

УДК 338.48
JEL: Z30; Z32; Z39
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-210-216>

СУТНІСТЬ І РОЛЬ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

©2023 ПАНОВА І. О., СІДОРОВ М. В., ПУЗАНОВ А. Ю.

УДК 338.48
JEL: Z30; Z32; Z39

Панова І. О., Сідоров М. В., Пузанов А. Ю. Сутність і роль ділового туризму в сучасному світі

Метою статті є дослідження сутності та ролі ділового туризму в сучасному світі. Діловий туризм визначається як особливий вид туризму, спрямований на відвідування бізнес-подій, наукових конференцій, виставок та інших заходів, які передбачають активну професійну діяльність та обмін інформацією в рамках міжнародної співпраці. У статті визначено, що сутність ділового туризму полягає в його спроможності об'єднувати професіоналів різних галузей і країн, створюючи умови для обміну інноваційними ідеями, передовими технологіями та підвищення рівня знань. Цей вид туризму є важливим інструментом для розвитку економіки та сприяє створенню сприятливого середовища для обміну знань і досвіду між різними галузями бізнесу та науково-педагогічної сфери. Також акцентовано увагу на актуальності організації міжнародних туристичних заходів у сучасних умовах глобалізації та міжнародної співпраці. Висвітлено, що діловий туризм може відігравати важливу роль у господарстві країни, сприяючи обміну інформацією та співпраці між різними суб'єктами світового ринку. Дослідження цих аспектів є надзвичайно важливим для подальшого розвитку інноваційного потенціалу країни, особливо в умовах зростаючої глобалізації та інтернаціоналізації економіки. Зазначено, що дослідження сутності та ролі ділового туризму в сучасному світі є важливим завданням, яке відображає важливі аспекти економічного, соціокультурного та міжнародного розвитку. Обґрунтовано, що діловий туризм важливий не лише для самих учасників цього процесу, але і для економіки держави загалом. Він сприяє збільшенню обсягів туристичних доходів, створює нові можливості для розвитку інфраструктури, готельного бізнесу, ресторанної галузі та інших суміжних секторів. Крім того, діловий туризм може стати джерелом робочих місць і сприяти підвищенню рівня життя місцевого населення. Виявлено, що подальше дослідження цих питань може зробити суттєвий внесок у розуміння впливу ділового туризму на сучасну глобальну динаміку та визначити стратегії подальшого розвитку цього виду туризму для досягнення сталого росту та розвитку.

Ключові слова: туризм, діловий туризм, корпоративні заходи, організація.

Рис.: 4. **Бібл.:** 14.

Панова Ірина Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: iryna.panova@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

Сідоров Михайло Вадимович – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: m.sidorov@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5911-4817>

Пузанов Андрій Юрійович – студент, кафедра туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: puzanovandrew78@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5302-4721>

UDC 338.48
JEL: Z30; Z32; Z39

Panova I. O., Sidorov M. V., Puzanov A. Yu. The Essence and Role of Business Tourism in the Modern World

The aim of the article is to study the essence and role of business tourism in the modern world. Business tourism is defined as a special type of tourism aimed at attending business events, scientific conferences, exhibitions and other events that involve active professional activity and exchange of information within the framework of international cooperation. The article determines that the essence of business tourism lies in its ability to unite professionals from different industries and countries, creating conditions for the exchange of innovative ideas, advanced technologies and increasing the level of knowledge. This type of tourism is an important tool for economic development and contributes to the creation of a favorable environment for the exchange of knowledge and experience between various sectors of business and the scientific and pedagogical sphere. Attention is also focused on the relevance of organizing international tourism events in the current conditions of globalization and international cooperation. It is highlighted that business tourism can play an important role in the country's economy, promoting the exchange of information and cooperation between various subjects of the world market. The study of these aspects is extremely important for the further development of the country's innovative potential, especially in the context of growing globalization and internationalization of the economy. It is noted that the study of the essence and role of business tourism in the modern world is an important task that reflects important aspects of economic, sociocultural and international development. It is substantiated that business tourism is important not only for the participants of this process, but also for the economy of the State as a whole. It contributes to an increase in tourist revenues, creates new opportunities for the development of infrastructure, hotel business, restaurant industry and other related sectors. In addition, business tourism can become a source of jobs and contribute to improving the standard of living of the local population. It is found that further study of these issues can make a significant contribution to understanding the impact of business tourism on modern global dynamics and determine strategies for further development of this type of tourism to achieve sustainable growth and development.

