

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4263/2024-3-2>

Калапуша Л.О.

аспірант

Приватного вищого навчального закладу

“Київський університет культури”

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3454-1363>

Kalapusha Leonid

Postgraduate Student

Private Higher Educational Institution

“Kyiv University of Culture”

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ГОТЕЛІВ У СФЕРІ БІЗНЕС-ТУРИЗМУ: АНАЛІЗ УСПІШНИХ КЕЙСІВ

INNOVATIVE STRATEGIES FOR HOTELS IN THE FIELD OF BUSINESS TOURISM: ANALYSIS OF SUCCESSFUL CASES

АНОТАЦІЯ

Стаття досліджує впровадження інноваційних проєктів у готельному бізнесі в умовах кризи через пандемію COVID-19 і воєнний стан в Україні, аналізуючи розвиток галузі у 2021–2024 роках і демонструючи потенціал для інновацій. Вона також схематично описує процес впровадження проєктів та розглядає стратегії для бізнес-туризму. Інновації є ключовою рисою сучасної економіки, особливо в умовах кризи. Глобалізація ринків та необхідність постійного оновлення підкреслюють важливість інноваційних технологій у готельному бізнесі, де завданням є залучення та утримання клієнтів, що вимагає модернізації технологій і економії ресурсів. Індустрія туризму забезпечує комфортні подорожі завдяки засобам розміщення з послугами. В умовах високої конкуренції готелям потрібно впроваджувати інновації в обслуговуванні та пропонувати нові послуги, що вимагає ефективної інноваційної політики та стратегії розвитку. Бізнес у сфері гостинності шукає нові шляхи підвищення привабливості та доступності через ресурсні, маркетингові, продуктові та організаційні інновації. Недооцінка інновацій призводить до зниження конкурентоспроможності українських готелів, тоді як інновації допомагають займати лідируючі позиції та відповідати світовим стандартам. Ринок туристичної індустрії залежить від зовнішніх факторів, таких як модні тенденції, новітні досягнення, науково-технічний прогрес, настрої резидентів і туристів, а також національна політика. Для успіху в сфері гостинності суб'єкти господарювання повинні швидко впроваджувати інновації та технології відповідно до ринкових тенденцій. Кризові процеси, такі як пандемія COVID-19 та воєнні конфлікти, суттєво вплинули на туризм і готельний бізнес. В Україні найбільші руйнування спричинила військова агресія Росії, яка зупинила туристичну діяльність і знищила готелі в прифронтових зонах. Готелі у великих містах постраждали від ракетних ударів. Більшість готелів на сході та в центрі України припинили роботу на початку агресії. З літа 2022 року деякі готелі та туристичні підприємства поступово відновлюються. Поступальний розвиток туристичного та готельного бізнесу і підвищення його конкурентоспроможності забезпечуються інноваціями. Тому необхідно детально вивчати процеси впровадження та реалізації інноваційних проєктів як передумови ефективного зростання цього сектора економіки. Інтеграція технології віртуальної реальності (VR) зробила революцію в обслуговуванні бізнес-туристів, пропонуючи віртуальні тури. Хоча використання VR в туризмі все ще розвивається, воно має великий потенціал для підвищення залученості та задоволеності клієнтів.

Ключові слова: готель, діловий туризм, тенденції розвитку, ресурси розвитку в Україні, різновиди ділового туризму.

ANNOTATION

The article examines the implementation of innovative projects in the hotel business in the context of the crisis due to the COVID-19

