

УДК 338.48-6:338(477.54)

Олена Олегівна АХМЕДОВА

кандидат наук з державного управління, доцент кафедри туризму,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна,
e-mail: akhmedovayelena@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1573-7710>

Роман Олегович КОРНІЙЧУК

аспірант кафедри туризму,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна,
e-mail: petrovan@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4095-9888>

МІЖНАРОДНИЙ ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ахмедова, О. О., Корнійчук, Р. О. Міжнародний діловий туризм як чинник повоєнного відновлення туристичної галузі України. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2023. № 3-4 (86-87). С. 195–204.

Анотація. У статті розглянуто особливості міжнародного ділового туризму як специфічного виду туризму, який не залежить від сезону, є прогнозованим і масовим, орієнтується на споживання послуг високої якості, а також широкого спектру додаткових послуг. В Україні, незважаючи на достатній ресурсний потенціал у галузі міжнародного ділового туризму, постають проблеми з недостатнім міжнародним позиціонуванням країни та відсутністю ефективної стратегії її просування як дестинації, привабливої саме для даного виду туризму. Відповідно, аналіз місця і ролі ділового туризму в розрізі відродження туристичного сектору України в післявоєнний час вважаються актуальними і потребують значної уваги. Метою статті є дослідження ролі міжнародного ділового туризму як чинника повоєнного відновлення туристичної галузі України. Проаналізовано тенденції розвитку міжнародного ділового туризму у світі за останні десятиліття і витрати на нього, визначено його роль і місце у сучасному діловому співтоваристві. Узагальнено досвід пандемічних обмежень, що стали всесвітнім викликом для туристичної галузі, та заходи щодо успішного виходу з кризи, які можуть слугувати основою для формування системних положень щодо перетворення України у туристично привабливу країну завдяки залученню іноземного споживача. Визначено проблемні точки туристичної галузі в цілому і міжнародного ділового туризму зокрема. Доведено, що сучасна індустрія ділового туризму стимулює активність багатьох суміжних галузей економіки і забезпечує зростання прибутковості економіки країни. Запропоновано заходи щодо розвитку міжнародного ділового туризму як інструменту відродження країни після завершення воєнного вторгнення.

Ключові слова: туризм; міжнародний туризм; діловий туризм; туристична галузь; управління; повоєнне відновлення.

Olena AKHMEDOVA

PhD in Public Administration, Associate Professor, Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics, Ukraine, e-mail: akhmedovayelena@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1573-7710>

Roman KORNIICHUK

PhD Student of the Tourism Department,

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine,

e-mail: petrovan@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4095-9888>

INTERNATIONAL BUSINESS TOURISM AS A FACTOR OF THE POST-WAR RECOVERY OF UKRAINE'S TOURISM INDUSTRY

Akhmedova, O., & Korniiichuk, R. (2023). International business tourism as a factor of the post-war recovery of Ukraine's tourism industry [Mizhnarodnyi dilovyi turyzm yak chynnyk povoiennoho vidnovlennia turystychnoi haluzi Ukrainy], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3-4 (86-87), pp. 195–204.

Abstract. *The article considers the peculiarities of international business tourism as a specific type of tourism that does not depend on the season, it is predictable and massive, oriented towards the consumption of high-quality services, as well as a wide range of additional services. Despite the sufficient resource potential in the field of international business tourism, problems arise in Ukraine with insufficient international positioning and the absence of an effective strategy for its promotion as a destination attractive for this type of tourism. Accordingly, the analysis of the place and role of business tourism in terms of reviving the tourism sector of Ukraine in the post-war period is considered relevant and requires significant attention. The purpose of this article is to study the role of international business tourism as a factor in the post-war recovery of the Ukrainian tourism industry. The trends of international business tourism development in the world over the last decades and its costs are analyzed, its role and place in the modern business community are determined. The experience of pandemic restrictions, which have become a global challenge for the tourism industry, and measures for a successful exit from the crisis, which can serve as a basis of systemic provisions formation for the transformation of Ukraine into a tourist attractive country due to the involvement of foreign consumers, are summarized. The problem points of the tourism industry in general and international business tourism in particular are determined. It has been proven that the modern industry of business tourism stimulates the activity of many related sectors of the economy and ensures the growth of profitability of the country's economy. Measures of international business tourism development as a tool for the revival of the country after the end of the military invasion are proposed.*

