

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА КЕЙТЕРИНГ

УДК 338.48

DOI <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2026-2-72.48>

Горб К. М., кандидат географічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного
бізнесу
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0002-3779-484X

Корнєєв М. В., доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародного туризму та готельно-
ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0002-4005-5335

Сайгак Є. Л., доктор філософії
кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0002-6406-9272

Павлов В. В., приватний підприємець
ORCID: 0009-0005-2888-5167

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВИХ ЗАХОДІВ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Статтю присвячено систематизації сервісних технологічних операцій різних підприємств щодо організації ділових заходів у сфері туризму та гостинності за умови виконання ними різних функцій. Ділові заходи, що мають значне поширення і набирають популярність у світі, урізноманітнюють організаційні форми підготовки й проведення та розширюють тематичний спектр, відрізняються достатньо складною технологією здійснення та потребують залучення різнопрофільних суб'єктів господарювання, що працюють головним чином у сфері туризму та гостинності. Основними суб'єктами їх розробки та реалізації є замовники, організатори, виконавці та учасники. Різні підприємства в організації різних ділових заходів можуть виступати в ролі кожного із зазначених суб'єктів. Послідовна ланцюгова система «замовлення – виконання» для ділових заходів різного масштабу та профілю може демонструвати відповідно різний рівень складності та розгалуженості взаємних замовлень, зобов'язань та гарантій згаданих суб'єктів. Замовник може повністю покладатися на одного організатора, що забезпечує підготовку та проведення заходу «під ключ», може частково замовляти лише окремі сервіси у різних суб'єктів щодо організації ділового заходу, а частину робіт забезпечувати самостійно.

У якості організаторів ділового заходу можуть виступати здебільшого три види суб'єктів: по-перше, туроператори та туристичні агентства, по-друге, бізнес-готелі (конференц-готелі, конгрес-готелі), по-третє, івент-агентства, за умови, що компанії кожного з даних різновидів у якості основного або принаймні додаткового свого профілю декларують MICE-туризм та накопичують досвід і формують репутацію саме в цьому сегменті. Кожне з них має свою специфіку щодо реалізації функцій організатора ділових івентів та може у різних випадках виступати також і виконавцем окремих сервісних операцій у якості підрядника іншого аналогічного підприємства. Серед виконавців окремих операцій щодо реалізації ділового заходу можуть виступати транспортні компанії, заклади розміщення та харчування, дозвілля та оздоровлення, екскурсійної діяльності, окремі промислові, будівельні, торговельні та сільськогосподарські підприємства, виставкові центри тощо.

Запропонований підхід систематизації суб'єктів та організаторів ділових заходів з урахуванням їх взаємозамінності та можливості «обміну ролями» дозволить удосконалити організаційне та сервісне забезпечення в діловому туризмі та гостинності.

Ключові слова: діловий захід, MICE-туризм, організатор ділового заходу, івент-компанія, конференц-сервіс.



© К. М. Горб, М. В. Корнєєв, Є. Л. Сайгак, В. В. Павлов, 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Horb K. M., Korneyev M. V., Saihak Ye. L., Pavlov V. V. Organization of business events in the tourism and hospitality industry

The article is devoted to the systematization of service technological operations of various enterprises in the organization of business events in the field of tourism and hospitality, provided that they perform various functions. Business events, which are widely spread and gaining popularity in the world, diversify organizational forms of preparation and conduct and expand the thematic spectrum, are distinguished by a rather complex implementation technology and require the involvement of various business entities working mainly in the field of tourism and hospitality. The main subjects of their development and implementation are customers, organizers, performers and participants. Different enterprises in the organization of various business events can act as each of the above-mentioned subjects. The sequential chain system of «order – execution» for business events of various scales and profiles can demonstrate, respectively, a different level of complexity and branching of mutual orders, obligations and guarantees of the mentioned subjects. The customer can fully rely on one organizer, which provides the preparation and holding of the event on a turnkey basis, can partially order only individual services from different entities for organizing a business event, and provide part of the work independently.

