

## РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

### БІЗНЕС-ГОТЕЛІ НА РИНКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

### BUSINESS HOTELS IN THE BUSINESS TOURISM MARKET OF THE ODESSA REGION

*У статті розглянуто сучасний стан бізнес-готелів Одеської області та їх місце серед інших регіонів України. Виявлено основні тенденції функціонування засобів розміщення, які проваджують діяльність у сфері ділового туризму, та зроблено певні висновки. Пропоновано заходи щодо удосконалення організації діяльності готелів ділового призначення.*

**Ключові слова:** бізнес-готель, діловий туризм, конференц-сервіс, обслуговування бізнес-туристів.

*Предложены мероприятия, направленные на совершенствование организации деятельности гостиниц делового назначения.*

**Ключевые слова:** бизнес-отель, деловой туризм, конференц-сервис, обслуживание бизнес-туристов.

*In article the current state of business hotels of Odessa region and their place among other regions of Ukraine is considered. The main tendencies of functioning of the means of placement which are carrying out activity in the sphere of business tourism are revealed and certain conclusions are drawn. The actions directed to improvement of the organization of activity of hotels of business appointment are offered.*

**Key words:** business hotel, business tourism, conference service, service of business tourists.

УДК 338.48

**Галасюк С.С.**

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
Одеський національний економічний університет

*В статье рассмотрено современное состояние бизнес-отелей Одесской области и их место среди других регионов Украины. Выявлены основные тенденции функционирования средств размещения, осуществляющих деятельность в сфере делового туризма, и сделаны определенные выводы.*

**Постановка проблеми.** Діловий туризм – перспективна та високорентабельна галузь туристичного сектору економіки. Поїздки з діловою метою ґрунтуються на об'єктивній закономірності подальшого поглиблення міжнародного поділу праці, інтернаціоналізації бізнесу. Щорічно в світі здійснюється майже 170 млн. закордонних бізнес-турів [1], і це без урахування внутрішніх туристопотоків із службовими цілями. За оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації, частка ділового туризму становить близько 20% загального обсягу туристопотоку, однак понад 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів формуються за рахунок обслуговування туристів саме цієї категорії.

Для задоволення потреб туристів, які прибувають на конференції, симпозиуми, наради, ділові зустрічі тощо, в багатьох країнах світу створені готелі, які мають певну інфраструктуру для організації бізнес-заходів. У даний час центрами ділового туризму України вважаються Київська, Одеська та Львівська області, на території яких є засоби розміщення, забезпечені конференц-залами, залами для переговорів, бізнес-кімнатами та бізнес-центрами з необхідним обладнанням для проведення ділових заходів. Проте вітчизняний ринок ділового туризму поки що перебуває у стадії формування. Тому актуальним є виявлення особливостей функціонування бізнес-готелів в умовах сьогодення, а також пропонування заходів, спрямованих на вдосконалення організації надання послуг туристам, приїжджаючим із діловою метою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить, що вивченню проблем теорії та практики організації готельної справи приділяється багато уваги у працях вітчизняних науковців – М. П. Мальської, В. К. Федорченка, Т. Г. Сокол, О. М. Головки, Г. Я. Круль, Г. Б. Муніна, П. Р. Пуцентейло, Х. Й. Роглева та ін. Сучасний стан готельної бази та інфраструктури бізнес-туризму досліджували такі вчені, як: М. Г. Бойко та Л. М. Гопкало [2], С. Г. Нездоймінов та Н. М. Кузнєцова [3], О. В. Шикина [4], І. Г. Пандяк [5], колектив авторів під керівництвом В. Г. Герасименка [6] та ін. Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму стали предметом наукових робіт С. І. Нікітенко [7] та Н. В. Титової [8]. Проте низка питань, пов'язаних з організаційно-економічним та правовим забезпеченням діяльності бізнес-готелів, дотепер залишається невирішеною, що негативно впливає на їх сучасний розвиток.

