Карина Ігорівна Марцинюк
здобувач вищої освіти спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
Тетяна Георгіївна Олійник
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет

РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОЇ MICE-ІНФРАСТРУКТУРИ

Діловий туризм є одним із найперспективніших сегментів індустрії гостинності, оскільки згладжує сезонність попиту та стимулює розвиток інфраструктури дестинації. Його ядром є MICE-індустрія (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) – зустрічі, мотиваційні подорожі, конференції та виставки. Організація MICE-заходів складніша за класичні індивідуальні ділові поїздки через велику кількість учасників, тому до неї зазвичай залучають спеціалізовані організації [1]. Для готелів це означає, що конкурентоспроможність визначається не лише номерним фондом, а й наявністю конференц-залів, банкетних просторів, технічного оснащення та супутніх сервісів, тобто готельної MICE-інфраструктури.

За результатами дослідження Д. Ашрапова та І. Паттерсона, MICE-послуги особливо цінні для готелів у період низького сезону: вони подовжують туристичний сезон, підвищують привабливість дестинації, створюють робочі місця та мультиплікативний ефект; серед чинників успіху автори називають зручне авіасполучення, рівень розвитку інфраструктури й нових технологій [2].

Чутливість сектору до зовнішніх шоків показала пандемія COVID-19. Аналіз даних щодо 16 міст і регіонів Республіки Корея за 2018–2022 рр. засвідчив її негативний причинний вплив на кількість підприємств, зайнятість, виручку й операційний прибуток індустрії подій, який до 2022 р. вже не простежувався; автори пов’язують відновлення зі швидким переходом до віртуальних і гібридних форматів, але визнають, що механізм відновлення потребує

подальшого вивчення [3]. Отже, цифрове оснащення майданчиків стало складовою сучасної MICE-інфраструктури.

Роль готелів у формуванні MICE-пропозиції розкрито в кейсі Медельїна: вони надають не лише проживання, а й приміщення для заходів та додаткові сервіси, а підвищення привабливості дестинації потребує інвестицій у транспорт і майданчики для заходів та співпраці органів влади, туристичних організацій і бізнесу [4]. Комплексна оцінка MICE-готовності провінції Накхонситхаммарат (Таїланд) за загалом позитивного сприйняття дестинації туристами виявила структурні прогалини: нестачу номерів для великих заходів, обмежені потужності майданчиків, недостатню інтеграцію транспорту, а також відсутність чітких стандартів сервісу та брак спеціалізованих MICE-фахівців [5].

В Україні, за даними Г. Гапоненко зі співавторами, функціонує щонайменше 242 готелі для бізнес-туризму, але лише 18 % із них відповідають міжнародним стандартам бізнес-класу; 65 % таких готелів зосереджено у Київській, Одеській та Львівській областях. Конференц-зали розміщені так само нерівномірно, а війна змусила тимчасово закрити або перепрофілювати значну частину бізнес-центрів, готелів і конференц-залів під гуманітарні потреби та укриття [1]. До слабких сторін галузі автори відносять нестачу спеціалізованих закладів розміщення, якість сервісу, дефіцит кадрів і відсутність державної політики підтримки, а перспективами вважають диверсифікацію ділових турів, екологізацію, діджиталізацію та створення конгресно-виставкових бюро; після війни очікується попит на модернізацію готелів, конференц-залів, аеропортів і транспортних мереж [1].

Відновлення світового ринку є нерівномірним: за даними Lighthouse, у II кварталі 2024 р. запити на невеликі заходи досягли 97 % рівня 2019 р., однак прибутковість провідних заходів була на 20 в. п. нижчою через зростання витрат приблизно на 30 %, а CEIR перенесла прогноз повного відновлення галузі на 2026 р. [6]. За опитуванням JLL, понад 80 % готельних операторів Азійсько-Тихоокеанського регіону очікували зростання доходів від MICE у 2025 р. і впроваджують гнучкі простори для різних типів подій [7].

