

Худавердієва Вікторія, Мерчанський Володимир. Міжнародний туристичний обмін з діловими цілями як різновид зовнішньоекономічних зв'язків. *Економічний дискурс*. 2022. Випуск 3-4. С. 92-105.

DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2022-2-9>

УДК 33.339.9

JEL Classification F60, J40, O40, O50

Худавердієва Вікторія

канд. ек. н., доцент кафедри туризму
Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна

E-mail: viki75807@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0100-5079

Мерчанський Володимир

канд. ек. н., доцент кафедри туризму
Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна

E-mail: seomvv@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2870-5902

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ОБМІН З ДІЛОВИМИ ЦІЛЯМИ ЯК РІЗНОВИД ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Анотація

Вступ. Актуальність роботи визначається необхідністю вироблення стратегії розвитку ділового туризму в Україні з урахуванням тенденцій світових центрів ділового туризму та оптимізації шляхів входження нашої країни у світовий простір ділового туризму. Це важливо, тому що у провідних туристичних регіонах світу діловий туризм має високу прибутковість і нерідко грає значну роль у наповненні бюджетів економічно високорозвинених держав.

Методи. Методологічною базою дослідження є праці провідних вітчизняних та зарубіжних економіко-географів та економістів у галузі географії світового господарства, світової економіки та країнознавства, статистика Всесвітньої туристичної організації. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи: порівняльний, системний аналіз; статистичний аналіз – при дослідженні тенденцій та динаміки розвитку глобального ринку туристичних послуг; методи спостереження, аналізу і синтезу, оцінювання – при визначенні динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку; методи порівняння, якісного оцінювання.

Результати. Розглянуто основні поняття системи ділового туризму та проаналізовано напрями його організації. Перераховані економічні та соціокультурні фактори, що впливають на розвиток ділового міжнародного туризму. Дослідження показує, що просторова структура ділового туризму має триланкову ієрархічну структуру. Ця спільність зумовлена найтіснішими взаємозв'язками ділового туризму із загальною системою міжнародного туризму та системою світового господарства загалом. При цьому діловий туризм – не тільки їх складова, а й функція (і індикатор) їх структури та динаміки розвитку.

Перспективи. Впровадження основних положень провідних вчених дозволить посилити конкурентоспроможність вітчизняних фірм, що спеціалізуються в галузі організації ділового туризму, а також інфраструктури, що його обслуговує, дозволить підвищити обґрунтованість управлінських рішень у сфері ділового туризму та пов'язаних з ним галузей; сприятиме формуванню відносин на вітчизняному ринку ділового туризму у рамках міжнародних стандартів. Рекомендації можуть бути впроваджені на практиці за допомогою створення державної програми розвитку та підтримки ділового туризму в країні. Проте, проблеми впливу

міжнародного туризму на сталий розвиток зовнішньоекономічних зв'язків країн, потребують подальших досліджень на засадах сучасних теоретичних та методичних підходів щодо новітніх імперативів соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: міжнародний туризм, діловий туризм, зовнішньоекономічні зв'язки, кризові явища у сфері ділового туризму.

Вступ.

Ринок ділового туризму можна також поділити на два сегменти. Перший сегмент – організований діловий туризм – представлений діловими туристами, які відвідують різні MICE-заходи: міжнародні та національні форуми, конгреси, з'їзди, виставки, ярмарки, корпоративні заходи – поєднуючи їх з відпочинком. Другий – неорганізований діловий туризм – дуже суттєвий і перспективний, але значно меншою мірою контрольований сегмент ринку ділового туризму, представляють індивідуальні туристи, які здійснюють не пов'язані із заходами MICE ділові поїздки, поєднуючи їх з відпочинком. Західні компанії давно освоїли такий вид проведення заходів, як бізнес-туризм [1].

Проведення виїзних конференцій, семінарів, тренінгів – це можливість поєднати приємне з корисним, це не тільки спосіб прийняття бізнес-рішень, проведення навчання персоналу, встановлення ділових зв'язків, а й можливість зміцнити корпоративний дух, ініціювати неформальне спілкування між членами колективу, підняти настрій учасникам. Міжнародний діловий туризм є однією з форм зовнішньоекономічних зв'язків. Він є складовою міжнародного обміну послугами. Його фінансові результати дуже впливають на платіжні баланси окремих країн світу [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Особливого значення для аналізу територіальної структури та закономірностей розвитку світового ділового туризму мають теоретичні роботи Т.Хаггерстранда, Дж.Фрідмана [3], для аналізу закономірностей функціонування ділового туризму велике значення має концепція світових систем, розроблена І. Валлерстайном [4] та Ф. Броделем [5].

Мета.

Метою дослідження є вивчення сучасного стану і тенденцій розвитку галузі ділового туризму та вироблення рекомендацій щодо модернізації цієї галузі в нашій країні на основі вивчення зарубіжного досвіду.

Методологія дослідження.

Методологічною базою дослідження є праці провідних вітчизняних та зарубіжних економіко-географів та економістів у галузі географії світового господарства, світової економіки та країнознавства.

Результати.

Розвиток сфери туризму та гостинності в Україні протягом останнього десятиліття є пріоритетом соціально-економічного розвитку, особливо наголошується на ролі туризму у розвитку сільських територій та супровідних галузей. Слід зазначити, що активне зростання туристичної галузі – це загальносвітова тенденція, але туристична індустрія одна з перших і найгостріше відчула на собі вплив розповсюдження у світі COVID-19.

Частка туризму у світовому ВВП скоротилася на 49,1% у 2020 році. Про це йдеться у звіті Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). За даними звіту WTTC, внесок туризму в глобальний ВВП у 2020 р. знизився на 49,1% до 4,7 млрд. доларів США в порівнянні з аналогічним показником 2019 р. – 9,2 млрд доларів США. У 2019 році під час поїздок туристи витратили \$1,7 трлн., що становило майже 7% міжнародного експорту та 27,4% експорту послуг. У 2020 році витрати туристів на подорожі своїми країнами, за даними WTTC, скоротилися на 45%, а витрати в

ході закордонних поїздок – майже на 70% [6].