There are mainly three types of entities that can act as organizers of a business event: firstly, tour operators and travel agencies, secondly, business hotels (conference hotels, congress hotels), thirdly, event agencies, provided that the companies of each of these types declare MICE-tourism as their main or at least additional profile and accumulate experience and build a reputation in this segment. Each of them has its own specifics regarding the implementation of the functions of a business event organizer and can in various cases also act as a performer of individual service operations as a contractor of another similar enterprise. Among the performers of individual operations for the implementation of a business event may be transport companies, accommodation and catering establishments, leisure and recreation, excursion activities, individual industrial, construction, trade and agricultural enterprises, exhibition centers, etc.

The proposed approach to systematizing subjects and organizers of business events, taking into account their interchangeability and the possibility of «role exchange», will allow improving organizational and service support in business tourism and hospitality.

Key words: business event, MICE-tourism, business event organizer, event company, conference service.

Постановка проблеми. Ділові заходи різного формату, профілю та масштабу в останні десятиліття набувають популярність у світі, поступово розширюючи свою географію та урізноманітнюючи форми організації і проведення. На практиці організація таких заходів, що передбачають наявність учасників із різних ділових та наукових центрів, регіонів та країн тощо, сформувалась у потужну індустрію ділового туризму, сутність якого полягає у подорожах різних фахівців з діловою метою – від простих «робочих» відряджень до участі у високобюджетних міжнародних та всесвітніх ділових івентах у сферах бізнесу, науки, політики, економіки, культури, спорту та ін. Численні наукові праці з ділового туризму присвячені здебільшого систематизації ділових заходів, аналізу статистики їх відвідування, інфраструктурному облаштуванню для їх проведення та обґрунтуванню відповідних сервісних процедур та процесів. Але, на наш погляд, вони не охоплюють усього спектру підприємств і суб'єктів ділового туризму, а також здійснюваних ними технологічних операцій у світлі виконання провідних та допоміжних функцій в організації ділових заходів. Тому вважаємо актуальним розгляд та аналіз організаційно-технологічних аспектів згаданого сервісного процесу в індустрії туризму та гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ділового туризму та організації ділових заходів зокрема в технологічному та економіко-управлінському вимірах досить широко представлена у численних публікаціях. Серед українських науковців, що присвятили свої розробки та дослідження вказаному напрямку, слід першочергово зазначити О. Макар [3], І. Андренко [4], Г. Гапоненко, О. Євтушенко, та інших [5], А. Крайову та І. Малу [10], О. Павлюченко, В. Губеню та А. Бровко [12], Л. Прокопишин-Рашкевич та А. Назаренко [13], О. Радіонову [14], О. Стрижак та С. Чайковського [15] та ін. Крім того, у якості джерельної бази цієї статті можна розглядати офіційні публікації окремих успішних та дієвих практичних компаній, що спеціалізуються на організації ділових заходів ([2], [6], [7], [11] тощо).

Метою статті є систематизація сервісних технологічних операцій різних підприємств щодо організації ділових заходів у сфері туризму та гостинності (туристичних операторів та агентств, бізнес-готелів та готельно-ресторанних комплексів, івент-агентств тощо) за умови виконання ними функцій замовника, організатора, виконавця та учасника ділового заходу.

Виклад основного матеріалу. Увесь сервіс щодо забезпечення ділових подорожей і заходів в туризмі та гостинності (Business travel, Business trip, Business events) прийнято поділяти на два основні змістовні блоки: по-перше, класичні ділові поїздки (КДП), та по-друге, MICE – meetings (ділові зустрічі); incentives (заохочувальні подорожі); conferences (відвідування конференцій, з'їздів, зборів, конгресів тощо); exhibitions (відвідування виставок та ярмарків) ([5] та ін.). Перша складова ділового туризму є доволі простою організаційною процедурою та являє собою, головним чином, звичайні робочі відрядження за рахунок сторони-вдправника і зазвичай не передбачає звертань до спеціалізованих організаторів подорожей та заходів. Друга ж складова (MICE) є ключовою в системі Business travel та Business events, характеризується значним рівнем витратності і замовників, і учасників різних ділових заходів, та потребує залучення широкого спектру посередницьких послуг різних підприємств та закладів – організаторів і подорожей, і безпосередньо заходів

та спеціалізованих виробничих і сервісних операцій у їх межах. Удосконаленню сервісного забезпечення в організації МІСЕ-заходів присвячена основна частина цієї праці.