Систематизація результатів проаналізованих досліджень дозволяє виокремити ключові чинники розвитку готельної MICE-інфраструктури (табл. 1).

Таблиця 1

Ключові чинники розвитку готельної MICE-інфраструктури

Чинник	Зміст
Матеріальна база (номерний фонд, зали)	Нестача номерів і потужностей майданчиків для великих заходів стримує конкурентоспроможність дестинації
Цифрова та гібридна інфраструктура	ІКТ-обладнання залів, онлайн- і гібридні формати підвищують стійкість сектору до криз
Гнучкість просторів	Трансформовані зали для різних типів подій розширюють клієнтську базу готелів
Кадри та сервіс	Брак стандартів сервісу та спеціалізованих фахівців знижує якість MICE-пропозиції
Транспортна доступність	Авіасполучення, дороги та інтеграція транспорту визначають привабливість дестинації
Інституційна підтримка і маркетинг	Координація стейкхолдерів, брендинг, державна політика, конгресно-виставкові бюро

Складено авторами за джерелами [1–5; 7].

Готельна MICE-інфраструктура – комплексна категорія, що охоплює номерний фонд, конференц- і виставкові зали, цифрове обладнання, транспортну доступність і кадрове забезпечення; нестача будь-якого елемента знижує конкурентоспроможність дестинації. Гібридні формати та гнучкі простори стають стандартом, що потребує інвестицій у технологічне оснащення готелів. Для України пріоритетними є модернізація готелів до міжнародних стандартів бізнес-класу, територіальна диверсифікація MICE-пропозиції за межі Київської, Одеської та Львівської областей, створення конгресно-виставкових бюро, підготовка фахівців з організації подій і врахування вимог безпеки (зокрема наявності укриттів) під час проєктування та реконструкції конференційних просторів. Перспективи подальших досліджень пов’язані з оцінкою готовності регіональних готелів до проведення MICE-заходів та розрахунком економічного ефекту від їх розвитку.

Список використаних джерел

1. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Святий А.Р. Діловий туризм в Україні: перспективи розвитку в післявоєнний час. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»: наук. журнал. 2024. № 20. С. 60–73. DOI: https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-07

2. Ashrapov D., Patterson I. The importance of MICE services to the hotel industry and their value during the tourist low season. International Journal of Hospitality and Event Management. 2022. Vol. 2, No. 3/4. P. 292–310. DOI: https://doi.org/10.1504/IJHEM.2022.130763

3. Chun D.-S., Park K.K.-c., Kim J.-M. From Disruption to Sustainability: The Event Industry's Journey through the COVID-19 Pandemic. Sustainability. 2024. Vol. 16, No. 14. Art. 6013. DOI: https://doi.org/10.3390/su16146013

4. Campo E.A., Alzate-Alvarez J.N., Cano J.A., Ceballos M.I. Economic and Strategic Implications of MICE Tourism: A Case Study of Medellín's Hospitality Sector. Journal of Posthumanism. 2025. Vol. 5, No. 1. P. 610–632. DOI: https://doi.org/10.63332/joph.v5i1.595

5. Kaewsaengorn S., Cheablam O., Krivart K., Sookhom A., Kaosiri Y. N. Toward a Sustainable MICE Destination: A Triangulated Mixed-Methods Assessment of Quality Readiness, Tourist Perceptions, and Stakeholder Governance. Tourism and Hospitality. 2026. Vol. 7, No. 2. Art. 31. DOI: https://doi.org/10.3390/tourhosp7020031

6. Gough J. What's the state of corporate and MICE travel and how can hotel revenue managers adapt? Lighthouse. 2025. 17 July. URL: https://www.mylighthouse.com/resources/insights/state-of-corporate-mice-travel (дата звернення: 14.10.2026).

7. Why hotels are betting big on corporate events. JLL. 2025. 10 February. URL: https://www.jll.com/en-us/insights/why-hotels-are-betting-big-on-corporate-events (дата звернення: 14.10.2026).