

CHAPTER

BLEISURE TOURISM AND WORKATIONS AS EMERGING FORMATS IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-690-4-1>

Iryna Andrenko

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Summary

The study examines the transformation of modern business tourism under the influence of digitalization, remote work, changing consumer behavior, and the development of the experience economy. Particular attention is paid to bleisure tourism and workation as innovative formats that combine professional activities, leisure, and personalized tourist experiences. The research analyzes the conceptual features of these formats, their impact on the hospitality industry, and their role in the transformation of service models and hotel infrastructure. It is determined that modern hotels are increasingly adapting to the needs of digital nomads, remote workers, and business travelers by implementing multifunctional spaces, coworking areas, smart technologies, wellness concepts, and personalized services. The study proves that bleisure tourism and workation contribute to the diversification of hotel revenues, reduction of tourism seasonality, and development of experience-oriented hospitality. The research also identifies the main challenges related to the implementation of innovative tourism formats, including cybersecurity risks, infrastructure adaptation, and the need for digital transformation. Special attention is given to the prospects of developing bleisure tourism and workation in Ukraine in the context of post-war recovery and integration into the international tourism market. The results of the study confirm that innovative business travel formats are becoming an important factor in increasing the competitiveness of hospitality enterprises and transforming the modern tourism industry.

Вступ

У сучасних умовах глобальної трансформації туристичної індустрії та сфери гостинності відбувається суттєва зміна підходів до організації ділових подорожей і туристичного досвіду загалом. Традиційна модель business travel, орієнтована переважно на короткострокові робочі поїздки та стандартизовані послуги розміщення, поступово втрачає домінуючі позиції. На зміну їй приходять нові гібридні формати подорожей, що

поєднують професійну діяльність, відпочинок, саморозвиток та отримання емоційного досвіду. Такі зміни зумовлені розвитком цифрових технологій, поширенням дистанційної та гібридної зайнятості, глобалізацією ринку праці, а також зміною ціннісних орієнтацій сучасних споживачів.

У цьому контексті особливої актуальності набувають концепції bleisure-туризму та workation, які виступають інноваційними форматами розвитку сучасного ділового туризму. Bleisure-туризм базується на поєднанні ділових поїздок із дозвіллям та культурно-рекреаційними активностями, тоді як workation передбачає інтеграцію професійної діяльності та тимчасового проживання у туристичній дестинації з можливістю дистанційної роботи. Поширення цих форматів свідчить про трансформацію поведінкових моделей туристів, для яких важливими стають не лише функціональні характеристики сервісу, а й комфорт, емоційна складова, баланс між роботою та відпочинком, а також можливість отримання нового досвіду.

Розвиток bleisure-туризму та workation безпосередньо впливає на трансформацію сфери гостинності та формування нових концепцій сервісу. Сучасні готелі дедалі активніше адаптуються до потреб бізнес-туристів нового типу, створюючи багатофункціональні простори, які поєднують умови для роботи, відпочинку, комунікації та дозвілля. Це проявляється у розвитку коворкінг-зон, smart технологій, безконтактного сервісу, цифровізації обслуговування, wellness-концепцій, зон для неформальної взаємодії та досвід-орієнтованої гостинності. У результаті готельний простір трансформується з місця тимчасового проживання у комплексне середовище для професійної діяльності та формування індивідуалізованого туристичного досвіду.

Крім того, зазначені формати подорожей сприяють розвитку економіки вражень, у межах якої основною цінністю виступає не лише послуга, а емоції, враження та рівень залученості споживача. Це стимулює підприємства сфери гостинності до пошуку інноваційних моделей взаємодії з клієнтами, персоналізації сервісу та створення унікальних пропозицій, орієнтованих на потреби сучасних мандрівників.

Важливим аспектом є також економічний потенціал bleisure-туризму та workation для розвитку туристичних дестинацій і підприємств гостинності. Такі формати дозволяють збільшити тривалість перебування туристів, підвищити рівень завантаженості готелів, розширити туристичний сезон та залучити нові сегменти клієнтів, зокрема digital nomads (цифрові кочівники), представників креативних індустрій, фрилансерів та міжнародних бізнес-мандрівників. Одночасно це сприяє розвитку локальної економіки, сфери послуг, міської інфраструктури та креативного середовища.

Особливої актуальності дослідження набуває в умовах післякризового та післявоєнного відновлення туристичної галузі України, коли інноваційні формати ділового туризму можуть стати важливим чинником підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сфери гостинності на міжнародному ринку. Водночас недостатній рівень теоретичного осмислення та практичного дослідження особливостей розвитку bleisure-туризму та workation у вітчизняному науковому просторі зумовлює необхідність подальших комплексних досліджень у цьому напрямі.

1. Концептуальні засади трансформації сучасного ділового туризму

Сучасний діловий туризм є важливою складовою глобальної туристичної індустрії та одним із ключових сегментів міжнародної економічної взаємодії. Його розвиток безпосередньо пов'язаний із процесами глобалізації, інтеграції світових ринків, активізацією міжнародного співробітництва та зростанням мобільності населення. Традиційно діловий туризм розглядався як сукупність подорожей, пов'язаних із професійною діяльністю, участю у конференціях, переговорах, виставках, ділових зустрічах та корпоративних заходах. Водночас у сучасних умовах відбувається поступова трансформація змісту та функцій ділового туризму, що зумовлено зміною економічних, технологічних і соціокультурних чинників.

Сучасна індустрія ділового туризму перебуває у стані фундаментальної трансформації, що виходить далеко за межі простого відновлення після глобальних криз. Станом на 2025 рік сектор демонструє не лише кількісне зростання, але й глибоку якісну перебудову, зумовлену конвергенцією технологічного прогресу, зміною соціокультурних парадигм та переформатуванням глобальних ланцюгів доданої вартості. Згідно з останніми даними Global Business Travel Association (GBTA), глобальні витрати на ділові подорожі у 2025 році за прогнозами сягнуть історичного максимуму в 1,57 трильйона доларів США [1]. Цей показник є свідченням того, що особиста взаємодія залишається критично важливим активом для глобальної економіки, проте сама природа цієї взаємодії зазнала незворотних змін під впливом цифровізації та нових вимог до ефективності та сталого розвитку.

Демографічний зсув у структурі робочої сили, де покоління Z та міленіали тепер складають половину всіх активних мандрівників, став рушійною силою трансформації поведінкових моделей. Нові покоління висувають вимоги, які раніше вважалися другорядними: автентичність, екологічність та фокус на ментальному здоров'ї. Зміна поведінкових моделей туристів зумовлює те, що сучасні споживачі туристичних послуг дедалі частіше прагнуть поєднувати професійну діяльність із дозвіллям,

саморозвитком, культурним досвідом та рекреацією. Це стимулює трансформацію традиційних підходів до організації ділового туризму та формування нових форматів туристичного обслуговування, орієнтованих на lifestyle-потреби сучасних мандрівників. Розуміння генераційних відмінностей дозволяє компаніям та готельним операторам адаптувати свої сервіси до специфічних потреб клієнтів. Для більш детального розуміння особливостей поведінки різних поколінь у структурі сучасного ділового туризму доцільно здійснити їх порівняльну характеристику, що наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика поколінь у діловому туризмі

Характеристика	Покоління Z (Gen Z)	Міленіали (Millennials)	Покоління X (Gen X)
Основна мотивація	Самовираження, нові враження, ментальне здоров'я	Кар'єрний ріст, баланс роботи та життя	Ефективність, якість сервісу, сімейні цінності
Джерела натхнення	TikTok, Instagram, AI-помічники	Соціальні мережі, онлайн-відгуки	Попередній досвід, перевірені бренди
Ставлення до екології	Висока готовність платити за сталий розвиток (42%)	Активний пошук еко-сертифікацій (38%)	Помірна зацікавленість
Вибір локації	«Not-yet-Tok'd» (невідомі місця)	Популярні напрямки з розвинутою інфраструктурою	Традиційні бізнес-центри

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Сучасні бізнес-туристи віддають перевагу подорожам, що приносять моменти щирого захоплення, які неможливо відтворити в цифровому форматі. Це призводить до зростання попиту на імерсивні заходи та культурні занурення навіть у межах коротких ділових поїздок. Більше того, 66% представників молодших поколінь вважають «ментальне перезавантаження» головною причиною для подорожі, що формує концепцію «wellth trips» (подорожей заради внутрішнього багатства та здоров'я).

