

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-07  
УДК 338.486

## ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

### Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри світової політики,  
дипломатії та туристичного бізнесу  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022  
e-mail: [a.i.gaponenko@karazin.ua](mailto:a.i.gaponenko@karazin.ua)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

### Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри світової політики,  
дипломатії та туристичного бізнесу  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022  
e-mail: [evetushenko@karazin.ua](mailto:evetushenko@karazin.ua)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

### Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри світової політики,  
дипломатії та туристичного бізнесу  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022  
email: [shamara@karazin.ua](mailto:shamara@karazin.ua)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

### Святий Антон Романович

магістр кафедри світової політики,  
дипломатії та туристичного бізнесу  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022  
email: [antonsvatoj228@gmail.com](mailto:antonsvatoj228@gmail.com)

Сучасний діловий туризм є важливою складовою як бізнес-діяльності, так і сфери подорожей і туризму. Щодня мільйони людей здійснюють подорожі різної тривалості й відстані з діловими цілями, і щороку в світі відбувається понад 100 мільйонів таких бізнес-подорожей. У цій галузі сформувалися асоціації, наукові та освітні установи, спеціалізовані видання та навчальні посібники, а також стабільна організаційна структура з професійним управлінням. Країни, орієнтовані на розвиток туризму, розробили й активно впроваджують державні програми підтримки для стимулювання ділового туризму. Основною метою ділового туризму є підвищення ефективності бізнесу, розширення ринкових можливостей, стимулювання інновацій та укріплення ділових зв'язків. Предметом дослідження є аналіз сучасного стану, проблем та перспектив розвитку ділового туризму в Україні. Мета дослідження полягає у визначенні ділового туризму як перспективного напрямку розвитку туризму України. Використовуються загальнонаукові методи дослідження: системний, описовий, порівняльний та структурно-логічний аналіз. У ході дослідження були отримані наступні результати: виявлено основні тенденції, проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. На думку авторів, після війни Україна стане центром для проведення численних міжнародних конференцій, присвячених відновленню та відбудові, економічному співробітництву та новітнім технологіям. Проведення таких заходів, зокрема у сфері інвестицій, відновлювальних технологій, екології та інновацій, допоможе залучити широке

коло міжнародних партнерів та сприятиме розвитку ділового туризму. Висновки: обґрунтовано доцільність розробки шляхів просування України як привабливого напрямку для ділового туризму. Цифрові технології здатні значно полегшити процеси організації поїздок, зменшити витрати, підвищити ефективність та створити нові можливості для міжнародної співпраці. Враховуючи ці тенденції, Україна має потенціал стати важливим гравцем у глобальному бізнес-туризмі, якщо вдасться подолати існуючі бар'єри та максимально ефективно впровадити інновації.

**Ключові слова:** діловий туризм, місе-туризм, бізнес, конгресно-виставковий туризм, інсентив-туризм, мобільний додаток.

**Як цитувати:** Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Святий А.Р. Діловий туризм в Україні: перспективи розвитку в післявоєнний час. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносин. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 60–73. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-07>

**In cites:** Haponenko H., Yevtushenko O., Shamara I., & Sviaty A. (2024). Business tourism in Ukraine: development prospects in the post-war period. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 60–73. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-07> (in Ukrainian)

**Постановка проблеми.** Сучасний діловий туризм характеризується великою різноманітністю форм, видів і різновидів, але при цьому відсутністю єдиного універсального підходу до його класифікації. Згідно з класичним науковим підходом, виокремлюють два основні сегменти ділового туризму:

Класичні ділові поїздки – це, зазвичай, індивідуальні поїздки, які здійснюються «діловим туристом» з метою виконання професійних завдань як у робочий, так і в позаробочий час за межами постійного місця проживання.

МІСЕ-туризм – це вид ділового туризму, орієнтований на участь у заходах за основними напрямками. Абревіатура МІСЕ розшифровується як: Meetings (зустрічі), Incentives (інсентив-заходи), Conventions (конференції), Exhibitions (виставки) [6].

Зустрічі (Meetings) охоплюють організацію нарад, переговорів з партнерами, семінарів, тренінгів для дилерів та інших бізнес-зустрічей.

Заохочувальні подорожі (Incentives) – це види туристичних поїздок, через які компанії виражають подяку своїм співробітникам, клієнтам, партнерам і іншим зацікавленим сторонам.

Конференції (Conferences) – це заходи, які включають збори, семінари, симпозиуми та виставки, де важливими вимогами є високі стандарти та досягнення.

Події (Events) – це організація турів, корпоративних свят, виїзних заходів та виставок, що мають на меті створення неповторної атмосфери, незабутніх вражень і взаємодії між учасниками. Вони сприяють розвитку співробітництва, командного духу і підтримці корпоративної культури [2, с.16-17].

Організація поїздок у сегменті МІСЕ є складнішою, ніж для класичних ділових подорожей. Для планування МІСЕ-заходів зазвичай залучають спеціалізовані організації, які займаються організацією таких заходів. Однією з основних характеристик МІСЕ-подорожей є велика кількість учасників, в той

час як класичні ділові заходи зазвичай мають обмежену кількість учасників. Тому класичні ділові поїздки зазвичай є індивідуальними і їх організація є менш складною.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Згідно з даними Association of Corporate Travel Executives, більшість ділових туристів – це чоловіки (приблизно 65%), віком від 25 до 54 років. За рівнем освіти, відповідно до даних The Global Business Travel Association, 45% ділових туристів мають вищу освіту, 36% — середню спеціальну освіту, а 19% — кваліфікацію відповідного профілю.

Професійний портрет ділового туриста може варіюватися залежно від країни його походження. Наприклад, за даними дослідження Global Business Travel Association, ділові туристи з Європи зазвичай вирізняються високим рівнем освіти та віком старше 40 років. Натомість ділові туристи з Азії та Тихоокеанського регіону зазвичай є молодшими та мають відносно нижчий рівень освіти. У той же час ділові туристи зі США виділяються високим рівнем доходу, частішим використанням новітніх технологій та підвищеним попитом на якісні та комфортні туристичні послуги.

Проблеми теоретичного обґрунтування, аналізу та визначення шляхів удосконалення організації ділового туризму були досліджені такими вітчизняними вченими, як І. Андренко, С. Галасюк, В. Друк, Р. Грабар, С. Кузик, О. Бейдик, О. Бордун, Н. Титова. Крім того, питання розвитку туризму в Україні, включно з аспектами ділового туризму, розглядали такі науковці, як А.Ю. Парфіненко, І.М. Шамара, С.О. Юрченко, Ю.В. Згурська.