Сектор подорожей та туризму втратив майже 4,5 трильйона доларів США і досяг 4,7 трильйона доларів США у 2020 році, при цьому внесок у ВВП знизився на 49,1% порівняно з 2019 роком – свідчать висновки WTTC. Зазначається також, що у 2019 році частка сектору подорожей та туризму у світовому ВВП становила 10,4%. Крім того, у 2020 році індустрія втратила 62 мільйони робочих місць, що є скороченням на 18,5%. В галузі залишилося лише 272 мільйони робочих місць порівняно з 334 мільйонами у 2019 році. Витрати внутрішнього туризму знизилися на 45%, тоді як витрати міжнародного туризму знизилися на безпрецедентні 69,4%, свідчить звіт [6].

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН [1], станом на початок березня 2021 року кожен третій напрям у світі був повністю закритий для міжнародного туризму, а поява нових штамів коронавірусу спонукала багато урядів відкласти ослаблення обмежень на поїздки. У той же час, зростаюча кількість напрямків у всьому світі вимагає, щоб іноземні туристи по прибутті пред'являли негативний результат ПЛР-тесту або тесту на антиген, а також надавали контактні дані для відстеження. У той же час, країни-члени Європейського Союзу вже погодили технічні параметри «зелених» сертифікатів із вакцинації від COVID-19, що дозволить швидше відновити туризм у Європі.

Так, міжнародні доходи від туризму – це витрати іноземних відвідувачів, включаючи платежі національними перевізниками за міжнародний транспорт. Ці доходи включають всі попередні оплати за товари та послуги, придбані в країні призначення. Вони також можуть включати доходи від туристів, які відвідують країну на один день, за винятком випадків, коли вони заслуговують на окрему класифікацію. В Україні такі доходи мають тенденцію до зменшення і коливаються від 4696 млн. дол. США. у 2010 році до 687 млн. дол. США у 2020 році, аналогічна тенденція простежується за всіма ключовими показниками Міжнародного туризму (табл. 1) [7].

Таблиця 1. Ключові показники міжнародного туризму в Україні в динаміці за 2000-2020 роки (за даними КНОЕМА)*

| № з/п | Показники | Роки | | | | | | |
|-------|--|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Міжнародний туризм, кількість відправлень (млн.) | - | - | 17,741 | 23,336 | 27,977 | 29,346 | 11,251 |
| 2 | Міжнародний туризм, доходи, у поточних цінах (млн. дол. США) | 563 | 3 542 | 4 696 | 1 662 | 2 269 | 2 595 | 687 |
| 3 | Міжнародний туризм, доходи від пасажирських перевезень (млн. дол. США) | 169 | 417 | 908 | 580 | 824 | 975 | 313 |
| 4 | Надходження від міжнародного туризму (млн. дол. США) | 563 | 3 542 | 4 696 | 1 662 | 2 269 | 2 595 | 687 |
| 5 | Міжнародний туризм, витрати (% від загального імпорту) (%) | 3,3 | 7,3 | 5,9 | 10,8 | 11,7 | 11,7 | 7,6 |
| 6 | Міжнародний туризм, витрати на пасажирські перевезення (млн. дол. США) | 91 | 273 | 392 | 307 | 388 | 390 | 132 |
| 7 | Міжнародний туризм, витрати на поїздки та покупки (млн. дол. США) | 470 | 2 805 | 3 742 | 5 101 | 7 899 | 8 517 | 4 691 |
| 8 | Міжнародні витрати на туризм (млн. дол. США) | 561 | 3 078 | 4 134 | 5 408 | 8 287 | 8 907 | 4 823 |

*Джерело: [7].

Серед різних видів туризму особливо виділяється діловий туризм, оскільки він виступає одним з основних сегментів ринку гостинності, вважається найбільш перспективним видом туризму через такі особливості [8]: незалежність від сезону (заходи за участю ділових мандрівників проводяться протягом усього року); прогнозованість (захід планується за значний термін до його проведення); масовість; орієнтація споживання послуг високої якості, і навіть широкого спектра

додаткових послуг.

За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації, частка ділового туризму у світі становить 20%. Діловий туризм одна із найбільш економічно ефективних видів туризму. Так, близько 50% доходів авіакомпаній, приблизно 60% доходів готелів та понад 70% доходів автопрокатних компаній створюється за рахунок обслуговування саме цієї категорії туристів. Ще одна особливість цього сектора – зростання попиту на комбіновані програми, які поєднують 3-4 дні роботи та 1-3 дні заохочувального відпочинку [9].

Бізнес-туристи – ефективні клієнти для готелів та турфірм. 55-60% готельних номерів у всьому світі бронюють бізнесмени та менеджери фірм. Добові витрати делегатів різноманітних ділових зустрічей, конгресів, симпозіумів тощо перевищують 345 доларів, а звичайний турист витрачає за день у середньому 100-200 доларів [9]. Можна констатувати, що діловий туризм – це особливий вид бізнесу, заснований на взаємодії з традиційним туризмом. Діловий туризм є невід'ємною частиною сучасного виробничого процесу побуту корпорацій.

Прийнято виділяти два напрями у діловому туризмі: корпоративна тревел-індустрія та індустрія зустрічей MICE. Абревіатуру MICE утворюють початкові літери чотирьох англійських слів, які при розшифровці показують напрями організації цих турів [10]:

1. Meetings (зустрічі) – переговори з партнерами, наради, тренінги та семінари для дилерів, та інші варіанти бізнес-зустрічей. Правильна організація багато в чому формує імідж компанії.

2. Incentives (заохочення) – заохочувальні тури, які покликані висловити подяку клієнтам, співробітникам та партнерам. Відмінно мотивують колектив, зміцнюють корпоративні цінності та позитивно позначаються на роботі.

3. Conferences (конференції) – організація семінарів, конференцій, поїздок на виставки, для яких важливий ефективний результат.

4. Events (виставки, події) – організація виїзних корпоративних свят і турів. За даними Національної туристичної організації України кількість виїздів міжнародних туристів до України у 2020 р. склала 3,3 млн. осіб, а виїзд громадян України становить 11,2 млн. осіб, що у різниці рівний 7,8 млн. осіб від усіх міжнародних туристичних подорожей (табл. 2) [11].