Keywords: *tourism; international tourism; business tourism; tourist industry; management; post-war recovery.*

JEL classification: *F200; L830; L840; Z320*

DOI: *[https://doi.org/10.33987/vsed.3-4\(86-87\).2023.195-204](https://doi.org/10.33987/vsed.3-4(86-87).2023.195-204)*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ділові подорожі – це важлива форма туризму, учасниками якого є люди з високим рівнем витрат. Для великої кількості індустріально-промислових міст, що не мають розвиненої культурно-історичної складової, яка може зацікавити звичайних туристів, саме розвиток ділового туризму є пріоритетом.

Згідно з щорічними дослідженнями Всесвітньої ради з подорожей та туризму (World Travel & Tourism Council (WTTC)) [1], до пандемії на сферу подорожей і туризму (включно з її прямим, непрямим та індукованим впливом) припадало 1 із 5 нових робочих місць, створених у світі протягом 2014–2019 років, а також 10,3% усіх

робочих місць (334 мільйони) і 10,4% світового ВВП (10 трлн. дол. США) у 2019 році. Разом з тим, витрати міжнародних відвідувачів у 2019 році склали 1,9 трлн. дол. США.

У 2022 році сектор подорожей і туризму зробив внесок у світовий ВВП на рівні 7,6%, що на 22% більше, ніж у 2021 році, і лише на 23% нижче рівня 2019 року.

У 2022 році було створено 22 мільйони нових робочих місць, що на 7,9% більше, ніж у 2021 році, і лише на 11,4% менше, ніж у 2019 році. Витрати міжнародних відвідувачів зросли у 2022 на 81,9% році [1].

Наведені вище дані свідчать, що розвиток туристичної індустрії у світі за прибутковістю і динамічністю посідає лідируючі місця, і це підґрунтям для подальшого розвитку даної сфери. Повоєнне відновлення туристичної галузі України має відбуватися, у тому числі, за рахунок туризму, найперспективнішим напрямом якого вважаємо міжнародний діловий туризм.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Міжнародні бізнес-подорожі є надзвичайно важливою складовою міжнародного туризму, особливо у вартісному вираженні, і їх роль постійно зростає разом зі зростанням міжнародної торгівлі. Саме тому вчені вивчають різні аспекти подорожей з діловою метою, досліджуючи та моделюючи попит на діловий туризм та перспективи його розвитку (Н. Дехтяр [2], С. С. Галасюк, Н. С. Мартинова [3]), особливо в умовах криз та обмеженого пересування під час пандемії Covid-19 (О. В. Шикіна, Я. Є. Гончаренко, І. Ю. Ремігайло [4], К. Конрой, А. МкДоннелл [5]), а також, аналізуючи кореляцію між міжнародним діловим та розважальним туризмом та кумулятивним рівнем підтверджених випадків та смертей від COVID-19 (Ф. М. Реза, Х. Ф. Голіпур, М. Фейзі, Р. Нункоо, А. Є. Андарголі [6]).