pandemic and martial law in Ukraine, analyzing the development of the industry in 2021–2024 and demonstrating the potential for innovation. It also schematically describes the project implementation process and considers strategies for business tourism. Innovation is a key feature of the modern economy, especially in times of crisis. The globalization of markets and the need for constant updating emphasize the importance of innovative technologies in the hotel business, where the task is to attract and retain customers, which requires the modernization of technologies and the saving of resources. The tourism industry provides comfortable travel thanks to accommodation facilities with services. In the conditions of high competition, hotels need to innovate in service and offer new services, which requires an effective innovation policy and development strategy. The hospitality business is looking for new ways to increase attractiveness and accessibility through resource, marketing, product and organizational innovations. The underestimation of innovations leads to a decrease in the competitiveness of Ukrainian hotels, while innovations help them take leading positions and meet world standards. The tourism industry market depends on external factors, such as fashion trends, the latest achievements, scientific and technical progress, the mood of residents and tourists, as well as national politics. To succeed in the hospitality industry, business entities must rapidly innovate and implement technology in line with market trends. Crisis processes, such as the COVID-19 pandemic and military conflicts, have significantly affected tourism and the hotel business. In Ukraine, the greatest destruction was caused by Russia's military aggression, which stopped tourist activity and destroyed hotels in the front-line zones. Hotels in major cities were damaged by rocket attacks. Most of the hotels in the east and center of Ukraine stopped working at the beginning of the aggression. From the summer of 2022, some hotels and tourist enterprises are gradually recovering. The progressive development of the tourist and hotel business and the improvement of its competitiveness are ensured by innovations. Therefore, it is necessary to study in detail the processes of implementation and implementation of innovative projects as prerequisites for the effective growth of this sector of the economy. The integration of virtual reality (VR) technology has revolutionized the way business travelers are served by offering virtual tours. Although the use of VR in tourism is still developing, it has great potential to increase customer engagement and satisfaction.

Keywords: hotel, business tourism, development trends, development resources in Ukraine, types of business tourism.

Постановка проблеми. Головна проблема полягає у визначенні та реалізації ефективних інноваційних стратегій, що дозволять готелям залучати та утримувати бізнес-туристів. Незважаючи на те, що багато готелів вже впровадили

певні новаторські підходи, не всі з них є успішними або відповідними до поточних умов ринку. Тому необхідно дослідити успішні кейси та визначити основні чинники їх успіху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впровадження інновацій і новітніх технологій у готельний бізнес є актуальною темою для наукових досліджень. За останні три роки було опубліковано ряд робіт на цю тему. Наприклад, у дослідженні В. Джинджоян, Т. Тесленко, К. Горб [3] розглянуто найпопулярніші інноваційні технології в готельному бізнесі і виявлено їх ключові переваги [3]. Є. Гамолко, обґрунтував основні інструменти інноваційних технологій, необхідних для ефективного управління готельним бізнесом, а також проаналізували інновації, які вплинуть на індустрію гостинності в найближчому майбутньому [4]. Я. Москвяк вивчав Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України [5]. В. Лагодієнко дослідив основні фактори, які найбільше впливають на сучасний стан і управління готельними підприємствами [7]. О. Суценко, Ю. Гурська проаналізували концептуальні засади організації та розвитку міжнародного ділового туризму в Україні [10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Внаслідок воєнних дій та швидкого розвитку інноваційних технологій виникає нагальна потреба в систематичних дослідженнях цієї проблеми. Особливо важливо детально розглянути процеси впровадження нових технологій та оцінювання їх ефективності для готелів у сфері бізнес-туризму.

Постановка завдання. Метою цієї статті є систематичне вивчення інноваційних стратегій готелів у секторі ділового туризму, зосереджуючись на аналізі успішних кейсів. У роботі розглядається, як військові дії та стрімкий розвиток інноваційних технологій вплинули на цей сектор. Основна увага приділяється процесу впровадження нових технологій та оцінці їхньої ефективності, що є особливо актуальним у контексті поточних викликів і змін у бізнес-середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі бізнес-туризм стає все більш важливою галуззю, адже подорожі для ведення справ та участі у конференціях стають дедалі

поширенішими. Готелі, які прагнуть залучити та утримати клієнтів з цього сегмента, повинні йти в ногу з часом та пропонувати інноваційні рішення.

Однією з головних проблем, з якими стикаються готелі в сфері ділового туризму, є сезонність і коливання попиту, властиві цьому сектору. На моделі ділових поїздок часто впливають економічні умови, події в галузі та сезонні тенденції, що призводить до коливання попиту на розміщення в готелях [1]. Наприклад, у готелях, розташованих у містах, де проводяться великі ділові конференції, може спостерігатися сплеск бронювань під час пікового сезону конференцій, але може бути важко заповнювати номери в періоди, що не є піковими.

Ця непередбачуваність попиту ставить перед готелями проблему з точки зору прогнозування доходів і управління ресурсами. Крім того, зростаюча конкуренція з боку альтернативних закладів розміщення, таких як квартири з обслуговуванням, Airbnb і корпоративне житло, ще більше посилює проблеми, з якими стикаються традиційні готелі в залученні ділових мандрівників (табл. 1).