Таблиця 2. В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну і виїзд громадян України за кордон за даними Державної прикордонної служби і Національної туристичної організації України (осіб)*

| Рік | В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну | Виїзд громадян України за кордон | Сальдо |
|------|--|----------------------------------|-----------|
| 2009 | 20798342 | 15333949 | 5464393 |
| 2010 | 21203327 | 17180034 | 4023293 |
| 2011 | 21415296 | 19773143 | 1642153 |
| 2012 | 23012823 | 21432836 | 1579987 |
| 2013 | 24671227 | 23761287 | 909940 |
| 2014 | 12711507 | 22437671 | -9726164 |
| 2015 | 12428286 | 23141646 | -10713360 |
| 2016 | 13333096 | 24668233 | -11335137 |
| 2017 | 14229642 | 26437413 | -12207771 |
| 2018 | 14342290 | 27976681 | -13634391 |
| 2019 | 13709562 | 29345897 | -15636335 |
| 2020 | 3382097 | 11251406 | -7869309 |

*Джерело: [11].

З 2007 року в Україні засновано Асоціацію ділового туризму (BTA Ukraine), яка об'єднує професіоналів цієї сфери для покращення якості послуг. Асоціація працює над проектами, які надають бізнесу нові можливості та дозволяють взаємодіяти потенційним партнерам із різних країн [12].

Регіональний розподіл міжнародних потоків з діловими цілями загалом збігається з регіональною структурою міжнародних туристичних потоків. Це відбивається у домінуванні трьох регіонів: Європейського (переважно Західна Європа), Американського (переважно Північна Америка) та Азіатсько-тихоокеанського. Міжнародні туристичні потоки з діловими цілями мають низку особливостей: 1. Перевагу має діловий внутрішньорегіональний туризм (між країнами Європи, між США, Канадою та Мексикою, а також між країнами АТР), тоді як мікререгіональний та міжконтинентальний діловий туризм такого розвитку не має. 2. Головні туристичні потоки з діловими цілями зароджуються у найрозвиненіших країнах світу. 3. Відбуваються інтенсивні обміни діловими туристами між суміжними країнами [6].

Міжнародний туризм із діловими цілями, як і зовнішня торгівля у світовому господарстві відображає такий поділ праці, при якому в експорті головну роль грають високорозвинені країни світу. Міжнародний діловий туризм є важливим джерелом валютних надходжень і навіть у високорозвинених країнах істотно впливає на стан платіжних балансів. У низці таких країн надходження від міжнародного туризму, зокрема міжнародного обміну діловими туристичними послугами, становлять значну частину доходів від експорту товарів та послуг.

Згідно з рейтингом журналу CEOWORLD [13] за 2020 рік, Нью-Йорк був названий найкращим у світі місцем для ділових зустрічей. Париж посів 2-е місце у списку, за ним слідують Лондон (3-є місце), Токіо (№4) та Сінгапур (№5) (табл. 3).

Таблиця 3. Рейтинг найкращих напрямків у світі для ділових поїздок*

| Класифікація | Місто призначення | Країна | Бал | Рейтинг |
|--------------|-------------------|----------------------------|-------|---------|
| 1 | Нью-Йорк | Сполучені Штати | 69,27 | AAA |
| 2 | Париж | Франція | 66,19 | AAA |
| 3 | Лондон | Сполучене Королівство | 65,47 | AAA |
| 4 | Токіо | Японія | 65,06 | AAA |
| 5 | Сінгапур | Сінгапур | 64,54 | AA+ |
| 6 | Рим | Італія | 64,29 | AA+ |
| 7 | Гаваї | Сполучені Штати | 63,87 | AA+ |
| 8 | Гонконг | Гонконг | 63,78 | AA+ |
| 9 | Пхукет | Таїланд | 62,94 | AA+ |
| 10 | Вашингтон | Сполучені Штати | 62,26 | AA+ |
| 11 | Амстердам | Нідерланди | 61,36 | AA |
| 12 | Пекін | Китай | 61,35 | AA |
| 13 | Лас Вегас | Сполучені Штати | 61,33 | AA |
| 14 | Дубай | Об'єднані Арабські Емірати | 61,07 | AA |
| 15 | Бангкок | Таїланд | 60,21 | AA |
| 16 | Гоа | Індія | 60,19 | AA |
| 17 | Балі | Індонезія | 60,14 | AA |
| 18 | Лос-Анджелес | Сполучені Штати | 59,91 | AA- |
| 19 | Сеул | Південна Корея | 59,88 | AA- |
| 20 | Афіни | Греція | 59,58 | AA- |

*Джерело: [13].

Журнал помістив Рим на шосте місце у списку, випередивши Гаваї та Гонконг. Пхукет у Таїланді та Вашингтон, округ Колумбія, завершують список із дев'ятьма та десятьма місцями

відповідно. Амстердам у Нідерландах посів 11-е місце, за ним йдуть Пекін (12-е місце) та Лас-Вегас (13-е місце). Тим часом Дубай посів 14-е місце у рейтингу найкращих напрямів світу для ділових мандрівників 2020 року, складеному журналом CEOWORLD. Бангкок зайняв п'ятнадцяте місце, за ним йдуть Гоа (шістнадцяте), Балі (сімнадцяте), Лос-Анджелес (вісімнадцяте) і Сеул у Південній Кореї, який посів дев'ятнадцяте місце. Із 125 найкращих напрямів у світі для ділових мандрівників столиця Греції Афіни посіла 20-е місце .

У 2021 році Китай був провідним світовим ринком ділових поїздок, і його загальні витрати на поїздки становили майже 295 мільярдів доларів США. З трохи більш ніж половиною цієї цифри Сполучені Штати посіли друге місце у списку. У тому році світова індустрія ділових поїздок дуже постраждала від пандемії COVID-19 (табл. 4) [14].

Таблиця 4. Провідні світові ринки ділового туризму у 2021 році за сукупними витратами на поїздки (у мільярдах доларів США)*

| № з/п | Характеристика | Витрати, у мільярдах доларів США |
|-------|-----------------------|----------------------------------|
| 1 | Китай | 294,73 |
| 2 | Сполучені Штати | 158,64 |
| 3 | Німеччина | 27,86 |
| 4 | Франція | 19,06 |
| 5 | Японія | 17,63 |
| 6 | Сполучене Королівство | 17,59 |
| 7 | Індія | 14,73 |
| 8 | Бразилія | 13,07 |
| 9 | Італія | 12,89 |
| 10 | Південна Корея | 12,85 |

*Джерело: [14].

