

УДК 311.2

*М. П. Денисенко,**д. е. н., професор, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ**ORCID ID: 0000-0001-8767-9762**Д. Д. Геньбач,**студент магистратури, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ**ORCID ID: 0000-0002-3757-7474*

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.19.23

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

M. Denisenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv

D. Henbach,

graduate student, Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv

CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF BUSINESS TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті розглядається динаміка розвитку бізнес-туризму в Україні. Проаналізована роль ділової активності для України. Наведено порівняння розвитку бізнес-туризму в країнах Європи. Розглянуто світові тенденції становлення туризму. Відмічено, що Україна має великий потенціал розвитку ділового туризму. Український бізнес-туризм стрімко розвивається і, за прогнозами вчених, може стати потужнішим сегментом туристичного ринку. Сформульовано та визначено пріоритети вирішення проблем розвитку бізнес-туризму в Україні. Діловий туризм є провідником туристичного бізнесу. Ділові подорожі відкривають нові можливості у сучасному світі. Бізнес-туризм робить можливими знайомства з новими технологіями, зустрічі з партнерами, інвесторами, споживачами. Отже, бізнес-туризм — це перспективна сфера світової економіки. Розвиток цього виду туризму зумовив появу тисяч організацій, асоціацій та об'єднань, які проводять зустрічі на різних рівнях. Досліджено типи бізнес-туризму на прикладі країн Європи, які займають провідні позиції.

The article deals with the dynamics of business tourism development in Ukraine. The role of business activity for Ukraine is analyzed. The comparison of the development of business tourism in the countries of Europe is presented. The world trends of tourism formation are considered. It is noted that Ukraine has great potential for the development of business tourism. Ukrainian business tourism is developing rapidly and, according to scientists, can become a more powerful segment of the tourist market. Priorities of solving problems of development of business tourism in Ukraine are formulated and determined. Business tourism is the guide of the tourist business. Business travel opens up new opportunities in the modern world. Business tourism makes it possible to get acquainted with new technologies, meetings with partners, investors, consumers. Therefore, business tourism is a promising area of the world economy. The development of this type of tourism has led to the emergence of thousands of organizations, associations and associations that hold meetings at various levels. The types of business tourism on the example of European countries, which occupy leading positions, are investigated.

Today, business tourism is a leading area of tourism business. This type of business trip, combined with leisure, provides amazing business opportunities for the traveler themselves. This meeting and

communication of partners in an informal environment, acquaintance with new technologies, investors, suppliers and consumers — all of which ultimately leads to increased business opportunities. That is, it can even be stated that such business trips are a self-supporting type of tourism (after all). Business tourism gives you the opportunity to get acquainted with new technologies, meet investors, partners, suppliers and consumers of goods or services of the company. Thus, business tourism is one of the most promising and profitable areas of the world economy. Speaking about the factors behind the high rate of development of this type of travel, it is worth mentioning the phenomenon of our era, as a continuing process of formation of tens of thousands of organizations, associations and associations that gather at regional, national and international levels. Business tourism combines the Corporate Travel Industry and the Meetings Industry (MICE). Business tourism includes business trips and business trips, convention and incentive tourism, as well as events.

*Ключові слова: розвиток, діловий туризм, перспективи, статистика, пріоритети.
Key words: development, business tourism, prospects, statistics, priorities.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Діловий туризм — вид сучасного туризму, що швидко розвивається. Розвиток ділового туризму характеризується все більшою зацікавленістю ділових людей з усього світу Україною. Це один з перспективних та прибуткових видів туризму. Світова глобалізація ставить завдання з підвищення конкурентоспроможності та визначення нових пріоритетів розвитку економіки в туристичній сфері. На сьогоднішній день туризм динамічно розвивається і, діловий туризм зокрема, та становиться основною сферою світової економіки. Україна не є виключенням в участі глобалізаційних процесів, тому є потреба досліджувати міжнародний туризм.