З таблиці 1 можна зробити висновок, що динаміка завантаження готелів у 2021–2023 роках значно відрізнялася залежно від міста, типу конференції та сезону:

У містах, де проводяться великі ділові конференції, спостерігається сплеск бронювань під час пікового сезону конференцій. Наприклад, під час IT – форуму в м.Києві всі номери в готелях міста зайняті, ціни на проживання значно вищі.

В непіковий сезон завантаження готелів значно нижче. Наприклад, в готелях м. Львова в лютому заповнення номерів становить лише 70 %, а ціни на номери вище середніх.

Сезонність також впливає на динаміку завантаження. Наприклад, в м. Одесі влітку багату туристів, тому готелі заповнені.

Зростаюча конкуренція з боку альтернативних закладів розміщення, таких як квартири з обслуговування, корпоративне житло, ще більше посилює проблеми, з якими стикаються традиційні готелі в залученні ділових мандрівників [2; 4].

Такі альтернативні варіанти часто пропонують конкурентоспроможні ціни, більш просторе

Таблиця 1

Динаміка завантаження готелів у 2021–2023 роках

Місто	Тип конференції	Піковий сезон	Непіковий сезон	Завантаження	Приклад
Київ	IT-форум	Квітень-травень	Вересень-жовтень	90 %	Під час форуму всі номери в готелях міста зайняті, ціни на проживання значно вищі.
Львів	Форум з логістики	Жовтень	Лютий	70 %	В піковий сезон конференції готелі заповнені на 70 %, ціни на номери вище середніх.
Одеса	Чорноморський економічний форум	Травень	Листопад	85 %	Під час форуму в готелях міста спостерігається сплеск бронювань, ціни на проживання значно вищі.

Джерело: створено автором на основі [1]

житло та домашнє середовище, що створює загрозу частці ринку готелів у бізнес-туризмі. Крім того, зростання операційних витрат, включаючи витрати на оплату праці, комунальні послуги та витрати на технічне обслуговування, чинить тиск на рентабельність готелів, особливо на конкурентному ринку, де туристи дуже чутливі до ціни [8].

Незважаючи на труднощі, готелі в секторі туризму мають можливості виділитися та підвищити свою конкурентоспроможність. Однією з ключових можливостей є налаштування послуг відповідно до конкретних потреб представників бізнес-туризму (рис. 1).

Дослідження показують, що готелі, які інвестують в налаштування послуг відповідно до потреб ділових мандрівників, можуть отримати значну віддачу від інвестицій. Наприклад, дослідження компанії Deloitte показало, що ділові мандрівники готові платити на 10–15 % більше за номери в готелях, які пропонують послуги, що відповідають їхнім потребам [5].

Ділові гості часто віддають перевагу ефективності, зручності та індивідуальному досвіду, що спонукає готелі відповідно адаптувати свої послуги. Наприклад, послуги експрес-реєстрації

заїзду/виїзду, бізнес-центри, приміщення для проведення засідань і безкоштовний високошвидкісний Інтернет можуть сподобатися діловим мандрівникам, які прагнуть безперебійного та продуктивного відпочинку (табл. 2).

Протягом 2021–2023 років спостерігається зростання наявності послуг для ділових мандрівників як в готелях України, так і в готелях світу. Це свідчить про те, що готелі все більше усвідомлюють важливість цих послуг для залучення та утримання ділових мандрівників.

Дослідження показують, що наявність послуг, таких як експрес-реєстрація заїзду/виїзду, бізнес-центри, приміщення для проведення засідань і безкоштовний високошвидкісний Інтернет, може мати значний позитивний вплив на задоволеність клієнтів, доходи та лояльність [7].

Крім того, інтеграція технологій надає готелям можливості покращити враження від гостей та покращити операційну ефективність. Впровадження мобільних додатків для реєстрації, систем автоматизації в номерах і персоналізованих комунікаційних платформ може покращити загальний досвід гостей і оптимізувати роботу готелю (рис. 2).