Традиційне розуміння ділового туризму як сукупності поїздок для виконання професійних обов'язків трансформувалося у складну екосистему, де перетинаються інтереси корпоративної продуктивності, особистісного розвитку працівника та технологічної інноваційності. Зміна поведінкових моделей туристів є чинником того, що сучасні споживачі туристичних послуг дедалі частіше прагнуть поєднувати

професійну діяльність із дозвіллям, саморозвитком, культурним досвідом та рекреацією. Передусім це пов'язано зі зміною стилю життя, популяризацією концепції балансу між роботою та особистим життям, зростанням ролі емоційної складової споживання. У результаті сучасний діловий туризм інтегрує чотири класичні компоненти MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) [3], але доповнює їх новими вимірами, такими як корпоративний велнес, стратегічний нетворкінг та «цифрове кочівництво» [4], виникають нові формати ділових подорожей, які поєднують елементи ділового туризму та відпочинку.

Однією з ключових характеристик сучасного ринку є перехід до моделі «високого обсягу при низькій маржі». Хоча попит на подорожі повернувся до рівня 2019 року, підприємства індустрії гостинності стикаються з безпрецедентним тиском витрат на енергоносії, логістику та оплату праці. Це змушує компанії переглядати свої концептуальні підходи до організації ділового туризму, зміщуючи фокус з мінімізації витрат на максимізацію цінності кожної поїздки. Дослідження вказують, що оптимізація витрат на подорожі та розваги може розблокувати значний потенціал доходів: наприклад, помірне збільшення бюджету на подорожі та розваги у США на 8,3% здатне забезпечити 6% зростання продажів [1].

Динаміка глобальних витрат на ділові подорожі відображає як загальну економічну впевненість, так і адаптацію галузі до нових умов. Попри помірне уповільнення темпів зростання у 2025 році через торгову невизначеність, довгостроковий прогноз залишається позитивним.

Динаміка розвитку глобального ринку ділового туризму та ключові економічні показники його функціонування у сучасних умовах представлені у таблиці 2.

Таблиця 2

Глобальні показники розвитку ринку ділового туризму

Показник / Період	2022 рік	2024 рік	2025 рік (прогноз)	2029 рік (прогноз)
Глобальні витрати (\$ трлн)	1,03	1,47	1,57	> 2,0
Щорічне зростання (%)	–	11,0%	6,6%	6,1% (CAGR)
Середня вартість поїздки (\$)	834	1 020	1 128	–
Частка мандрівників з корпоративними картками (%)	–	65%	69%	–

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Статистичні дані свідчать про те, що реальні витрати (кориговані на інфляцію) у 2025 році все ще залишатимуться на 14% нижчими за рівень

2019 року, що вказує на зміну структури споживання та підвищення ефективності використання бюджетів [1]. Країни з потужним експортним сектором, такі як Німеччина, Японія та Бразилія, продовжують домінувати в сегменті міжнародного ділового туризму, тоді як США та Індія демонструють випереджаюче зростання внутрішніх поїздок, що зумовлено високим внутрішнім споживанням та розвитком регіональних бізнес-хабів [1].

В умовах 2024–2025 років діловий туризм виступає як супутній сервіс для бізнесу та потужний каталізатор соціально-економічного розвитку територій, що забезпечує мультиплікативний ефект для місцевих громад через розвиток інфраструктури, створення робочих місць та стимулювання інноваційного обміну.

Трансформація моделей ділових подорожей суттєво впливає на організацію туристичного простору та на підходи до формування клієнтського досвіду у сфері гостинності.

У цьому контексті особливого значення набуває концепція економіки вражень, у межах якої головною цінністю для споживача виступає не лише послуга як така, а комплекс емоцій, вражень та індивідуального досвіду. Для сфери гостинності це означає необхідність переходу від стандартизованих моделей сервісу до створення персоналізованого середовища, здатного забезпечити унікальний туристичний досвід. Саме тому сучасні готелі та туристичні підприємства активно впроваджують гостинність, орієнтовану на емоційне залучення клієнтів, інтерактивність, комфорт і формування атмосфери, що відповідає індивідуальним потребам гостей. Сучасний діловий туризм трансформується від моделі стандартизованих короткострокових поїздок до гнучкої орієнтованої на клієнтський досвід системи, у межах якої професійна діяльність інтегрується з дозвіллям, цифровою мобільністю та персоналізованим туристичним досвідом.

У результаті змінюється структура туристичного попиту та функціональне призначення підприємств гостинності, які дедалі більше орієнтуються на створення багатофункціонального середовища для роботи, відпочинку та соціальної взаємодії.

Суттєвий вплив на трансформацію ділового туризму здійснює цифровізація економіки та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Впровадження цифрових платформ бронювання, мобільних застосунків, smart-room технологій, електронних систем управління сервісом та автоматизованих каналів комунікації сприяє підвищенню ефективності організації подорожей і зміні стандартів обслуговування у сфері гостинності. Одночасно цифрова трансформація стимулює формування нових форматів взаємодії між туристом і підприємством

гостинності, де важливу роль відіграють персоналізація, швидкість обслуговування та клієнтоцентричний підхід.

Трансформація сучасного ділового туризму відображає більш глибокі структурні зміни у глобальній економіці та сфері праці. Поширення цифрових технологій, дистанційної зайнятості та економіки вражень формує нову парадигму ділового туризму, у межах якої головною конкурентною перевагою стає не лише функціональність сервісу, а здатність забезпечувати комплексний, персоналізований та емоційно насичений досвід.

Одним із результатів трансформації сучасного ділового туризму стало поширення концепцій bleisure-туризму та workation. Bleisure-туризм являє собою поєднання ділового туризму та відпочинку, за якого ділова подорож доповнюється елементами відпочинку, культурного дозвілля та туристичної активності. Такий формат дозволяє бізнес-туристам подовжувати тривалість перебування у DESTИНАЦІЇ, поєднуючи професійні обов'язки з рекреацією та отриманням нових вражень.

Концепція workation є ще одним проявом трансформації сучасного туристичного ринку. Вона передбачає інтеграцію дистанційної роботи та тимчасового проживання у туристичній DESTИНАЦІЇ. Поширення workation стало можливим завдяки розвитку дистанційної роботи, цифрових технологій та гнучких моделей зайнятості. У результаті змінюється функціональне призначення готелів, які поступово перетворюються на багатофункціональні простори для роботи, проживання, комунікації та відпочинку. Це стимулює розвиток коворкінг-зон, smart-сервісів, цифрової інфраструктури, wellness-програм та нових форматів організації готельного простору.

Важливу роль у розвитку bleisure-туризму та workation відіграє поширення дистанційної та гібридної зайнятості. Після пандемії COVID-19 віддалена робота стала глобальним трендом, що суттєво вплинув на туристичну індустрію та сферу гостинності. Для багатьох працівників робота перестала бути прив'язаною до конкретного офісного простору, що створило передумови для поєднання професійної діяльності з подорожами. Це, своєю чергою, стимулює розвиток нових сегментів туристичного ринку, зокрема цифрові кочівники (digital nomads), формати довготривалого проживання та орієнтований на стиль життя туризм.

Міжнародні тенденції свідчать про активний розвиток гібридних форматів подорожей у структурі сучасного ділового туризму. Провідні готельні мережі дедалі активніше впроваджують концепції bleisure та workation, адаптуючи сервіс до потреб нової категорії туристів. У сучасних умовах конкурентоспроможність підприємств гостинності значною мірою залежить від їхньої здатності забезпечувати гнучкий

сервіс, високий рівень цифровізації, комфортне середовище для роботи та персоналізований клієнтський досвід.

Для України розвиток bleisure-туризму та workation може стати перспективним напрямом модернізації сфери гостинності та інтеграції у міжнародний туристичний ринок. Особливий потенціал мають великі міста та регіони з розвиненою цифровою інфраструктурою, креативними просторами та високою культурною привабливістю, зокрема Київ, Львів, Одеса та Карпатський регіон. У післявоєнний період розвиток гібридних форматів подорожей може сприяти активізації бізнес-туризму, залученню цифрових кочівників та формуванню нових моделей туристичного споживання.

