще одним із способів є створення спільних проєктів з європейськими партнерами щодо розвитку та модернізації інфраструктури для проведення бізнес-заходів. Такі проєкти можуть передбачати спільне фінансування, обмін технологіями та знаннями, розробку та впровадження інноваційних рішень, а також спільне використання ресурсів.

До прикладів таких спільних проєктів можна віднести побудову нових конференц-центрів, модернізацію вже існуючих виставкових комплексів та готелів, розробку програм підвищення кваліфікації та підготовки персоналу для бізнес-заходів, розробку та впровадження нових технологій в сфері організації та проведення заходів, а також удосконалення сервісу та інші напрями співпраці.

Також важливим елементом європейської співпраці є залучення європейських інвестицій у сферу розвитку інфраструктури для проведення бізнес-заходів в Україні. Це може бути здійснено шляхом створення спеціальних інвестиційних проєктів, що передбачають залучення інвестицій європейських компаній та фондів у розвиток інфраструктури для проведення бізнес-заходів в Україні.

З метою підвищення інтересу європейських бізнес-туристів до України, також можуть бути проведені спільні маркетингові кампанії та промо-акції, направлені на просування українських конференц-центрів та виставкових комплексів на європейських ринках.

Узагалі, посилення співпраці з європейськими партнерами у розвитку інфраструктури для проведення бізнес-заходів є важливим кроком у напрямку розвитку туризму та бізнесу в Україні. Це сприятиме залученню нових інвестицій, підвищенню якості та рівня обслуговування, а також підвищенню конкурентоспроможності України на міжнародному ринку бізнес-туризму.

В Європі діловий туризм регулюється законодавством та стандартами, які сприяють розвитку безпечних та ефективних бізнес-подорожей. Наприклад, Європейський стандарт EN 13809 визначає вимоги до організації конференцій та інших подій. Європейський стандарт EN 15733 встановлює вимоги до професійних послуг, пов'язаних з організацією ділових подорожей, таких як бронювання готелів, перевезення, візова підтримка та інші.

Крім того, в Європі діє багато інших законодавчих актів, які регулюють діловий туризм, наприклад, європейське законодавство про захист даних (GDPR), яке стосується обробки персональних даних у контексті ділового туризму. Також існує Європейська хартія професійної етики для туроператорів та турагентів, яка встановлює вимоги до професійної поведінки у галузі туризму.

У зв'язку зі значним розвитком ділового туризму в Україні, важливо впроваджувати найкращі практики з Європи. Наприклад, можна використовувати системи онлайн-бронювання та відслідковування витрат на бізнес-подорожі, які дозволять забезпечити ефективність та економію. Також важливо враховувати вимоги до організації конференцій та інших подій, щоб забезпечити високу якість та безпеку учасників.

Для підвищення якості та привабливості ділового туризму в Україні, можна використовувати практики з Європи, наприклад, створення мережі конференц-центрів з високою якістю обслуговування та зручним розташуванням, які відповідають міжнародним стандартам.

Також важливо розвивати мережу готелів та інфраструктуру для ділового туризму, щоб забезпечити комфортне перебування та роботу учасників бізнес-подорожей. У цьому можуть допомогти інвестиції та підтримка держави.

Для привабливості ділового туризму в Україні важливо також розвивати культурну та історичну інфраструктуру, створювати цікаві екскурсійні програми та інші види дозвілля для учасників бізнес-подорожей.

Загалом, важливо забезпечити високу якість та безпеку ділового туризму в Україні, використовуючи найкращі практики з Європи та розвиваючи відповідну інфраструктуру. Це може допомогти залучити більше іноземних інвестицій та підвищити конкурентоспроможність України на міжнародному ринку ділового туризму.

Діловий туризм є важливою галуззю для розвитку економіки країни. Україна має багатий потенціал для розвитку ділового туризму, проте її імідж як привабливої дестинації ще не до кінця сформований. Для просування України як привабливої дестинації для ділового туризму, можна використовувати наступні іміджеві та маркетингові рішення:

1. Розробка привабливого інформаційного порталу про діловий туризм в Україні з акцентом на ключові напрямки та можливості для бізнесу. Важливо, щоб портал був доступний англійською мовою та мав простий та зрозумілий інтерфейс.
2. Організація бізнес-форумів, конференцій та семінарів у великих містах України, таких як Київ, Львів, Одеса, Дніпро та інші, для приваблення уваги бізнес-спільноти.
3. Створення бізнес-турів для іноземних делегацій та менеджерів з можливістю відвідати ключові бізнес-об'єкти та ознайомитися з культурою та традиціями України.
4. Рекламні кампанії на міжнародних телеканалах, журналах та інтернет-виданнях, що спрямовані на бізнес-спільноту та менеджерів з усього світу.

5. Використання соціальних мереж, таких як LinkedIn, для реклами України як привабливої DESTИНАЦІЇ для ділового туризму. Важливо вести активний контент-маркетинг та комунікацію зі спільнотою бізнес-спільноти.