Рис. 1. Стратегії для готелів в секторі ділового туризму

Джерело: створено автором на основі [1]

Таблиця 2

Динаміка наявності послуг для ділових мандрівників в готелях України та світу (2021–2023)

Послуга	Готелі України (2021)	Готелі України (2023)	Готелі світу (2021)	Готелі світу (2023)	Ефективність
Експрес-реєстрація заїзду/виїзду	51,2 %	65,4 %	72,4 %	81,3 %	Збільшує задоволеність клієнтів на 10–15 %
Бізнес-центри	30,1 %	41,4 %	48,7 %	60,4 %	Збільшує доходи від ділових мандрівників на 5–10 %
Приміщення для проведення засідань	21,4 %	30,8 %	38,1 %	51,4 %	Збільшує кількість бронювань на 10–15 %
Безкоштовний високошвидкісний Інтернет	92,3 %	95,1 %	95,3 %	99,1 %	Збільшує лояльність клієнтів на 5–10 %

Джерело: створено автором на основі [3]

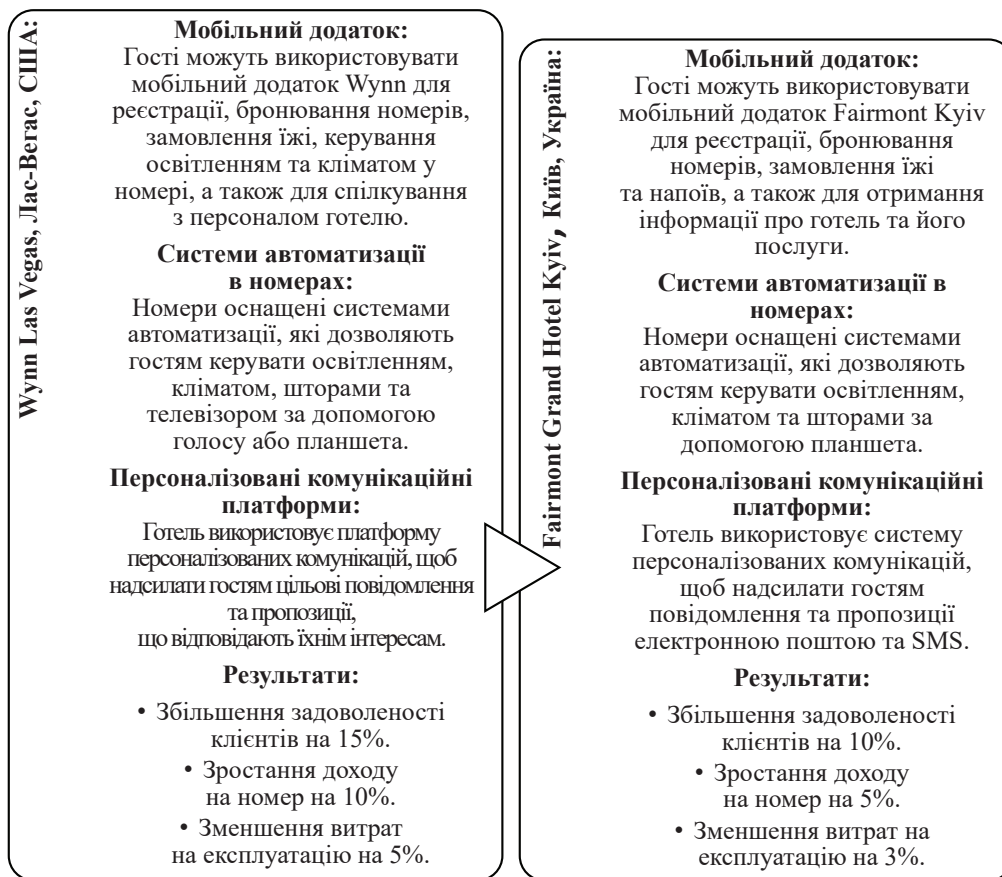


Рис. 2. Приклади інтеграції технологій в готелях

Джерело: створено автором на основі [3]

Оцінюючи виклики та можливості в секторі ділового туризму, готелі повинні проводити ретельний аналіз ринкових тенденцій і споживчих уподобань, щоб залишатися попереду конкурентів. Відстежуючи галузеві звіти, відгуки клієнтів і стратегії конкурентів, готелі можуть отримати цінну інформацію про тенденції, що розвиваються, і нові можливості на ринку ділових подорожей.