Попри активний розвиток bleisure-туризму та workation, трансформація сучасного ділового туризму супроводжується низкою викликів для підприємств сфери гостинності та туристичних дестинацій. Однією з ключових проблем є необхідність адаптації інфраструктури та сервісу до потреб нової категорії бізнес-туристів, які очікують поєднання умов для професійної діяльності, відпочинку та цифрової мобільності. Це потребує значних інвестицій у цифровізацію, smart-технології, коворкінг-простори, високошвидкісний інтернет та багатофункціональне зонування готельного середовища.

Важливим викликом виступає також забезпечення балансу між роботою та відпочинком у межах гібридних форматів подорожей. Поєднання професійної діяльності з дозвіллям може спричинити розмиття меж між робочим та особистим простором, що підвищує ризики емоційного вигорання та професійного перевантаження.

Крім того, поширення дистанційної роботи та цифрових форматів взаємодії актуалізує питання кібербезпеки, захисту персональних даних та стабільності цифрової інфраструктури. У сучасних умовах конкурентоспроможність підприємств гостинності значною мірою залежить від їхньої здатності забезпечувати безпечне, технологічно адаптоване та персоналізоване середовище для сучасних бізнес-мандрівників.

Таким чином, трансформація сучасного ділового туризму відображає глибокі зміни у структурі туристичного попиту, способах організації праці та моделях споживання туристичних послуг. Bleisure-туризм та workation виступають інноваційними форматами розвитку ділового туризму, що поєднують професійну діяльність, відпочинок і економіку вражень, формуючи нові вимоги до сервісу, інфраструктури та організації простору у сфері гостинності. Це зумовлює необхідність більш детального дослідження bleisure-туризму та workation як інноваційних форматів організації ділових подорожей і трансформації сервісних моделей у сфері гостинності.

2. Інноваційні формати організації ділових подорожей: Bleisure та Workation

Інноваційні формати організації ділових подорожей формуються під впливом цифровізації, розвитку дистанційної зайнятості, трансформації поведінкових моделей туристів та поширення орієнтованої на клієнтський досвід гостинності. Особливого поширення набувають концепції bleisure-туризму та workation, які поєднують професійну діяльність, дозвілля, цифрову мобільність і персоналізований туристичний досвід. Такі формати відображають перехід від традиційної моделі ділового туризму до більш гнучких і клієнтоорієнтованих моделей організації подорожей.

Bleisure-туризм (від англ. business + leisure) являє собою формат подорожей, у межах якого ділова поїздка поєднується з елементами відпочинку, культурного дозвілля та туристичної активності. На відміну від традиційного ділового туризму, орієнтованого переважно на виконання професійних завдань, bleisure-туризм передбачає розширення функціонального змісту подорожі через інтеграцію leisure-компонента. У сучасних умовах цей формат стає дедалі популярнішим серед представників поколінь Millennials та Gen Z, для яких важливими є емоційний комфорт, баланс між роботою та особистим життям, а також можливість отримання нового досвіду під час професійних поїздок [5].

Концепція workation є ще одним проявом трансформації сучасного ділового туризму. Вона ґрунтується на поєднанні дистанційної роботи та тимчасового проживання у туристичній дестинації. На відміну від bleisure-туризму, де відпочинок виступає доповненням до ділового туризму, workation передбачає інтеграцію професійної діяльності у туристичне середовище на триваліший період. Поширення цього формату стало можливим завдяки розвитку віддаленої роботи, цифрових технологій та гнучких моделей зайнятості. Дослідники відзначають, що workation формує новий тип туристичної мобільності, у межах якої робота та подорож перестають бути окремими процесами та інтегруються в єдиний орієнтований на стиль життя формат [6].

Для більш ґрунтового розуміння особливостей трансформації сучасного ділового туризму доцільно здійснити порівняльний аналіз традиційного ділового туризму, bleisure-туризму та workation. Незважаючи на спільну основу, пов'язану з професійною діяльністю та туристичною мобільністю, зазначені формати суттєво відрізняються за метою подорожі, моделлю туристичного споживання, характером сервісу, рівнем інтеграції leisure-компонента та роллю цифрових технологій [7]. Порівняльна характеристика дозволяє більш чітко визначити концептуальні особливості нових форматів ділових подорожей та їх вплив на трансформацію сфери гостинності (табл. 3).

Таблиця 3

**Порівняльна характеристика традиційного ділового туризму,
bleisure-туризму та workation**

Критерій	Традиційний діловий туризм (Business Travel)	Bleisure-туризм	Workation
1	2	3	4
Основна мета подорожі	Виконання професійних завдань, участь у ділових заходах	Поєднання ділової поїздки з відпочинком	Поєднання дистанційної роботи та проживання у туристичній дестинації
Тривалість перебування	Короткострокова	Середня, із подовженням перебування для leisure-активностей	Довготривала або гнучка
Формат роботи	Офлайн-зустрічі, конференції, переговори	Ділова діяльність + рекреація	Дистанційна або гібридна робота
Роль відпочинку	Мінімальна або відсутня	Важливий додатковий елемент подорожі	Інтегрований елемент способу життя
Модель туристичного споживання	Функціонально орієнтована	Орієнтований на враження	Орієнтований на стиль життя
Тип туристичного досвіду	Раціональний та професійно орієнтований	Емоційно насичений та комбінований	Гнучкий, персоналізований та інтегрований
Цільова аудиторія	Бізнес-представники, корпоративні клієнти	Millennials, Gen Z, бізнес-мандрівники	Цифрові кочівники, віддалені працівники, фрилансери
Вимоги до готельного сервісу	Базова бізнес-інфраструктура, конференц-зали	Комфорт, сервіси відпочинку, wellness	Коворкінг-зони, smart-room, високошвидкісний інтернет
Роль цифрових технологій	Допоміжна	Важлива для персоналізації сервісу	Ключова умова функціонування
Тип готельного простору	Традиційний бізнес-готель	Гібридний простір	Багатофункціональний готельний простір
Споживацький досвід	Орієнтація на функціональність та ефективність	Поєднання ефективності та емоційного досвіду	Максимальна персоналізація та орієнтований на стиль життя досвід
Концепція балансу між роботою та особистим життям	Практично відсутня	Частково реалізується	Є основою формату

Закінчення таблиці 3

1	2	3	4
Економічний ефект для дестинацій	Короткострокове ділове споживання	Подовження туристичного перебування та збільшення витрат	Довготривале перебування та розвиток локальної економіки
Основні тенденції розвитку	Цифровізація бізнес-процесів	Зростання економіки вражень	Розвиток віддаленої роботи та цифрових кочівників

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Наведена порівняльна характеристика демонструє, що bleisure-туризм та workation суттєво відрізняються від традиційного ділового туризму не лише організаційними особливостями, а й концептуальним підходом до туристичного споживання. Якщо класичний діловий туризм орієнтований переважно на виконання професійних завдань та функціональність сервісу, то нові гібридні формати подорожей базуються на інтеграції роботи, дозвілля та персоналізованого туристичного досвіду.

Водночас розвиток bleisure-туризму та workation стимулює трансформацію сфери гостинності, формуючи нові вимоги до організації готельного простору, цифрової інфраструктури та сервісних моделей. У сучасних умовах конкурентоспроможність підприємств гостинності дедалі більше залежить від їх здатності адаптуватися до потреб ділових туристів нового типу, забезпечуючи гнучке, технологічне та орієнтоване на враження середовище для роботи й відпочинку.

Передумовами виникнення та поширення гібридних форматів ділових подорожей стали глобальні структурні зміни у сфері праці та туристичної індустрії. Одним із ключових факторів виступає цифровізація економіки [8], що забезпечила можливість віддаленого виконання професійних обов'язків незалежно від географічного розташування працівника. Пандемія COVID-19 суттєво прискорила поширення віддаленої роботи та гібридних моделей зайнятості, що стало каталізатором розвитку workation і bleisure-туризму. Водночас зміна ціннісних орієнтацій сучасних споживачів сприяла переходу від традиційного ділового туризму до більш гнучких і персоналізованих моделей подорожей.