МЕТА І ЗАВДАННЯ

Дослідити сучасний стан та основні проблеми розвитку ділового туризму в Україні. Проаналізувати перспективи та пріоритети даного виду туризму. Визначити шляхи підвищення прибутку від ділового туризму в українську економіку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Розвиток ділового туризму в Україні досліджували наступні вчені: С.І. Нікітенко [15], М.П. Мальська [2], В.К. Федорченко [16], В.А. Квартальнов [18], А.Ю. Александрова [19], С.П. Кузик [17], Н.А. Дехтяр, О.Ю. Подчаха [6], О.Г. Чимітдоржієва [20] та ін. Ці дослідники приділяють велику увагу розвитку ділового туризму, але ця тема потребує подальшого дослідження.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У світі щорічно здійснюється більше 100 млн подорожей у ділових цілях. Це майже 20% від усього світового туризму. Тому діловий туризм є одним з найперс-

пективніших сегментів туризму. Він має велике значення для розвитку економіки держави. Сума загальносвітового обігу туристичного бізнесу складає 6.5 трлн дол. США, з них 400 млрд дол. США припадає на діловий туризм. Обороти ділових турів становить 560 млн дол. США. Трохи менше половини доходів авіаційних компаній, а також більше 50% доходів готельного бізнесу складають доходи від туристів цього сегменту. Всесвітня туристична організація прогнозує, що за десяток років обіг ділового туризму збільшиться у п'ять разів, а кількість ділових турів — у три рази. До 2 трлн дол. США та до 1,6 млрд дол. США відповідно.

Понад 70% усіх ділових подорожей становлять корпоративні подорожі. Це індивідуальні ділові подорожі з метою відвідування корпоративних заходів. Діловий туризм є комплексним та багатогранним. Можна додати, що до ділового туризму також відноситься інсентив-туризм. Це туристичні поїздки, що організуються підприємствами та фірмами для своїх співробітників чи партнерів як винагорода за високі показники в роботі [1]. Тури, з метою участі у семінарах, конференціях, з'їздах, які організовані науковими, політичними, культурними або економічними організаціями, складають понад 16% від усіх ділових поїздок. Понад 10% від обсягу ділового туризму становлять подорожі спеціалізованих промислових виставок [2].

З бізнес-туризмом безпосередньо пов'язана також сфера корпоративних заходів і зустрічей — MICE (від англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Організацією ділових поїздок займаються спеціалізовані агентства — TMC (від англ. Travel management company-компанія з управління діловими поїздками). З боку компанії-клієнтів за управління відрядженнями відповідають тревел-менеджери, які керуються у своїй роботі принципами і правилами

Таблиця 1. Спеціалізовані виставки

Напрямок	Місце проведення	Опис
Нерухомість	SIMA (Мадрид, Іспанія)	Найбільша іспанська виставка-ярмарок нерухомості
	The Property Investor Show & OPP Live (Лондон, Великобританія)	Велика аудиторія землевласників та інвесторів з усього світу під одним дахом
Авіація, аерокосмічні технології	SAT Expo (Рим, Італія)	Європейська виставка прикладних телекомунікаційних та супутникових технологій і аерокосмічної техніки. Представлено великий спектр нових технологій
Готельно-ресторанний бізнес	HOTELYMPIA (Лондон, Великобританія)	Понад 1000 експонентів та 45000 відвідувачів. Нові контакти, доступ до сучасної інформації з питань готельно-ресторанного бізнесу
	FAFGA (Інсбрук, Австрія)	Ярмарок новинок ресторанного обладнання, нові технології обслуговування клієнтів, сервісних послуг
Транспорт, авто	Internationaler Automobil-Salon Genf (Женева, Швейцарія)	Понад сто світових прем'єр. Понад 700 тис. глядачів
Реклама, маркетинг	ProPSI (Амстердам, Нідерланди)	Виставка інноваційних технологій реклами і маркетингу в Європі
Телекомунікації	Mobile World Congress (Барселона, Іспанія)	Міжнародна виставка мобільних пристроїв, на якій збираються керівники відомих світових мобільних операторів, власники контенту, продавці мобільних пристроїв
Дизайн	COMFORTEX (Лейпциг, Німеччина)	Спеціалізований ярмарок з інноваційних технологій оформлення інтер'єру. Важливий майданчик зустрічі для професіоналів

корпоративної тревел-політики або положенням про відрядження [14].

До основних цілей здійснення ділових подорожей відносяться: проведення зустрічей і переговорів з партнерами; проведення нарад з керівництвом і колегами; інспекція роботи представництв і філій; встановлення ділових контактів; відвідування професійних заходів; навчання співробітників; звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів тощо.