У цьому розрізі актуальними є дослідження взаємозв'язку між індексом ділової впевненості (тобто мірою оптимізму та песимізму менеджерів компаній щодо ефективності ділових подорожей у найближчий час) та попитом на міжнародні бізнес-подорожі (Х. Ф. Голіпур та Б. Форогхи [7]). Взагалі, необхідно підкреслити той факт, що психологічний аспект бізнес-туризму займає велику частку досліджень, виконаних останнім часом, що пов'язано із загальною тенденцією актуалізації питань професійного та емоційного вигорання (М. Дімітрова [8]), відчуття синдрому втоми та синдрому менеджера, рівня задоволення від роботи (Х. Ксу, У. Ли, А. С. Лу [9]), різкої, часто не обґрунтованої, зміни соціальної поведінки (дауншифтинг як епідемія нинішнього століття, баланс між роботою і приватним життям), що особливо загострилися під час пандемічних обмежень (М. Андерсен, Ф. Бергдольт [10]) і соціально-політичного напруження, яке досягло піку після початку повномасштабного вторгнення росії. Глибоке розуміння специфічних потреб бізнес-туристів надає обслуговуючим компаніям (готелям, ресторанам, авіалініям, МІСЕ організаторам тощо) можливість якнайкраще задовольнити ці потреби, таким чином підвищуючи лояльність та відданість клієнтів та покращуючи свою репутаційну складову. Саме тому ретельне планування бізнес-подорожі відіграє ключову роль у концептуалізації зв'язку між роботою і туризмом, унікальне поєднання роботи з моментами своєрідного відпочинку і знайомства не лише з іншою країною і новими колегами, але й аеропортом, готелем, місцем проведення робочих зустрічей, що ще більше відрізняє міжнародний діловий туризм від інших його видів (О. Унгер, Н. Урлілі, Дж. Фукс [11]). Доведено, що міжнародні ділові поїздки відіграють певну роль у задоволенні від кар'єри, особливо, коли культура приймаючої країни та бізнес-процеси компанії схожі з рідною країною (М. Дімітрова, С. І. Чіаб, М. А. Шафферк, С. Тай-Лід [12]).

Окремі дослідження присвячені цінності ділового туризму як методу розповсюдження знань різного роду і констатують, що міжнародні ділові поїздки також сприяють поширенню неявних знань, які важко піддаються кількісній оцінці, тобто вони невидимі, не залишають паперового сліду, за допомогою якого їх можна було б кількісно виміряти і відстежити. І в цьому контексті пропонується вивчати напрямки ділового туризму залежно від галузі – наука, виробничий сектор, економіка, де ці сліди залишаються у патентах, наукових публікаціях та цитуваннях, академічній співпраці (М. Коша, Ф. Неффке, Р. Хаусман [13]). Так, доведено, що зростання міжнародних ділових поїздок на 10% збільшує патентування приблизно на 0,2%, а внутрішні ділові поїздки є приблизно на чверть потужнішими для інновацій, ніж внутрішні витрати на дослідження та розробки (Н. Ованесян, В. Келлер [14]).

Українські вчені розглядають роль та місце українського ділового туризму в світовому рейтингу країн, підкреслюючи його незначний вплив та пропонуючи можливі варіанти покращення даного напрямку, особливо враховуючи євроінтеграційні прагнення країни (В. А. Худавердієва [15], Я. Є. Москвяк [16]).

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз сучасних наукових доробок зарубіжних та українських дослідників щодо розвитку міжнародного ділового туризму демонструє стабільний і глибокий інтерес до заявленої теми. Однак, незважаючи на значну науково-практичну базу з питань міжнародного ділового туризму, його ролі у повоєнному відновленні туристичної сфери, уваги майже не приділялося. Через війну туристичні ресурси України зазнали значних втрат і руйнувань, тому традиційні для нашої країни напрями туризму ще довго будуть знаходитись у стані стагнації та поступового відновлення. Саме тому дослідження щодо місця і ролі ділового туризму в розрізі відродження туристичного сектору України в післявоєнний час вважаються актуальними і потребують нових підходів до вирішення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ролі міжнародного ділового туризму як чинника повоєнного відновлення туристичної галузі України. Відповідно до визначеної мети, необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати тенденції розвитку міжнародного ділового туризму у світі та витрати на нього, визначити його роль і місце у сучасному діловому співтоваристві, визначити проблемні точки туристичної галузі в цілому і міжнародного ділового туризму зокрема, запропонувати заходи щодо розвитку міжнародного ділового туризму як інструменту відродження країни після завершення воєнного вторгнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із перших визначень ділового туризму є наступне: «...організована подія, яка об'єднує людей для обговорення теми, що становить спільний інтерес. [Він] може бути комерційним або некомерційним ... у ньому можуть брати участь і 6 осіб, і сотні людей ... може тривати від кількох годин до тижня ... [Що дає право] кваліфікувати таку зустріч як частину ділового туризму, є те, що вона залучає деякі послуги туристичної індустрії і (зазвичай) проводиться поза приміщенням організації, яка її проводить» [17, с. 5]. Таким чином, діловий туризм – це підвид туризму, коли турист відвідує країни або регіони з діловими чи професійними цілями. Як такий, він є однією з найстаріших форм туризму, оскільки люди подорожували з метою торгівлі з дуже давніх часів. Діловий міжнародний туризм включає велику кількість ділових бізнес-заходів, серед яких можна виділити декілька основних:

- індивідуальні ділові поїздки;

- подорожі державних працівників, які є на державній службі, наприклад, дипломатів;
- регіональні і національні зустрічі та конференції;
- міжнародні конгреси, форуми, симпозіуми;
- навчальні курси;
- вивід товарів та послуг на нові ринки;
- виставки та ярмарки;
- обміни студентами та викладачами;
- короткострокові міграція з метою працевлаштування;
- заохочувальні поїздки (business incentives);
- робота благодійних / неурядових організацій, що працюють над проектами закордоном;
- військова служба поза межами основної дислокації.

Міжнародний діловий туризм вважається найперспективнішим видом туризму через такі особливості:

- незалежність від сезону (заходи за участю бізнес-туристів проводяться протягом усього року);
- прогнозованість (захід планується за значний термін до його проведення), за виключенням непередбачуваних явищ, як-то пандемічні обмеження чи початок війни;
- масовість;
- орієнтація на споживання послуг високої якості, а також широкого спектра додаткових послуг.

Так, витрати на бізнес-туристів у всьому світі з 2001 по 2022 рік у пікові роки склали понад 1400 млрд. дол. США і ділові подорожі не зупинилися навіть під час пандемії, хоча й різко впали до найнижчого показника, зареєстрованого з 2005 року (рис. 1).

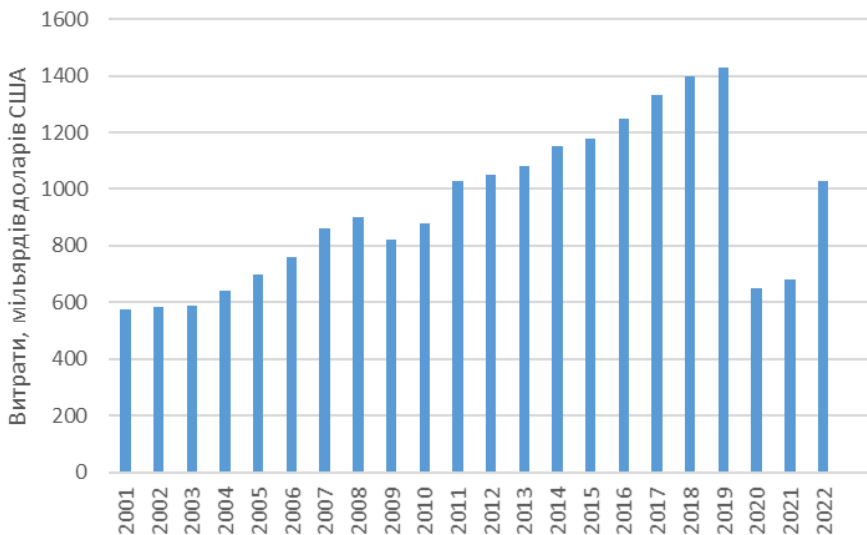


Рис. 1. Витрати бізнес-туристів у всьому світі за період 2001–2022 рр. (млрд. дол. США)

Джерело: сформовано на основі [18]

Однак, за опитуванням, яке досліджувало плани європейських ділових туристів щодо подорожей Європою, проведеним вже у вересні 2023 року було зазначено, що станом на цей місяць близько 69% респондентів були готові здійснювати ділові подорожі з метою відпочинку в регіоні протягом наступних шести місяців. Водночас, частка мандрівників, які планують ділові поїздки до Європи з інших країн протягом наступних шести місяців, знизилася з 8,7% у травні 2023 року до 7,8% у вересні 2023 року [18].