Важливим чинником розвитку нових форматів ділового туризму є концепція, яка передбачає досягнення балансу між професійною діяльністю та особистим життям. Для сучасних бізнес-туристів дедалі більшого значення набувають не лише ефективність виконання робочих завдань, а й комфорт, психологічне відновлення, емоційне благополуччя та можливість поєднання роботи з рекреаційною активністю. Саме тому bleisure-туризм та workation розглядаються як інструменти формування більш гнучкого та комфортного стилю життя. Дослідження свідчать, що

сучасні бізнес-мандрівники прагнуть інтегрувати leisure-активності у структуру ділових подорожей, що сприяє зростанню попиту на емоційну гостинність.

Суттєвий вплив на розвиток workation здійснюють цифрові технології та віддалена робота. Сучасні підприємства сфери гостинності дедалі активніше адаптують сервіс до потреб дистанційних працівників, створюючи коворкінг-зони, smart-room середовища, багатофункціональні готельні простори та цифрову інфраструктуру для професійної діяльності. У результаті трансформується саме функціональне призначення готелю, який поступово перетворюється з місця тимчасового проживання на багатофункціональний простір для роботи, комунікації, відпочинку та соціальної взаємодії [9].

Важливу роль у розвитку bleisure-туризму та workation відіграє формування клієнтського досвіду. У сучасних умовах бізнес-туристи очікують не лише якісного базового сервісу, а комплексного та персоналізованого досвіду, який поєднує комфортне середовище для роботи, рекреаційні можливості, wellness-сервіси, технологічність та емоційне залучення. Це стимулює розвиток гостинності, орієнтованої на враження, у межах якої підприємства гостинності прагнуть створювати індивідуалізовані пропозиції для різних категорій бізнес-мандрівників.

Трансформація поведінкових моделей сучасних бізнес-туристів безпосередньо впливає на зміну вимог до сервісу та організації готельного середовища. У сучасних умовах підприємства сфери гостинності змушені адаптувати свої сервісні концепції до нових потреб клієнтів, орієнтуючись на персоналізацію, цифровізацію та гостинності, орієнтованої на враження. Основні зміни потреб сучасних бізнес-мандрівників та відповідні трансформації сервісу наведено у таблиці 4.

Наведені дані свідчать про те, що трансформація потреб сучасних бізнес-туристів безпосередньо впливає на зміну концепцій сервісу у сфері гостинності. У сучасних умовах підприємства туристичної індустрії дедалі більше орієнтуються на створення гнучкого, технологічного та клієнтоцентричного середовища, здатного забезпечити функціональність сервісу і формування комплексного туристичного досвіду. Це сприяє розвитку нових моделей менеджменту гостинності, орієнтованих на інтеграцію роботи, відпочинку та цифрової мобільності.

Одним із наслідків розвитку bleisure та workation є трансформація сервісних моделей у сфері гостинності. Сучасні готелі дедалі частіше впроваджують концепції smart гостинність, zero-contact service, коворкінг готелі та hybrid гостинність. У межах таких моделей поєднуються цифрові технології, автоматизація сервісу, персоналізація обслуговування та створення багатофункціонального простору для роботи й відпочинку. Водночас поширення цифрового кочівництва стимулює

розвиток нових форматів готельного сервісу, орієнтованих на довготривале проживання, мобільність та lifestyle-потреби клієнтів.

Таблиця 4

Трансформація потреб сучасних бізнес-туристів та відповідні зміни у сфері гостинності

Потреби сучасних бізнес-туристів	Трансформація сервісу у сфері гостинності
Гнучкість та мобільність	Гібридні формати проживання, гнучке бронювання
Поєднання роботи та відпочинку	Bleisure-концепції, багатофункціональні готельні простори
Високий рівень цифровізації	Мобільна реєстрація, smart-номери, цифрові консьєржи
Комфортне середовище для віддаленої роботи	Коворкінг-зони, Wi-Fi, бізнес простори
Персоналізований сервіс	CRM-системи, AI-помічники
Баланс між роботою та особистим життям	Wellness-програми, рекреаційні простори, sleep туризм
Емоційний та культурний досвід	Гостинність вражень, локальні культурні активності
Безконтактний сервіс	Zero-contact технології, цифрові платежі
Соціальна взаємодія	Простори спілкування та подій, коворкінг
Довготривале перебування	Довготривале перебування, апартготелі

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Міжнародні тенденції свідчать про стрімке зростання сегмента bleisure-туризму. За прогнозами Future Market Insights, глобальний ринок bleisure tourism демонструватиме середньорічний темп зростання на рівні 19,5% упродовж 2024–2034 років. Водночас Fortune Business Insights прогнозує зростання світового ринку bleisure travel до понад 2,2 трлн доларів США до 2034 року. Це свідчить про перетворення гібридних форматів подорожей із нішевого явища на один із ключових напрямів розвитку сучасної індустрії гостинності [7].

Розвиток bleisure-туризму та workation зумовлює не лише трансформацію моделей ділових подорожей, а й суттєво впливає на сучасну сферу гостинності, стимулюючи зміну сервісних концепцій, організації готельного простору та підходів до формування клієнтського досвіду. У сучасних умовах гібридні формати ділового туризму поступово перетворюються на один із ключових чинників трансформації індустрії гостинності та розвитку нових моделей туристичного споживання. Це зумовлює необхідність дослідження перспектив розвитку

bleisure-туризму та workation у контексті стратегічної модернізації сучасної сфери гостинності.

3. Перспективи розвитку Bleisure-туризму та Workation у контексті інноваційної економіки

У сучасних умовах розвитку інноваційної економіки bleisure-туризм та workation поступово перетворюються на один із найбільш перспективних напрямів трансформації туристичної індустрії та сфери гостинності. Їх розвиток безпосередньо пов'язаний із цифровізацією економіки, поширенням дистанційної та гібридної зайнятості, зміною поведінкових моделей споживачів та зростанням ролі економіки вражень. На відміну від традиційного ділового туризму, нові гібридні формати подорожей формують більш комплексну модель туристичного споживання, що поєднує професійну діяльність, дозвілля, рекреацію та lifestyle-компонент.

Одним із ключових аспектів економічного потенціалу bleisure-туризму та workation є збільшення тривалості перебування туристів у DESTИНАЦІЇ. У межах традиційного ділового туризму ділові поїздки зазвичай мають короткостроковий характер та орієнтовані виключно на виконання професійних завдань. Натомість bleisure-туризм передбачає подовження перебування за рахунок leisure-компонента, а workation – довготривале проживання у туристичному середовищі в поєднанні з дистанційною роботою. Це сприяє збільшенню витрат туристів на проживання, харчування, транспорт, культурні заходи та рекреаційні послуги, що позитивно впливає на розвиток локальної економіки.

Важливим економічним ефектом розвитку bleisure-туризму та workation є диверсифікація джерел доходів підприємств сфери гостинності. У сучасних умовах готелі дедалі частіше отримують прибуток від організації коворкінг-просторів, оренди багатофункціональних просторів, wellness-сервісів, рекреаційних програм, цифрового сервісу та активностей вражень. Це дозволяє підприємствам гостинності формувати нові бізнес-моделі, орієнтовані на довготривалу взаємодію з клієнтом та створення комплексного туристичного досвіду.

Крім того, розвиток workation стимулює формування нових сегментів туристичного ринку, зокрема цифрові кочівники, віддалені працівники, фрилансери та представники креативних індустрій. Ці категорії туристів характеризуються високим рівнем цифрової мобільності, гнучкістю стилю життя та орієнтацією на тривале перебування у комфортному та технологічно адаптованому середовищі. У результаті туристичні DESTИНАЦІЇ та підприємства гостинності отримують можливість залучення платоспроможної аудиторії, зацікавленої у тривалому проживанні та споживанні додаткових сервісів.

Суттєвий економічний потенціал bleisure-туризму та workation пов'язаний також із можливістю зменшення сезонності туристичного попиту. На відміну від традиційного туризму, який значною мірою залежить від сезонних коливань, дистанційна робота та гібридні формати подорожей дозволяють туристам подорожувати незалежно від періоду року. Це сприяє більш рівномірному завантаженню підприємств гостинності, стабілізації доходів та підвищенню економічної стійкості туристичних дестинацій.

