

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-2>

УДК 338.48-6:338(477.54)

РЕСУРСНА БАЗА МІЖНАРОДНОГО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ МІСТА ХАРКОВА

RESOURCE BASE OF INTERNATIONAL BUSINESS TOURISM ON THE EXAMPLE OF KHARKIV CITY

Згурська Юлія Вікторівна

здобувач освітнього ступеня «доктор філософії»,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2405-4666>

Zghurska Yuliia

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Сучасний світ стає все більш глобалізованим, охоплюючи усі галузі розвитку та життєдіяльності міст та громад, розширюючи економічні, культурні, наукові та інші зв'язки. Туризм є однією зі сфер економіки, що набуває все більшого значення в умовах глобалізації; в першу чергу це стосується ділового туризму. Проте сприйняття туризму як економічної складової все ще не є аксіомою для багатьох міст України. Задля впровадження світового досвіду у розвиток міжнародного ділового туризму необхідно дослідити теоретичні основи та практичні приклади розвитку цього окремого сектору галузі туризму. У статті розглянуто основні підходи до визначення поняття ділового туризму, чинники впливу та ресурсну базу міжнародного ділового туризму; доведено, що лише визначення цих ключових чинників та оцінка ресурсної бази сприятиме залученню існуючої інфраструктури до розвитку ділового співробітництва у містах; наведено статистичні дані щодо прогнозу відновлення світової туристичної галузі після пандемії 2020 р.

Ключові слова: міжнародний діловий туризм, ресурсна база, міжнародне співробітництво, туристична інфраструктура, міський туризм.

Современный мир становится все более глобализованным, охватывая все области развития и жизнедеятельности городов и общин, расширяя экономические, культурные, научные и другие связи. Туризм является одной из сфер экономики, приобретающей все большее значение в условиях глобализации; в первую очередь это касается делового туризма. Однако восприятие туризма как экономической составляющей все еще не является аксиомой для многих городов Украины. Для внедрения мирового опыта в развитие международного делового туризма необходимо исследовать теоретические основы и практические примеры развития этого отдельного сектора отрасли туризма. В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия делового туризма, факторы влияния и ресурсную базу международного делового туризма; доказано, что только определение ключевых факторов и оценка ресурсной базы будет способствовать привлечению существующей инфраструктуры к развитию делового сотрудничества в городах; приведены статистические данные по прогнозу восстановления мировой туристической отрасли после пандемии 2020 года.

Ключевые слова: международный деловой туризм, ресурсная база, международное сотрудничество, туристическая инфраструктура, городской туризм.

Tourism is one of the economic areas that is becoming increasingly important in the context of globalization; this primarily applies to business tourism. However, the perception of tourism as an economic component is still not an axiom for many cities in Ukraine. The article considers the main approaches to defining the concept of business tourism, factors of influence and resource base of international business tourism; proves that only the identification of these key factors and the assessment of the resource base will contribute to the involvement of the existing infrastructure in the development of business cooperation in cities; represents statistics on the forecast of recovery of the world tourism industry after the 2020 pandemic. The purpose of the article is to study the potential of urban tourism under the prospects for the international business cooperation development; the tasks are to clarify the categorical apparatus, methods and approaches to the organization of international business tourism, the factors influencing its development. The literature review includes works that focus on the analysis of terminology for practical use. Comparing the concepts that existed previously, it was found that for a relatively short period some postulates were radi-

cally revised, having introduced new areas of theoretical research of business tourism. This is because international business is undergoing daily changes, respectively, the scientific methodology is adapting. However, it should be noted that some commonly used terms in modern practice require further refinement and thorough research in combination with the practical component and analysis of national markets: in fact, the concept of «international business tourism» and methods and approaches to its organization. It is explained how Kharkiv, the city of Ukraine that is not traditionally considered a tourist destination, was able to correctly identify key influences and identify components of the international tourism resource base during the lockdown and therefore be able to support business tourism in adverse conditions while other destinations lost visitors.

Keywords: international business tourism, resource base, international cooperation, tourist infrastructure, urban tourism.