Серед країн-членів G20 США мали найвищі витрати на ділові поїздки в 2021 році – майже 270 мільярдів доларів США. Китай зайняв друге місце, з внутрішніми і в'їзними туристами, які витратили 87 млрд. доларів (табл. 5) [15].

Таблиця 5. Витрати бізнес-туристів у країнах G20 у 2021 р. (у мільярдах доларів США)*

| № з/п | Характеристика | Витрати, у мільярдах доларів США |
|-------|-----------------------|----------------------------------|
| 1 | Сполучені Штати | 269,3 |
| 2 | Китай | 87,1 |
| 3 | Сполучене Королівство | 36,6 |
| 4 | Німеччина | 29,8 |
| 5 | Франція | 23,4 |
| 6 | Канада | 22,7 |
| 7 | Японія | 20,9 |
| 8 | Італія | 19,2 |
| 9 | Аргентина | 7,4 |
| 10 | Мексика | 7,4 |
| 11 | Австралія | 6,7 |
| 12 | Індія | 6,3 |

*Джерело: [15].

Після 1950-х років у світі спостерігався швидкий розвиток ділового туризму, що зумовили такі фактори, як:

- економічне зростання як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються (в Азії, Африці,

Латинській Америці, на Близькому Сході);

- розширення зони вільної торгівлі;
- популяризація автомобільного транспорту на тлі масового виробництва автомобілів, розвиток і вдосконалення літаків для пасажирських повітряних перевезень, поява високошвидкісного залізничного транспорту в 1980-ті-1990-ті рр.;
- феномен глобалізації та поява ТНК, зростаюча потреба запускати продукцію на інших ринках;
- поява нових галузей економіки, таких як ІТ, що потребують глобального маркетингу та підтримки користувачів-клієнтів;
- збільшення кількості професійних, галузевих об'єднань та співтовариств;
- необхідність додаткового навчання співробітників у зв'язку з постійним розвитком технологій, підвищення попиту на тренінги та освітні курси та семінари;
- розвиток виставкового бізнесу;
- поява нових послуг, таких як переліт бізнес-класом;
- становлення інсентив-туризму на хвилі популярності теорій з галузі управління персоналом про необхідність стимулювати та заохочувати працівників, появи спеціалізованих MICE-агентств та інсентив-програм;
- зростання міжнародного співробітництва у сфері освіти, інтенсивний обмін студентами та викладачами, збільшення кількості зустрічей та візитів на всіх рівнях.

Майже всі компанії спрямовані на організацію ділових поїздок за кордон. У створенні інфраструктури візного бізнес-туризму в нашій країні в останні роки робляться певні кроки – будуються численні бізнес-готелі та бізнес-центри, створюються конгресні бюро та виставкові організації, розширюється календар конгресів, форумів та інших ділових заходів. Ця тенденція легко зрозуміла – за останні роки бізнес-туризм перетворюється на одну з найбільш високоприбуткових галузей світової туріндустрії.

Спеціальне дослідження, проведене економістами Оксфордського університету від імені WTTC, показало, що:

- зростання ділових поїздок з 2000 р. сприяло створенню понад 40 мільйонів робочих місць, що становить 20% зростання глобальної зайнятості;
- якщо ділові поїздки будуть скорочені на 25% протягом двох років поспіль, то світовий ВВП буде на 5% нижчим, внаслідок чого стане на 30 мільйонів менше робочих місць, середня втрата становитиме 1% світової зайнятості;
- ділові поїздки покращують корпоративну продуктивність, отримуючи віддачу від інвестицій 10:1;
- діловий туризм є невід'ємною частиною міжнародної торгівлі і, за оцінками, одна третина світової торгівлі за останні десятиліття була обумовлена міжнародними діловими поїздками [16].

Останні кілька років у всьому світі зростає попит на послуги в галузі корпоративних та інсентив-турів. Керівники компаній широко використовують різні види навчання, заохочення та стимулювання своїх співробітників чи партнерів. Із кризою ситуація дещо змінилася. З одного боку, компанії стали дбайливо використовувати бюджети, але, з іншого, стало зрозуміло, що великі фірми не відмовлятимуться від ділових поїздок за кордон. Нині потреба у діловому туризмі значно зросла, оскільки компаніям необхідні ділові зустрічі для укладання угод, конференції і конгреси для обміну думками про стан справ на ринку, пошуку нових можливостей [10].

Поняття Business Travel, або «діловий туризм (бізнес туризм)» для вітчизняного туристичного ринку досить нове. Як про самостійний і високоприбутковий вид туризму про нього заговорили в Європі та США в 70-80-ті роки ХХ століття. На вітчизняному ринку цей сектор турбізнесу став по-справжньому розвиватися лише в 90-х роках. Коло вітчизняних туроператорів, які спеціалізуються виключно на бізнес-туризмі, невелике. Діловий туризм як окремий напрям пропонують дуже небагато туристичних компаній. Одним із пріоритетних напрямів міжнародного

співробітництва туристичних підприємств у сфері ділового туризму є їхнє членство в різних міжнародних організаціях та асоціаціях.

2020 рік привніс кардинальні зміни в сектор корпоративного туризму. Перед лицем глобальної пандемії практично кожен учасник галузі, включаючи постачальників, ділових туристів, бізнес-тревел-платформи та тревел-менеджерів, був змушений провести переоцінку старих звичних сценаріїв. Безперечно, базою для ділового туризму є авіаперевезення. Сектор авіаперевезень пандемія торкнулася більше інших галузей економіки (крім, можливо, туристичного сектора), що стало серйозним викликом для учасників сектору ділового туризму.

Так, відповідно до даних, наведених у звіті Phocuswright – Global Air Trends, опублікованому у лютому 2021 року, за період лютий 2020 року - січень 2021 року порівняно з періодом лютий 2019 року - січень 2020 року кількість перевізних місць впало на 66%, у Північній та Південній Америці – на 47%, у країнах Азійсько-тихоокеанського регіону та Близькому Сході – на 32%. Відповідно до прогнозу IATA (Міжнародної Асоціації Повітряного Транспорту), опублікованого в листопаді 2020 року, збитки світової авіаційної галузі за 2020 рік – понад \$118 млрд., за 2021 рік становитимуть не менше як \$38 млрд., а відновлення галузі не доводиться очікувати раніше 2023 року [17].