Keywords: tourism, business tourism, corporate events, organization.

Fig.: 4. **Bibl.:** 14.

Panova Iryna O. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Tourism and Country Studies, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: iryna.panova@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

Діловий туризм є значущою складовою сучасного глобального туристичного господарства, відзначається специфічною сутністю та відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку багатьох країн і регіонів світу. Цей вид туризму характеризується переважно професійною спрямованістю, а саме – подорожами, які проводяться з метою здійснення бізнес-операцій, участі в наукових конференціях, виставках, переговорах, семінарах та інших подібних подіях, що вимагають обміну знань та досвіду між представниками різних галузей бізнесу, а також науково-педагогічної та культурно-освітньої сфер.

Дослідженням сутності та ролі ділового туризму займалися закордонні науковці, серед яких слід відмітити Грачан Д., Руданчич-Лугарич А., Сібалак В., Найдю П., Рамсук Мунхуррун П., Девідсон Р. та інших. Вони вивчали внесок ділового туризму в економіку, аналізували його вплив на створення робочих місць, зростання ВВП і споживчу активність у місцях проведення подій тощо. Крім того, вагомий науковий вклад внесли й вітчизняні науковці, зокрема: Андренко І., Безуглий В., Білозоров А., Дехтяр Н., Євтушенко О., Шамара І. та інші. Їх роботи присвячені впливу ділового туризму на соціокультурні аспекти суспільства, включно з місцевими спільнотами, культурним обміном та інтернаціоналізацією бізнес-середовища. Проте, незважаючи на їх значний внесок у науку, залишається низка невирішених питань, наприклад: які саме подорожі користуються найбільшим попитом серед туристів з бізнес-метою, яким саме заходам ділового туризму слід приділяти більше уваги для збільшення туристичних потоків у регіоні тощо.

Мета статті – дослідити сутність і розкрити важливі аспекти ділового туризму в сучасному світі.

Поняття «діловий туризм», згідно із затвердженими стандартами в міжнародній практиці туризму, охоплює різноманітні види подорожей, а саме:

- ✦ службові відрядження працівників підприємств для проведення переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, торговельних операціях та з іншими подібними цілями;
- ✦ участь у конгресах, конференціях, виставках, ярмарках, торговельних ярмарках і подібних заходах;
- ✦ організація інсентив-подорожей (подорожей, організованих компаніями з метою винагородження та стимулювання своїх працівників за досягнення високих результатів у роботі);

- ✦ подорожі на спортивні змагання команд, гастрольні виставки;
- ✦ міжнародні мандатні подорожі офіційних делегацій та інші подібні подорожі.

Усі вищезазначені види подорожей мають свої особливості, оскільки вони передбачають досягнення різних цілей і мають різну характеристику [2]. Важливо зазначити, що ці подорожі можуть бути як комерційними, так і некомерційними, короткостроковими або довгостроковими, включати як велику кількість учасників, так і обмежену. В міжнародному фаховому глосарії такий вид діяльності інколи називають «конгресовою діяльністю» або «корпоративним туризмом». Однак існують й інші наукові варіації для позначення цього сегмента ділового туризму.

Азовий час термін «діловий туризм», згідно з визначенням науковців, сприймався в Україні в основному як можливість «ефективно відпочити» за рахунок державних або корпоративних ресурсів. Проте ситуація зазнала істотних змін, зокрема після кризи 1998 р. Ця криза суттєво вплинула на підходи до визначення туризму [3]. З одного боку, кількість «розважальних» подорожей раптово скоротилася, а з іншого – помітно зросла зацікавленість компаній у проведенні корпоративних заходів внутрішньокраїнного масштабу.

В Україні та країнах колишнього Співдружності Незалежних Держав поняття «діловий туризм» обмежується обслуговуванням подорожей і заходів, пов'язаних із професійною діяльністю. Саме через цей аспект деякі науковці не визнають діловий туризм як окрему самостійну сферу. Водночас на Заході він розглядається як надзвичайно перспективний вид туристичної діяльності, який розвивається досить швидкими темпами.