У контексті інноваційної економіки важливого значення набуває взаємозв'язок між розвитком bleisure-туризму, цифровізацією та smart гостинністю. Сучасні готелі дедалі активніше впроваджують цифрові технології, автоматизовані системи управління сервісом, mobile check-in, AI-помічники, smart-room технології. Такі рішення дозволяють створити більш комфортне та персоналізоване середовище для сучасних бізнес-мандрівників.

Особливої актуальності розвиток bleisure-туризму та workation набуває для країн і дестинацій, орієнтованих на інтеграцію у глобальний ринок цифрової економіки. У сучасних умовах конкуренція між туристичними дестинаціями дедалі більше залежить не лише від природних чи культурних ресурсів, а й від рівня цифрової інфраструктури, доступності коворкінг-просторів, якості інтернет-з'єднання, безпеки та здатності формувати комфортне середовище для дистанційної роботи. Це сприяє формуванню нових стратегій розвитку територій та трансформації туристичної інфраструктури відповідно до потреб діджиталізації.

Розвиток bleisure-туризму та workation суттєво впливає на трансформацію конкурентного середовища у сфері гостинності. У сучасних умовах підприємства готельного бізнесу дедалі більше конкурують не лише за рахунок цінових переваг або стандартного набору послуг, а через здатність формувати унікальний клієнтський досвід, адаптований до потреб сучасних ділових туристів. У результаті конкурентоспроможність готелів дедалі більше залежить від рівня інноваційності сервісу, гнучкості організації простору та здатності інтегрувати робочі й рекреаційні функції у межах єдиного середовища гостинності.

Одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності готелів стає персоналізація сервісу. Сучасні бізнес-туристи очікують індивідуального підходу, адаптації послуг до власного стилю життя, робочого графіка та потреб відпочинку. Саме тому готелі дедалі активніше використовують цифрові технології, CRM-системи та інструменти штучного інтелекту для формування персоналізованих сервісних пропозицій. Це дозволяє підвищити рівень лояльності клієнтів, покращити формування клієнтського досвіду та створити довготривалі конкурентні переваги.

Важливим напрямом трансформації конкурентних стратегій готелів є розвиток багатофункціональних просторів. У сучасних умовах бізнес-мандрівники потребують не лише комфортного проживання, а й повноцінного середовища для дистанційної роботи, комунікації, рекреації та психологічного відновлення. Це стимулює розвиток коворкінг-зон, гібридних просторів, wellness-програм та інтегрованих сервісів відпочинку. У результаті сучасний готель перетворюється на багатофункціональний простір, що поєднує елементи офісу, житлового середовища та рекреаційної інфраструктури.

Суттєву роль у підвищенні конкурентоспроможності готелів відіграє smart гостинність. Впровадження mobile check-in, цифрових ключів, smart-room систем, автоматизованих сервісів комунікації та zero-contact технологій дозволяє підвищити швидкість і якість обслуговування, оптимізувати операційні процеси та забезпечити більш комфортний клієнтський досвід [10]. У сучасних умовах цифровізація сервісу стає не додатковою перевагою, а необхідною умовою успішного функціонування підприємств гостинності.

Не менш важливим фактором конкурентоспроможності є здатність готелів створювати гостинність, орієнтовану на емоційне залучення клієнтів та формування унікального туристичного досвіду. Сучасні бізнес-туристи дедалі більше цінують атмосферу, дизайн простору, локальну автентичність, wellness-компонент, культурні активності та можливість інтеграції у середовище дестинації. Саме тому підприємства гостинності активно впроваджують концепції дизайну вражень, біофільного дизайну та креативних і арт просторів як інструменти формування конкурентних переваг.

У контексті розвитку bleisure-туризму та workation особливого значення набуває формування довготривалих відносин із клієнтами. На відміну від традиційного ділового туризму, де взаємодія між туристом і готелем часто має короткостроковий характер, нові формати подорожей стимулюють розвиток лояльності споживачів та повторних візитів. Це дозволяє підприємствам гостинності формувати стабільну клієнтську базу та підвищувати ефективність довгострокових стратегій розвитку.

Таким чином, розвиток bleisure-туризму та workation формує нові умови конкуренції у сфері гостинності, у межах яких ключовими чинниками успіху стають цифровізація сервісу, персоналізація, багатофункціональні простори та здатність створювати комплексний клієнтський досвід. У сучасних умовах саме інноваційність та гнучкість сервісних моделей визначають рівень конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в умовах трансформації глобального туристичного ринку.

Розвиток bleisure-туризму та workation створює як значні можливості для підприємств сфери гостинності, так і низку викликів, пов'язаних із необхідністю цифрової трансформації, адаптації сервісних моделей та підвищення конкурентоспроможності. Для систематизації стратегічних переваг і ризиків розвитку гібридних форматів ділового туризму доцільно здійснити SWOT-аналіз їх впливу на сучасну сферу гостинності (див. табл. 5).

Таблиця 5

**SWOT-аналіз розвитку Bleisure-туризму
та Workation у сфері гостинності**

Strengths (Сильні сторони)	Weaknesses (Слабкі сторони)
Зростання тривалості перебування туристів Формування нових сегментів клієнтів Підвищення конкурентоспроможності готелів Розвиток клієнтського досвіду Диверсифікація джерел доходів Зменшення сезонності попиту	Високі витрати на цифрову трансформацію Недостатня адаптація інфраструктури Нестача багатофункціональних просторів Складність персоналізації сервісу Залежність від цифрової інфраструктури Недостатній рівень підготовки персоналу
Opportunities (Можливості)	Threats (Загрози)
Розвиток цифрової економіки Зростання віддаленої роботи та цифрових кочівників Розвиток smart гостинності Інтеграція AI та автоматизації Формування нових концепцій гостинності Розширення міжнародного ринку туризму	Високий рівень міжнародної конкуренції Кіберзагрози та ризики цифровізації Економічна нестабільність Швидка зміна поведінкових моделей туристів Технологічне старіння сервісних рішень Невизначеність глобального бізнес-середовища

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Проведений SWOT-аналіз свідчить про значний потенціал розвитку bleisure-туризму та workation у сучасній сфері гостинності. Гібридні формати ділових подорожей сприяють формуванню нових конкурентних переваг підприємств гостинності, диверсифікації сервісних моделей та розвитку гостинності, орієнтованої на враження. Водночас ефективне впровадження таких форматів потребує адаптації цифрової інфраструктури, розвитку smart гостинності та формування гнучких моделей організації готельного простору відповідно до потреб сучасних ділових туристів.

У сучасних умовах розвиток bleisure-туризму та workation зумовлює не лише зміну моделей ділових подорожей, а й суттєву трансформацію сфери гостинності.

Підприємства готельного бізнесу змушені адаптувати сервісні концепції, цифрову інфраструктуру та організацію простору до потреб нової категорії бізнес-туристів, орієнтованих на гнучкість, мобільність та персоналізований досвід. Основні перспективні напрями трансформації сфери гостинності під впливом bleisure-туризму та workation наведено у таблиці 6.