За даними Державної прикордонної служби України та Національної туристичної організації України кількість прибуттів міжнародних туристів в Україну з діловою метою у 2020 р. склала 903 особи, що по відношенню до в'їзного потоку загалом становить 0,03% (табл. 6).

Таблиця 6. Розподіл в'їзного потоку за метою відвідування (за даними Державної прикордонної служби України і Національної туристичної організації України)*

| Рік | Одиниці | Мета відвідування відповідно до методики Державної прикордонної служби України | | | | | | | | Всього |
|------|---------|--|--------|--------|--------|----------|----------|-----------|--------------------------------|----------|
| | | дипломатична | служба | ділова | туризм | приватна | навчання | релігійна | культурний та спортивний обмін | |
| 2018 | осіб | 8 | 47402 | 2289 | 17239 | 13900181 | 4526 | 16 | 28 | 14342290 |
| | % | 0,00 | 0,33 | 0,02 | 0,12 | 96,92 | 0,03 | 0,00 | 0,00 | 100,00 |
| 2019 | осіб | 12063 | 31470 | 1480 | 14865 | 13326997 | 3016 | 0 | 0 | 13709562 |
| | % | 0,09 | 0,23 | 0,01 | 0,11 | 97,21 | 0,02 | 0,00 | 0,00 | 100,00 |
| 2020 | осіб | 203 | 10 760 | 903 | 2 766 | 3107643 | 2 424 | 0 | 0 | 3382097 |
| | % | 0,01 | 0,32 | 0,03 | 0,08 | 91,89 | 0,07 | 0,00 | 0,00 | 100,00 |

*Джерело: [11].

В останні роки більшість компаній та агентств у сфері ділового туризму виділяють багато часу та ресурсів для переходу до оформлення замовлень за діловими поїздками через автоматизовані інструменти – OBT (Online Booking Tool). Однак, сам собою автоматизований інструмент оформлення послуг не дає явної оптимізації витрат компаній на ділові поїздки і несе сумнівну економію для агентств ділового туризму. Так, безумовно, він знижує трудовитрати на сторонні агенції та дає можливість оптимізувати персонал, проте економія на агентах з оформлення послуг не йде в жодне порівняння з витратами на розробку власних IT-рішень або використанням нейтральних бізнес-тревел-платформ.

Зараз, у постпандемійний час, агенціям варто трохи змістити акцент з «нестримної» автоматизації на надання якісного клієнтського сервісу з підтримкою 24/7 у режимі реального часу та забезпечення клієнтів омніканальною підтримкою. Ця теза підтверджують дані звіту «SKift-x-

TripActions – The State of Corporate T&E 2021», в рамках якого респондентам (бізнес-туристам і тревел-менеджерам) було поставлене запитання: «Коли ви користуєтеся послугами агентства з організації ділових подорожей для бронювання, то якому способу взаємодії з ним ви віддаєте перевагу?». Відносно рівномірний розподіл кращих каналів взаємодії між електронною поштою, месенджером і телефоном підтверджує важливість комплексних бізнес-тревел-рішень, які допомагають туристам та їхнім менеджерам легко керувати всією поїздкою «в одному вікні» та забезпечувати супроводи в рамках усіх каналів комунікації [18].

Не можна обійти й іншу тему, яка стала прапором компаній у пандемію – це перехід на віддалену роботу та спілкування по відеозв'язку. Очевидно, що тепер дистанційна та офісна робота існуватимуть пліч-о-пліч, доповнюючи одна одну найближчими роками. Результати одного з глобальних досліджень 2020 року, проведеного компанією Gartner, показують, що 82% компаній планують дозволити співробітникам працювати віддалено принаймні частину часу – і все більше і більше працівників згодні з цим. У дослідженні 2020 року від FlexJobs йдеться про те, що 65% працівників хочуть залишитися на віддаленій роботі після закінчення пандемії.

Але незважаючи на те, що робота у віддаленому режимі створює певні труднощі для сектора ділового туризму, натомість мінлива ситуація на ринку створює нові можливості. Віддалена робота передбачає лише зміну стилю подорожей. Широкого поширення відеоконференцій також не варто побоюватися. Безумовно, невелику частину бізнес-поїздок вони можуть замінити, проте, згідно з недавнім дослідженням Skift та TripActions, понад 80% ділових туристів і майже 80% тревел-менеджерів згодні або повністю згодні з тим, що особисті зустрічі ефективніші за віртуальні. Тому, поки відповідь на запитання «чи ухвалють бізнес-мандрівники та їхні керівники рішення відмовитися від ділових поїздок на користь відеоконференцій?» – категоричне «ні»!

Мати справу з турбулентністю – це частина способу життя корпоративного туризму, починаючи з 11 вересня, через низку фінансових криз. Галузь відновилася після всіх цих інцидентів, але масштаби та характер невизначеності щодо прогресування Covid-19, що призводить до глобальної рецесії, а також різні зміни в психології людей означають, що відновлення цього разу матиме інший характер. Повернення до «звичайного ведення бізнесу» вже не буде, але це не означає, що не буде самого бізнесу. Очевидно, що пандемійні тренди накладуть серйозний відбиток на характер ділових поїздок, однак, з'являється безліч можливостей, адаптуючись до яких, учасники сектору ділового туризму зможуть швидко відновити свою діяльність, за рахунок адаптації до вимог часу і потреб своїх клієнтів [17].

WTTC (Всесвітня рада з подорожей та туризму) запустила новий інструмент прогнозування для відновлення попиту на авіаквитки та готелі, який також зможе виявити зміни у поведінці та інтересах туристів через пошукові запити в Інтернеті. Інтерактивна панель відновлення попиту в туризмі після ковід-19 розроблена за підтримки компанії McKinsey & Company, вона буде безкоштовною як для членів WTTC, так і для тих, хто не є членами організації.

Цей унікальний інструмент на ринку надає користувачам доступ до кількісних та якісних даних про туризм на глобальному та регіональному рівні, а також для 33 країн світу з найбільшою вагою у цьому секторі, які показують динаміку попиту з початку року, оновлюючи дані кожні 15 днів. Панель дозволяє переглядати широкий спектр даних, що показують зміни у поведінці глобального попиту у відповідь на поступове відкриття кордонів, оскільки обмеження на міжнародні поїздки стали гнучкішими [19].