**Мета статті** полягає у виявленні основних тенденцій, проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні та розробці шляхів просування України як привабливого напрямку для ділового туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення концепції ділового туризму дає підстави припустити,

що в сучасному розумінні цей термін відповідає поняттю «ділова подорож» або «business travel», яке використовується в міжнародній практиці. Водночас термін «Business travel» в англійській літературі відображає вже розвинену індустрію. Отже, діловий туризм можна визначити як сукупність відносин і явищ, які виникають під час поїздок людей в робочий час, основною метою яких є участь у ділових зустрічах, конгресах, конференціях, виставках, ярмарках та інсентив-заходах за межами їх звичного місця проживання та роботи [2, с.13].

Аналіз стану ділового туризму в Україні неможливий без врахування терміну «діловий туризм» в національному законодавстві. Однак, на жаль, цей термін відсутній через застарілість і неповноту закону «Про туризм».

У законі України «Про туризм» поняття туризму визначається наступним чином: «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [1].

Аналізуючи термін, зазначений у законодавстві, та враховуючи особливості ділових подорожей, можна сформулювати визначення ділового туризму в контексті українського законодавства. «Діловий туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання з професійно-діловою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці призначення».

Світовий ринок ділового туризму демонструє безпрецедентну траєкторію зростання. Очікується, що до кінця 2027 року його обсяг досягне 1 764,6 млрд доларів США, а середньорічний темп зростання становитиме 8,6% протягом прогнозованого періоду 2020-2027 рр., згідно з даними Verified Market Research. Це зростання пояснюється рядом факторів, таких як зростання потреб підприємств залишатися конкурентоспроможними, поява мобільних технологій і збільшення кількості ділових мандрівників.

Ділові подорожі стають все більш важливим сегментом індустрії туризму. Готелі та авіакомпанії надають свої послуги діловим мандрівникам, а посередники будують корпоративну модель, орієнтовану на B2B. Але раціональна організація ділового туризму досі залишається невирішеною проблемою для багатьох східноєвропейських компаній.

Якщо поглянути на динаміку зростання кількості ділових поїздок в країнах-лідерах ділового туризму, то можемо побачити, що в 2023 р. впевнено нарощували обсяги ділових подорожей Китай, Індія та Німеччина (рис.2.).

У 2023 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку ділових подорожей (рис.2.3).

Ринок ділових подорожей переживає потужне зростання завдяки технологічному прогресу, сплес-

ку глобальних виставок і розширенню транснаціональних корпорацій. Оскільки компанії продовжують інвестувати в ділові поїздки та використовувати інновації, ринок буде процвітати та розвиватися в найближчі роки.

За даними Deloitte, у 2024 році ключовими драйверами зростання індустрії ділових подорожей стало повернення офлайн-подій і міжнародних подорожей. На рис. 4 наведено основні ринки ділового туризму в світі станом на 2024 р.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), українська туристична галузь продовжує поступове відновлення, зокрема завдяки зростанню внутрішнього туризму та поверненню іноземних відвідувачів, серед яких урядові делегації, міжнародні бізнес-представники та волонтерські організації.

Протягом 2023 року доходи туристичних компаній зросли на понад 18% від рівня 2021 року. У 2024 році галузь продовжила своє зростання, продемонструвавши приріст на майже 29% у першому півріччі в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

У столиці України нараховується 817 туристичних компаній, що становить 38,9% від загальної кількості по країні. Львівщина займає друге місце за кількістю компаній — 229, або 10,9% від загальної кількості. За цей період область отримала 1,1 мільярда гривень доходу, що дорівнює 19,1% від загального обсягу. Третє місце утримує Івано-Франківська область: там працює 69 компаній (3,3% від усіх в Україні), а прибуток регіону досяг 852,2 мільйона гривень, що складає 15% загального доходу галузі.

У ДАРТ повідомляють, що в розпал туристичного сезону гостям часто бракує місць для проживання, тому будівництво нових готельних комплексів триває навіть у воєнний час. Як зазначає Forbes, зараз в Україні будується понад 80 готелів — це більше, ніж було перед підготовкою до Євро-2012.

Кількість готелів (+9,1%), мотелів (+10,7%) та хостелів (+28,7%) показує позитивну динаміку і продовжує зростати, незважаючи на негативний вплив бойових дій — від початку війни в Україні було зруйновано або пошкоджено 12 готелів (рис.6).

Станом на середину 2024 року завантаженість готельних номерів в Україні досягла 34-38%, а в популярних регіонах, таких як Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, вона перевищує 60-70%, що співставно з показниками провідних туристичних центрів світу (рис.7).

Незважаючи на труднощі, туристичний сектор України демонструє високий рівень стійкості та значний потенціал для подальшого зростання. З 2024 по 2026 рік планується реалізація щонайменше 45 нових проєктів готельно-апартаментних комплексів на 6 670 номерів, а також будівництво



Рис. 1. Глобальний ринок ділового туризму, прогноз до 2030 р. [8]  
 Fig. 1. Global business tourism market, forecast until 2030 [8]

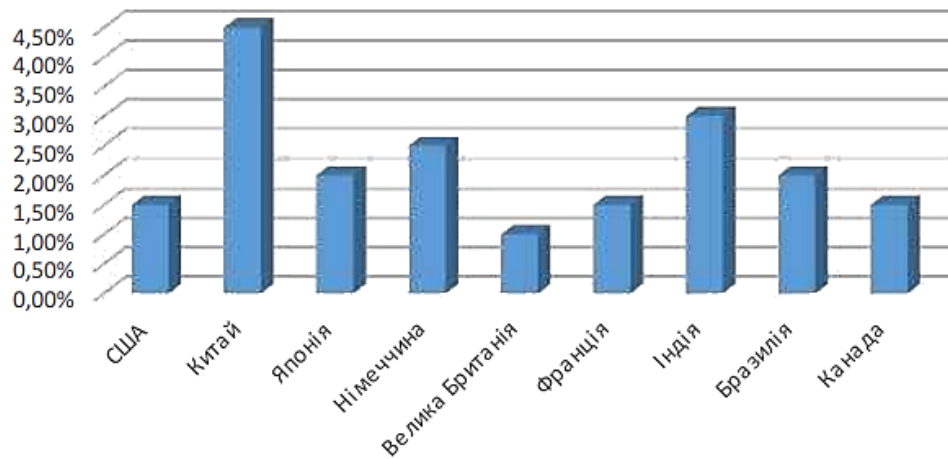


Рис.2. Зростання кількості ділових подорожей, 2023 р. в порівнянні з 2019 р. [8]  
 Fig. 2. Growth in the number of business trips, 2023 compared to 2019 [8]



Рис. 3. Глобальний ринок ділових подорожей, 2023 р. [8]  
 Fig. 3. Global business travel market, 2023 [8]