Більше того, вивчення стратегій, які реалізують успішні готелі в діловому туризмі, може надати цінні орієнтири та найкращі практики для наслідування іншими закладами. Готелі, які ефективно впоралися з викликами та скористалися можливостями ділового туризму, часто віддають пріоритет досконалості послуг, інноваціям і стратегічним партнерствам для створення конкурентної переваги, табл. 3.

З таблиці видно, що готелі, які використовують технології для покращення враження та операційної ефективності, можуть отримати значні переваги. Сюди входять мобільні додатки для реєстрації, системи автоматизації в номерах та персоналізовані комунікаційні платформи. Ділові мандрівники цінують персоналізований підхід, тому готелям, які прагнуть залучити цю аудиторію, слід пропонувати персоналізовані послуги, такі як консьерж-послуги, пакети послуг. Що відповідають інтересам гостя, та номери, оформлені відповідно до їхніх потреб.

Щоб подолати проблеми та максимально використати можливості, готелям у секторі ділового туризму слід розглянути можливість впровадження поєднання стратегій ціноутворення, маркетингових ініціатив, операційних удосконалень та послуг, орієнтованих на гостя, адаптованих до унікальних потреб ділових мандрівників, табл. 4. Залишаючись гнучкими, орієнтованими на клієнта та активно пристосовуючись до мінливої динаміки ринку, готелі можуть позиціонувати себе для довгострокового успіху в динамічному ландшафті бізнес-туризму.

У конкретній індустрії гостинності обслуговування особливих потреб бізнес-андрівників стає все більш вирішальним для готелів. Які прагнуть залучити й утримати цю прибуткову демографію. Одним із ключових аспектів, який виділяє готель в очах ділових мандрівників, є збагачення ефективних робочих місць.

Щоб готелі могли забезпечити ефективний робочий простір для бізнес-туризму, вони повинні пропонувати ряд зручностей і послуг, адаптованих до потреб цієї конкретної клієнтурі. Високошвидкісне підключення до Інтернету є вимогою, яка не підлягає обговоренню в сучасну епоху цифрових технологій, оскільки представникам бізнес-туризму часто потрібно проводити відеоконференції або завантажувати великі файли [10].

Таблиця 3

Стратегії успішних готелів в бізнес-туризмі

Готель	Країна	Стратегія	Результати
The Peninsula New York	США	Досконалість послуг: Надає персоналізовані послуги, такі як розпакування та пакування валіз, доставка сніданку в номер, а також консьєрж-послуги, які допомагають діловим мандрівникам у вирішенні їхніх завдань.	Збільшення задоволеності клієнтів на 15 %.
Fairmont Grand Hotel Kyiv	Україна	Інновації: Запропонував віртуальний тур по готелю та його конференц-залам, а також можливість віртуальної реальності для ознайомлення з містом.	Збільшення кількості ділових заходів, проведених в готелі, на 20 %.
Hyatt Regency Kyiv	Україна	Стратегічні партнерства: Співпрацює з авіакомпаніями та туроператорами для створення спеціальних пакетів послуг для ділових мандрівників.	Зростання середнього доходу на номер на 10 %.
W Barcelona	Іспанія	Використання технологій: Пропонує номери з технологіями "розумного дому", які дозволяють гостям керувати освітленням, кліматом та іншими функціями за допомогою голосу або смартфона.	Збільшення задоволеності клієнтів на 10 %.
Hyatt Regency London – The Churchill	Великобританія	Налаштування послуг: Пропонує номери з окремими зонами для роботи та відпочинку, а також послуги секретаря та перекладу.	Збільшення задоволеності клієнтів на 15 %.

Джерело: створено автором на основі [5]

Таблиця 4

Стратегії подолання та максимізації можливостей в бізнес-туризмі

Стратегія	Приклад
Ціноутворення	Пропозиція для ділових мандрівників – створення спеціальних пакетів послуг. Які включають проживання, сніданок. Wi-Fi та доступ до конференц – залів за пільговою ціною.
	Динамічне ціноутворення – застосування алгоритмів, які враховують попит, сезонність та інші фактори для встановлення конкретних цін на номери.
Маркетингові ініціативи	Співпраця з компаніями – співпраця з місцевими компаніями та організаціями для просування готелю серед ділових мандрівників.
	Цифрові маркетингові кампанії – запуск цільових рекламних кампаній в Інтернеті та соціальних мережах, щоб охопити ділових мандрівників.
	Участь у ділових заходах – участь у конференціях, виставах та інших ділових заходах для налагодження зав'язків з потенційними клієнтами.
Операційні удосконалення	Впровадження технологій для покращення враження від гостей, таких як мобільні додатки для реєстрації, системи автоматизації в номерах та персоналізовані комунікаційні платформи.
	Підвищення кваліфікації персоналу – надання персоналу спеціальної підготовки з обслуговування ділових мандрівників.
	Оптимізація операцій – вдосконалення процесів реєстрації, виїзду та інших операційних процедур для підвищення ефективності.