Якщо визначати, яка частина світу займає топ позиції за відвідуванням бізнес-турів, то, безумовно, це буде Європа. Також у цій галузі, вона витрачає та отримує найбільше коштів [3]. Але, як не дивно, за темпами зростання ділового туризму Європа перше місце не займає. Найбільшою популярністю користуються поїздки на ділові конгреси та конференції. Західноєвропейські країни найбільш активні у діловому туризмі. Дуже багато поїздок здійснюється до Бельгії, зокрема до Брюсселя — фактичної столиці ЄС. Також у місті міститься штаб-квартира військово-політичного блоку НАТО.

На сьогодні у діловому туризмі найбільшу динаміку має конгресово-виставковий туризм. Спостерігається зростання інтересу до конференцій, нарад, симпозіумів, семінарів, де поєднуються інтереси бізнесу та науки задля розвитку. Великі конгресово-виставкові центри знаходяться у таких містах: Копенгаген, Женева, Відень, Амстердам, Барселона, Париж, Брюссель, Лондон, Страсбург, Мадрид, Вашингтон, Токіо. Окреме місце займає місто Давос у Швейцарії, оскільки там проводиться Всесвітній економічний форум. Говорячи про конгресово-виставковий туризм, не можна не згадати про спеціальні туристичні біржі та виставки. Зокрема в Європі проводиться більше двохсот міжнародних туристичних бірж та виставок. Найпопулярніша біржа Європи розташована у Берліні, де представлені туроператори, системи бронювання, готелі, культурні об'єкти та інші туристичні послуги. Також, не можна не згадати виставку у Мадриді (FITUR). Це бізнес-інструмент, який

сприяє укладанню комерційних договорів та угод. Також користується популярністю міланська Міжнародна туристична біржа. На ній рекламують проекти туристичного продукту, тематичні програми та презентують новітні технології в туристичному світі [4].

Великою популярністю користуються наступні ярмарки та виставки, які цілеспрямовано відвідують українські підприємці (табл. 1) [5].

Цікавим прикладом розвитку конгресово-виставкового туризму є таке. Якщо у 30-ті роки минулого століття щорічно проводилося не більше двохсот міжнародних конгрес-заходів, то у 90-ті роки їх кількість перевищила вісім тисяч. Цікавим є той факт, що у Великобританії близько 40% витрат фірм становить винагорода працівників у вигляді бізнес-турів [6].

Якщо охарактеризувати типового ділового туриста, то це буде чоловік середнього віку з вищою освітою, який є кваліфікованим спеціалістом або керівником бізнесу. Усе частіше бізнесмени знаходять ділових партнерів за кордоном. Подорожуючи за кордон, підприємці мають на меті не просто відвідати черговий семінар, а знайти нові можливості для свого бізнесу. Звісно, ділові люди очікують від ділових поїздок не тільки підписання нових контрактів, а й збільшення ділової активності, яку не можна було б очікувати без зміни обстановки та національної специфіки. Окрім звичайних послуг на кшталт екскурсій, туристи бажають ексклюзивні пропозиції, наприклад, поїздка до чорнобильської зони відчуження. Чимало українських фірм займається організацією ділових поїздок, хоч це й складна справа. Зростає професіоналізм, виробляється досвід, а також закріплюються міжнародні контакти. Виходячи з цього, можна прогнозувати стрімкий розвиток бізнес-туризму в Україні. Однією з тенденцій у світі бізнесу є формування спеціалізованих туристичних компаній, що займаються винятково діловими поїздками, а саме: організацією виставок, конференцій та семінарів за кордоном.