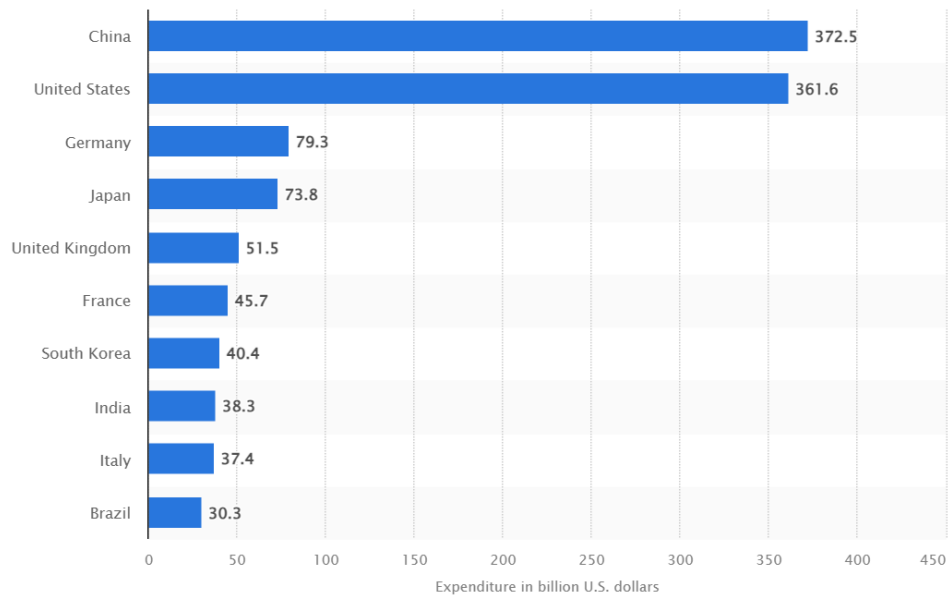


Рис.4. Провідні ринки ділового туризму в усьому світі в 2024 р. на основі загальних витрат на подорожі [10]  
 Fig. 4. Leading business travel markets worldwide in 2024 based on total travel spend [10]

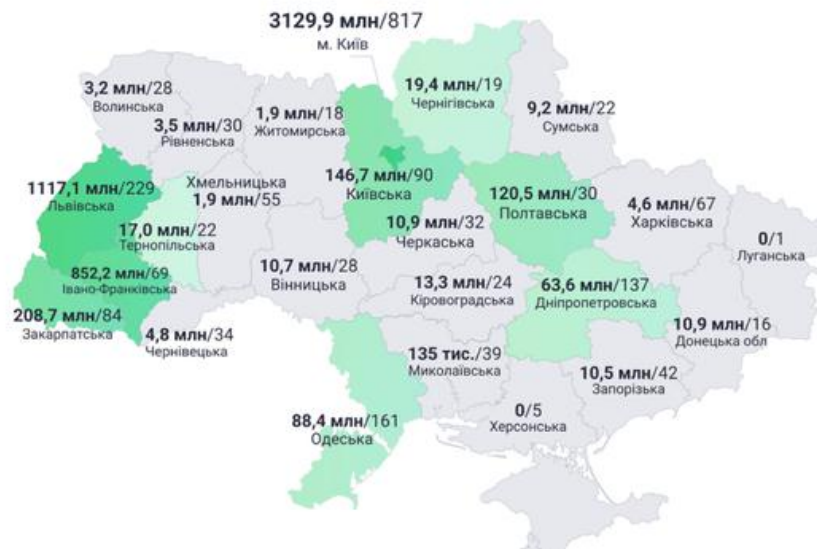


Рис. 5. Згенерований чистий дохід компаній в секторі туризму за I півріччя 2024 р. [4]  
 Fig. 5. Generated net income of companies in the tourism sector for the first half of 2024 [4]



Рис.6. Розподіл діючих готелів в Україні, 2024 р. [5]  
 Fig. 6. Distribution of operating hotels in Ukraine, 2024 [5]

Таблиця 1

**Топ-10 найдоходніших компаній в секторі туризму (за чистим доходом), за I півріччя 2024 р.**

Table 1

**Top 10 most profitable companies in the tourism sector (by net income), for the first half of 2024**

| № з/п | Суб'єкт господарської діяльності                            | Регіон                 | Чистий дохід, млн грн | Приріст чистого доходу, % |
|-------|---|------------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1     | ТОВ «Парктур»<br>оператор курорту Буковель                  | Івано-Франківська обл. | 376,4                 | 30,6% ↑                   |
| 2     | ТОВ «МДЦ»<br>готель Hilton                                  | м. Київ                | 302,5                 | 15,8% ↑                   |
| 3     | ТОВ «ОПТИМА ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»<br>група готелів              | м. Київ                | 217,3                 | 11,2% ↑                   |
| 4     | ТОВ «ЗІРКА БУКОВЕЛЮ»<br>Radisson Blu                        | Івано-Франківська обл. | 216,6                 | 18,4% ↑                   |
| 5     | ТОВ «ГОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ»<br>InterContinental Kyiv            | м. Київ                | 207,1                 | 0,5% ↑                    |
| 6     | ТОВ «УКРХОТЕЛІНВЕСТ КОМПАНІ»<br>готелі ibis                 | м. Київ                | 176,0                 | 73,2% ↑                   |
| 7     | ТОВ «І-ТРЕВЕЛС»<br>busfor.ua, e-travels, blablacar          | м. Київ                | 164,7                 | 2,5% ↑                    |
| 8     | ТОВ «САССК»<br>Radisson Blu Hotel Kyiv                      | м. Київ                | 146,1                 | 53,7% ↑                   |
| 9     | ТОВ «АДРІАТИК ТРЕВЕЛ»<br>туристичний оператор               | Львівська обл.         | 144,0                 | 79,7% ↑                   |
| 10    | ТЗОВ «РІКСОС-ПРИКАРПАТТЯ»<br>Rixos-Prykarpattya, Трускавець | Львівська обл.         | 143,6                 | 7,3% ↑                    |

Складено авторами за джерелом: [5]

Compiled by the authors based on the source: [5]