Новий інструмент пропонує інформацію із двох основних джерел. Перше – це Google Trends, де всі дані згруповані за туристичними сегментами, такими як пригодницький, культурний, міський, сімейний, сонячний та пляжний туризм і туристичні послуги. Кожна сегментація була розроблена з використанням набору з 20 ключових слів, які дозволяють охопити найпопулярніші види відпочинку, місця та напрями як у всьому світі, так і в ключових країнах, таких як Велика Британія, США, Франція та Бразилія. Друге джерело регіональної інформації – це оновлювані раз на два місяці дані про пересування та бронювання з інформацією про рейси від Forward Keys, завантаженість готелів

та ADR (середня денна ставка) з Google Mobility Index, який показує місцеву активність рекреаційної діяльності. До них приєдналася компанія Global Rescue, піонер у галузі медичної безпеки, ризиків у поїздках та управління кризою; ці дані показують відкриття кожної ключової країни чи ринку в контексті обмежень на поїздки, запроваджених для боротьби з коронавірусом.

Таким чином, WTTC продовжує працювати над тим, щоб політика, що впливає на сектор, допомогла йому швидше одужати від руйнівного впливу пандемії. Не дивно, що згідно із звітом про економічний вплив, у 2019 році у сфері туризму було задіяно кожного десятого працівника, що забезпечує 330 мільйонів робочих місць, крім 10,3% світового ВВП. Інструмент WTTC показує, що хоча у 2021 році кількість запитів про подорожі все ще нижча за норму, Європа лідирує у підйомі, показуючи падіння лише на 20% [19].

За перше півріччя 2021 року Україну відвідало півтора мільйона туристів із різних країн, третину яких склали саме бізнес-туристи. Їхня кількість постійно зростає. Зустрічі та переговори у неформальній обстановці, знайомство з новими постачальниками, інвесторами та споживачами неухильно веде до зростання бізнес можливостей. Україна стрімко піднімається у рейтингу ділового туризму та завжди відкрита для нових партнерів та нових проєктів.

Нині ж маємо фактично повну зупинку ділового туризму – з 24 лютого цього року ні для локального бізнесу, ні, тим більше, для іноземних учасників проведення чогось суттєвого в Україні не вчасно та надто небезпечно. Не варто забувати і про те, що близько 10% ще нещодавно українського бізнесу вже повністю перенесли свої офіси/виробничі потужності за кордон. І ця тенденція поки не зменшує обертів.

Так, можна зрозуміти власників, які прагнуть забезпечити стабільність своїм компаніям та працівникам. Чи повернуться вони в Україну після війни – питання досить риторичне. І щодо бізнесу, і щодо співробітників. Але це – втрата частини активної бізнес-спільноти.

Загалом, відродження MICE (ділового туризму), швидше за все, розпочнеться не з класичних бізнес-заходів, а саме з великих подій, ініційованих країнами-партнерами України щодо її відновлення після війни. Саме такі події, мабуть, стануть драйверами перезапуску індустрії ділового туризму. А далі, вони мають перезапустити інвестиції знову і ще більше залучити до нас інвесторів у всі сфери економіки.

Неправильно було б стверджувати, що після початку війни іноземці зовсім перестали до нас їхати. Як і неправильно називати їх туристами, чи то класичними чи діловими. В основному йдеться про дипломатичний корпус, журналістів, миротворців та благодійні організації, волонтерів. Зараз туризм у його класичному розумінні – майже на паузі. Навіть у локаціях, де готелі заповнені. Адже не треба плутати туриста та тимчасово переміщених осіб.

Так, ці люди живуть у готелях, харчуються в ресторанах, сплачують переважно туристичний збір. І підтримують готельну сферу, іноді дозволяють власникам заробляти за весняний сезон більше ніж за весь попередній рік. Щодо міських готелів – мало хто може сказати про завантаження понад 20-25%. У середньому – 10-15%, а це не завжди навіть рівень беззбитковості. Найбільше страждають готелі з великим номерним фондом (умовно – 100 та більше номерів). Деякі з них, у тому числі в столиці, закрилися до найкращих часів. Дехто намагається вижити і втримати хоча б кістяк персоналу, професійних кадрів. Тому, добре, якщо готельний бізнес не є основним у власника, і є чим перекрити витрати [20].

На ринку чимало пропозицій щодо оренди або продажу готельного бізнесу – від міських до курортних закладів. Торг має місце, тож зараз можна досить вигідно інвестувати. Але так само й досить ризиковано. У цьому контексті було б неогано на момент закінчення воєнної кризи мати готову стратегію розвитку туристичної галузі, відновлення інфраструктури. Тому що туризм точно драйвуватиме економіку України та залучатиме інвестиції. Протягом наступного десятиліття у секторі подорожей та туризму буде створено близько 126 млн нових робочих місць, прогнозує Всесвітня рада з подорожей та туризму (WTTC). Більш того, туризм забезпечить кожне третє з усіх нових робочих місць і стане рушійною силою відновлення світової економіки, заявила Джулія

Сімпсон, президент і генеральний директор організації, у присутності більш ніж 1000 делегатів з усього світу, включаючи генеральних директорів, бізнес-лідерів, міністрів, експертів з туризму та представників міжнародних ЗМІ, на Глобальному саміті у Манілі (Філіппіни).

За даними WTTC, внесок туризму у світовий ВВП зростатиме в середньому на 5,8% щорічно в період з 2022 по 2032 роки, випереджаючи темпи зростання глобальної економіки на 2,7%, і сягне \$14,6 трлн. (11,3% світової економіки). І ще один оптимістичний прогноз: вклад галузі у світовий ВВП може досягти рівня, що передував пандемії, до 2023 року – він буде лише на 0,1% нижчим, ніж 2019-го [20].

Розвиток сектору супроводжуватиметься зростанням зайнятості у сфері подорожей та туризму, яке, як очікується, наблизиться до «допандемійного» рівня 2023-го року (мінус лише 2,7%). «Ми очікуємо набагато світліші часи: вже до наступного року внесок туристичної галузі у ВВП і зайнятість у тревел-сфері досягнуть рівнів, що передували пандемії, – відмітила пані Сімпсон. Відновлення у 2021 році було повільніше, ніж очікувалося, частково через «омікрон», але переважно через неузгоджений підхід урядів до Covid-обмежень, які відкинули рекомендації ВООЗ, яка стверджувала, що закриття кордонів не зупинить поширення вірусу, а лише завдасть шкоди економіці».