Широкий спектр масштабів ділових заходів – від короткотривалої поточної оперативної селекторної наради на виробничому підприємстві до всесвітніх форумів з найширшою географією учасників найвищого статусу – зумовлює необхідність виокремлення саме їх МІСЕ-частини, тобто таких заходів, організацію яких забезпечують спеціалізовані компанії, що працюють у сфері туризму та гостинності. Аналіз різних підходів до систематизації суб'єктів таких заходів ([4], [13] та ін.) дозволяє в цілому виділити чотири основні їх категорії – замовники, організатори, виконавці та учасники.

Замовниками є компанії та інші юридичні особи, що виступають ініціаторами проведення ділових заходів на високому рівні, та готові нести певні витрати на їх організацію і проведення (у багатьох випадках з орієнтацією на наступну окупність понесених витрат за рахунок головним чином організаційних внесків учасників). У випадку неспроможності або небажання самотужки підготувати та здійснити захід замовники зазвичай звертаються до спеціалізованих компаній – організаторів заходів, які надають або гарантують замовнику весь комплекс послуг щодо його підготовки та проведення, беручи на себе зобов'язання забезпечити усі технічні та сервісні процедури. В залежності від технологічної специфіки таких процедур та операцій організатори на підрядних та інших засадах, у свою чергу, замовляють різні види робіт, орендують потрібні приміщення, ділянки та обладнання, закупають необхідні матеріали та продукти в інших суб'єктів господарювання, яких умовно, в нашому випадку, можна назвати виконавцями заходу. Учасниками (делегатами) ділових заходів є усі суб'єкти, що приймають у ньому активну участь на умовах замовника та організатора. Для ділових заходів виставково-ярмаркового формату (на відміну від «конференційно-дискусійного») можна виділити п'ятий суб'єкт – відвідувачів заходу, що перебувають у місцях його проведення переважно із ознайомчо-відпочинковою метою.

Послідовна ланцюгова система «замовлення – виконання» для ділових заходів різного масштабу та профілю може демонструвати відповідно різний рівень складності та розгалуженості взаємних замовлень, зобов'язань та гарантій згаданих суб'єктів. Замовник може повністю покладатися на одного організатора, що забезпечує підготовку та проведення заходу «під ключ», може частково замовляти лише окремі сервіси у різних суб'єктів щодо організації ділового заходу, а частину робіт забезпечувати самостійно, в такому разі функції замовника, організатора та виконавця можуть перебувати у взаємному частковому «переплетенні» та заміності.

У якості організаторів ділового заходу в розглянутому вище розумінні можуть виступати здебільшого три види суб'єктів: по-перше, туроператори та туристичні агентства, по-друге, бізнес-готелі (конференц-готелі, конгрес-готелі), по-третє, івент-агентства, за умови, що компанії кожного з даних різновидів у якості основного або принаймні додаткового свого профілю декларують МІСЕ-туризм та накопичують досвід і формують репутацію саме в цьому сегменті. Варто розглянути специфіку кожного з даних видів підприємств з позиції організації МІСЕ-заходів.

Туристичні оператори та агентства в цілому завжди спеціалізуються на організації подорожей, як відпочинкових, так і ділових. Якщо замовник послуг організації саме ділового заходу звертається до такого підприємства, основним продуктом якого є туристичний пакет, туристична компанія забезпечує при цьому, в першу чергу, перевезення та трансфер учасників і частково відвідувачів заходу до місця його проведення, орендує готельні номери, заклади харчування та конференц-зали або інші приміщення й ділянки різних компактно розташованих закладів та установ, необхідних для реалізації узгодженої із замовником програми заходу. При цьому операції та види робіт ініціативних (на відправці) та рецептивних (на прийомі) туроператорів можуть суттєво відрізнятися через специфіку їх розташування. У цьому зв'язку окремо слід вказати на виконання рецептивними туроператорами та деякими туристичними агентствами замовлень не лише ініціаторів, а й учасників ділових заходів, особливо якщо мова йде про участь місцевої делегації у великому форумі або виставці. У такому разі туристичною компанією формується програма подорожі для участі в такому заході, яка узгоджується і з учасником – замовником програми участі, і із загальною програмою заходу, для чого організатор участі контактує з організатором заходу.