Іноземний бізнесмен, приїжджаючи до України, бажає поселитися у спеціалізованому бізнес-готелі,

Таблиця 2. Динаміка приватних подорожей і ділових поїздок в Україну за 2011–2021

Рік	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Приватні подорожі											
Млрд грн	51,419	59,079	65,832	72,659	79,62	87,242	95,313	103,844	112,987	122,784	133,43
Млрд дол.	6,271	7,063	7,744	8,391	8,903	9,463	10,122	10,812	11,533	12,288	13,091
Ланцюговий темп приросту, %		12,6	9,6	8,4	6,1	6,3	7,0	6,8	6,7	6,5	6,5
Базисний темп приросту, %		12,6	23,5	33,8	42,0	50,9	61,4	72,4	83,9	95,9	108,8
Млрд дол. США в цінах 2011 р.	6,271	6,702	7,079	7,406	7,692	7,989	8,273	8,544	8,811	9,076	9,349
Ланцюговий темп приросту, %		6,9	5,6	4,6	3,9	3,9	3,6	3,3	3,1	3,0	3,0
Базисний темп приросту, %		6,9	12,9	18,1	22,7	27,4	31,9	36,2	40,5	44,7	49,1
Ділові поїздки											
Млрд грн	23,637	28,061	33,249	38,943	45,297	51,628	57,86	64,257	71,228	78,927	87,285
Млрд дол. США	2,883	3,355	3,911	4,498	5,065	5,6	6,145	6,69	7,271	7,899	8,564
Ланцюговий темп приросту, %		16,4	16,6	15,0	12,6	10,6	9,7	8,9	8,7	8,6	8,4
Базисний темп приросту, %		16,4	35,7	56,0	75,7	94,2	113,1	132,0	152,2	174,0	197,1
Млрд дол. США в цінах 2011 р.	2,883	3,183	3,575	3,969	4,376	4,728	5,022	5,287	5,555	5,834	6,116
Ланцюговий темп приросту, %		10,4	12,3	11,0	10,3	8,0	6,2	5,3	5,1	5,0	4,8
Базисний темп приросту, %		10,4	24,0	37,7	51,8	64,0	74,2	83,4	92,7	102,4	112,1
Частка ділових поїздок від суми ділових поїздок та приватних подорожей (млрд дол. США в цінах 2011 р.), %											
Частка, %	31,5	32,2	33,6	34,9	36,3	37,2	37,8	38,2	38,7	39,1	39,5

який надає різні ділові послуги, зокрема має диверсифікований бізнес-центр. Тому існує нагальна потреба модернізації бізнес-готелів для розміщення ділових людей. Вочевидь, що з розвитком ділового туризму буде збільшуватися роль бізнес-центрів і бізнес-готелів, зростатиме попит на послуги високої категорії. Саме тому важливо зрозуміти і врахувати принципи створення модерної бізнес-інфраструктури, розробити концепції формування єдиного інформаційного простору. Необхідно мати державну політику інвестиційної привабливості розвитку бізнес-структур, задля створення комплексної системи управління діловими центрами [13].

Отже, повинен бути створений сучасний готельний ланцюг, об'єднаний єдиним брендом. Але є і певні ризики через бюрократичні процедури та фінансові збитки. За умов ринкової економіки при обмеженості фінансових ресурсів, постає питання пошуку джерел фінансування. Перспективи розвитку залежать від інвестиційної політики та законодавства країни. Ці аспекти є важливими факторами, що впливають на зовнішніх та внутрішніх інвесторів. Існує потреба у кваліфікованих кадрах для організації ділового туризму. Не просто кадрів, які здатні обслуговувати на відповідному рівні конференції, семінари тощо, а тих, хто здатен організувати корпоративні заходи. Від персоналу потребується враховувати бажання та потреби цільової групи ділових туристів.

Ефективна організація відпочинку в готельних закладах неможлива без фахівців-аніматорів. Головною проблемою для молодих спеціалістів є відсутність практичного досвіду та невміння застосовувати набуті навички на практиці. Тому в туристичній галузі організатори відпочинку повинні мати насамперед вищу освіту, досвід роботи та особисті якості. Задля підвищення кваліфікації персоналу проводяться курси, семінари, тренінги

та практикуми [12]. Створення високоефективної туристичної індустрії забезпечить соціальний та економічний розвиток областей та країни в цілому. Це сприятиме створенню нових робочих місць, масштабному залученню інвестицій. Такі процеси докорінно змінять життя громадян. Комплексний підхід до управління туристичною сферою забезпечить використання історичного, культурного і природного середовищ найоптимальнішим чином та сприятиме розбудові національної економіки. Окрім всього, Україна потребує залучення до світового інформаційного простору, підвищення авторитету та іміджу в туристичному світі, тому що за кордоном бракує інформації про нашу країну. Для цього потрібно просувати українську рекламу по всьому світі. Бізнес-туризм в Україні має розвиватися у стані української національної специфіки, певного колориту і атмосфери. За таких умов підвищиться працездатність та творча активність. Неодмінно з'явиться бажання відвідати Україну ще раз.