Постановка проблеми. У сучасному світі інтеграція міст до світової спільноти набуває все більшої актуальності. Інтенсифікуються ділові, культурні та наукові зв'язки між містами, регіонами та цілими країнами. Діловий туризм відіграє в цьому важливу роль. Місто Харків має потужний потенціал та інфраструктуру для розвитку цієї сфери туризму, саме тому постає питання про актуальність дослідження ресурсної бази, шляхів та методів розвитку міжнародного ділового туризму.

Планування та проведення міжнародних заходів на рівні представництв органів місцевого самоврядування передбачає перш за все оцінювання ресурсної бази та потенціалу міста для організації ділових заходів, вивчення теоретико-методичних та практичних аспектів розвитку міжнародного ділового туризму та засноване на його результатах розроблення рекомендацій з покращення рекреаційної інфраструктури та методики формування позитивного міжнародного іміджу міста. Проте, не існує чіткого розуміння поняття ділового туризму, а усталений категоріальний апарат не пристосований до сучасного різноманіття форм ділового співробітництва, у деяких джерелах обмежуючись термінологією MICE. Також часто окремо не виділяється проблематика досліджень потенціалу локацій для ділових подієвих заходів та їх класифікації, не уточнюється, за якими критеріями потрібно оцінювати звичайні рекреаційні території, а за якими – великі промислові міста та мегаполіси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років теоретико-методологічні аспекти забезпечення розвитку ділового туризму активно досліджують як українські, так і зарубіжні вчені. Оскільки туристична галузь охоплює різні сфери життєдіяльності та науки, серед авторів робіт можна зустріти різних фахівців, які так чи інакше зосереджують увагу на питаннях міжнародного ділового співробітництва. Це економісти, географи, історики, політологи, туризмознавці, соціологи тощо.

Значний внесок у дослідження ділового туризму зробили такі українські вчені і практики: І. Андренко [1], О. Бейдик [2], О. Бордун [3], В. Грабарчук, Н. Дехтяр [4–5], І. Пандяк [6], Н. Титова [7]. Питанням визначення поняття ділового туризму займалися такі зарубіжні науковці, як: Д. Маркес, Н. Сантос [8], К. Хейвен-Танг, Е. Джонс [9], Е. Алькальде Пеналвер, А. Сантамарія Урбіета [10] та ін. Зрозуміло, цей перелік є неповним, ми обирали роботи, де основна увага приділялася аналізу термінології з метою практичного використання. Цікаво порівняти концепції, що існували у різні роки – за відносно нетривалий період у 20-30 років, деякі постулати було кардинально переглянуті, запроваджені нові напрями – як-от М. Годових та А. Тасці [11] розглядають концепцію сприйняття продукту споживачами через призму різних видів туризму, у тому числі ділового. Це цілком логічно, адже міжнародний бізнес щоденно зазнає змін, відповідно видозмінюється наукова методологія. Проте варто зазначити, що деякі загальноновживані у сучасній практиці терміни потребують подальшого уточнення та ґрунтовних досліджень у поєднанні з практично складовою і аналізом кон'юнктури національних ринків: власне, поняття «міжнародний діловий туризм» і методи та підходи до його організації.

Метою статті є вивчення потенціалу міського туризму з огляду на перспективи розвитку міжнародного ділового співробітництва. Проаналізувавши актуальні тенденції розвитку міжнародного ділового туризму на основі зазначених літературних джерел, можемо зробити висновок, що він є одним з найперспективніших видів туризму, тому завданнями представленого дослідження є уточнення категоріального апарату, методів та підходів до організації міжнародного ділового туризму, чинників, що впливають на його розвиток.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки розвиток міжнародного ділового туризму неможливо відокремити від

тотожного поняття, потрібно спочатку дослідити притаманні йому особливості й функції. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), діловий туризм – це подорож для участі у певному заході чи відвідування події, пов'язаної з діловим інтересом, а діловий відвідувач – це відвідувач, головна мета подорожі якого є діловою чи професійною [12].