Зазначимо, що термін «туризм» у англійській мові не використовується для опису явища, яке співвідноситься до ділового туризму. Для цієї концепції існує спеціальний термін «*Business travel*». І саме цей вираз може використовуватися для позначення двох відмінних понять. Він вказує на службову поїздку бізнесмена або керівника з метою розвитку бізнесу, і в цьому контексті термін «*business travel*» пишеться з малої літери [6]. Альтернативний підхід полягає в розгляді цього поняття в контексті розвинутої галузі, спеціалізованої на наданні послуг для ділових подорожей. У такому випадку слово «*Business*» пишеться з великої літери «В».

Сучасний діловий туризм є однією із провідних і швидкозростаючих галузей глобального туристичного бізнесу в усьому світі. Він займає важливе місце в стратегічних програмах розвитку економіки держав, таких як США, Швейцарія, Фінляндія тощо. Прогнози експертів передбачають значне збільшення кількості ділових поїздок – до 2030 р. майже до 6 мільярдів на рік [14]. При цьому очікується, що обсяг цього сектора зросте в п'ять разів – з 400 млрд дол. США до 2 трлн дол. США. За даними американської організації «Круглий стіл ділового туризму», кожне мільярд доларів зростання обігу в цій галузі приводить до створення понад 100 000 робочих місць.

Спеціалісти розглядають термін «Business travel» як бізнесову систему, яка складається з чотирьох підсистем (рис. 1). Ця система може бути представлена у вигляді чотирикутника, в кожному куті якого розташовані ключові структурні компоненти, а саме: «корпорації-замовники» (які відправляють своїх працівників у службові поїздки), «компанії – постачальники окремих видів послуг» (такі як авіакомпанії, готелі, компанії з прокату автомобілів, страхові агентства та інші), «компанії – постачальники повного комплексу послуг» (туроператори, які пропонують інтегровані рішення для ділових подорожей), а також «організації та компанії з галузі MICE» (що спеціалізуються на управлінні подіями, конференціями та виставками) [1].

Замість терміна «Business travel» експерти досить часто користуються англійським терміном-скороченням MICE, яке точніше відображає складові структури цього сегмента туризму (рис. 2) [1]. Проте варто зазначити, що сьогодні існує декілька різних класифікаційних підходів до ділового туризму, включно з тією, що розроблена з урахуванням сучасних тенденцій (рис. 3).

Класифікація ділового туризму представляє собою надзвичайно важливий аспект для розвитку готельного господарства. Розуміння структури сегмен-



Рис. 2. Складові структури MICE

Джерело: сформовано авторами за [1].

та ділових клієнтів готелів дозволяє точніше ідентифікувати цей сегмент під час сегментації готельної аудиторії, визначити їхні потреби та налаштувати надання послуг з урахуванням цих вимог.

Діловий туризм є досить значущою складовою галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Заклади розміщення виявляють найбільший інтерес до цього сегмента через низку його особливостей [7]. Діловий туризм відрізняється відносно стабільним характером, оскільки вибір місця призначення для ділових подорожей зазвичай базується на об'єктивних критеріях і не так сильно залежить від особистих смаків і вподобань гостей. Відмінною особливістю ділових поїздок також є їхня менша чутливість до економічних спадів порівняно із іншими видами туризму, оскільки вони мають певну необхідність та обумовлені плановою діяльністю компаній. Діловий туризм також характеризується меншою залежністю від сезонності, яка дозволяє готелям зменшити коливання завантаженості та за-

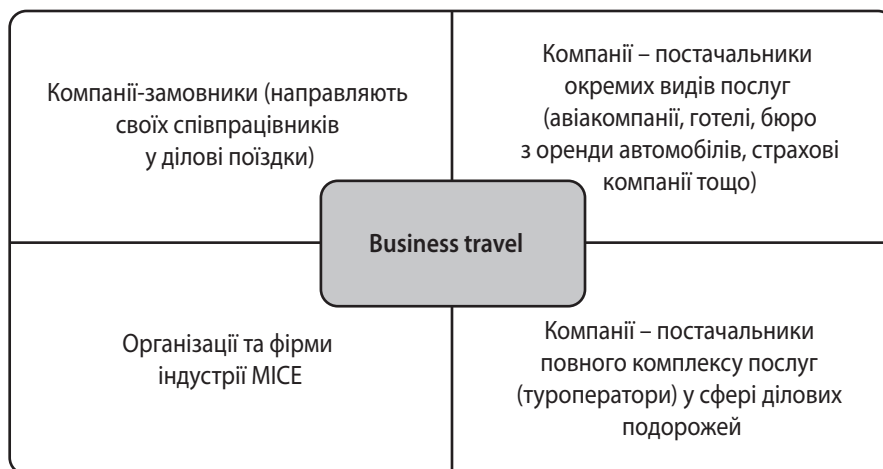


Рис. 1. Система «Business travel»