У випадку замовлення компанією-ініціатором ділового заходу його організації та проведення у готельно-ресторанного підприємства, що спеціалізується на конференц-сервісі, таке підприємство зазвичай бере на себе забезпечення усіх ланок МІСЕ-обслуговування «під ключ», крім транспортного сервісу далеких перевезень гостей-делегатів. Бізнес-готелі здебільшого мають у своєму розпорядженні усі необхідні приміщення та усе обладнання для проведення таких заходів. У цьому разі узгоджена із замовником програма заходу реалізується фактично повністю у межах готельного закладу, винятком тут може бути організація екскурсій навколишньою місцевістю та виїзних засідань, якщо такі передбачені програмою. При проведенні ділового заходу на базі одного готельно-ресторанного підприємства можливі два формати його забезпечення – по-перше, коли готельний заклад обслуговує тільки замовлення даного івенту і є закритим для інших гостей, по-друге, якщо конференц-сервіс надається паралельно із звичайним функціонуванням закладу з присутніми іншими гостями, що в ньому проживають, харчуються та відпочивають. В останньому випадку слід ретельно узгоджувати цілі перебування делегатів ділового івенту та решти гостей з метою уникнення непорозумінь та конфліктів.

Спеціалізовані івент-компанії (івент-агентства) також можуть бути основними організаторами МІСЕ-заходів на замовлення їх ініціаторів. Хоча такі підприємства здебільшого орієнтовані на організацію театралізовано-видовищних та розважальних і святкових заходів, ділові івенти у багатьох випадках для них є також профільним напрямом роботи ([2], [10], [11] та ін.). При цьому такі компанії здебільшого не опікуються транспортним та трансферним забезпеченням прибуття та відбуття гостей-делегатів, їх розміщенням у готелях, організацією виїзних екскурсій тощо, вони зосереджені головним чином на технічному й естетичному (у т. ч. видовищному) облаштуванні та модераційній діяльності для виконання узгодженої із замовником програми заходу.

У якості основних організаторів ділових заходів, яким замовники-ініціатори довіряють як мінімум більшу частину сервісних операцій щодо їх підготовки та здійснення, можуть виступати підприємства сфери послуг різного профілю, серед яких переважають розглянуті вище три їх різновиди. Кожне з них має свою специфіку щодо реалізації функцій організатора ділових івентів та може у різних випадках виступати також і виконавцем окремих сервісних операцій у якості підрядника іншого такого ж підприємства: якщо туроператор є основним організатором МІСЕ-заходу, то в підрядниках у нього може бути готель як засіб розміщення делегатів на ночівлю; той самий готель, якщо він виступає основним реалізатором замовлення заходу «під ключ», може замовити у того самого туроператора екскурсію в рамках реалізації відповідної програми, і т. ін. Такий «обмін ролями з головної на епізодичну» (або «з епізодичної на головну») між окремими суб'єктами організації ділових івентів може бути присутній в організації різних заходів у залежності від того, кому віддає перевагу і кому більше довіряє його замовник.

Серед виконавців окремих операцій із забезпечення різних технологічних елементів програми ділового заходу, що працюють на підрядних засадах за домовленістю із замовником або організатором, можуть виступати транспортні компанії, заклади розміщення та харчування, дозвілля та оздоровлення, екскурсійної діяльності, окремі промислові, торговельні та сільськогосподарські підприємства, виставкові центри тощо. У випадку підготовки до масштабного заходу головним чином виставково-ярмаркового формату може бути передбачено співпрацю замовників із архітектурно-планувальними та будівельними компаніями. Яскравим прикладом нового будівництва для проведення заходу є підготовка до проведення світових виставок нових досягнень: спеціально для такої виставки в Парижі 1889 року було побудовано Ейфелеву вежу, яка згодом стала символом і столиці, і всієї Франції [8]; для проведення останньої Всесвітньої виставки «Дубай Експо 2020» було побудовано інноваційне виставкове містечко, всього на проведення заходу замовниками було витрачено близько 7 млрд. \$ [1].