Основою ділового туризму у традиційній моделі є міжнародні конгреси, симпозиуми, семінари, виставки та інші заходи (так звана індустрія MICE – від англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Але за останні 10-15 років перелік

заходів значно розширився, і традиційна класифікація вже не охоплює багато підвидів ділового туризму. Сьогодні останній відноситься до найбільш перспективних видів туризму та є основним сегментом ринку гостинності у «не туристичних» зонах, до яких відносяться у тому числі й великі міста – як-от Харків та деякі інші міста України. Стандартних рекомендацій з покращення існуючої туристичної інфраструктури та опрацювання методики формування позитивного міжнародного іміджу міста часто буває замало, оскільки вони розроблялися перш за все для використання культурно-історичного,

Таблиця 1

Визначення поняття «діловий туризм»

Автор	Визначення
United Nations World Tourism Organization (UNWTO) [12]	подорож для участі у заході чи відвідування події, пов'язаної з діловим інтересом
International Congress and Convention Association (ICCA) [14]	надання послуг мільйонам делегатів, які щорічно відвідують збори, конгреси, виставки, ділові заходи, заохочувальні поїздки та об'єкти корпоративної гостинності
J. Marques, N. Santos [8]	діяльність та допоміжні послуги, притаманні туризму, та різноманітні заходи чи зустрічі, що проводяться у дестинації
C. Haven-Tang, E. Jones, C. Webb [9]	високоприбутковий, але конкурентоспроможний сектор туристичної галузі, що стимулював багато дестинацій до реалізації стратегій та інвестування в розвиток інфраструктури та людських ресурсів
E. Alcalde Penalver, A Santamaría Urbieto [10]	галузь туризму, яка включає діяльність з ведення ділових операцій із професіоналами з різних країн. Може розвиватися у багатьох різних формах, таких як зустрічі, конференції, конгреси, конвеншн чи ярмарки
О. Бейдик [2]	подорожі, метою яких є участь у конференціях, конгресах і, як правило, це подорожі спеціалізованих груп однорідного професійного складу (в основному за рахунок підприємства)
О. Бордун [3]	1) поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес, називаючись «бізнес-поїздками»; 2) величезний сектор поїздок, що здійснюють з найрізноманітнішими діловими цілями
В. Грабарчук, Н. Дехтяр [4]	один із найбільших сегментів світової туристичної галузі, що характеризується особливими вимогами до організації подорожей, сформованим профілем споживачів, тривалим впливом на функціонування національної економіки та підвищеними вимогами до наявних ресурсів, інфраструктури транспорту та зв'язку; самостійна сфера діяльності, що має першочергове значення для стимулювання економічного розвитку країни чи її окремих регіонів
Н. Титова [7]	поїздки (відрядження) співробітників компаній (організацій) з діловими цілями, або організація корпоративних заходів; один із найперспективніших напрямів сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається
І. Андренко [1]	подорожі із службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування
І. Пандяк [6]	новітнє явище в сегменті туристичного розвитку світової економіки, що виникло в 70-х рр. ХХ ст. у Європі; охоплює поїздки, зумовлені професійною діяльністю і пов'язані з діловими зустрічами, конференціями, стажуванням та ін.

а не промислово-дослідницького потенціалу, і часто призводили у межах країни до необґрунтованої конкуренції. Але Харкову вдалося винайти свою власну нішу, і це саме діловий туризм (згадаємо Стратегію розвитку туризму в місті Харкові, затверджену ще 23.09.2015 р.) [13]. Автор безпосередньо входила до команди розробників даного документу, і вже тоді постало питання несуперечливого використання термінології – теоретична база не завжди відповідає реальним потребам.

Основні визначення поняття «діловий туризм» наведено у табл. 1.

З таблиці видно, що наразі немає однозначного визначення поняття «діловий туризм». Більшість дослідників, у тому числі зарубіжних, визначають це поняття як туристичну поїздку або галузь туризму, мотивовану діловою метою та реалізацією бізнес-інтересів. Тлумачення поняття «діловий туризм» наразі перебуває у стадії формування та, на наш погляд, залежить, у тому числі, від загальної класифікації туризму. У той же час науковці погоджуються, що сьогодні діловий туризм є одним з найперспективніших сегментів галузі.

На рис. 1 наведено перелік ключових факторів, що на думку автора, найбільшим чином впливають на розвиток міжнародного ділового туризму.