Джерело: створено автором на основі [6]

Крім того, добре обладнаний бізнес-центр із засобами друку та сканування може бути неоціненим для тих, хто вважає за краще працювати поза кімнатою. Ергономічні столи та стільці також необхідні для забезпечення комфорту та продуктивності під час тривалої роботи (рис. 3). Наприклад, мережа готелів Marriott запровадила номери "M Beta", які мають інтерактивні столи та високотехнологічні зручності, спеціально задовольняючи потреб представників бізнес-туризму.

Створити тихий і спокійний робочий простір у готельному середовищі може бути складно. Враховуючи ймовірність шуму від інших гостей або зовнішніх джерел. Щоб вирішити цю проблему. Готелі можуть застосовувати звукоізолявані заходи як у номерах, так і в зонах загально користування, щоб мінімізувати перебої. Дотримання тихих годин і правил

також може допомогти підтримувати спокійну робочу атмосферу для гостей. Деякі готелі докладають додаткових зусиль, надаючи навушники з шумозаглушенням за запитом. Що дозволяє гостям блокувати небажаний шум і ефективно зосереджуватися на своїй роботі. Наприклад, мережа готелів Andaz пропонує "Зони тиші", де рівень шуму зведений до мінімуму. Щоб забезпечити спокійно середовище для працюючих гостей.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, можна зазначити, що готелі в сфері ділового туризму стикаються з безліччю викликів, починаючи від сезонності та коливань попиту до зростання конкуренції та зростання операційних витрат. Однак серед цих викликів лежать можливості для процвітання готелів шляхом персоналізації послуг, використання

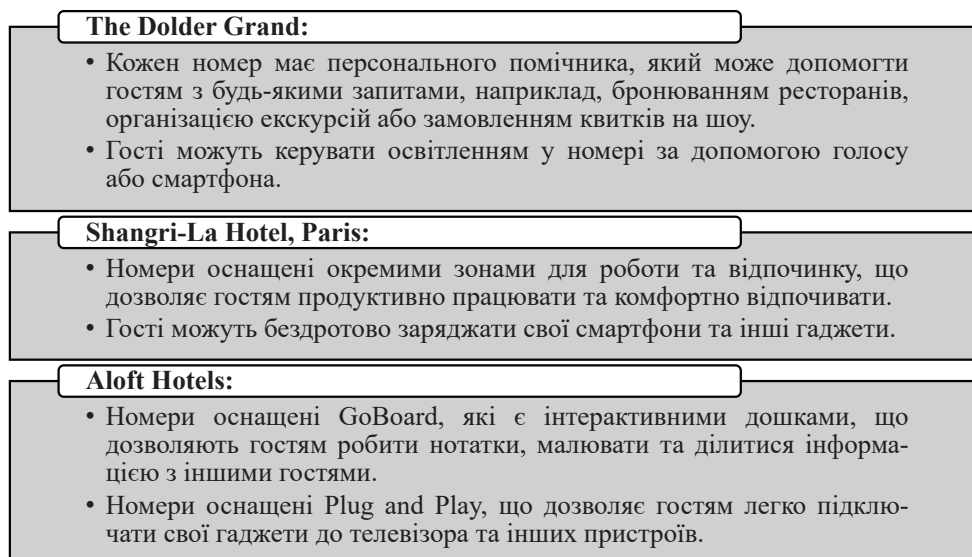


Рис. 3. Приклади впровадження інноваційних номерів для представників бізнес-туризму

Джерело: створено автором на основі [9]