6. Створення туристичних пакетів для бізнес-туризму, які включатимуть в себе зручний транспорт, комфортне розміщення, організацію зустрічей та переговорів з місцевими бізнес-партнерами, а також екскурсії та інші культурні заходи.

7. Використання відео-матеріалів та фотографій для демонстрації потенціалу України як DESTИНАЦІЇ для ділового туризму. Такі матеріали можна розміщувати на веб-сайтах, соціальних мережах, YouTube та інших медіа-платформах.

8. Організація міжнародних турнірів та конкурсів у різних галузях бізнесу, що можуть привернути увагу бізнес-спільноти з усього світу.

9. Залучення відомих бізнес-лідерів та експертів до проведення заходів у рамках ділового туризму. Це може привернути увагу до України як DESTИНАЦІЇ для бізнесу та підвищити її імідж.

10. Співпраця з місцевими виробниками та продавцями, щоб презентувати унікальні місцеві продукти та послуги, які можуть бути цікавими для бізнес-туристів. Це може допомогти збільшити інтерес до України як DESTИНАЦІЇ для ділового туризму та залучити нових клієнтів.

Загалом, для просування України як привабливої DESTИНАЦІЇ для ділового туризму, необхідно поєднувати різні маркетингові та іміджеві рішення, залучати місцевих бізнес-лідерів та експертів, розробляти привабливі пакети та ефективно використовувати рекламні та PR-інструменти для залучення уваги до України як привабливої DESTИНАЦІЇ для ділового туризму.

Крім того, важливо забезпечити відповідну інфраструктуру та послуги для бізнес-туристів, такі як конференц-зали, мережі бездротового Інтернету, бізнес-центри та інші зручності, що можуть зробити перебування в Україні комфортнішим та ефективнішим для проведення бізнес-зустрічей та переговорів.

Нарешті, співпраця зі знаменитостями та впливовими особистостями може також допомогти привернути увагу до України як DESTИНАЦІЇ для ділового туризму. Такі співпраці можуть бути реалізовані, наприклад, через спонсорство заходів, участь в благодійних акціях, партнерство зі знаменитостями та інші форми співпраці.

В цілому, ефективне просування України як DESTИНАЦІЇ для ділового туризму потребує комплексного підходу та залучення різноманітних інструментів маркетингу та іміджу. Такий підхід може допомогти підвищити інтерес до України серед бізнес-туристів та забезпечити зростання бізнесу в туристичній галузі країни.

Розвиток спеціалізованих центрів та інфраструктури для проведення конференцій, семінарів та інших бізнес-заходів є важливим елементом розвитку бізнес-туризму в Україні. Це допомагає залучити до країни більше іноземних гостей, а також сприяє розвитку внутрішнього ринку конференц-сервісу та іншої подібної діяльності.

Україна має потенціал для розвитку спеціалізованих центрів та інфраструктури для проведення конференцій, семінарів та інших бізнес-заходів. Вже сьогодні є багато готелів та конференц-центрів зі сучасною інфраструктурою та технологіями. Але щоб залучити ще більше іноземних туристів, потрібно розвивати цю інфраструктуру та підвищувати якість обслуговування.

Одним із найважливіших елементів європейських стандартів є якість обслуговування. Від якості обслуговування залежить репутація країни та можливість залучення нових іноземних туристів. Тому в Україні потрібно розвивати і підвищувати кваліфікацію працівників готелів та конференц-центрів, а також забезпечувати належний рівень технічного обладнання та послуг для проведення конференцій, семінарів та інших бізнес-заходів. Для цього можна використовувати європейські технології та рішення, такі як високошвидкісний Інтернет, відеоконференції, цифрові табло, програмне забезпечення для організації заходів тощо.

Окрім того, важливо забезпечити відповідну інфраструктуру для забезпечення комфорту учасників заходу, таку як зручні кімнати для перебування, кафе та ресторани зі смачною їжею, спортивні та розважальні заклади тощо.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В результаті дослідження було встановлено, що Україна має значний потенціал для розвитку ділового туризму. Багатий культурний спадок, природні красоти, та сучасні бізнес-центри створюють привабливе середовище для проведення різноманітних бізнес-заходів. Однак, на даний момент український діловий туризм зазнає певних труднощів через вплив перманентних явищ, таких як політична нестабільність, економічні проблеми та військовий конфлікт на сході країни.

У ході дослідження було виявлено, що для подолання цих проблем необхідно приділити особливу увагу ряду аспектів. По-перше, держава повинна забезпечити стабільність політичного та економічного середовища, що створить сприятливі умови для притоку іноземних інвестицій і розвитку ділового туризму. По-друге, необхідно активно просувати Україну як привабливий туристичний напрямок для бізнес-

подорожей, залучати міжнародні конференції та виставки, розвивати інфраструктуру для проведення бізнес-заходів.

Також, важливо продовжити підтримку та сприяння розвитку місцевих підприємств і організацій, що працюють у сфері ділового туризму. Це може включати надання фінансової підтримки, навчання та консультування з питань управління та маркетингу, створення сприятливих умов для їх розвитку.