На нашу думку, головним чинником є ресурсна база міжнародного ділового туризму. У науковому розумінні поняття «ресурсна база» наразі потребує визначення, як власне і структурні елементи ресурсної бази для різних галузей економіки. Схематично ресурсна база міжнародного ділового туризму для міста Харкова представлена на рис. 2.

Стратегія розвитку туризму міста Харкова, затверджена Харківською міською радою (рішення сесії від 23.09.2015 № 2045/15), визначає 5 основних туристичних тем (виділені на основі попередніх кон'юнктурних досліджень та опитуваннях експертів): 1. Місто історичної спадщини; 2. Інтелектуальний центр, місто науки та інновацій; 3. Сучасне місто, місто молоді та розваг (за рахунок великої кількості студентів); 4. Місто сімейних розваг європейського рівня; 5. Діловий центр.

Зважаючи на значний науковий і промисловий потенціал, діловий туризм можна вважати основним туристичним сектором Харкова на тривалу перспективу. Проте, для перетворення міста в центр ділового туризму необхідно вирішити багато завдань, в першу чергу, пов'язаних з координацією роботи всіх учасників туристичної галузі. Діловий туризм вважається пріоритетним для міста Харкова і у найближчі роки, оскільки він пов'язаний з наявністю в місті центрів адміністративного та бізнес-управління. Наразі, у світі зростає (поки в онлайн форматах) інтерес до симпозиумів, конференцій, нарад, семінарів, де поєднуються інтереси вчених і бізнесменів, зацікавлених в отриманні нових ідей та їх впровадженні в практику. Проте, обмеження подорожей через пандемію вносить свої корективи, що стає випробуванням для розвитку міжнародного співробітництва і туризму.

Так, різні профільні авторитетні організації (UNWTO; Європейська туристична компанія ETC, Світова Федерація туристичних міст WTCF) надають статистичні дані щодо туристичних потоків, доходів та втрат у сфері туризму, а також щодо перспектив розви-

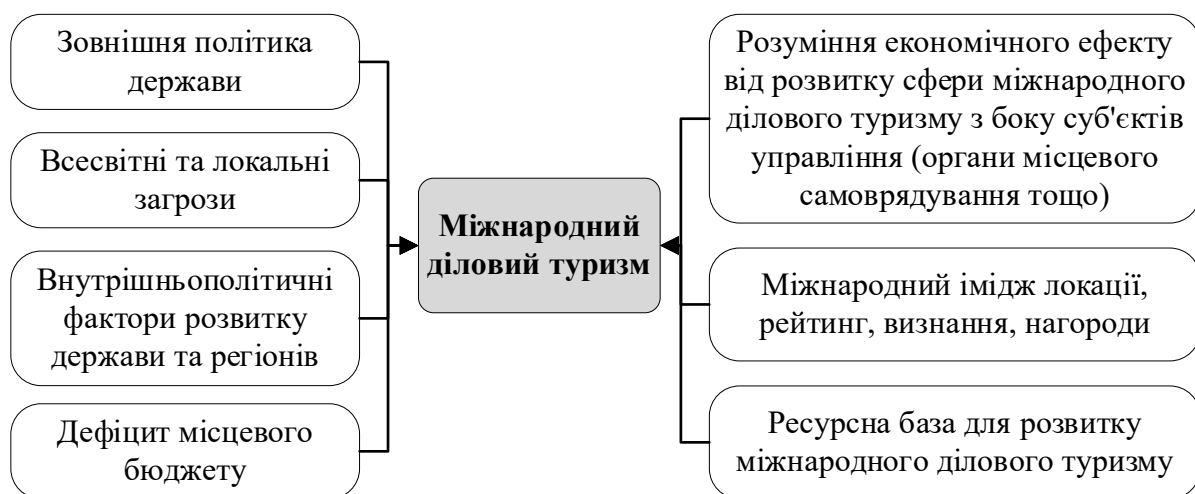


Рис. 1. Чинники розвитку міжнародного ділового туризму

Джерело: розроблено автором



Рис. 2. Ресурсна база міжнародного ділового туризму

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Перспективи відновлення туризму за даними профільних організацій