Джерело: сформовано авторами за [1].



Рис. 3. Класифікації ділового туризму [1]

безпечити сталість у цьому питанні, навіть під час сезону, коли спостерігається не притаманно низький попит для цього часу. Бізнес-туризм практично не піддається впливу криз і продовжує розвиватися стійко та послідовно, виключення становив лише період пандемії COVID-19.

Сьогодні представники ділового туризму є найбільш розповсюдженою категорією гостей у вітчизняних готелях. Проте можливість розширення доходів готельних підприємств не обмежується лише спрямованістю на обслуговування цієї категорії клієнтів. Особливо перспективним для готелів є надання конференц-зал та інших приміщень для проведення різноманітних ділових заходів, включно з конференціями, семінарами, навчальними сесіями, виставками, презентаціями, майстер-класами тощо [10]. Під час ділового відрядження витрати ділового туриста на день становлять приблизно втричі більше, аніж у звичайного відпочиваючого. Це і є поясненням того факту, що загальний грошовий обіг у цьому сегменті господарства оцінюється в декілька десятків мільярдів доларів.

У сфері сучасної зовнішньої політики України надзвичайно важливим елементом є політичні ділові заходи, зокрема візити на високому та найвищому рівнях, які є однією із ключових форм дипломатичної діяльності країни. Процес підготовки та проведення таких візитів з посадовими особами та делегаціями на високому та найвищому рівнях повністю відповідає встановленим міжнародним стандартам і протокольним нормам.

Залежно від характеру прийому візити мають певні особливості та поділяються за видами (рис. 4). Крім того, інколи виокремлюють візити делегацій або державних діячів, які були запрошені саме на ювілейні свята.

Державний візит є формою візиту на найвищому рівні, а також він обмежений виключно главою держави, яка може бути президентом країни чи монархом. Ця форма візиту виділяється політичною вагою, величністю та важливістю. Загалом вважається, що державний візит завжди є ключовим етапом у відносинах між двома державами та, у більшості випадків, має вагомий міжнародний вплив. Державний візит даного типу включає в себе всю обрядовість як при прийомі, так і під час проведення інших заходів, передбачених у програмі перебування високопоставленого гостя [1].

Працівники сфери туризму відзначають, що особлива значущість державного візиту передбачає високий рівень урочистостей, які відповідають протокольним нормам і передбачаються в ході його проведення. Ця урочистість проявляється як при зустрічі в аеропорту, так і під час офіційної церемонії зустрічі в заздалегідь зазначеному місці.

Офіційні візити визначаються як візити делегацій, які очолюються прем'єр-міністром країни або міністром закордонних справ [9]. Також може бути врахований офіційний характер візиту глави держави – в тому випадку, якщо президент (монарх) уже відвідав певну державу як глава держави, а за існуючими обмеженнями глава держави може здійснити офіційний візит до цієї самої країни лише один раз під час свого терміну влади.

Робочі візити характеризуються специфічним метою та призначенням, яке включає участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, а також підписання міжнародних договорів і угод, участь у відкритті національних виставок. Зазвичай до робочих візитів включаються також візити, спрямовані на відзначення ювілейних дат і національних свят.