За повідомленням Державної прикордонної служби, до України в першому півріччі 2018 р. вїхало приблизно 6.3 млн туристів. Основним мотивом були приватні подорожі. У порівнянні з аналогічним періодом 2017 р. кількість таких подорожей зросла на 6,8 %. Водночас протягом першого півріччя, з України виїхало більше 12,5 млн туристів. Це більше як на 6 % більше, ніж у попередньому році.

Відомі вчені прогнозують, що обсяг приватних та ділових подорожей за період 2011–2021 рр. у світі збільшиться більше ніж на половину. В Україні в аналогічний період прогнозується збільшення приватних подорожей майже на половину, а ділових більш ніж в два рази [7]. Така суттєва різниця в прирості пояснюється значним потенціалом розвитку бізнес-подорожей в Україні. Табл. 2 дає змогу зрозуміти динаміку подорожей в Україну [8].

Важливим є те, що за період 2011—2021 рр. простежується значне збільшення обсягу валютних надходжень від подорожей в Україну.

В Європі, найбільш активними бізнес-туристами є німці. Щорічно понад 5 млн німців відправляються у бізнес-тури. Зокрема 3 % туристів виїжджають виключно за кордон, 21 % подорожують і в межах своєї країни і за кордон та 76 % здійснюють подорожі виключно по Німеччині [9]. Не можна не виділити, що Німеччина вважається світовою столицею міжнародних виставок та ярмарків. Там проводиться приблизно 150 усіляких ярмарок та виставок. У їх числі п'ять з десяти найбільших світових ярмарків. Туристи щороку витрачають на таких заходах 10 млрд євро. Сумарний ефект від таких заходів сягає 25 млрд євро. У Німеччині є більше 11 тисяч туристичних об'єктів. Виставково-конгресові центри забезпечують працею понад 250 тисяч людей [10].

В Україні існують деякі проблеми, які перешкоджають належному розвитку бізнес-туризму, а саме:

— застарілі методи навчання працівників туристичної сфери;

— недостатнє фінансування з боки держави;

— недостатня кількість міжнародних аеропортів;

— невідповідність якості обслуговування міжнародним стандартам;

— нерівномірність розвитку бізнес-туризму по країні;

— нестача кваліфікованого персоналу;

— недостатня кількість бізнес-номерів у готелях.

Отже, можна визначити основні пріоритети розвитку бізнес-туризму в Україні. Реалізація наступних цілей сприятиме розвитку Україні, зокрема, і у бізнес-туризмі:

— створення великої мережі міжнародних готелів;

— визначення пріоритетів інвестиційної політики;

— розвиток транспортного сполучення;

— розвиток сучасної інфраструктури для проведення заходів;

— встановлення ділових контактів з іноземними партнерами;

— підготовка висококваліфікованих працівників конференц-сервісу;

— співпраця з суб'єктами ринку ділових послуг [11; 21—24].

ВИСНОВКИ

Отже, український бізнес-туризм розвивається, а значить, може стати одним з вагомих сегментів ринку міжнародного туризму. Україні потрібно впровадити ефективну інвестиційну політику, а також вирішувати питання з комфортним розміщенням ділових туристів для того, щоб увійти на світову бізнес-арену. Проте в Україні відчувається дефіцит кваліфікованих кадрів, відсутня скоординована система просування українського туристичного продукту на світовий ринок, бракує реклами. Все більшої актуальності набуває питання фінансування. Перспективами подальших досліджень є вивчення проблем вибору стратегічних альтернатив розвитку ділового туризму в Україні як суб'єкта Європи.

Література:

1. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 344 с.

2. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. — К.: Центр літератури, 2004. — 272 с.

3. Сливенко В.А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств / В.А. Сливенко, А.О. Єрмакова // Ефективна економіка. — № 11. — 2018 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>

4. Кузик С.П. Географія туризму: навч. пос. / С.П. Кузик; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. — Київ: Знання, 2011. — 271 с.