Організація	Критерій
<i>Збитки у сфері туризму в глобальному масштабі у зв'язку із пандемією COVID-19</i>	
UNWTO	Кількість туристів, що прибувають по міжнародних напрямках: – 1,5 млрд. осіб у 2019 р.; – 380 млн. осіб у 2020 р. (падіння на 74%). Витрати іноземних відвідувачів: – 1466 млрд. дол. США у 2019 р. – 536 млрд. дол. США у 2020 р. (третина від показника минулого року). Доходи від міжнародного туризму: – приблизно 1.5 трлн. дол. США у 2019 р.; – приблизно 570 млрд. дол. США у 2020 р. (падіння на 930 млрд. дол. США, що становить 36% показника минулого року)
ETC	Кількість туристів, що прибувають до Європи: – 746 млн. у 2019 р.; – 236 млн. у 2020 р. (падіння на 70%) Витрати іноземних відвідувачів у Європі: – 572 млрд. дол. США у 2019 р.; – 236 млрд. дол. США у 2020 р. (падіння на 60%)
WTCF	Кількість туристів, що прибувають по міжнародних напрямках: – 1.5 млрд. осіб у 2019 р.; – 487 млн. у 2020 р. (падіння на 65,2%) Доходи від міжнародного туризму: – 1.79 трлн. дол. США у 2019 р.; – 0,56 трлн. дол. США у 2020 р. (падіння на 68,7%)
<i>Перспективи розвитку після пандемії</i>	
UNWTO	60% експертів вказують на відновлення у 2022 р. Інші 40% бачать потенційне відновлення у 2021 р., переважно протягом другого півріччя. Очікується, що галузі міжнародного туризму знадобиться від 2,5 до 4 років, щоб досягнути рівня 2019 р.
ETC	Поступове відновлення у Європі можливе у другій половині 2021 р. Кількість туристів, що прибувають до Європи, досягне рівня 2019 р. до 2023–2024 рр. Подорожі у межах країн перебування у Європі досягнуть рівня 2019 р. у 2022 р.
WTCF	Кількість туристів, що прибуватимуть за міжнародними напрямками, досягне 968 мільйонів осіб у 2021 р. – приріст у 69,3% від рівня 2019 р. (1.5 млрд. осіб). Доходи від міжнародного туризму досягнуть 1,27 трлн дол. США у 2021 р., або 70,7% від рівня в 2019 р. (1.79 трлн. дол. США).

Джерело: сформовано автором на основі джерел [14–23]

тку сфери після пандемії. Відповідні дані ми можемо побачити у табл. 2. На думку експертів, об'єм подорожей досягне рівня 2019 р., за середніми підрахунками, у 2023 р.

Але місто не може втрачати час та темпи розвитку сфери туризму до визначеного експертами 2023 року, а власне завдяки синтезу двох складових, таких, як міжнародне співробітництво та туризм, можна не лише не втратити, а навіть розширити діяльність. Одним з рішень щодо розвитку міжнародного ділового туризму в місті Харкові під час «закритих» кордонів було, наприклад, залучення до участі у міжнародних заходах тих міжнародних партнерів, які територіально розташовані в Харкові та в Україні (що виявилось ключовим чинником впливу на розвиток ділового туризму).

За час пандемії у 2020 р. впроваджено в практику проведення ділових заходів за участі іноземних дипломатичних представництв, почесних консульств, представництв міжнародних організацій, діаспор тощо, підписано низку меморандумів між Харківською міською радою та посольствами іноземних держав в Україні, що дає можливість позиціонувати Харків, як місто з активною міжнародною діяльністю задля подальшого залучення іноземних партнерів, інвесторів, туристів.

Адже довіра іноземних громадян до своїх дипломатичних представництв за кордоном інколи набагато вища, ніж до ЗМІ і особливо інформації, що поширюється у мережі Інтернет та у соціальних мережах.

Досить активно наразі практикується проведення офіційних візитів посольських делегацій до міста Харкова з метою встановлення нових та зміцнення існуючих контактів, робота щодо пошуку та упровадження грантових проєктів, в рамках реалізації яких місто відвідують іноземні учасники, проведення спільних заходів на базі нещодавно створеного Харківського дипломатичного клубу та ін.