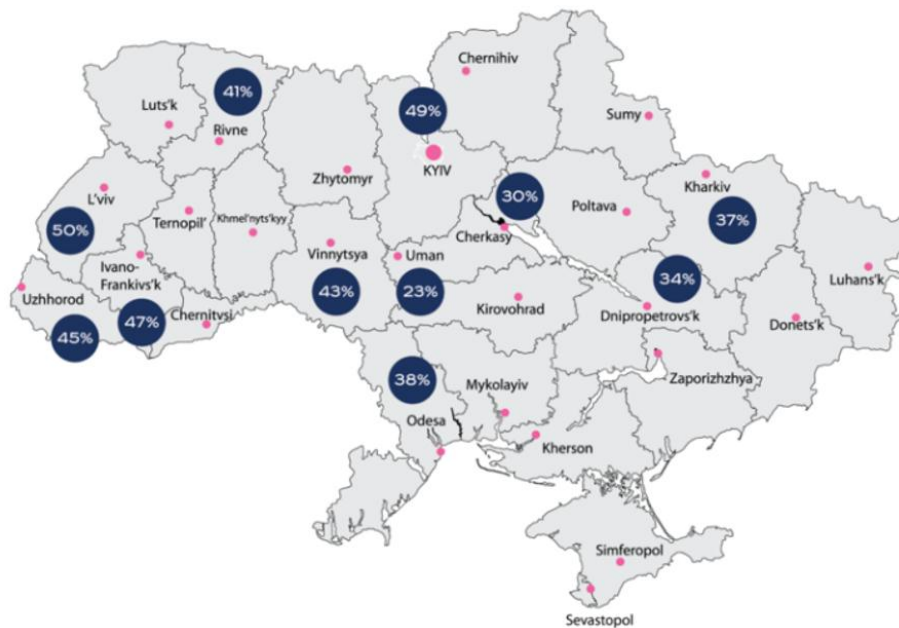


Рис.7. Заповнюваність готелів в регіонах країни, 2024 р. [5]

Fig. 7. Hotel occupancy in the regions of the country, 2024 [5]

108 котеджних містечок готельного типу на 3 097 будинків.

Згідно з даними порталу conference-service.com.ua, в Україні наразі функціонує щонайменше 242 готелі, які пропонують послуги для бізнес-туризму. Проте, лише 18% цих готелів відповідають міжнародним стандартам якості в сегменті комфорту бізнес-класу. Переважна більшість таких готелів розташована у Києві, а також в основних регіональ-

них центрах країни, таких як Одеса, Львів, Харків та Дніпро (рис. 8). Це свідчить про помітну нерівномірність у розподілі готелів, що відповідають високим стандартам.

Як видно з рисунку, основна частина бізнес-готелів зосереджена в регіонах з високою діловою активністю — Київській (27%), Одеській (24%) та Львівській (14%) областях, які разом охоплюють 65% від загальної кількості таких готелів.

Аналіз розміщення конференц-залів при готелях показує схожу картину з ситуацією навколо готелів високого класу для бізнес-туристів (рис. 9.).

Варто зазначити, що й в інших регіонах України наявні виставкові зали, прес-центри та бізнес-готелі з досить значною місткістю. Наприклад, у Харкові у 2021 році функціонувало понад 40 конференц-залів, які можуть вміщати від 30 до 500 осіб, а також декілька великих виставкових локацій, зокрема Міська галерея, ПВЦ «Радмір Експохол» і Палац Спорту.

Сьогодні в Харкові та загалом в Україні обмежені можливості для проведення бізнес-заходів через складну ситуацію, викликану повномасштабною війною. Внаслідок постійної загрози обстрілів і ракетних ударів, більшість бізнес-центрів, готелів та конференц-залів були змушені або тимчасово припинити роботу, або використовувати приміщення для гуманітарних потреб і укриттів.

Для аналізу слабких місць та загроз, а також визначення перспектив і сильних сторін ділового туризму в Україні було проведено SWOT-аналіз даного сегменту (див. табл. 2.).

Проведений SWOT-аналіз показує, що розвиток ділового туризму в Україні стикається з низкою серйозних перешкод, що обмежують його конкурентоспроможність та ефективність (рис.10).

Однією з головних проблем залишається нестача продуманої стратегії брендингу та просування країни на міжнародному ринку. Інформація про Україну та її туристичні можливості все ще недостатньо представлена за кордоном.

Щоб підвищити впізнаваність України в світовому туристичному співтоваристві, необхідно працювати над формуванням позитивного іміджу, активно виходити на глобальні інформаційні майданчики.

Діловий туризм може стати поштовхом для економічного підйому, адже він приносить не тільки

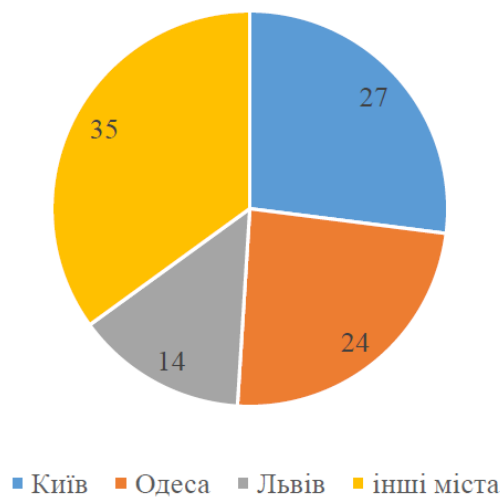


Рис.8. Частка бізнес-готелів в містах ділової активності України, 2023 р. [3]  
Fig. 8. Share of business hotels in cities of business activity in Ukraine, 2023 [3]

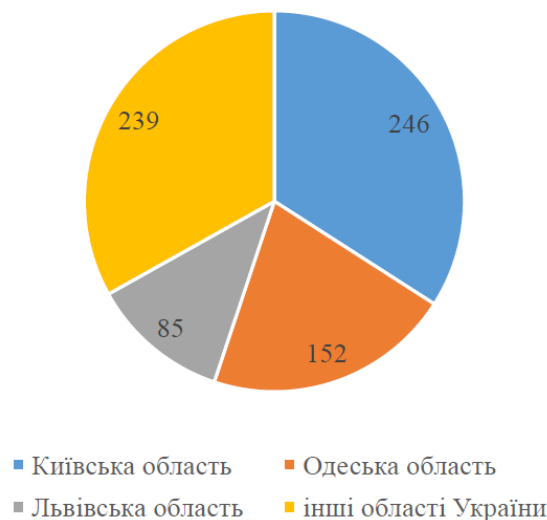


Рис. 9. Кількість виставкових залів для проведення MICE заходів в регіонах України, 2023 р. [3]  
Fig. 9. Number of exhibition halls for holding MICE events in the regions of Ukraine, 2023 [3]