Діловий туризм – це напрямок, який дає змогу розвивати пропозицію турпродукту, який можна пропонувати туристу цілий рік та у період «низького» сезону. Саме на весну й осінь припадає пік організації бізнес-івентів. І як, свідчить досвід, ділові заходи не зупиняються під час війни, а лише приймають дещо іншу форму і спрямованість.

Для прикладу розглянемо непередбачувану подію для всього світу – пандемію коронавірусної інфекції (COVID-19), яка стала своєрідним «чорним лебедем» для суспільства, але водночас дала поштовх не тільки для розвитку нових форм роботи, але й допомогла сформувати певну стійкість і резистентність до викликів. Цей досвід певною мірою допоміг українцям вистояти у загрозах спричинених війною, що розпочалася в Україні, перелаштуватися на нову реальність і намагатися працювати у надважких умовах.

Після спалаху пандемії коронавірусу (COVID-19) у 2020 році компаніям по всьому світу довелося переглянути свої плани поїздок, оскільки різні обмеження, прийняті в різних країнах, порушили глобальні подорожі. Згідно з дослідженням Глобальної асоціації ділових подорожей (GBTA) [19], станом на жовтень 2021 року частка компаній, які скасували більшість або всі внутрішні ділові поїздки по всьому світу, досягла 38 відсотків. Водночас, майже вісім із десяти опитаних фірм повністю призупинили міжнародні ділові поїздки станом на той самий місяць.

Оскільки пандемія сильно вдарила по ринку ділових поїздок у 2020 році, не дивно, що обсяг проданих авіаквитків, заброньованих готелів і всіх супутніх послуг, різко скоротився через кризу в галузі охорони здоров'я (рис. 2).

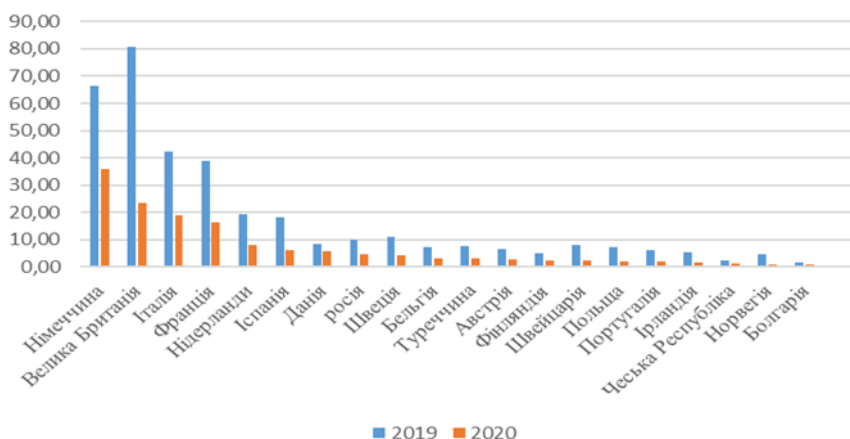


Рис. 2. Витрати на ділові поїздки в Європі за країнами, 2019–2020 рр. (млрд. дол. США)

Джерело: сформовано на основі [18]

Рис. 2 демонструє, що навіть у довоєнні роки, Україна не була представлена у даному дослідженні, так як, незважаючи на весь потенціал, міжнародний діловий

туризм в країні не розвивався належним чином, тим самим втрачаючи на грошових потоках і прибутках.

Діловий туризм має специфічну інфраструктуру – це виставкові та конференц-зали, приміщення для конференцій, презентацій та інших різноманітних заходів, тощо; до того ж, бізнес-мандрівники складають основу прибутків більшості готелів та авіаліній. У створенні інфраструктури в'їзного бізнес-туризму в нашій країні останніми роками робилися певні кроки: будувалися бізнес-готелі та бізнес-центри, створювалися виставкові організації, розширювався календар конгресів, форумів та інших ділових заходів. Так, Ribas Hotels Group продовжує будівництво і розвиток готельної індустрії навіть під час повномасштабного вторгнення. І це не тільки Західна Україна, але й Одеса і Дніпро. До будівництва залучаються західні інвестори, є проекти з переведення деяких готелів в сегмент upper scale, що на пряму пов'язано з розвитком міжнародного в'їзного ділового туризму.