Висновки. Міжнародний діловий туризм є сьогодні вкрай вразливою галуззю, проте, визначивши ключові чинники впливу та складові ресурсної бази, можна розробити план дій щодо залучення існуючої інфраструктури до проведення міжнародних ділових заходів. Навіть в умовах пандемії, загрози можуть бути використані як можливості для знаходження нових форм співробітництва та розвитку. Для міста Харкова ключовим чинником розвитку виявилось територіальне розташування дипломатичних представництв та місій іноземних установ, а також наявність потужної договірної бази та досвіду ділового співробітництва минулих років.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андренко І. Б. Діловий туризм : навч. посібник. Харків : ХНУМГ, 2014. 165 с.
2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 130 с.
3. Бордун О. Розвиток індустрії зустрічей міста Львова. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2014. Вип. 34. С. 21–32.
4. Грабарчук В. С., Дехтярь Н. А. Задачі розвитку делового туризму в Україні. *Бизнес-Информ*. 2015. № 4. С. 149–156.
5. Дехтярь Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51.
6. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2007. Вип. 34. С. 183–188.
7. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67–74.
8. Marques J., Santos N. Tourism development strategies for business tourism destinations: Case study in the central region of Portugal. *Tourism*. 2017. Vol. 65. No. 4. P. 437–449.
9. Haven-Tang C., Jones E., Webb C. Critical Success Factors for Business Tourism Destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2007. Vol. 22. Issue 3–4. P. 109–120. DOI: <https://doi.org/10.4102/ac.v17i1.423>
10. Alcalde Penalver E., Santamaría Urbieta A. *Translation and Communication in the Promotion of Business Tourism: Emerging Research and Opportunities*. Hershey, PA : Business Science Reference, 2020. 186 p. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0142-9>
11. Godovykh M., Tasci A. D. A. Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*. 2020. Vol. 35. P. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100694>
12. Glossary of Tourism Terms. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата звернення: 10.08.2021).

13. Стратегія розвитку туризму в місті Харкові / Офіційний сайт Харківської міської ради. URL: <https://doc.city.kharkov.ua/uk/profile/document/view/id/643788> (дата звернення: 21.07.2021).
14. International Congress and Convention Association. URL: <https://www.iccaworld.org> (дата звернення: 10.08.2021).
15. World Tourism Barometer. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (дата звернення: 21.07.2021).
16. How COVID-19 is Changing the World: a Statistical Perspective. Committee for the Coordination of Statistical Activities. UNWTO. 2021. Vol. III. P. 28-29. URL: https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa_vol3.pdf (дата звернення: 21.07.2021).
17. ETC'S Response to COVID-19. ETC. URL: <https://etc-corporate.org/covid-19/> (дата звернення: 21.07.2021).
18. 2020 Marks the Worst Year for International Arrivals to EUROPE in over 30 Years. ETC. February 11, 2021. URL: https://etc-corporate.org/uploads/2021/02/Press-release_ETC-Q4-Report-2020_fin.pdf (дата звернення: 21.07.2021).
19. European Tourism 2020 – Trends & Prospects (Q4/2020). ETC. Feb. 2021. URL: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2020-trends-prospects-q4-2020/> (дата звернення: 21.07.2021).
20. European Tourism 2021 – Trends & Prospects (Q2/2021). ETC. Jul. 2021. URL: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2021-trends-prospects-q2-2021/> (дата звернення: 21.07.2021).
21. The Report on World Tourism Economy Trends. WTTC. P. 4-7. March 12, 2021. URL: <https://en.wtcf.org.cn/20210312/eb10a74f-2ae9-40d9-a9b9-1696f9481dd1.html> (дата звернення: 22.07.2021).
22. International Tourism Growth Continues to Outpace the Global Economy. Jan. 20, 2020. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (дата звернення: 23.07.2021).
23. Global and Regional Tourism Performance. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 26.07.2021).