Висновки і перспективи.

Для подальшого розвитку ділового туризму у нашій країні необхідно вдосконалювати умови прийому ділових туристів. Це стосується рівня оснащення засобами зв'язку та комунікацій; стандартизації послуг на світовому рівні та системи знижок; обміну досвідом та збільшення клієнтської бази; прийняття до уваги національних та регіональних відмінностей та переваг ділових туристів.

Основним аспектом покращення повинна бути, по-перше, активізація розвитку ділового туризму на регіональному рівні. Для цього необхідна державна політика розвитку ділового туризму в країні та створення законодавства у галузі ділового туризму, залучення інвесторів та інвестицій в економіку країни. По-друге, створення консалтингових структур у сфері ділового туризму на регіональному рівні. Такі центри допоможуть підприємствам України знайти контакти із закордонними партнерами, встановити їх та взаємодіяти, вирішуючи організаційні та технологічні проблеми щодо прийому та відправлення ділових партнерів. Такі структури функціонують ефективніше, ніж прості туристичні агентства.

Необхідне створення конвеншн-бюро (різновид консалтингових структур у сфері ділового туризму). Такі організації повинні здійснювати навчальну та консультаційну діяльність, займатися національним маркетингом та рекламою. Наочним прикладом є досвід США та країн ЄС, де протягом 20-30 років діють національні та міські конвеншн-бюро («Convention&Visitors Bureau»). Важливим є створення різних асоціацій у сфері ділового туризму по всій країні – прикладами служать міжнародні асоціації у сфері ділового туризму: Міжнародна асоціація ділового туризму (IBTA), Міжнародна асоціація професійних організаторів конгресів (IAPCO), Міжнародна асоціація конгресів і конференцій (ICCA).

В умовах, коли сфера послуг стає домінантою, діловий туризм займає визначальну роль у міжнародній суспільній діяльності, тому особлива увага приділяється пошуку нових форм міжнародної туристичної діяльності задля формування розвинутого ринку міжнародних туристичних послуг. Це зумовило визначення спільних проблем та впливів міжнародного туризму на сталий розвиток країн. Разом з тим, існує потреба в подальшому комплексному дослідженні системи функціонування міжнародного ділового туризму на засадах сталого розвитку як основи соціально-економічної трансформації, що вимагає належної науково-теоретичної та методичної бази.

Список використаних джерел

1. UNWTO (Всесвітня туристична організація). URL : <http://www2.unwto.org>. (дата звернення :

21.08.2022).

2. Дзюбленко І. М. Зародження та розвиток ділового туризму у світі: історична ретроспектива. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 6: Історичні науки: зб. наук. праць*. 2018. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/11542/1/> (дата звернення : 25.08.2022).

3. Friedmann J. The world city hypothesis. *Development and Change*. 1986. №4. С. 12-50.

4. Валлерстайн І. Аналіз світових систем- ситуація у світі. 2011. 416 с.

5. Бродель Ф. Час світу. Матеріальна цивілізація, економіка та капіталізм XV-XVIII ст. 2002. Т 3. 679 с.

6. WTTC (Всесвітня рада з подорожей та туризму). URL: <https://www.wttc.org/> (дата звернення : 25.08.2022).

7. KNOEMA. Світовий атлас даних. URL: <https://business.knoema.com/about-team/> (дата звернення : 21.08.2022).

8. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Назаренко А. В. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues* 2021. Vol. 5, №1. URL: <http://doi.org/10.23939/semi2021.01.086>. (дата звернення : 21.08.2022).

9. The Latest Business Travel Trends. Business Travellers Desire. URL: <https://www.revfine.com/business-travel/> (дата звернення : 20.08.2022).

10. Бондаренко Ю. Г. Зарубіжний досвід функціонування туристичних кластерів. *Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання*. 2016. Вип. 5, С. 31–37. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5>. (дата звернення : 11.08.2022).

11. USAID. Туристичний барометр України. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics.html (дата звернення : 21.07.2022).

12. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.43>. (дата звернення : 21.07.2022).

13. Райан Миллер. Лучшие направления мира для деловых путешественников, 2020 г. Деловая поездка. *CEOWORLD*. 15 ноября 2020 г. URL: <http://ceoworld.biz>. (дата звернення : 21.06.2022).

14. Лопес Ана М. Страны с самыми высокими расходами на деловые поездки в 2021 г. Information Design for your projects. URL: <http://www.statista.com/aboutus/our-research-commintment/2501/> (дата звернення : 21.06.2022).

15. Лопес Ана М. Страны G20: расходы на деловые поездки в 2021 г. Information Design for your projects. URL: <http://www.statista.com/aboutus/our-research-commintment/2051/> (дата звернення : 21.08.2022).

16. John Swarbrooke, Susan Horner. *Business Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford. 2001. P. 3-4.

17. Международная Ассоциация воздушного транспорта (IATA). URL: <https://www.iata.org/> (дата звернення : 21.08.2022).

18. Отчет «SKift-x-TripActions – The State of Corporate T&E 2021». URL: <https://www.skift-x-tripactions/the-state-of-corporate/> (дата звернення : 21.08.2022).

19. WTTC (The World Travel & Tourism Council: Всемирный совет по путешествиям и туризму). Special-research: business-travel-research. 2021. URL: <http://www.wttc.org/>. (дата звернення : 21.06.2022).

20. MICE: бизнес-туризм в Украине. Hotline Support. Visit Ukraine. Today Wapp.im. URL: http://www.t.me/VisitUkraine_bot. (дата звернення : 21.07.2022).