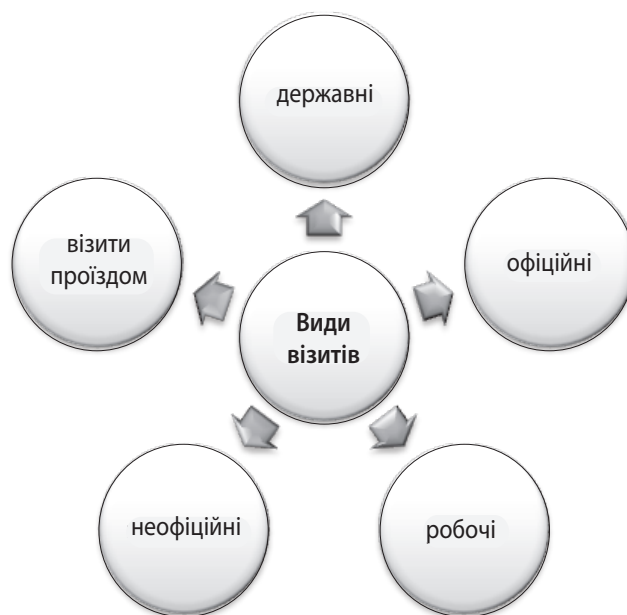


Рис. 4. Види візитів за характером прийому

Джерело: сформовано авторами за [1].

Основна відмінність робочих візитів від офіційних і державних візитів полягає в меншому обсязі церемоніальних подій, які зазвичай характерні для останніх. У робочих візитах більше уваги приділяється прямим переговорам і зустрічам. Наприклад, за таких візитів, якщо не існує специфічних побажань гостя, зазвичай не передбачається таких заходів, як відвідання могили Невідомого солдата, відвідання театру або інших культурних заходів. Зазвичай не передбачаються також подорожі по країні [11]. Робочий візит зазвичай має більш обмежені часові рамки та характеризується більшою концентрацією на робочих обов'язках.

Неофіційні візити відзначаються тим, що вони призначені для відпочинку та лікування іноземних державних діячів, а також для особистих справ, таких як відвідування посольства своєї країни або з туристичних метою.

Наукові ділові заходи включають в себе різні форми, такі як конгрес, симпозіум, форум, конференція та семінар. Термінологія, використовувана для опису цих заходів, не завжди дозволяє чітко виділити їх відмінності та особливості.

Конгрес, що має коріння в латинському слові «congressus» (зустріч, збори), визначається як формальна зустріч делегатів, які зазвичай належать до певної сфери діяльності або залучені до спеціалізованого дослідження в певній галузі, з метою обговорення різних питань [13]. Ці з'їзди та збори часто мають міжнародне значення та спрямовані на розв'язання проблем глобального характеру.

Симпозіум є ще однією формою наукових зібрань, де фахівці та делегати обговорюють специфічні теми або питання у груповому форматі [13].

Формат симпозіуму дозволяє глибше розглядати конкретні аспекти дослідження та ділової діяльності.

Форум – це платформа для вільного обміну ідеями та думками між учасниками, які представляють різні сфери діяльності. Форуми часто спрямовані на створення діалогу та співпраці між представниками громадськості, бізнесу та влади.

Конференція є загальною формою наукового зібрання, на якій учасники діляться дослідженнями та обговорюють актуальні питання у своїй галузі. Конференції можуть бути міжнародними або національними за масштабом.

Семінар, зазвичай, передбачає більш інтерактивний підхід, де учасники активно взаємодіють та беруть участь у практичних завданнях, навчальних заняттях і дискусіях [5]. Семінари спрямовані на навчання та навички в обраній галузі.

Усі ці форми наукових ділових заходів мають свої особливості та завдання, сприяючи обміну знаннями та розвитку різних сфер діяльності.

До комерційних ділових заходів належать виставки та ярмарки. За думкою фахівців, попит на комерційні ділові заходи постійно зростає. Великі бізнес-оператори організують відвідування понад ста виставок та ярмарків щорічно. Серед найбільш затребуваних за тематикою виставково-ярмаркових заходів – будівельні, меблеві, продовольчі, комп'ютерні, загальногалузеві та військові. Також спостерігається значне зростання попиту на вузькоспеціалізовані виставки [4].

У сучасній дійсності терміни «виставка» та «ярмарок» набули такого подібного смислового значення, що їх часто використовують як синоніми.

Оскільки вони мають схожі риси, такі як адресність, організований ринок, обмежена тривалість, періодичне проведення в конкретних місцях і інші, можна говорити про своєрідну конвергенцію цих термінів [12]. Втім, важливо відзначити, що існує різниця на організаційному рівні між цими двома поняттями.