Багато українських готелів позиціонують себе на ринку послуг гостинності як бізнес-готелі й орієнтуються на ділового туриста. Для тих, хто цінує свій час і можливість бути в курсі всіх важливих подій, надається широкий спектр комунікаційних послуг. В готелях і бізнес-центрах обладнано місця для роботи в Інтернеті, надаються комп'ютерні послуги, здійснюється експрес-доставка кореспонденції, є можливість орендувати приміщення для переговорів, пропонується допомога висококваліфікованих секретарів і професійних перекладачів, особистих водіїв, організується фото- та відеозйомка. Конференц-зали обладнані системою синхронного перекладу. Крім того, діловим туристам надають допомогу з бронювання та викупу авіа- та залізничних квитків, організують транспортне та екскурсійне обслуговування.

Після щільного і насиченого робочого дня діловій людині необхідний повноцінний відпочинок, адже у словосполученні «діловий турист» важливі обидві складові. Вважаємо, що після перемоги у війні, бізнес-поїздка в Україну стане гарною можливістю поєднання корисного спілкування та встановлення ділових зв'язків з можливістю розширити свій кругозір, дізнатися більше про країну, яка з лютого 2022 року стала символом незламності у боротьбі проти загарбника.

Для цього представникам туристичного бізнесу, центральним, місцевим та муніципальним органам влади пропонується організувати ділові тури різної тематики і цілей (від організації конференцій до відвідування виставки або конкретного підприємства) для делегацій та індивідуальних клієнтів, а також корпоративні виїзди, формуючи імідж успішної ділової людини. При цьому необхідно: удосконалити нормативно-правове забезпечення сфери ділового туризму; перебудувати інфраструктуру ділового туризму, наближаючи її до сучасних вимог; максимально урізноманітнити пропоновані туристичні послуги, охоплюючи всі сфери ділової взаємодії та враховуючи специфіку запитів ділових людей; готувати кваліфікованих фахівців у галузі індустрії ділового туризму; створювати привабливий імідж національного комплексу ділового туризму.

Крім доходів від туризму, діловий туризм сприяє розвитку економічних зв'язків України з іншими країнами. Важливе геополітичне положення нашої країни також сприятиме розвитку бізнес-туризму. Навіть під час війни Україна приймає у себе урядові делегації, політичних і державних діячів різних країн світу, представників дипломатичного корпусу і великих зарубіжних компаній, світових знаменитостей та зірок.

Як зазначалося, сучасний міжнародний діловий туризм істотно впливає на розвиток економік окремих регіонів і країн, беручи участь в їх інтеграції до глобального економічного простору. Цей вид туризму відкриває можливості знайомства з інноваційними технологіями та винаходами у різних галузях та сферах діяльності, зустрічей з інвесторами, постачальниками тощо. Ділові поїздки нерозривно пов'язані з формуванням та розвитком зовнішніх зв'язків, що не може не надавати позитивного впливу на економічні показники та рівень соціального розвитку окремих територій та регіонів, у яких проводяться ділові заходи.

Причинно-наслідковий вплив ділових подорожей на економічне зростання матеріалізується через різноманітні економічні механізми, такі як міжнародна торгівля та інвестиції. Залежність торгівлі та інвестицій від ділових поїздок свідчить про те, що бізнес-туристи допомагають встановлювати і розвивати відносини таким чином, яким інші форми комунікації не можуть допомогти. Це підтверджує гіпотезу про те, що країни покладаються на ділові поїздки, щоб отримати доступ до ноу-хау, які існують в інших країнах світу. У цьому випадку бізнес-подорожі допомагають встановити довіру та обмінюватися знаннями, ґрунтуючись на особистих стосунках.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, проведені дослідження дозволяють дійти висновку, що навіть найважчі часи, що пов'язані з тотальним обмеженням на подорожі, змінюються на краще, туристичні потоки поступово нарощуються, тому післявоєнне відновлення України буде також відбуватися і за рахунок підвищеного рівня міжнародних ділових подорожей. Загалом, можна стверджувати, що сучасна індустрія ділового туризму стимулює активність багатьох суміжних галузей економіки. Діловий туризм, як вагомий сектор індустрії туризму, забезпечує зростання прибутковості економіки країни. Будівництво спеціалізованих конгрес-центрів і бізнес-готелів, розвиток сфери ресторанного господарства і транспорту, розбудова транспортного сполучення, поява нових транспортних маршрутів, відновлення роботи туристичних компаній – все це сприятиме створенню нових робочих місць, зростанню платежів до бюджетів усіх рівнів, розвитку інфраструктури, сформує стійкий інвестиційний клімат та активізує в'їзний туристичний потік.