Таблиця 6

**Перспективні напрями трансформації сфери гостинності
під впливом bleisure та workation**

Напрямок трансформації	Характеристика змін	Вплив на сферу гостинності
Діджиталізація гостинності	Активне впровадження smart технологій, мобільних сервісів, AI-помічників	Підвищення ефективності сервісу та персоналізації обслуговування
Розвиток багатофункціональних просторів	Поєднання функцій проживання, роботи, рекреації та соціальної взаємодії	Формування гнучкого середовища для ділового туризму
Поширення готелів з коворкінгом	Створення просторів для дистанційної роботи у структурі готелів	Залучення віддалених працівників та цифрових кочівників
гостинність, орієнтована на враження	Орієнтація на емоційний та персоналізований туристичний досвід	Підвищення лояльності споживачів та конкурентоспроможності
Персоналізація сервісу	Використання CRM, AI та big data для адаптації послуг	Формування індивідуалізованого споживацького сервісу
Zero-contact сервіс	Безконтактні технології обслуговування та автоматизація процесів	Підвищення комфорту, безпеки та швидкості сервісу
Wellness-орієнтована гостинність	Інтеграція wellness, та sleep туризму у готельний сервіс	Формування умов для балансу між роботою та особистим життям
Гібридизація туристичного продукту	Поєднання ділового туризму, відпочинку та lifestyle-компонентів	Розширення цільової аудиторії та збільшення тривалості перебування
Розвиток тривалого проживання	Орієнтація на довготривале проживання бізнес-туристів	Стабілізація попиту та диверсифікація доходів
Інтеграція креативних просторів	Використання арт просторів, креативних хабів	Формування унікального бренду та дизайну вражень
Сталий розвиток гостинності	Впровадження еко практик та стійкого розвитку	Підвищення привабливості для соціально відповідальних туристів
Формування lifestyle гостинності	Орієнтація на стиль життя та цінності сучасних туристів	Посилення емоційного зв'язку між клієнтом і брендом

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Наведені напрями трансформації свідчать про формування нової моделі розвитку сфери гостинності, у межах якої ключову роль відіграють цифровізація, персоналізація сервісу, багатофункціональні простори та гостинність, орієнтована на враження. У сучасних умовах підприємства готельного бізнесу дедалі більше орієнтуються на створення комплексного середовища, здатного забезпечити поєднання професійної діяльності, рекреації, соціальної взаємодії та емоційного комфорту.

Водночас розвиток bleisure-туризму та workation стимулює трансформацію конкурентних стратегій підприємств гостинності, формування нових концепцій гостинності та інтеграцію інноваційних технологій у сервісні процеси. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності готелів, диверсифікації джерел доходів та розвитку більш гнучких моделей організації туристичного простору відповідно до тенденцій сучасної інноваційної економіки.

Bleisure-туризм та workation виступають каталізаторами структурних змін у розвитку туристичних дестинацій. Поширення нових форматів ділових подорожей сприяє формуванню нових сегментів туристів, розвитку цифрової інфраструктури, креативних просторів, орієнтованих на потреби мобільних професіоналів і бізнес-мандрівників нового типу.

Розвиток bleisure-туризму та workation сприяє формуванню нових сегментів туристичного ринку, які суттєво відрізняються від традиційних категорій ділових туристів за моделями поведінки, мотивацією подорожей, вимогами до сервісу та стилем туристичного споживання. У сучасних умовах цифровізації економіки та поширення дистанційної зайнятості туристична мобільність дедалі більше інтегрується у повсякденний спосіб життя, що зумовлює появу нових типів мобільних споживачів туристичних послуг.

Одним із найбільш динамічних сегментів виступають цифрові кочівники мобільні професіонали, які поєднують дистанційну роботу з постійними або тривалими подорожами. Для цієї категорії туристів характерними є високий рівень цифрової мобільності, гнучкий стиль життя та орієнтація на довготривале перебування у комфортному середовищі з розвиненою цифровою інфраструктурою. На відміну від традиційних бізнес-туристів, цифрові кочівники сприймають подорож не як тимчасову активність, а як інтегровану складову професійного та особистого життя. Саме тому вони приділяють значну увагу якості інтернет-з'єднання, наявності коворкінг-просторів, гнучким форматам проживання та можливостям соціальної взаємодії.

Важливим сегментом сучасного туристичного ринку є працівники, які виконують професійні обов'язки дистанційно та мають можливість змінювати місце перебування без прив'язки до офісного середовища. Розвиток дистанційної роботи після пандемії COVID-19 суттєво вплинув

на трансформацію туристичної мобільності та стимулював поширення *workation* як окремого формату подорожей. Для віддаленої роботи важливими є не лише умови проживання, а й наявність багатофункціональних просторів, комфортного робочого середовища, *wellness*-сервісів та можливостей для підтримання балансу між роботою та особистим життям.

Окремий сегмент формують *bleisure travelers* – бізнес-мандрівники, які інтегрують *leisure*-компонент у структуру ділових подорожей. Для цієї категорії туристів характерне прагнення поєднувати професійну діяльність із культурними, рекреаційними та *lifestyle*-активностями. Вони демонструють підвищений інтерес до локального досвіду, гастрономічного туризму, культурних подій, *wellness*-сервісів та гостинності, орієнтованої на враження. У результаті *bleisure travelers* формують попит на більш гнучкі та персоналізовані туристичні продукти.

Суттєвого значення у структурі нових сегментів туристів набувають представники креативних індустрій, фрилансери, ІТ-спеціалісти та інші. Ці категорії споживачів характеризуються високим рівнем мобільності, орієнтацією на гнучкий графік роботи та потребою у креативному середовищі для професійної діяльності. Саме тому вони активно обирають дестинації з розвиненою цифровою інфраструктурою, креативними просторами, культурною активністю та високим рівнем комфорту.

У сучасних умовах також формується сегмент туристів, для яких подорож є не лише способом переміщення чи відпочинку, а елементом стилю життя та самореалізації. Для цієї категорії туристів важливими є автентичність дестинації, емоційний досвід, екологічність, культурна інтеграція та можливість поєднання роботи, дозвілля й особистісного розвитку. Це стимулює розвиток економіки вражень та трансформацію туристичного продукту відповідно до потреб сучасних мобільних професіоналів.

Поява нових сегментів туристів суттєво впливає на розвиток сфери гостинності та туристичних дестинацій. У сучасних умовах підприємства туристичної індустрії змушені адаптувати сервісні концепції, інфраструктуру та клієнтський досвід до потреб більш мобільної, цифровізованої та клієнтоорієнтованої аудиторії. Це стимулює розвиток інтелектуальної гостинності, коворкінг-готелів, форматів довготривалого проживання, багатофункціональних міських просторів та туризму, орієнтованого на враження. Водночас нові сегменти туристів формують більш стійку та диверсифіковану модель туристичного попиту. На відміну від традиційного туризму, який часто має сезонний характер, цифрові кочівники, віддалені працівники та *workation* туристи здатні подорожувати незалежно від туристичного сезону. Це створює

передумови для зменшення сезонності, стабілізації туристичних потоків та розвитку локальної економіки упродовж року.

Розвиток bleisure-туризму та workation сприяє формуванню нових сегментів туристичного ринку, орієнтованих на цифрову мобільність, гнучкість, персоналізований досвід та інтеграцію професійної діяльності з lifestyle-компонентом. У сучасних умовах саме ці категорії туристів дедалі більше визначають напрями трансформації сфери гостинності, розвитку туристичних дестинацій та формування інноваційних моделей туристичного споживання.

У результаті трансформації сучасного ділового туризму та розвитку гібридних форматів подорожей формується нова структура туристичного ринку, у межах якої з'являються нові сегменти мобільних споживачів туристичних послуг. Основні характеристики нових категорій туристів наведено у таблиці 7.

Таблиця 7

**Характеристика нових сегментів туристів
у контексті розвитку Bleisure-туризму та Workation**

Сегмент туристів	Основні характеристики	Ключові потреби
Цифрові кочівники	Поєднання дистанційної роботи та постійних подорожей	Коворкінг-простори, стабільний інтернет, формати довготривалого проживання
Дистанційні працівники	Працівники з гнучким місцем перебування та дистанційним форматом роботи	Комфортне робоче середовище, багатофункціональні простори гостинності
Bleisure-туристи	Поєднання ділових подорожей із відпочинком	Дозвіллеві сервіси, культурний досвід, wellness-послуги
Туристи, орієнтовані на певний стиль життя	Подорож як елемент стилю життя та самореалізації	Автентичність, туризм вражень, баланс між роботою та особистим життям
Представники креативних індустрій	Висока мобільність та потреба у творчому середовищі	Креативні простори, професійна комунікація, комфортне міське середовище
Цифрові підприємці	Мобільний формат ведення бізнесу та цифрової діяльності	Інтелектуальна гостинність, цифрова інфраструктура
Туристи довготривалого перебування	Орієнтація на тривале проживання у дестинації	Гнучкі формати проживання, простори для соціальної взаємодії
Бізнес-туристи, орієнтовані на wellness	Поєднання професійної діяльності та психологічного відновлення	Wellness-послуги, sleep туризм, рекреаційні зони

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Наведена характеристика свідчить про суттєву трансформацію сучасного туристичного ринку та формування нових моделей туристичного споживання, орієнтованих на цифрову мобільність, персоналізацію сервісу та інтеграцію професійної діяльності з lifestyle-компонентом. У сучасних умовах саме нові сегменти туристів дедалі більше визначають напрями розвитку сфери гостинності, стимулюючи трансформацію сервісних концепцій, цифрової інфраструктури та туристичного продукту відповідно до тенденцій інноваційної економіки.