У світовій практиці переважають ділові заходи конференційного формату організації (конференції, симпозіуми, семінари, конгреси, з'їзди, наради, збори, тренінги тощо), що є менш масштабними та менш витратними у порівнянні з виставково-ярмарковими. Послідовна схема їх підготовки та проведення зазвичай не потребує нового будівництва та значних інвестицій. Сама процедура здійснення вже підготовленого такого заходу вміщує набір наступних технологічних операцій, що потребують залучення відповідних виконавців та засобів: зустріч та трансфер делегатів (учасників заходу) – підприємств та засобів транспорту; поселення та розміщення учасників – готелів та інших закладів розміщення; конференційна програма – конференц-залів та інших приміщень з відповідним обладнанням; харчування та кава-брейки під час засідань – спеціалізованих закладів харчування та кейтерінгового обладнання; програма дозвілля, відпочинку та оздоровлення – анімаційних та видовищних, розважальних та оздоровчих установ, у разі наявності у програмі банкету – ресторанних закладів; ділові екскурсії та виїзні засідання – екскурсійних закладів, перевізників та окремих профільних підприємств згідно тематики заходу.

Отже, організація будь-якого ділового заходу навіть скромного масштабу в системі МІСЕ-туризму передбачає широкий набір послуг і відповідних технологічних сервісних та частково виробничих операцій, що надаються різнопрофільними підприємствами-виконавцями на замовлення ініціатора заходу та основного організатора.

Висновки. Ділові заходи, що мають значне поширення та набирають популярність у світі, урізноманітнюють організаційні форми підготовки й проведення та розширюють тематичний спектр, відрізняються достатньо складною технологією здійснення та потребують залучення різнопрофільних суб'єктів господарювання, що працюють, головним чином, у сфері туризму та гостинності. Основними суб'єктами їх розробки та реалізації є замовники, організатори, виконавці та учасники. Різні підприємства в організації різних ділових заходів можуть виступати в ролі кожного із зазначених суб'єктів. Серед основних організаторів таких заходів виступають три різновиди підприємств: туристичні компанії – туроператори й турагентства; готельно-ресторанні комплекси бізнесового профільного спрямування (конференц-готелі та ін.); івент-агентства. Кожен із них має свою специфіку в забезпеченні усіх організаційних процедур та технологічних операцій та зазвичай передбачає залучення на підрядних засадах широкого набору підприємств-виконавців окремих сервісних процедур. Запропонований підхід систематизації суб'єктів та організаторів ділових заходів з урахуванням їх взаємозамінності та можливості «обміну ролями» дозволить удосконалити організаційне та сервісне забезпечення в діловому туризмі та гостинності.

Список використаних джерел:

1. Dubai Expo 2020: Coronavirus-delayed world fair opens. URL : <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-58745890>
2. Event-індустрія: навіщо компанії звертаються до послуг івент-агентств? URL : <https://lioncom.pro/event-industriya/>
3. Makar O. P. Business tourism: a prospective direction of tourist activity. *Механізм регулювання економіки*. 2023. № 1 (99). С. 86–92.
4. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник. Харків: Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2014. 165 с.
5. 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»*. 2024. № 20. С. 60–73.
6. Діловий туризм: розвиток та організація MICE-туризму. URL : <https://dinadis.ua/dilovyy-turyzm-rozvytok-ta-orhanizatsiya-mise-turyzmu/>
7. Ділові подорожі та заходи з All Travel Group. URL : <https://alltravelgroup.com.ua/>
8. Ейфелева вежа: історія створення, цікаві факти. URL : <https://sights.com.ua/attraction/ejfeleva-vezha/>
9. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. № 1065. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text>
10. Крайова А. С., Мала І. Б. Дослідження діяльності вітчизняних Івент агенцій на прикладі столичної агенції Lioncom. *Сучасний менеджмент організації: витоки, реалії та перспективи розвитку: матеріали III-ї наукової конференції* (м. Київ, 26 квітня 2023 р.). Київ : Університет «КРОК». 2023. С. 168–171.
11. Організація ділових заходів в Києві від Party Time! URL : <https://partytime.kiev.ua/uk/biznes-events/>
12. Павлюченко О. С., Губеня В. О., Бровко А. Г. Сучасний стан та перспективи розвитку засобів розміщення для ділових туристів в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. № 52. С. 35–41.
13. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Назаренко А. В. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Проблеми економіки та управління*. 2021. Т. 5. № 1. С. 86–95.
14. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2021. 168 с.
15. Стрижак О., Чайковський С. Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3651/3580>