Статтю отримано: 08.08.2022 / Рецензування 21.09.2022 / Прийнято до друку: 30.12.2022

Viktoriya Khudaverdiyeva

Ph.D. (in Economics), Associate Professor

Department of Tourism

State Biotechnological University(SBTU)

Kharkiv, Ukraine

E-mail: viki75807@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0100-5079

Volodymyr Merchanskyi

Ph.D. (in Economics), Associate Professor
Department of Tourism

State Biotechnological University (SBTU)
Kharkiv, Ukraine

E-mail: seomvv@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2870-5902

INTERNATIONAL TOURIST EXCHANGE FOR BUSINESS PURPOSES AS A TYPE OF FOREIGN ECONOMIC RELATIONS

Abstract

Introduction. The relevance of the work is predetermined by the need to develop a strategy for the development of business tourism in Ukraine, taking into account the trends in the world centers of business tourism and optimizing the ways of our country's entry into the global space of business tourism. This is all the more important because in the leading tourist regions of the world, business tourism has a high profitability and often plays a significant role in the budgets of states, including economically highly developed ones.

Methods. The methodological base of the study of the practice of conducting business and foreign economics and geographers and economics in the geography of world statehood, world economy and national studies. General scientific and special methods are used in the work: comparative, systematic analysis; statistical analysis - in the study of trends and dynamics of the development of the global market of tourist services; methods of observation, analysis and synthesis, evaluation – when determining the dynamics of the development of segments of international tourist services in the context of dimensions of sustainable development; methods of comparison, qualitative assessment.

Results. The basic concepts of the system of business tourism are considered and the directions of its organization are analysed. The economic, social and cultural factors influencing the development of business international tourism are listed. The study shows that the spatial structure of business tourism reveals a similar three-tier hierarchical structure. This commonality is predetermined by the closest relationships between business tourism and the general system of international tourism and the system of the world economy as a whole. At the same time, business tourism is not only their component, but also a function (and indicator) of their structure and development dynamics.

Discussion. The introduction of the main provisions of leading scientists will enhance the competitiveness of domestic firms specializing in the organization of business tourism, as well as the infrastructure serving it, to increase the validity of management decisions in the field of business tourism and related industries; will contribute to the formation of relations in the domestic market of business tourism within the framework of international standards. The above recommendations can be put into practice by creating a state program for the development and support of business tourism in the country. However, the problems of the impact of international tourism on the sustainable development of foreign economic relations of countries require further research on the basis of modern theoretical and methodical approaches to the latest imperatives of social and economic development.

Keywords: international tourism, business tourism, new economic relations, crisis phenomena in the sphere of business tourism.

References

1. UNWTO (Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia). Retrieved from <http://www2.unwto.org>.
2. Dziublenko, I.M. (2018). Zarodzhennia ta rozvytok dilovoho turyzmu u sviti: istorychna retrospektyva [The origin and development of business tourism in the world: a historical retrospective]. *Naukovyj chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Serii 6: Istorychni nauky: zb. nauk. prats* [Scientific Journal of the National Pedagogical University named after M. P. Drahomanov. Series 6: Historical Sciences: coll. of science works]. Retrieved from <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/11542/1>
3. Friedmann, J. (1986). The world city hypothesis. *Development and Change*, 4, 12-50.
4. Vallerstajn, I. (2011). *Analiz svitovykh system- situatsiia u sviti* [Analysis of world systems - situation in the world].
5. Brodel, F. (2002). *Chas svitu. Materialna tsyvilizatsiia, ekonomika ta kapitalizm XV-XVIII st.* [World time. Material civilization, economy and capitalism of the XV-XVIII centuries.], 3.
6. WTTC (Vsesvitnia rada z podorozhej ta turyzmu). Retrieved from <https://www.wttc.org/>
7. KNOEMA. Svitovy atlas danyh. Retrieved from <https://business.knoema.com/about-team/>

8. Prokopyszyn-Rashkevych, L.M., & Nazarenko, A.V. (2021). Dilovij turizm iak perspektyvnyj napriam turystychnoi diialnosti v Ukraini [Business tourism as a promising direction of tourist activity in Ukraine]. Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management, 5, 1. Retrieved from <http://doi.org/10.23939/semi2021.01.086>.
9. The Latest Business Travel Trends. Business Travellers Desire. Retrieved from <https://www.revfine.com/business-travel/>
10. Bondarenko, Yu.H. (2016). Zarubizhnyj dosvid funkcionuvannya turystychnykh klasteriv [Foreign experience of functioning of tourist clusters]. *Ekonomika ta suspilstvo: elektronne naukove fakhove vydannia* [Economy and Society: Electronic Scientific Specialist Publication], 5, 31–37. Retrieved from <http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5>.
11. USAID. Turystychnyj barometr Ukrainy. Retrieved from https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_.html.
12. Slyvenko, V.A., Podorozhko, T.O., & Shyshkina, V.B. (2019). Analiz suchasnoho stanu ta prioritetiv rozvytku dilovoho turizmu v Ukraini [Analysis of the current state and development priorities of business tourism in Ukraine]. *Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika»* [Electronic scientific publication «Efficient Economy»], 6. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua> <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.6.43>.
13. Rajan, Myller (2020). Luchshye napravleniia mira dlia delovykh puteshestvennikov, Delovaia poezdka. 15 noiabria 2020 h. CEOWORLD. Retrieved from <http://ceoworld.biz>.
14. Lopes, Ana M. (2021). Strany s samymi vysokimi raskhodami na delovye poezdki v 2021 h. Information Design for your projects. Retrieved from <http://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment/2501/>
15. Lopes, Ana M (2021). Strany G20: raskhody na delovye poezdki v 2021 h. Information Design for your projects. Retrieved from <http://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment/2051/>
16. John, Swarbrooke, Susan, Horner. (2001). Business Travel and Tourism. Butterworth-Heinemann, Oxford. 3-4.
17. Mezhdunarodnaia Assotsiatsiia vozдушnogo transporta (IATA). Retrieved from <https://www.iata.org/>
18. Otchet «SKift-x-TripActions – The State of Corporate T&E 2021». Retrieved from <https://www.skift-x-tripactions/the-state-of-corporate/>
19. WTTC (The World Travel & Tourism Council: Vsemirnyj sovet po puteshestviim i turizmu). Special-research: business-travel-research, 2021. Retrieved from <http://www.wttc.org/>.
20. MICE: biznes-turizm v Ukraine. Hotline Support. Visit Ukraine. Today Wapp.im. Retrieved from http://www.t.me/TVisitUkraine_bot.

Received: 08.08.2022 / Review 09.21.2022 / Accepted 12.30.2022