Таблиця 2

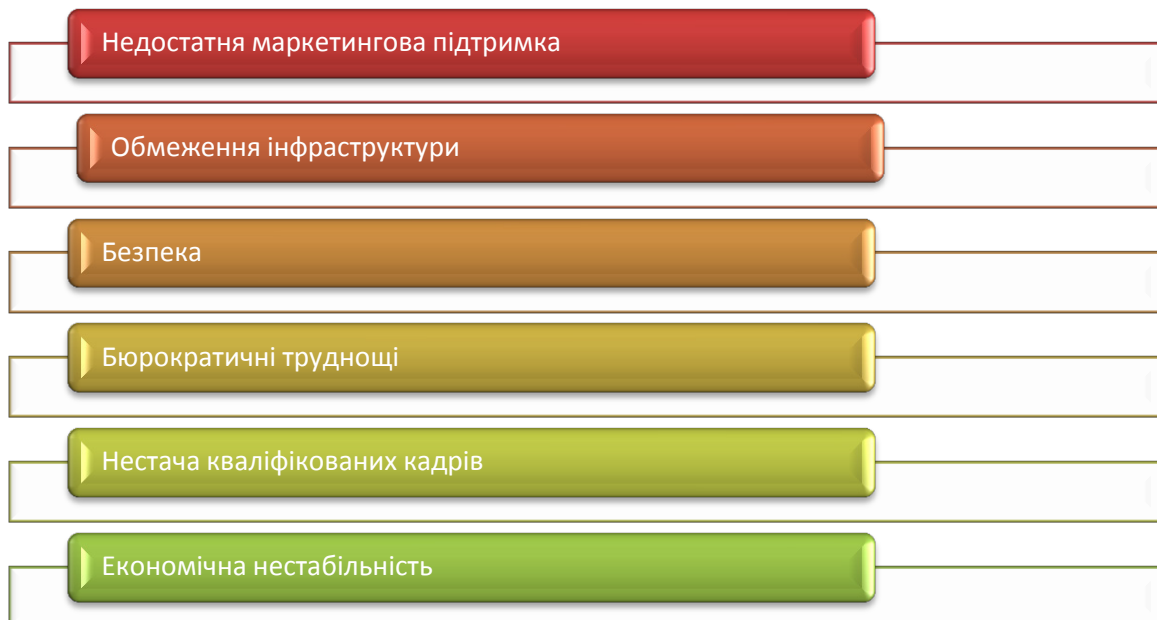
**SWOT- аналіз ділового туризму в Україні**

Table 2

**SWOT analysis of business tourism in Ukraine**

| Сильні сторони (S)  | Слабкі сторони (W)  |
|---|---|
| 1. Розвинений комплекс інфраструктурних об’єктів у великих містах України (колективних засобів розміщення, ресторанів, парків, зон відпочинку та ін.)<br>2. Наявність необхідного інструментарію для проведення виставок, семінарів, відряджень та різних фестивалів для розвитку MICE та ділового виду туризму.<br>3. Конкурентні та навіть нижчі ціни на туристичні послуги у порівнянні з Європою.<br>4. Присутність на території країни різних великих міжнародних компаній , які можуть впливати на рівень ділового туризму.<br>5. Відмінне географічне положення та наявність міжнародних шляхів сполучення<br>6. Наявність історико-культурних та природно- рекреаційних туристичних ресурсів для розвитку ділового туризму та туризму в цілому.<br>7. Сприятливий екологічний стан. | 1. Проведення військових дій на території країни.<br>2. Зношеність обласних і районних доріг, слабкість транспортної інфраструктури.<br>3. Недостатня інформованість та відсутня маркетингова компанія для туризму в цілому так і ділової сфери ,як на зовнішньому ринку так і на внутрішньому.<br>4. Недостатня кількість спеціальних закладів розміщення<br>5. Недостатній рівень якості сервісів у закладах розміщення.<br>6. Низький рівень забезпеченості сфери ділового туризму професійними кадрами.<br>7. Відсутність політичної уваги і державної політики з розвитку та підтримки галузі.<br>8. Відсутність наукової інформації, статистики, застарілі методи дослідження туризму |
| Можливості (O)  | Загрози (T)   |
| 1. Великий простір для маркетингового просування ділового туризму<br>2. Велика увага та залучення інвестицій в місця де буде поширений діловий туризм<br>3. Популяризація України, як країни через війну , всебічна увага та популяризація до українців, української культури, тощо.<br>4. Висока інвестиційна привабливість через відносну дешевизну факторів виробництва<br>5. Можливість формування якісних туристичних продуктів у різних видах туризму, з використанням наявних ресурсів<br>6. Збільшення ринкового попиту та пропозицій на туризм у Світі, в особливості до менш досліджених регіонів<br>7. Залучення ділових туристів та організація до проведення заходів в Україні.  | 1. Невідповідність сучасного сектору ділового туризму України потребам ділової туристичної сфери у світі.<br>2. Подовження військового стану в країні та загроза постійної військової агресії з боку рф.<br>3. Низький рівень платоспроможності населення через низькі доходи з основних економічних галузей.<br>4. Ігнорування цього виду туризму з боку держави через дефіцит бюджетних коштів на розвиток на наявність більш суттєвих нагальних проблем у післявоєнний час.<br>5. Низька конкурентоспроможність у сфері ділового туризму по відношенню до країн Європи.<br>6. Можливість повторення епідеміологічних ситуацій в майбутньому.   |

*Складено авторами  
 Compiled by the authors*



*Рис.10. Ключові проблеми ділового туризму в Україні  
 Складено авторами  
 Fig. 10. Key problems of business tourism in Ukraine  
 Compiled by the authors*



фінансові ресурси, а й нові ідеї, технології та міжнародний досвід, необхідний для якісного відновлення України.

Диверсифікація туристичних ділових продуктів в Україні є перспективним напрямом для розвитку індустрії та підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Сьогодні український ринок ділового туризму здебільшого зосереджений на традиційних послугах — конференціях, виставках, бізнес-зустрічах та ін. Однак сучасні тенденції вимагають більшої гнучкості та інновацій у цьому секторі.

Однією з можливостей є розширення спектру послуг, що можуть бути адаптовані до різних потреб бізнесу. Наприклад, поєднання бізнес-зустрічей із культурними чи екологічними турами відкриває нові горизонти.

У сучасному світі діджиталізація стає ключовим фактором, що визначає розвиток різних секторів економіки. Діловий туризм, як важлива частина глобальних економічних процесів, також не стоїть осторонь від цієї тенденції.

Наприклад, у липні 2023 р. BCD Travel запустила GetGoing (рис.3.2), цифрову платформу для малого та середнього бізнесу в США. GetGoing поєднує бронювання за допомогою самообслуговування з експертною підтримкою, пропонуючи автоматизацію політики, звітування та функції безпеки мандрівників, таким чином спрощуючи управління подорожами та оптимізуючи витрати.

У сучасних умовах війни в Україні розвиток бізнесу потребує адаптації до численних викликів, які виникають перед підприємцями та працівниками.

Зміни у транспортній інфраструктурі, обмеження мобільності, ризику безпеки — всі ці фактори суттєво ускладнюють ділові подорожі та ведення бізнес-діяльності. На цьому тлі створення мобільного додатку, що сприятиме бізнес-подорожам, стає не просто актуальним, а й необхідним. Такий додаток може стати ключовим інструментом для організації, оптимізації та підтримки ділових подорожей в умовах воєнного стану.