Зважаючи на актуальність даної теми, подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення можливостей великих міст України, таких як Харків, Київ, Одеса та ін., в якості центрів міжнародного ділового туризму.

Література

1. *World Travel & Tourism Council (WTTC)* : website. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (access date: 15.08.2023).
2. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51.
3. Галасюк С. С., Мартинова Н. С. Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 98–105. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-16>.
4. Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Ремігайло І. Ю. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 213–219. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-35>.
5. Conroy K. M., McDonnell A., & Jooss, S. Navigating complex frontiers : international business travelers as global boundary spanners in MNEs. *Academy of Management Proceedings*. 2020. No. 1. DOI: <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.52>.

6. Reza F. M., Gholipour H. F., Feizi M., Nunkoo R., & Andargoli A. E. International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19) : a cross-country analysis. *Journal of Travel Research*. 2020. Vol. 60. Issue 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>.
7. Gholipour H. F., & Foroughi B. Business sentiment and international business travels : a cross-country analysis. *Journal of Travel Research*. 2019. Vol. 32. Pp. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287519872828>.
8. Dimitrova M. Of discovery and dread : the importance of work challenges for international business travellers' thriving and global role turnover intentions. *Journal of organizational behaviour*. 2020. Vol. 41. Issue 4. Pp. 369–383. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.2430>.
9. Xu X., Li Y., & Lu A. C. A comparative study of the determinants of business and leisure travellers' satisfaction and dissatisfaction. *International Journal of Services and Operations Management*. 2019. Vol. 33. No. 1. Pp. 87–111. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2019.10021116>.
10. Andresen M., & Bergdolt F. Individual and job-related antecedents of a global mindset: An analysis of international business travellers' characteristics and experiences abroad. *The International Journal of Human Resource Management*. 2021. Vol. 32. Pp. 1953–1985. DOI: <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1588349>.
11. Unger O., Uriely N., & Fuchs G. The business travel experience. *Annals of Tourism Research*. 2016. Vol. 61. Pp. 142–156. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.003>.
12. Dimitrova M., Chiab S. I., Shaffer M. A., & Tay-Leed C. Forgotten travellers : adjustment and career implications of international business travel for expatriates. *Journal of International Management*. 2020. Vol. 26. Issue 1. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2019.100707>.
13. Coscia M., Neffke F., & Hausmann R. Knowledge diffusion in the network of international business travel. *Nature Human Behaviour*. 2020. Vol. 4. Pp. 1011–1020. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0922-x>.
14. Hovhannisyan N., & Keller W. International business travel: an engine of innovation? *Journal of Economic Growth*, 2015. Vol. 20. Pp. 75–104. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10887-014-9107-7>.
15. Худавердієва В. А. Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції України: історія, сучасний стан і перспективи розвитку. *Південний архів. Історичні науки*. 2022. № 39. С. 35–43. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2786-5118/2022-39-5>.
16. Москвяк Я. Є. Професійно-діловий туризм в Україні – перспективи розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 5. Т. 1. С. 63–71. DOI: [https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-11](https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-11).
17. Davidson R., & Cope B. *Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality, and corporate travel*. Boston : Addison-Wesley Longman Ltd, 2003. 290 p.
18. *Statista* : website. URL: <https://www.statista.com> (access date: 20.11.2023).
19. *Global Business Travel Association (GBTA)* : website. URL: <https://www.gbta.org> (access date: 22.11.2023).