Для України розвиток bleisure-туризму та workation може стати перспективним напрямом модернізації сфери гостинності, особливо в контексті післявоєнного відновлення туристичної галузі та інтеграції у міжнародний туристичний ринок. Потенціал цих форматів пов'язаний із наявністю великих міст, освітніх і бізнес-центрів, креативних просторів, IT-сектору та регіонів із високою культурною й рекреаційною привабливістю. Зокрема, Київ, Львів, Одеса, Харків після відновлення, а також Карпатський регіон можуть розглядатися як перспективні дестинації для поєднання ділової активності, дистанційної роботи, культурного дозвілля та рекреації.

Особливого значення для України набуває розвиток інфраструктури, орієнтованої на мобільних професіоналів, дистанційних працівників, цифрових кочівників, фрилансерів і представників креативних індустрій. Йдеться про готелі з коворкінг-зонами, апарт-готелі для довготривалого проживання, багатофункціональні простори гостинності, високошвидкісний інтернет, безконтактні сервіси, цифрові платформи бронювання та персоналізовані пропозиції для бізнес-туристів нового типу.

Перспективність bleisure-туризму та workation в Україні також пов'язана з можливістю зменшення сезонності туристичного попиту. На відміну від традиційного відпочинкового туризму, ці формати можуть розвиватися протягом усього року, оскільки дистанційна робота та ділові поїздки менш залежні від класичного туристичного сезону. Це створює передумови для більш стабільного завантаження готелів, розвитку локальної економіки, малого бізнесу, закладів харчування, транспортних послуг та культурно-дозвілдової інфраструктури.

У післявоєнний період розвиток гібридних форматів ділового туризму може сприяти не лише економічному відновленню сфери гостинності, а й формуванню нового іміджу українських дестинацій як сучасних, гнучких, цифровізованих і відкритих до міжнародної співпраці. Особливо перспективним є поєднання workation із креативними індустріями, культурними подіями, гастрономічним туризмом, wellness-сервісами та локальними автентичними продуктами. Попри значний потенціал, впровадження bleisure-туризму та workation в Україні супроводжується низкою проблем і обмежень. Передусім важливим стримуючим чинником залишаються

безпекові ризики, пов'язані з воєнним станом, пошкодженням інфраструктури та нерівномірністю відновлення туристичних регіонів. Саме фактор безпеки є базовою умовою для розвитку міжнародного ділового туризму та залучення іноземних бізнес-мандрівників.

Другою проблемою є недостатній рівень цифрової та готельної інфраструктури в окремих регіонах. Для розвитку *workation* необхідні стабільний високошвидкісний інтернет, комфортні робочі простори, технічне оснащення номерів, коворкінг-зони, якісний сервіс довготривалого проживання та цифрові канали взаємодії з клієнтами. Водночас не всі підприємства гостинності готові до таких змін через обмежені інвестиційні ресурси та недостатній рівень цифрової трансформації.

Ще одним обмеженням є нестача системного підходу до формування спеціалізованих продуктів для *bleisure*-туристів і дистанційних працівників. Часто готелі пропонують окремі елементи сервісу (інтернет, робочий стіл, конференц-зал), але не формують цілісної сервісної концепції, яка поєднує роботу, відпочинок, рекреацію, локальний досвід і персоналізований клієнтський супровід.

Важливим викликом є також кадрове забезпечення. Для обслуговування нових сегментів туристів персонал має володіти не лише традиційними навичками готельного сервісу, а й компетентностями у сфері цифрових комунікацій, клієнтського досвіду, персоналізації послуг, іноземних мов, організації подій і роботи з міжнародними клієнтами.

Окремої уваги потребують питання правового та організаційного характеру, зокрема регулювання довготривалого перебування іноземних дистанційних працівників, оподаткування, страхування, безпеки даних і кіберзахисту. Для формування конкурентоспроможного середовища недостатньо лише модернізувати готелі; необхідна координація між бізнесом, місцевою владою, туристичними організаціями, ІТ-сектором та креативними індустріями.

Водночас розвиток *bleisure*-туризму та *workation* в Україні супроводжується як значними можливостями для модернізації сфери гостинності, так і низкою інфраструктурних, організаційних та безпекових обмежень. Для систематизації ключових перспектив і стримуючих факторів розвитку гібридних форматів ділового туризму доцільно узагальнити їх у табл. 8.

Наведені дані свідчать про значний потенціал розвитку *bleisure*-туризму та *workation* в Україні за умови комплексної модернізації сфери гостинності, розвитку цифрової інфраструктури та адаптації сервісних моделей до потреб сучасних бізнес-туристів.

**Перспективи та бар'єри розвитку Bleisure-туризму
та Workation в Україні**

Перспективи розвитку	Бар'єри та обмеження
Розвиток цифрової економіки та дистанційної роботи	Воєнні ризики та безпекова нестабільність
Високий потенціал ІТ-сектору	Нерівномірний розвиток інфраструктури
Зростання попиту на гібридні формати подорожей	Недостатній рівень цифровізації окремих готелів
Можливість зменшення сезонності туризму	Високі витрати на впровадження інтелектуальної гостинності
Розвиток коворкінг-готелів та багатофункціональних просторів	Нестача підготовлених кадрів
Культурна та креативна привабливість міст	Недостатня інтеграція цифрових технологій у сферу гостинності
Розвиток форматів довготривалого проживання	Відсутність спеціалізованих туристичних продуктів
Інтеграція wellness-послуг та туризму вражень	Обмежені інвестиційні ресурси
Формування нових сегментів туристів	Правові та організаційні складнощі
Післявоєнне відновлення туристичної індустрії	Високий рівень міжнародної конкуренції

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Водночас ефективна інтеграція гібридних форматів ділових подорожей потребує подолання інфраструктурних, кадрових, організаційних та безпекових бар'єрів, що є важливою передумовою підвищення конкурентоспроможності українських туристичних дестинацій у глобальному туристичному середовищі.

Світові тенденції [7] свідчать про те, що bleisure-туризм та workation поступово переходять із нішевих форматів у важливі напрями розвитку сучасного туристичного ринку.

Однією з ключових світових тенденцій є розвиток smart гостинності, що передбачає впровадження мобільного заселення, цифрових ключів, автоматизованих сервісів, персоналізованих пропозицій та інтелектуальних систем управління готельним простором. Такі рішення відповідають потребам бізнес-туристів нового типу, які очікують швидкого, зручного, технологічного та гнучкого сервісу.

Другою тенденцією є зростання попиту на багатофункціональні простори, які поєднують проживання, роботу, відпочинок, комунікацію та культурний досвід. Workation-дестинації дедалі частіше розглядаються

як спеціалізований напрям туристичного маркетингу для цифрових кочівників і мобільних професіоналів; дослідження підкреслюють, що такі дестинації мають адаптувати інфраструктуру й послуги до потреб довшого перебування та сезонної стабілізації попиту [7].

Третьою тенденцією є посилення ролі wellness-компонента у ділових і гібридних подорожах. Бізнес-туристи дедалі більше орієнтуються не лише на ефективність робочої поїздки, а й на психологічне відновлення, якість сну, фізичну активність, здорове харчування та баланс між роботою й особистим життям. Це стимулює розвиток wellness-орієнтованої гостинності, sleep tourism, рекреаційних просторів та програм ментального відновлення.

Четвертою тенденцією є підвищення значення сталого розвитку. Нові покоління бізнес-мандрівників частіше звертають увагу на екологічність готелів, енергоефективність, відповідальне споживання, локальні продукти та соціальну відповідальність підприємств гостинності. У цьому контексті конкурентоспроможність готелів дедалі більше залежить від здатності поєднувати інноваційність сервісу зі сталими практиками управління.