Війна суттєво впливає на бюджетні можливості бізнесу, і оптимізація витрат на подорожі стає критично важливою. Мобільний додаток може пропонувати економічні варіанти для проживання, харчування та пересування, допомагаючи обрати оптимальний варіант відповідно до бюджету компанії. Крім того, зручний облік витрат у додатку дає можливість прозоро контролювати фінанси під час відряджень, полегшує звітність для бухгалтерії і дозволяє зменшити зайві витрати. Усе це сприяє збереженню фінансової стабільності компаній і підтримці економічної діяльності, що є особливо важливим для українських підприємств під час війни.

Першим і найважливішим завданням мобільного додатку для бізнес-подорожей є надання актуальної інформації про безпеку. Під час війни ризик виникнення небезпечних ситуацій значно зростає, тому додаток може стати джерелом оперативних даних про стан доріг, транспортні маршрути, зони можливих обстрілів чи інші небезпечні ділянки. Створення такого інструменту не лише відповідає запитам часу, але й робить вагомий внесок у стабільність та розвиток українського бізнесу.

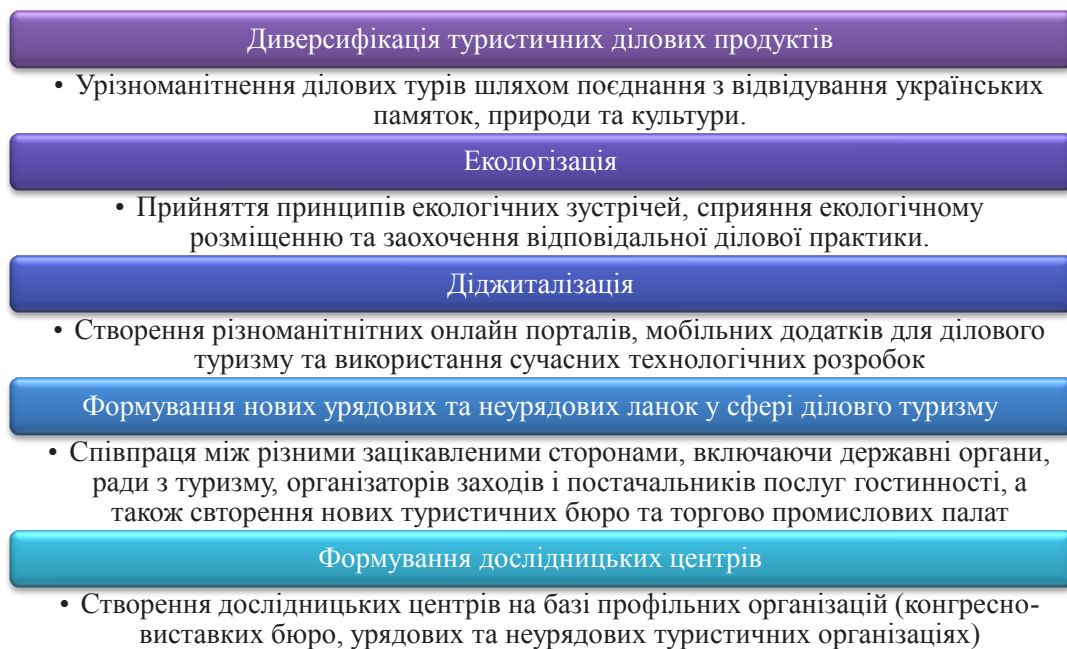


Рис. 11. Перспективні напрями розвитку ділового туризму в Україні

Складено авторами

Promising directions for the development of business tourism in Ukraine

Compiled by the authors

«BizNavigator» – це додаток для активізації та оптимізації ділових подорожей та надання інструментів для зручного планування і ведення бізнес-активностей під час поїздок. Він може стати єдиним рішенням для бізнес-мандрівників, яке об'єднує функції логістики, організації подій, фінансового обліку та навігації. На рис. 12. наведено лого мобільного додатку.

Основні функції мобільного додатку:

1. Організація подорожей (автоматичне створення маршрутів і нагадувань, вбудованих у календар, із синхронізацією рейсів, готелів, таксі та зустрічей; інтеграція з популярними сервісами бронювання: Booking, Airbnb, Uber, Aviasales; автопошук і бронювання коворкінгів та конференц-залів поруч із місцем перебування користувача).

2. Мережевий нетворкінг (система пошуку ділових контактів у місті поїздки через інтеграцію з LinkedIn або іншими професійними мережами; сповіщення про майбутні ділові події, конференції та виставки поруч із місцезнаходженням користувача, можливість запису та планування участі; функція «Запланувати зустріч» для зручного узгодження часу та місця з новими партнерами).

3. Рекомендації на основі штучного інтелекту (персоналізовані пропозиції ресторанів для ділових зустрічей, готелів, культурних місць для відпочинку після роботи; рекомендації на основі попередніх поїздок і уподобань користувача).

4. Фінансовий менеджмент (сканування чеків і автоматичне збереження витрат, інтеграція з бухгалтерськими сервісами для звітності; опція обліку добових та інших витрат, які потім можна зручно експортувати для бухгалтерії).

5. Навігація та інтеграція з картами (офлайн-карти з позначками важливих локацій (готелі, ресторани, місця зустрічей); інтерактивна мапа з підказками щодо місць для швидкого обіду, кави, відпочинку між зустрічами).

6. Безпека та підтримка (надає актуальну інформацію про візові та інші вимоги, що змінюються; функція екстреного контакту з консульствами та службами підтримки в країні перебування).

На нашу думку, «BizNavigator» зробить бізнес-подорожі більш комфортними та організованими, допомагаючи заощадити час і мінімізувати стрес від планування. Додаток буде корисний як підприємцям, так і менеджерам, які часто подорожують. Можливі варіанти монетизації: преміум-підписка з додатковими функціями (наприклад, персональні асистенти, VIP-підтримка), партнерська програма з готелями, ресторанами та сервісами перевезень, корпоративні пакети для компаній із великою кількістю працівників у відрядженнях.

Завдяки своєму зручному та багатофункціональному інтерфейсу «BizNavigator» допоможе бізнес-туристам зосередитися на роботі, надаючи



Рис. 12. Логотип мобільного додатку «BizNavigator»  
Складено авторами

Fig. 12. Logo of the mobile application «BizNavigator»  
Compiled by the authors



Рис.13. Візуал мобільного додатку «BizNavigator»  
Складено авторами

Fig. 13. Visual of the mobile application «BizNavigator»  
Compiled by the authors

всі необхідні інструменти для організації поїздки, зручного пересування та керування витратами в одному додатку. На рис.13 представлено візуал мобільного додатку, що є зручним у користуванні та максимально функціональним.

Мобільний додаток «BizNavigator» допоможе бізнес-туристам вирішити низку типових проблем, з якими вони стикаються під час ділових подорожей (табл.3.).

Завдяки «BizNavigator» бізнес-туристи зможуть значно покращити ефективність своїх поїздки, зменшити стрес і приділяти більше уваги своїм діловим завданням.