References

1. *World Travel & Tourism Council (WTTC)*: website. Retrieved from: <https://wtcc.org/research/economic-impact>.
2. Dekhtyar, N. A. (2014). Trends in the development of the world business tourism market [Tendentsii rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu], *Problemy ekonomiky*, No. 1, s. 43–51 [in Ukrainian]
3. Halasyuk, S. S., & Martynova, N. S. (2020). Monitoring the development of business tourism in the world [Monitorynh rozvytku dilovoho turyzmu u sviti], *Infrastruktura rynku*, Vyp. 50, s. 98–105. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-16> [in Ukrainian]
4. Shykina, O. V., Honcharenko, Ya. Ye., & Remihaylo, I. Yu. (2020). Ways of development of business tourism during the pandemic [Shliakhy rozvytku dilovoho turyzmu u period

- pandemii], *Infrastruktura rynku*, Vyp. 50, s. 213–219. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-35> [in Ukrainian]
5. Conroy, K. M., McDonnell, A., & Jooss, S. (2020). Navigating complex frontiers: international business travelers as global boundary spanners in MNEs, *Academy of Management Proceedings*, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.52>.
 6. Reza, F. M., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): a cross-country analysis, *Journal of Travel Research*, Vol. 60, Issue 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>.
 7. Gholipour, H. F., & Foroughi B. (2019). Business sentiment and international business travels: a cross-country analysis, *Journal of Travel Research*, Vol. 32, pp. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287519872828>.
 8. Dimitrova, M. (2020). Of discovery and dread: the importance of work challenges for international business travelers' thriving and global role turnover intentions. *Journal of organizational behaviour*, Vol. 41. Issue 4. Pp. 369–383. DOI: <https://doi.org/10.1002/job.2430>.
 9. Xu, X., Li, Y., & Lu, A. C. (2019). A comparative study of the determinants of business and leisure travellers' satisfaction and dissatisfaction, *International Journal of Services and Operations Management*, Vol. 33, No. 1, pp. 87–111. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJSOM.2019.10021116>.
 10. Andresen, M., & Bergdolt, F. (2021). Individual and job-related antecedents of a global mindset: an analysis of international business travellers' characteristics and experiences abroad, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 32, pp. 1953–1985. DOI: <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1588349>.
 11. Unger, O., Uriely, N., & Fuchs, G. (2016). The business travel experience. *Annals of Tourism Research*, Vol. 61, pp. 142–156. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.003>.
 12. Dimitrova, M., Chiab, S. I., Shafferc, M. A., & Tay-Leed, C. (2020). Forgotten travelers: adjustment and career implications of international business travel for expatriates, *Journal of International Management*, Vol. 26, Issue 1. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2019.100707>.
 13. Coscia, M., Neffke, F., & Hausmann, R. (2020). Knowledge diffusion in the network of international business travel, *Nature Human Behaviour*, Vol. 4. Pp. 1011–1020. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0922-x>.
 14. Hovhannisyanyan, N., & Keller, W. (2015). International business travel: an engine of innovation? *Journal of Economy Growth*, Vol. 20, pp. 75–104. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10887-014-9107-7>.
 15. Khudaverdiyeva, V. A. (2022). International tourism as a factor of European integration of Ukraine: history, current state and development prospects [Mizhnarodnyi turizm yak chynnyk yevropeiskoi intehratsii Ukrainy: istoriia, suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku], *Pivdennyi arkhiv (istorychni nauky)*, No. 39, s. 35–43. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2786-5118/2022-39-5> [in Ukrainian]
 16. Moskvyak, Ya. Ye. (2021). Professional and business tourism in Ukraine – development prospects [Profesiino-dilovyi turizm v Ukraini – perspektyvy rozvytku], *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, Ekonomichni nauky*, No. 5, Vol. 1, s. 63–71. DOI: [https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-11](https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-11) [in Ukrainian]
 17. Davidson, R., & Cope, B. (2003). *Business travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality, and corporate travel*, Addison-Wesley Longman Ltd, Boston, 290 p.
 18. *Statista*: website. Retrieved from: <https://www.statista.com>.
 19. *Global Business Travel Association (GBTA)*: website. Retrieved from: <https://www.gbta.org>.