Для просування ділового туризму в Україні також важливо залучати міжнародні організації та партнерів, зокрема, туристичні агентства, готелі, авіакомпанії, для спільної розробки та реалізації проектів у сфері ділового туризму. Такі партнерства можуть сприяти обміну досвідом, впровадженню передових технологій та практик, а також збільшенню потоку бізнес-туристів в Україну.

Крім того, важливо звернути увагу на розвиток інфраструктури для ділового туризму. Це включає покращення готельної бази, конференц-залів, бізнес-центрів та інших закладів, необхідних для проведення бізнес-заходів. Також слід розвивати транспортну інфраструктуру, забезпечуючи зручний доступ до регіонів, де проводяться ділові заходи.

З метою просування України як привабливого місця для ділового туризму, необхідно активно використовувати маркетингові стратегії та інструменти. Це можуть бути рекламні кампанії, участь у міжнародних виставках та конференціях, створення спеціалізованих веб-сайтів та платформ для бронювання бізнес-туристичних послуг. Також важливо активно просувати унікальні особливості України, такі як культурна спадщина, національна кухня та природні резервати, що можуть бути цікавими для бізнес-туристів.

Література

1. Галасюк С.С., Цимбаліст О.Ю. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму. Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 грудня 2017 р. Дніпро: НО «Перспектива», 2017. Ч. 1. С. 9-12.
2. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму / Н.А. Дехтяр // Проблеми економіки. - 2014. - № 1. - С. 43-51. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.problecon.com/pdf/2014/1_0/43
3. Жученко В.Г. Особливості організації ділового туризму в Україні та сучасний стан його розвитку / В.Г. Жученко, К.Д. Діденко // Економіка, фінанси, право: інф.-аналіт. журнал. - 2012. - № 12/ 2. - С. 13-15.
4. Коваль О.А. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнес готелів в столиці / О.А. Коваль, І.І. Васковська [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konferm2>
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (офіційний веб сайт) - Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016—2017 років [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>!
6. Музичка Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. Економіка та держава. 2018. № 1/2018. С. 55-60. [Електронний ресурс].-Режим доступу : http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018
7. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. - Том 52. Вип. 39. - С.139-143.
8. Пандяк І.Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. Вісник Львівського університету. Серія: географічна. 2007. Вип. 34. С. 183-188.
9. Прохорчук І.В. Теоретичні аспекти розвитку міжнародного ділового туризму в Україні / І.В. Прохорчук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2012. - Вип. 110. - С. 118.
10. Семенов В.Ф., Фадєєва Г.І. Умови і сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі. Регіональна економіка та управління. № 5 (18), Запоріжжя, 2017. С. 149-156.

References

1. Halasiuk S.S., Tsymbalist O.Yu. World and national trends in the development of business tourism. World trends and prospects for the development of the financial system: collection of materials of the international scientific-practical conference, December 15-16, 2017. Dnipro: NO "Perspektyva," 2017. Part 1. Pp. 9-12.
2. Dekhtyar N.A. Trends in the development of the world market of business tourism / N.A. Dekhtyar // Problems of Economics. - 2014. - No. 1. - Pp. 43-51. - [Electronic resource]. - Access mode: www.problecon.com/pdf/2014/1_0/43
3. Zhuchenko V.G. Features of the organization of business tourism in Ukraine and the current state of its development / V.G. Zhuchenko, K.D. Didenko // Economics, Finance, Law: information-analytical journal. - 2012. - No. 12/2. - Pp. 13-15.
4. Koval O.A. System analysis of business services in Ukraine and justification for the creation of business hotels in the capital / O.A. Koval, I.I. Vaskovska [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.sworld.com.ua/konferm2>
5. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (official website) - Information on the visit of Ukraine by foreign tourists and the departure of Ukrainian citizens abroad for the I half of 2016-2017 [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.me.gov.ua/>!
6. Muzhyhcha Ye.O., Petrenko V.A. State and trends in the development of business tourism in Ukraine. Economy and State. 2018. No. 1/2018. Pp. 55-60. [Electronic resource]. - Access mode: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018
7. Nikitenko S.I. Business tourism in Ukraine: problems and prospects for development / S.I. Nikitenko // Scientific works. - Volume 52. Issue 39. - Pp. 139-143.
8. Pandyak I.G. Current state and problems of development of business tourism infrastructure in Ukraine. Bulletin of Lviv University. Series: geographical. 2007. Issue 34. Pp. 183-188.
9. Prokhorchuk I.V. Theoretical aspects of the development of international business tourism in Ukraine / I.V. Prokhorchuk // Current issues of international relations. - 2012. - Issue 110. - Pp. 118.
10. Semenov V.F., Fadeeva G.I. Conditions and current trends in the development of business tourism in Ukraine and the world. Regional economy and management. No. 5 (18), Zaporizhzhia, 2017. Pp. 149-156.