REFERENCES:

1. Andrenko, I. B. (2014) *Dilovyi turizm* [Business tourism]: navch. posibnyk [a tutorial]. Kharkiv: KhNUMH, 165 p. (in Ukrainian)
2. Beidyk, O. O. (1997) *Slovnnyk-dovidnyk z heohrafii turyzmu, rekreolohii ta rekreatsiinoi heohrafii* [Dictionary-reference book on the geography of tourism, recreation and recreational geography]. Kyiv: Palitra, 130 p. (in Ukrainian)
3. Bordun, O. (2014) Rozvytok industrii zustrichei mista Lvova [Development of Lviv's meeting industry]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny»*, issue 34, pp. 21–32. (in Ukrainian)
4. Hrabarchuk, V. S., Dekhtyar, N. A. (2015) Zadachy rozvytyia delovoho turyzma v Ukrainy [Tasks of business tourism development in Ukraine]. *Business Inform*, no. 4, pp. 149–156.
5. Dekhtyar, N. A. (2014) Tendentsii rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu [Tendencies of development of the world market of business tourism]. *Problemy ekonomiky*, no. 1, pp. 43–51.
6. Pandiak, I. (2007) Suchasnyi stan ta problemy rozvytku infrastruktury dilovoho turyzmu v Ukraini [Current state and problems of business tourism infrastructure development in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya heohrafichna*, issue 34, pp. 183–188.
7. Tytova, N. V. (2013) Dilovyi turizm v Ukraini: osnovni problemy rozvytku ta shliakhy yikhnoho vyrishennia [Business tourism in Ukraine: the main problems of development and ways to solve them]. *Ekonomika i menedzhment kultury*, no. 1, pp. 67–74.
8. Marques, J., & Santos, N. (2017) Tourism development strategies for business tourism destinations: Case study in the central region of Portugal. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, vol. 65, no. 4, pp. 437–449.
9. Haven-Tang, C., Jones, E., & Webb, C. (2007) Critical Success Factors for Business Tourism Destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 22, issue 3–4, pp. 109–120. DOI: <https://doi.org/10.4102/ac.v17i1.423>
10. Alcalde Penalver, E., & Santamaría Urbieto, A. (2020) *Translation and Communication in the Promotion of Business Tourism: Emerging Research and Opportunities*. Hershey, PA: Business Science Reference. 186 p. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0142-9>
11. Godovykh, M., & Tasci, A. D. A. (2020) Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, vol. 35, pp. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100694>
12. Glossary of Tourism Terms. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (accessed 10 August 2021).
13. Stratehiia rozvytku turyzmu v misti Kharkovi / Ofitsiyni sait Kharkivskoi miskoi rady [Tourism development strategy in Kharkiv / Official site of Kharkiv city council]. Available at: <https://doc.city.kharkov.ua/uk/profile/document/view/id/643788> (accessed 21 July 2021).

14. International Congress and Convention Association. Available at: <https://www.iccaworld.org> (accessed 10 August 2021).
15. World Tourism Barometer. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (accessed 21 July 2021).
16. How COVID-19 is Changing the World: a Statistical Perspective. Committee for the Coordination of Statistical Activities. UNWTO. 2021. Vol. III. P. 28–29. Available at: https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa_vol3.pdf (accessed 21 July 2021).
17. ETC'S Response to COVID-19. ETC. Available at: <https://etc-corporate.org/covid-19/> (accessed 21 July 2021).
18. 2020 Marks the Worst Year for International Arrivals to EUROPE in over 30 Years. ETC. February 11, 2021. Available at: https://etc-corporate.org/uploads/2021/02/Press-release_ETC-Q4-Report-2020_fin.pdf (accessed 21 July 2021).
19. European Tourism 2020 – Trends & Prospects (Q4/2020). ETC. Feb. 2021. Available at: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2020-trends-prospects-q4-2020/> (accessed 21 July 2021).
20. European Tourism 2021 – Trends & Prospects (Q2/2021). ETC. Jul. 2021. Available at: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2021-trends-prospects-q2-2021/> (accessed 21 July 2021).
21. The Report on World Tourism Economy Trends. WTCF. P. 4-7. March 12, 2021. Available at: <https://en.wtcf.org.cn/20210312/eb10a74f-2ae9-40d9-a9b9-1696f9481dd1.html> (accessed 22 July 2021).
22. International Tourism Growth Continues to Outpace the Global Economy. Jan. 20, 2020. Available at: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (accessed 23 July 2021).
23. Global and Regional Tourism Performance. UNWTO. Available at: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (accessed 26 July 2021).