Базовий бюджет на розробку додатку «BizNavigator» складе від 70 700 до 121 000 USD на перший рік, включаючи запуск і річну підтримку.

Для оцінки доходу від мобільного додатку «BizNavigator» за перший рік його роботи розглянемо можливі джерела монетизації та зробимо базовий розрахунок потенційного доходу.

#### 1. Підписки (модель SaaS):

– Платні підписки для доступу до додаткових функцій (наприклад, функції безпеки, розширені можливості планування, персоналізовані рекомендації).

– Розглянемо три основні пакети: базовий, стандартний і преміум.

2. Партнерські програми та реклама. Співпраця з готелями, авіакомпаніями, ресторанами, транспортними компаніями та іншими підприємствами. Додаток може отримувати комісію за кожне бронювання або замовлення, зроблене через платформу.

3. Корпоративні пакети. Пакети підписок для компаній, що надають своїм співробітникам доступ до додатку під час ділових поїздки.

Припущення для розрахунків:

– Кількість завантажень: 50 000 за рік.

– Конверсія в платні підписки: 5% від загальної кількості користувачів.

– Середня ціна підписки:

• Базова — 5 USD/місяць.

• Стандартна — 10 USD/місяць.

• Преміум — 20 USD/місяць.

– Кількість користувачів партнерських сервісів: 15% від загальної кількості користувачів.

– Середній дохід від партнерства: 10 USD на користувача за рік.

– Кількість користувачів корпоративного пакету: 10 компаній по 50 користувачів у кожній.

Таблиця 3

### Типові проблеми з якими стикаються бізнес-туристи та проблеми їх вирішення завдяки додатку «BizNavigator»

Table 3

#### Typical problems faced by business tourists and how to solve them thanks to the BizNavigator application

| Проблема  | Пояснення  | Рішення  |
|---|--|--|
| Складність планування маршруту                        | Багатьом бізнес-туристам важко синхронізувати рейси, бронювання готелів, заплановані зустрічі та вільний час                                   | «BizNavigator» автоматично синхронізує всі етапи подорожі в одному місці — з інтеграцією календаря, нагадуваннями про заплановані зустрічі та даними про бронювання.               |
| Пошук місць для зустрічей і роботи                    | Знайти зручний коворкінг, конференц-зал або місце для зустрічі у незнайомому місті може бути складно та відбирає час.                          | Додаток надає варіанти поруч із поточним місцезнаходженням користувача з функцією бронювання коворкінгів, залів для переговорів та інших необхідних локацій                        |
| Фінансовий облік витрат                               | Контроль витрат під час подорожі, зберігання чеків для звітності — це часто проблемна і часозатратна задача для бізнес-туристів                | «BizNavigator» включає функцію сканування чеків і автоматичного збереження витрат, а також зручний фінансовий облік, який можна експортувати для бухгалтерії                       |
| Складнощі у створенні ділових зв'язків у новому місці | Пошук нових контактів і можливостей для бізнесу в незнайомому місті може бути обмеженим і вимагати підготовки заздалегідь                      | Додаток допомагає знаходити потенційні контакти через інтеграцію з професійними мережами та рекомендує актуальні ділові події, такі як конференції та виставки                     |
| Організація дозвілля і культурна адаптація            | Бізнес-туристам часто бракує часу і можливостей на пошук місць для культурного відпочинку або місцевих ресторанів для ділових зустрічей        | Завдяки рекомендаціям на основі штучного інтелекту, додаток пропонує варіанти ресторанів, культурних місць і заходів, які відповідають смакам користувача, економлячи час на пошук |
| Актуальна інформація про вимоги для в'їзду та безпека | Постійні зміни візових вимог і правил безпеки особливо в умовах воєнного стану можуть зробити подорож непередбачуваною                         | «BizNavigator» автоматично оновлює інформацію про вимоги для в'їзду, протоколи безпеки та надає доступ до екстрених контактів консульств у випадку потреби                         |
| Ефективна організація і мінімізація стресу            | Бізнес-подорожі можуть бути стресовими через постійну зміну середовища, необхідність швидко орієнтуватися у нових місцях і одночасно працювати | Додаток забезпечує зручний інтерфейс з доступом до всіх інструментів в одному місці, допомагаючи зосередитися на основних завданнях без зайвих турбот                              |

Складено авторами

Compiled by the authors

– Ціна корпоративного пакета: 1000 USD/рік для 50 користувачів.

Розрахунок доходу:

1. Доходи від підписок

Кількість платних користувачів:  $50\,000 * 5\% = 2\,500$

Розподіл підписок:

• Базова (50%) = 1 250 користувачів \* 5 USD \* 12 місяців = 75 000 USD

• Стандартна (30%) = 750 користувачів \* 10 USD \* 12 місяців = 90 000 USD

• Преміум (20%) = 500 користувачів \* 20 USD \* 12 місяців = 120 000 USD

Загальний дохід від підписок:  $75\,000 + 90\,000 + 120\,000 = 285\,000$  USD

2. Доходи від партнерських програм

Кількість користувачів, що користуються партнерськими послугами\*\*:  $50\,000 * 15\% = 7\,500$

Середній дохід від партнерських програм:  $7\,500 * 10\,USD = 75\,000$  USD

3. Доходи від корпоративних пакетів

Кількість компаній: 10

Дохід від корпоративних пакетів:  $10\,компаній * 1\,000\,USD = 10\,000$  USD

При реалізації цих моделей монетизації орієнтовний дохід від мобільного додатку «BizNavigator» за перший рік роботи становитиме близько 370 000 USD. Цей прогноз може змінюватися в залежності від маркетингової стратегії, рівня конверсії у платні підписки та кількості партнерських угод.

Отже в підсумку потрібно зазначити, що мобільний додаток «BizNavigator» здатен значно покращити досвід ділових мандрівників завдяки своїм численним перевагам. Однією з основних переваг «BizNavigator» є здатність оптимізувати час ділового мандрівника. За допомогою додатку можна буде швидко перевірити наявність вільних номерів у готелях, забронювати квитки на транспорт і навіть отримати рекомендації по ресторанах для зустрічей з бізнес-партнерами. Це дозволить зосередитися на важливих аспектах ділової діяльності, залишаючи організаційні питання на додаток.