технологій і сприяння співпраці з місцевими підприємствами. Ретельно оцінюючи ринкові тенденції, уподобання споживачів і успішні стратегії, застосовувані лідерами галузі, готелі можуть досягти успіху в конкурентному середовищі ділового туризму. Активно вирішуючи виклики та використовуючи можливості, готелі можуть підвищити свою конкурентоспроможність, залучити ділових мандрівників і досягти сталого зростання в динамічному та розвиваючому секторі ділового туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мітяєва Т., Горішевський П. Війна та готельно-ресторанна сфера: виклики та адаптація. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-146>
2. Каленська В.П., Любченко В.В. Зелений готельний бізнес: екологічна відповідальність. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. С. 30–37. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospscee-9-4>
3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності. URL: <http://info.dgu.edu.ua/handle/123456789/551>
4. Гамолко Є.В. Формування стратегії управління готельним комплексом. URL: <http://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/14487>
5. Москвяк Я. Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України. *Development Service Industry Management*. 2023. С. 40–46. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))
6. Чаркіна Т. *Стратегії антикризового менеджменту туристичного бізнесу*. Національний університет "Запорізька політехніка", 2022. URL: <https://eir.zp.edu.ua/items/9e802cb7-ffb5-4bbe-bbd2-1619270f0167>
7. Лагодієнко В. Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21739> (дата звернення: 29.07.2024).

8. Маковецька Н., Струков Д. Повоєнні можливості відродження туризму в Україні. *Наукові перспективи*. 2023. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11\(41\)-586-599](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11(41)-586-599)
9. Рибак Л. Застосування інноваційного досвіду Мексики в управлінні туристичною діяльністю в Україні. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/2382>
10. Сущенко О., Гурська Ю. Концептуальні засади організації та розвитку міжнародного ділового туризму в Україні. *Науковий вісник*. 2023. С. 233.

REFERENCES:

1. Mityaeva T., Horishevskiy P. (2024) Viina ta hotelno-restorannia sfera: vyklyky ta adaptatsiia [War and the hotel and restaurant industry: challenges and adaptation]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-146>
2. Kalenska V. P., Liubchenko V. V. (2023) Zelenyi hotelnyi biznes: ekolohichna vidpovidalnist [Green hotel business: environmental responsibility]. *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, no. 9, pp. 30–37. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospscee-9-4>
3. Dzhindyhoian V. V., Teslenko T. V., Horb K. M. (2022) Innovatsiini tekhnolohii v turizmi ta hostynnosti [Innovative technologies in tourism and hospitality]. Available at: <http://info.dgu.edu.ua/handle/123456789/551>
4. Hamolko Ie. V. (2023) Formuvannia stratehii upravlinnia hotelnym kompleksom [Formation of a hotel complex management strategy]. Available at: <http://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/14487>
5. Moskvjak Ia. (2023) Yevropeyskyi dosvid u rozvytku ta prosuvanni dilovoho turizmu v turystychnii sferi Ukrainy [European experience in the development and promotion of business tourism in the tourism sphere of Ukraine]. *Development Service Industry Management*, no. 3, pp. 40–46. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))
6. Charkina T. (2022) Stratehii antykrizovoho menedzhmentu turystychnoho biznesu [Strategies of anti-crisis management of tourist business]. Natsionalnyi universytet "Zaporizka

- politehnika". Available at: <https://eir.zp.edu.ua/items/9e802cb7-ffb5-4bbe-bbd2-1619270f0167>
7. Lahodiienko V. (2022) Innovatsiina diialnist na rehionalnykh turystychnykh rynkakh: modernizatsiia ta rehuliuвання [Innovative activity in regional tourism markets: modernization and regulation]. Available at: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21739>
 8. Makovetska N., Strukov D. (2023) Povoieni mozhlyvosti vidrodzhennia turizmu v Ukraini [Post-war opportunities for the revival of tourism in Ukraine]. *Naukovi perspektyvy*. 2023. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11\(41\)-586-599](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11(41)-586-599)
 9. Rybak L. (2021) Zastosuvannia innovatsiinoho dosvidu Meksyky v upravlinni turystychnoiu diialnistiu v Ukraini [Application of the innovative experience of Mexico in the management of tourism activities in Ukraine]. Available at: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/2382>
 10. Sushchenko O., Hurska Yu. (2023) Kontseptualni zasady orhanizatsii ta rozvytku mizhnarodnogo dilovoho turizmu v Ukraini [Conceptual principles of organization and development of international business tourism in Ukraine]. *Naukovyi visnyk*, p. 233. report i second global sustainable transport conference, United Nations, 2021. 120 p.