5. Міжнародні виставки і ярмарки 2017—2018. Частина 4. Офіційний веб-сайт візового агентства "Просто віза" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://prosto-visa.com.ua/uk/articles/mizhnarodni-vystavky-yarmarky-2017-2018-chastyna-4>

6. Подчаха О.Ю. Індустрія гостинності в країнах Європи / О.Ю. Подчаха // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. — Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. — 176 с. — С. 51—53.

7. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (2019). — Режим доступу: <http://me.gov.ua/> (Доступ 20 травня 2019).

8. Максимюк М.Н. Оцінка стану та перспективи розвитку ділового туризму / М.Н. Максимюк // Культура народів Причорномор'я. — 2012. — № 234. — С. 67—70.

9. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму / Н.А. Дехтяр // Проблеми економіки. — № 1. — 2014. — С. 43—51.

10. Самостроєнко Г.М. Чимітдоржієва О.Г. Зарубіжний досвід організації ділового туризму // Економіка та держава. — Том 1. — С. 75—80.

11. Божидарнік Т.В. Міжнародний туризм [текст]: навч. посіб. / Т.В. Божидарнік, Н.В. Божидарнік, Л.В. Савош [та ін.]. — К.: "Центр учбової літератури", 2012. — 312 с.

12. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму. — К.: Слово, 2004. — 471 с.

13. Організація готельного господарства: навч. посіб. / О.М. Головка та ін. — К.: Кондор, 2012. — 338 с.

14. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Діловий_туризм

15. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. — Том 52. Вип. 39. — С. 139—143.

16. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму — К.: Слово, 2004. — 471 с.

17. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посіб. — К.: Знання, 2011. — 271 с.

18. Квартальнов В.А. Туризм: підручник. — М.: Фінанси та статистика, 2000. — 320 с.

19. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: підручник. — М.: Аспект Прес, 2004. — 185 с.

20. Чимітдоржієва, О.Г. Розвиток ділового туризму на основі неформальних систем просування територій / О.Г. Чимітдоржієва. [Електронний ресурс]. //

Управління громадськими та економічними системами. — 2009.

21. Денисенко М., Мельник А., Шацька З., Будякова О. Міжнародний досвід регулювання бізнесу // М. Денисенко, А. Мельник, З. Шацька, О. Будякова. — Дослідження та інновації: Збірник наукових статей. — Видавництво Юнони, Нью-Йорк, США. — 2019. — 200 с. — С. 55—58. — Режим доступу: <http://conferencii.com/files/archive/2019-02.pdf>

22. Денисенко М.П., Бобровник А.В. Конкурентоспроможність України на міжнародному рівні / М.П. Денисенко, А.В. Бобровник // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. — К.: Міленіум. — № 12. — 2017. — С. 4—10.

23. Денисенко М.П., Шилюк В.М. Зарубіжний досвід оцінювання ефективності діяльності підприємства та його використання у вітчизняній практиці / М.П. Денисенко, В.М. Шилюк // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку". — К.: Міленіум. — № 15. — 2018. — С. 14—25.

24. Денисенко М.П., Хаустова Є.Б. Стан та перспективи розвитку науки та освіти в Україні на поточному етапі їх реформування / М.П. Денисенко, Є.Б. Хаустова // Вчені записки університету "КРОК". — № 50. — 2018. — С. 40—57.

25. Денисенко М.П. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємства: монографія за ред. д. е. н., проф. М.П. Денисенка. — К.: ДКС центр, 2019. — 464 с.

References:

1. Putsentejlo, P.R. (2007), *Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotel'noho pidpriemnytstva* [Economy and organization of tourism and hotel business], *Tsentr uchbovoi literatury*, Kyiv, Ukraine.

2. Mal's'ka, M.P. (2004), *Osnovy turystychnoho biznesu* [Basics of tourism business], *Tsentr navchal'noi literatury*, Kyiv, Ukraine.

3. Slyvenko, V.A. and Yermakova, A.O. (2018), "Classical and modern business strategies of tourism enterprises", *Efektivna ekonomika*, vol. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 15 Sept 2019).