**Висновки.** Після війни очікується значний вплив міжнародної допомоги для відбудови інфраструктури та відновлення економіки. Це створить нові умови для організації бізнес-заходів, інвестиційних форумів та конференцій. Світова спільнота, зацікавлена у підтримці відбудови України, буде стимулювати розвиток ділового туризму як

Таблиця 4

**Загальний розрахунок витрат на створення додатку та підтримку його роботи протягом першого року**

Table 4

**Total cost estimate for app development and support during the first year**

| Категорія                    | Мінімальні витрати (USD) | Максимальні витрати (USD) |
|------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Дослідження і планування     | 3 000                    | 7 000                     |
| UX/UI дизайн                 | 5 000                    | 9 000                     |
| Розробка                     | 33 000                   | 47 000                    |
| Розробка ключових функцій    | 7 000                    | 15 000                    |
| Тестування                   | 4 000                    | 9 000                     |
| Запуск та розгортання        | 10 500                   | 15 500                    |
| Підтримка та оновлення (рік) | 7 000                    | 15 000                    |
| Додаткові витрати            | 1200                     | 3500                      |
| Загальна сума                | 70 700                   | 121 000                   |

Складено авторами

Compiled by the authors

Таблиця 5

**Прогнозований загальний дохід за рік від функціонування додатку «BizNavigator»**

Table 5

**Projected total revenue per year from the operation of the BizNavigator application**

| Джерело доходу       | Дохід (USD) |
|----------------------|-------------|
| Підписки             | 285 000     |
| Партнерські програми | 75 000      |
| Корпоративні пакети  | 10 000      |
| Загальний дохід      | 370 000     |

Складено авторами

Compiled by the authors

платформи для кооперації і обміну досвідом. Прямі іноземні інвестиції у відбудову дозволять модернізувати інфраструктуру, включаючи готелі, конференц-зали, аеропорти та транспортні мережі, що сприятиме зростанню бізнес-подорожей до України.

Діджиталізація ділового туризму в Україні має великі перспективи. Цифрові технології здатні значно полегшити процеси організації поїздок, зменшити витрати, підвищити ефективність та створити нові можливості для міжнародної співпраці. Враховуючи ці тенденції, Україна має потенціал стати важливим гравцем у глобальному бізнес-туризмі, якщо вдасться подолати існуючі бар'єри та максимально ефективно впровадити інновації.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Закон України «Про туризм». *Відомості Верховної Ради*. 1995. № 31.
2. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ, 2014. 165 с.
3. Конференц-сервіс в Україні. URL: [https://conference-service.com.ua/firms/type\\_1/](https://conference-service.com.ua/firms/type_1/)
4. Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон. *Державне агентство з розвитку туризму*: Звіт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

5. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024» URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>
6. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67–74.
7. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Особливості розвитку ділового туризму на сучасному етапі *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2016. №5. С. 171-175.
8. Business tourism trends in 2024 URL: <https://travel-code.com/news/business-tourism-trends-in-2024>
9. Global Business Travel Association. URL: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
10. Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending URL: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/>
11. Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecasts until 2030. *Statista*. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1261183/market-size-meetings-industry-worldwide/>

Стаття надійшла до редакції 18.09.2024

Стаття рекомендована до друку 20.10.2024

---

**Hanna Haponenko**, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: [a.i.gaponenko@karazin.ua](mailto:a.i.gaponenko@karazin.ua); ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

**Olena Yevtushenko**, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: [evytushenko@karazin.ua](mailto:evytushenko@karazin.ua); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

**Irina Shamara**, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkov, Ukraine, 61022, email: [shamara@karazin.ua](mailto:shamara@karazin.ua); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

**Anton Sviatyi**, Master, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: [antonsvatoj228@gmail.com](mailto:antonsvatoj228@gmail.com)

## BUSINESS TOURISM IN UKRAINE: DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE POST-WAR PERIOD

Modern business tourism is an important component of both business activities and the travel and tourism sector. Every day, millions of people travel for business purposes of various lengths and distances, and more than 100 million such business trips take place in the world every year. Associations, scientific and educational institutions, specialized publications and textbooks, as well as a stable organizational structure with professional management have been formed in this field. Countries focused on the development of tourism have developed and are actively implementing state support programs to stimulate business tourism. The main goal of business tourism is to increase business efficiency, expand market opportunities, stimulate innovation and strengthen business ties. The subject of the study is an analysis of the current state, problems and prospects for the development of business tourism in Ukraine. The purpose of the study is to identify business tourism as a promising direction for the development of tourism in Ukraine. General scientific research methods are used: systemic, descriptive, comparative and structural-logical analysis. The study yielded the following results: the main trends, problems and prospects for the development of business tourism in Ukraine were identified. According to the authors, after the war, Ukraine will become a center for holding numerous international conferences dedicated to recovery and reconstruction, economic cooperation and new technologies. Holding such events, in particular in the field of investment, renewable technologies, ecology and innovation, will help attract a wide range of international partners and promote the development of business tourism. Conclusions: the feasibility of developing ways to promote Ukraine as an attractive destination for business tourism is substantiated. Digital technologies can significantly facilitate the processes of organizing trips, reduce costs, increase efficiency and create new opportunities for international cooperation. Given these trends, Ukraine has the potential to become an important player in global business tourism if it manages to overcome existing barriers and implement innovations as effectively as possible.

**Keywords:** *business tourism, mice-tourism, business, congress and exhibition tourism, insentive tourism, mobile application.*

## REFERENCES

1. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» [Law of Ukraine «On Tourism»]. Vidomosti Verkhovnoi Rady. 1995. № 31. (in Ukrainian)
2. Andrenko I. B. (2014) Dilovyi turyzm: navch. posibnyk [Business tourism: a training manual]. Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv: KhNUMH. (in Ukrainian)
3. Konferents-servis v Ukraini [Conference service in Ukraine]. Available at: [https://conference-service.com.ua/firms/type\\_1/](https://conference-service.com.ua/firms/type_1/) (in Ukrainian)
4. Provedennia kilkisnykh doslidzhen viznogo turyzmu na punktakh propusku cherez derzhavnyi kordon [Conducting quantitative research on inbound tourism at state border crossing points]. Derzhavne ahenstvo z rozvytku turyzmu: Zvit. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (in Ukrainian)
5. Rezultaty doslidzhennia «Ohliad hotelnoho rynku Ukraïny 2024» [Results of the study “Ukrainian Hotel Market Review 2024”]. Available at: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/> (in Ukrainian)
6. Tytova N. V. (2013) Dilovyi turyzm v Ukraini: osnovni problemy rozvytku ta shliakhy yikhnoho vyrishennia [Business tourism in Ukraine: main development problems and ways to solve them]. *Ekonomika i menedzhment kultury*. 1. pp. 67-74. (in Ukrainian)
7. Yurchenko S. O., Yurchenko O. Ye. (2016) Osoblyvosti rozvytku dilovoho turyzmu na suchasnomu etapi [Features of tourism development at the present stage]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. 5. pp. 171-175. (in Ukrainian)
8. Business tourism trends in 2024 Available at: <https://travel-code.com/news/business-tourism-trends-in-2024>
9. Global Business Travel Association. Available at: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
10. Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending. Available at: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/>
11. Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecasts until 2030. Statista. 2023. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1261183/market-size-meetings-industry-worldwide/>

*The article was received by the editors 18.09.2024*

*The article is recommended for printing 20.10.2024*