Виставка, згідно з визначенням Міжнародного бюро виставок, представляє собою подію, метою якої є просвіта громадськості шляхом демонстрації засобів, доступних людству для задоволення його потреб у різних сферах діяльності або майбутніх перспективах.

Ярмарок, згідно з визначенням Спілки міжнародних ярмарків, є економічною виставкою зразків, яка, згідно зі звичаями країни, на території якої відбувається подія, представляє собою великий ринок товарів, що працює протягом встановленого терміну в одному конкретному місці та надає можливість експонентам демонструвати зразки своєї продукції для укладення торговельних угод на національному або міжнародному рівні.

Один із традиційних відмінних видів бізнес-туризму полягає в інсентив-турах. Термін «інсентив» походить з англійської мови й означає «спонукальний» або «стимулюючий» [8]. Під інсентив-турами розуміють поїздки, які комерційні компанії використовують для винагородження своїх працівників за високі досягнення в роботі або для стимулювання їх більш продуктивної праці в майбутньому.

Основною метою інсентив-туру є стимулювання продуктивності праці співробітників і збільшення обсягів продажів через заохочення туристичними подорожами [8]. Хоча грошова премія також може служити стимулом, практика показує, що негрошовий стимул, такий як подарунок, медична страховка і, особливо, туристична подорож, виявляється більш ефективним мотиватором для поліпшення роботи. Така форма стимулювання праці широко використовується в страхових компаніях, банківських установах, торговельних підприємствах з великою дилерською мережею тощо.

ВИСНОВКИ

Отже, діловий туризм є важливою складовою сучасної господарської діяльності та засобом розвитку економіки країни. Цей вид туризму вимагає високого рівня організації та спеціалізованих послуг для задоволення потреб бізнесменів і професіоналів. Ключовою характеристикою є прагнення до поліпшення комунікації та співпраці між підприємствами та фахівцями з різних галузей. Діловий туризм сприяє збільшенню прибутку готелів та ресторанів, а також розвитку подібних інфраструктурних галузей у регіонах, економічному зростанню та розширенню міжнародних зв'язків. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Андренко І. Б. Діловий туризм : навч. посіб. Харків : ХНУМГ, 2014. 165 с.

2. Безуглий В., Білозоров А. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму в країнах Європейського Союзу. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. № 29. Ч. 1. С. 9–13.
3. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-1_0-pages-43_51.pdf
4. Davidson R. European business tourism – changes and prospects. *Tourism Management*. 1993. Vol. 14. Iss. 3. P. 167–172. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90017-F](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90017-F)
5. Gračan D., Rudančić-Lugarić A. Business tourism – modern form for improvement of the competitiveness of Croatian tourism. *Economic Thought and Practice*. 2011. Vol. 20. No. 2. P. 579–590. URL: <https://hrcak.srce.hr/en/file/112294>
6. Seebaluck V., Naidoo P., Ramseook Munhurrun P. Prospects and Challenges of Business Tourism: A Case of Mauritius. *Review of Business & Finance Studies*. 2015. Vol. 6. Iss. 3. P. 45–55. URL: <https://ssrn.com/abstract=2657596>
7. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
8. Національна туристична організація України. URL: https://nto.ua/index_ua.html?locale=en
9. Асоціація ділового туризму України – Business Travel Association of Ukraine. URL: <http://btaukraine.com/>
10. Business tourism 101: All you need to know / TravelPerk. URL: <https://www.travelperk.com/blog/business-tourism/>
11. Global Business Travel Association. URL: <https://www.gbta.org/>
12. What is business tourism and why is it so big? / Tourism teacher. URL: <https://tourismteacher.com/business-tourism/>
13. Statista. URL: <https://www.statista.com/>
14. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org>

REFERENCES

- Andrenko, I. B. *Dilovy turyzm* [Business Tourism]. Kharkiv: KhNUMH, 2014.
- Asotsiatsiia dilovoho turyzmu Ukrainy – Business Travel Association of Ukraine. <http://btaukraine.com/>
- “Business tourism 101: All you need to know”. *TravelPerk*. <https://www.travelperk.com/blog/business-tourism/>
- Bezuhlyi, V., and Bilozorov, A. “Suchasni tendentsii rozvytku dilovoho turyzmu v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu” [Modern Trends in the Development of Business Tourism in the Countries of the European Union]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny»*, vol. 1, no. 29 (2012): 9-13.
- Davidson, R. “European business tourism - changes and prospects”. *Tourism Management*, vol. 14, no. 3 (1993): 167-172. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90017-F](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90017-F)
- Dekhtiar, N. A. “Tendentsii rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu” [Tendencies of Development of the World Market of Business Tourism]. *Problemy ekonomiky*, no. 1 (2014): 43-51. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-1_0-pages-43_51.pdf

Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu. <https://www.tourism.gov.ua/>
 Global Business Travel Association. <https://www.gbta.org/>
 Gracan, D., and Rudancic-Lugaric, A. "Business tourism - modern form for improvement of the competitiveness of Croatian tourism". *Economic Thought and Practice*, vol. 20, no. 2 (2011): 579-590. <https://hrcak.srce.hr/en/file/112294>
 Natsionalna turystychna orhanizatsiia Ukrainy. https://nto.ua/index_ua.html?locale=en

Seebaluck, V., Naidoo, P., and Ramseook Munhurrin, P. "Prospects and Challenges of Business Tourism: A Case of Mauritius". *Review of Business & Finance Studies*, vol. 6, iss. 3 (2015): 45-55. <https://ssrn.com/abstract=2657596>
 Statista. <https://www.statista.com/>
 UNWTO. <https://www.unwto.org>
 "What is business tourism and why is it so big?" Tourism teacher. <https://tourismteacher.com/business-tourism/>

УДК 338.48-6:39]:338.485(477)
 JEL: L83; Z31' Z32; Z39
 DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-216-226>

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК ЗАСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ

©2023 ГАПОНЕНКО Г. І., ЄВТУШЕНКО О. В., ШАМАРА І. М., СИЧУГОВА І. С.

УДК 338.48-6:39]:338.485(477)
 JEL: L83; Z31' Z32; Z39

Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Сичугова І. С. Сталій розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України

У статті на основі аналізу основних тенденцій розвитку туристичного ринку в контексті глобальної цифровізації, що активізувалася у сфері туризму та гостинності, обґрунтовуються структурні зміни ринку туристичних послуг України. Предметом дослідження є перспективи сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. Метою статті є розробка концепції сталого розвитку етнографічного туризму задля повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. Досягнення значеної мети обумовило необхідність вирішення таких завдань: вивчити сутність поняття етнографічного туризму як форми презентації етнокультурної спадщини; визначити напрями забезпечення сталого розвитку етнографічного туризму; розробити концепцію сталого розвитку етнографічного туризму як засобу збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. Як методологічна основа був прийнятий комплексний підхід до проблематики, що вивчається. У процесі дослідження застосовувалися загальнонаукові прийоми та методи логічного та порівняльного аналізу, а також методи узагальнення та обробки інформації з використанням прийомів економічного, статистичного аналізу. Формування концепції етнографічного туризму в регіонах України в статті пропонується на основі використання шеринг-моделі як чинника підвищення сталості функціонування економіки. Застосування шеринг-моделі для об'єднання та просування послуг підприємців у сфері туризму та етнотуристичних ресурсів дозволить залучити велику кількість споживачів туристських послуг у регіон, зацікавить молодіжну аудиторію, знизить витрати на формування турпакетів.

Ключові слова: етнографічний туризм, сталий розвиток туризму, повоєнне відновлення України, шеринг-модель етнографічного туризму.

Рис.: 4. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 14.

Гапоненко Ганна Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/297780>

Євтушенко Олена Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: eevtushenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Шамара Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: shatara@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Сичугова Інна Сергіївна – магістрантка, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

UDC 338.48-6:39]:338.485(477)

JEL: L83; Z31' Z32; Z39

Haponenko H. I., Yevtushenko O. V., Shamara I. M., Sychuhova I. S. The Sustainable Development of Ethnographic Tourism as a Means of Preservation and Post-War Recovery of Ethnocultural Heritage of Ukraine

Based on the analysis of the main trends in the development of the tourism market in the context of global digitalization, intensified in the field of tourism and hospitality, the article substantiates structural changes in the market of tourism services in Ukraine. The subject of the research is the prospects for sustainable development of ethnographic tourism as a means of preserving and post-war recovery of the ethnocultural heritage of Ukraine. The aim of the article is to