References:

1. Dubai Expo 2020: Coronavirus-delayed world fair opens. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-58745890>
2. Event-industriia: navishcho kompanii zvertaiutsia do posluh ivent-ahentstv? [Event industry: why do companies use the services of event agencies?] Retrieved from: <https://lioncom.pro/event-industriya/>
3. Makar O. P. (2023). Business tourism: a prospective direction of tourist activity. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, 1 (99), 86–92.
4. Andrenko I. B. (2014). Dilovyi turyzm: navch. posibnyk [Business tourism: a textbook]. Kharkiv : Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. 165 p.
5. Haponenko H. I., Yevtushenko O. V., Shamara I. M., Sviatyi A. R. (2024). Dilovyi turyzm v Ukraini: perspektyvy rozvytku v pislivoienni chas [Business tourism in Ukraine: development prospects in the post-war period]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia "Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm"*, 20, 60–73.
6. Dilovyi turyzm: rozvytok ta orhanizatsiia MISE-turyzmu [Business tourism: development and organization of MICE tourism]. Retrieved from: <https://dinadis.ua/dilovyy-turyzm-rozvytok-ta-orhanizatsiya-mise-turyzmu/>
7. Dilovi podorozhi ta zakhody z All Travel Group [Business trips and events with All Travel Group]. Retrieved from: <https://alltravelgroup.com.ua/>
8. Eifeleva vezha: istoriia stvorennia, tsikavi fakty [Eiffel Tower: history of creation, interesting facts]. Retrieved from: <https://sights.com.ua/attraction/ejfeleva-vezha/>
9. Kontseptsiiia rozvytku vystavkovo-yarmarkovoi diialnosti. Zatverdzheno postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 22 serpnia 2007 r. № 1065 [Concept for the Development of Exhibition and Fair Activities. Approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 22, 2007 No. 1065]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text>
10. Kraiova A. S., Mala I. B. (2023). Doslidzhennia diialnosti vitchyznianskykh Ivent ahentsii na prykladi stolychnoi ahentsii Lioncom [Research on the activities of domestic event agencies using the example of the

capital agency Lioncom]. *Suchasnyi menedzhment orhanizatsii: vytoky, realii ta perspektyvy rozvytku: materialy III-yi naukovoï konferentsii (m. Kyiv, 26 kvitnia 2023 r.)*. Kyiv : Universytet “KROK”, 168–171.

11. Orhanizatsiia dilovykh zakhodiv v Kyievi vid Party Time! [Organization of business events in Kyiv from Party Time!]. Retrieved from: <https://partytime.kiev.ua/uk/biznes-events/>

12. Pavliuchenko O. S., Hubenia V. O., Brovko A. H. (2013). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku zasobiv rozmishchennia dlia dilovykh turystiv v Ukraini [Current status and prospects for the development of accommodation facilities for business tourists in Ukraine]. *Naukovi pratsi Natsionalnoho universytetu kharchovykh tekhnolohii*, 52, 35–41.

13. Prokopyshyn-Rashkevych L. M., Nazarenko A. V. (2021). Dilovi turizm yak perspektyvnyi napriam turystychnoi diialnosti v Ukraini [Business tourism as a promising direction of tourism activity in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha». Seriia : Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, 5, 1, 86–95.

14. Radionova O. M. (2021). Ivent-tekhnologii : navch. posibnyk [Event technologies: a tutorial]. Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv : KhNUMH im. O. M. Beketova, 168.

15. Stryzhak O., Chaikovskiy S. (2024). Tendentsii ta perspektyvy rozvytku mizhnarodnoho dilovoho turyzmu [Trends and prospects for the development of international business tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 60. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3651/3580>

Дата першого надходження статті до видання: 12.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 26.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026