4. Kuzyk, S.P. (2011), *Neohrafiia turyzmu* [Tourism geography], *Znannia*, Kyiv, Ukraine.

5. Prosto-Visa (2019), "International Exhibitions and Fairs 2017-2018. Part 4", available at: <https://prosto-visa.com.ua/uk/articles/mizhnarodni-vystavkyi-yarmarky-2017-2018-chastyna-4> (Accessed 15 Sept 2019).

6. Podchakha O.Yu. (2009), "Hospitality industry in Europe", *Materialy III mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Proceedings of the Third International Scientific and Practical Conference], *ViTroPrynt, Simferopol'*, Ukraine, pp. 51—53.

7. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2019), available at: <http://me.gov.ua/> (Accessed 15 Sept 2019).

8. Maksymiuk M.N. (2012), "Assessment of the state and prospects of development of business tourism", *Kul'tura narodiv Prychornomor'ia*, vol. 234, pp. 67—70.

9. Dekhtiar N.A. (2014), "Trends in the development of the world business tourism market", *Problemy ekonomiky*, vol. 1, pp. 43—51.

10. Samostroienco, H.M. and Chymitdorzhyyeva, O.H. (2014), "Foreign experience in the organization of business tourism", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 1, pp. 75—80.

11. Bozhydarnik, T.V. Bozhydarnik, N.V. and Savosh, L.V. (2012), *Mizhnarodnyj turizm* [International tourism], "Tsentr uchbovoi literatury", Kyiv, Ukraine.

12. Fedorchenko, V.K. (2004), *Teoretychni ta metodychni zasady pidhotovky fakhivtsiv dlia sfery turizmu* [Theoretical and methodological principles of training specialists in the field of tourism], *Slovo*, Kyiv, Ukraine.

13. Holovko, O.M. (2012), *Orhanizatsiia hotel'noho hospodarstva* [Organization of the hotel industry], *Kondor*, Kyiv, Ukraine.

14. wikipedia (2019), "Business tourism", available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC (Accessed 15 Sept 2019).

15. Nikitenko, S.I. (2006), "Business tourism in Ukraine: problems and prospects for development", *Naukovipratsi*, vol. 52, no. 39, pp. 139—143.

16. Fedorchenko, V.K. (2004), *Teoretychni ta metodychni zasady pidhotovky fakhivtsiv dlia sfery turizmu* [Theoretical and methodological principles of training specialists in the field of tourism], *Slovo*, Kyiv, Ukraine.

17. Kuzyk, S.P. (2011), *Neohrafiia turyzmu* [Geography of tourism], *Znannia*, Kyiv, Ukraine.

18. Kvaral'nov, V.A. (2000), *Turyzm: pidruchnyk* [Tourism: a textbook], *Finansy ta statystyka*, Moscow, Russia.

19. Aleksandrova, A.Yu. (2004), *Mizhnarodnyj turizm* [International tourism], *Aspekt Pres*, Moscow, Russia.

20. Chymitdorzhyyeva, O.H. (2009), "Development of business tourism on the basis of informal systems of promotion of territories", available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-neformalnih-sistem-prodvizheniya-territoriy> (Accessed 15 Sept 2019).

21. Denysenko, M. Mel'nyk, A. Shats'ka, Z. and Budiakova, O. (2019), "International business regulation experience", available at: <http://conferencii.com/files/archive/2019-02.pdf> (Accessed 15 Sept 2019).

22. Denysenko, M.P. and Bobrovnyk, A.V. (2017), "Ukraine's competitiveness at the international level", *Problemy innovatsijno-investytsijnoho rozvytku*, vol. 12, pp. 4—10.

23. Denysenko, M.P. and Shyliuk, V.M. (2018), "Foreign experience in evaluating the effectiveness of the enterprise and its use in domestic practice", *Problemy innovatsijno-investytsijnoho rozvytku*, vol. 15, pp. 14—25.

24. Denysenko, M.P. and Khaustova, Ye.B. (2018), "Status and prospects of development of science and education in Ukraine at the current stage of their reform", *Vcheni zapysky universytetu "KROK"*, vol. 50, pp. 40—57.

25. Denysenko, M.P. (2019), *Stan ta tendentsii rozvytku suchasnoho pidpriemstva* [Condition and tendencies of development of modern enterprise], *DKS tsentr*, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 27.09.2019 р.