Отже, перспективи розвитку bleisure-туризму та workation визначаються поєднанням цифровізації, економіки вражень, дистанційної зайнятості, wellness-підходів і сталого розвитку. Для України ці формати можуть стати важливим інструментом модернізації сфери гостинності, залучення нових сегментів туристів та посилення конкурентоспроможності дестинацій за умови подолання безпекових, інфраструктурних, кадрових і організаційних обмежень.

Висновки

У результаті проведеного дослідження встановлено, що сучасний діловий туризм перебуває у стані трансформації під впливом цифровізації економіки, розвитку дистанційної та гібридної зайнятості, зміни поведінкових моделей туристів і поширення економіки вражень. Традиційна модель business travel поступово трансформується у більш гнучку, персоналізовану та орієнтовану на клієнтський досвід систему організації подорожей, у межах якої важливого значення набувають емоційний комфорт, рекреація та баланс між роботою й особистим життям.

У ході дослідження визначено, що bleisure-туризм та workation виступають інноваційними форматами розвитку сучасного ділового туризму, які поєднують професійну діяльність, відпочинок і цифрову мобільність. Їх поширення суттєво впливає на трансформацію сфери гостинності, стимулюючи розвиток багатофункціональних просторів, smart-технологій, безконтактного сервісу, wellness-концепцій та

персоналізованих сервісних моделей. У результаті сучасний готель трансформується у комплексний простір, орієнтований на поєднання проживання, роботи, рекреації та формування клієнтського досвіду.

Визначено, що розвиток bleisure-туризму та workation сприяє формуванню нових сегментів туристичного ринку, серед яких цифрові кочівники, дистанційні працівники, представники креативних індустрій та туристи, орієнтовані на стиль життя. Для цих категорій характерними є високий рівень цифрової мобільності, потреба у довготривалому проживанні, гнучких форматах сервісу та комфортному робочому середовищі. У сучасних умовах саме нові сегменти туристів дедалі більше визначають напрями трансформації туристичного ринку та розвитку сфери гостинності.

У процесі дослідження обґрунтовано значний економічний потенціал bleisure-туризму та workation для розвитку туристичних дестинацій і підприємств гостинності. Нові формати ділових подорожей сприяють збільшенню тривалості перебування туристів, диверсифікації джерел доходів готелів, зменшенню сезонності попиту та підвищенню конкурентоспроможності підприємств гостинності. Для України розвиток цих форматів може стати перспективним напрямом модернізації туристичної галузі та інтеграції у міжнародний ринок туристичних послуг.

Водночас дослідження дозволило виявити низку проблем і викликів, серед яких безпекові ризики, недостатній рівень цифровізації окремих підприємств гостинності, потреба у значних інвестиціях у цифрову інфраструктуру та нестача підготовлених кадрів. Отже, bleisure-туризм та workation виступають важливими напрямками трансформації сучасного ділового туризму та сфери гостинності в умовах інноваційної економіки, а здатність підприємств адаптуватися до нових моделей поведінки туристів і впроваджувати інноваційні сервісні рішення визначатиме рівень їхньої конкурентоспроможності у сучасному туристичному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Global Business Travel Spending to Reach \$1.57 Trillion in 2025 Amid Trade Policy Uncertainty and Economic Risk, According to New GBTA Forecast. URL: <https://gbta.org/global-business-travel-spending-to-reach-1-57-trillion-in-2025-amid-trade-policy-uncertainty-and-economic-risk-according-to-new-gbta-forecast/>
2. 2026 Travel Industry Outlook. URL: <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/transportation/travel-hospitality-industry-outlook.html>
3. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. Посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ, 2014. – 165 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/41523/1/%282009%20%20D0%BF%D0%B5%D1%87.46%D0%9D%20%D0%94%D0%A2%29.pdf>

4. Popşa R. E. Business Tourism Market – A Global Perspective. *Expert Journal of Business and Management*. 2024. Vol. 12(2). P. 74–83. URL: https://business.expertjournals.com/ark:/16759/EJBM_1207popsa74-83.pdf
5. Arhan S., Rashesh V. Blending Work and Travel: The Emergence of 'Bleisure' and the Digital Nomad Era. *Nepalese Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2025. Vol. 6(1). DOI: <https://doi.org/10.3126/njhtm.v6i1.76486>
6. Wilkesmann M., Bassyiouny M. From leisure to labor: How workations are reshaping hospitality and destination marketing in the era of New Work. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2025. No. 36. P. 100991. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.100991>.
7. Mancinelli F., Bozzi, A. Workation destinations: 're-imaging' tourism cities for digital nomads. *Tourism Geographies*. 2025. Vol. 28(1). P. 63–79. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2593986>
8. Андренко І. Б. Цифровий детокс як нова тенденція сервісу в готелях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2025. №6. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-6>
9. Андренко І. Б. Hybrid service-модель у готелях: сучасні підходи до організації гнучкого сервісу. *Наука і техніка сьогодні (Серія «Економіка»)*: журнал. 2025. No7 (48) 2025. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7\(48\)-314-326](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7(48)-314-326)
10. Uhodnikova O., Pokolodna M., Pohasii S., Vlashchenko N., Andrenko I. Digital and Ecological Solutions in Tourism Infrastructure Development: New Opportunities for Investors. Published under licence by IOP Publishing Ltd. 2025. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1499/1/012076/pdf>

References:

1. Global Business Travel Spending to Reach \$1.57 Trillion in 2025 Amid Trade Policy Uncertainty and Economic Risk, According to New GBTA Forecast. Available at: <https://gbta.org/global-business-travel-spending-to-reach-1-57-trillion-in-2025-amid-trade-policy-uncertainty-and-economic-risk-according-to-new-gbta-forecast/>
2. 2026 Travel Industry Outlook. Available at: <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/transportation/travel-hospitality-industry-outlook.html>
3. Andrenko I. B. (2014) Dilovyi turizm: navch. posibnyk [Business tourism: possible]. Kharkiv: KhNUMH, p. 165. Available at: <https://eprints.kname.edu.ua/41523/1/%282009%20%20D0%BF%D0%B5%D1%87.46%D0%9D%20%D0%94%D0%A2%29.pdf> (in Ukrainian).
4. Popşa R.E. (2024) Business Tourism Market – A Global Perspective. *Expert Journal of Business and Management*, vol. 12(2), pp. 74–83. Available at: https://business.expertjournals.com/ark:/16759/EJBM_1207popsa74-83.pdf
5. Arhan S., Rashesh V. (2025) Blending Work and Travel: The Emergence of 'Bleisure' and the Digital Nomad Era. *Nepalese Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 6(1). DOI: <https://doi.org/10.3126/njhtm.v6i1.76486>
6. Wilkesmann M., Bassyiouny, M. (2025). From leisure to labor: How workations are reshaping hospitality and destination marketing in the era of New

Work. *Journal of Destination Marketing & Management*, no. 36, p. 100991. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.100991>

7. Mancinelli F., Bozzi A. (2025). Workation destinations: ‘re-imaging’ tourism cities for digital nomads. *Tourism Geographies*, vol. 28(1), pp. 63–79. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2593986>

8. Andrenko I.B. (2025) Tsyfrovyyi detoks yak nova tendentsiia servisu v hoteliakh [Digital detox as a new trend in hotel services]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal “Internauka”*. Seriya: “*Ekonomichni nauky*”, no. 6. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-6> (in Ukrainian).

9. Andrenko I.B. (2025) Hybrid service-model u hoteliakh: suchasni pidkhody do orhanizatsii hnuchkoho servisu [Hybrid service model in hotels: modern approaches to flexible service organization]. *Nauka i tekhnika sohodni (Seriia “Ekonomika”): zhurnal*, no7 (48). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7\(48\)-314-326](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-7(48)-314-326) (in Ukrainian).

10. Uhodnikova O., Pokolodna M., Pohasii S., Vlashchenko N., Andrenko I. (2025) Digital and Ecological Solutions in Tourism Infrastructure Development: New Opportunities for Investors. Published under licence by IOP Publishing Ltd. Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/1499/1/012076/pdf>