У даній статті проведено дослідження сучасного стану бізнес-готелів України та Одеського регіону, проаналізовано обсяги організованого туризму взагалі й туристопотоку зі службовими цілями зокрема та зроблено певні висновки.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає в аналізі сучасного стану бізнес-готелів на ринку ділового туризму Одеського регіону, виявленні основних проблем, які гальмують їх розвиток, а також в пропонуванні певних заходів щодо їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу.** Діловий туризм відіграє найважливішу роль в розвитку національ-

ної економіки будь-якої країни, активно сприяючи її інтеграції в світовий ринок. Основними цілями ділового туризму є:

- проведення переговорів, нарад і ділових зустрічей з партнерами по бізнесу;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідування професійних заходів (конгресів, симпозіумів, конференцій, виставок, ярмарок тощо);
- участь у спортивних змаганнях, гастролі;
- інсентив-тури, тренінги та навчання співробітників;
- поїздки офіційних делегацій тощо.

Обсяги бізнес-туризму складаються з двох основних сегментів – «КДП» (класичні ділові поїздки) та «MICE» (Meetings-Incentives-Conventions-Exhibitions). В сучасній структурі міжнародного ділового туризму переважають класичні ділові поїздки та корпоративні зустрічі (70% всіх ділових поїздок). Частка поїздок на конгреси та конференції складає більше 15%, на виставки та ярмарки – понад 11%. Приблизно 3-4% поїздок припадає на інсентив-тури [9].

За офіційними даними, в Одеському регіоні поїздки зі службовою та бізнес-метою, організовані за посередництвом туристичних фірм, посідають друге місце за обсягом туристопотоку (6,1%-12,4% за 2013-2015 рр.) після дозвілленого туризму, частка якого становить понад 85%. Разом із тим, саме з діловою метою туристи стали подорожувати більш активно, а туристопотік виріс майже в 1,5 рази за три роки [10]. Спостерігаються структурні зрушення і в структурі ділового туристопотоку по формах туризму – на користь внутрішнього. Так, якщо в 2013 р. співвідношення між в'їзним, виїзним та внутрішнім туризмом з бізнес-метою складало 25% : 45% : 30%, то за підсумками 2015 р. вже 4% : 18% : 78%. Внутрішній діловий туристопотік, обслуговуваний туроператорським сектором, збільшився протягом останнього часу майже в 4 рази, що свідчить про розвиток ділової активності всередині країни. Враховуючи на те, що найчастіше бізнесмени та інші мандрівники зі службовими цілями приїжджають по справах без допомоги туроператорів, можна припустити, що їх загальна кількість набагато більше. Тому для розміщення та обслуговування даних осіб мають працювати готелі зі спеціальною інфраструктурою.

Згідно з експертними оцінками, близько 60% клієнтів усіх готелів – бізнес-туристи, а в містах з високою діловою активністю цей відсоток значно вищий. Корпоративний сектор, орієнтований на довгострокові відносини, в усьому світі визнається не тільки самим численним, прогнозованим і стабільним, але й найбільш прибутковим. Коливання його активності припадають лише на період літніх відпусток та святкові дні, а рівень запитів та пла-

тоспроможність залишаються гарантовано високими [11].

На жаль, реальність українського сегменту готелів ділового призначення далека від ідеалу. В нашій країні існує величезний розрив між вимогами ділових мандрівників і пропонованим готельним продуктом, що підтверджується проведеним дослідженням.

Варто зазначити, що за національним стандартом ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» в Україні існує п'ятнадцять різновидів готелів [12], однак терміну «бізнес-готель» немає, хоча в повсякденному житті він вживається постійно. З наведених в ДСТУ 4527:2006 визначень, в якості готелів ділового призначення можна виділити «конгрес-готель», «готельно-офісний центр», а також «готель-резиденцію». Крім того, в ДСТУ 4527:2006 серед спеціалізованих засобів розміщення присутній такий тип, як «конгрес-центр» – «заклад, що спеціалізується на організації та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги тільки учасникам конгрес-заходів (з'їздів, нарад, симпозіумів, виставок, конференцій, семінарів, ділових зустрічей, переговорів)» [12]. В даному випадку, різниця між «конгрес-готелем» і «конгрес-центром» полягає в тому, що «конгрес-готель» повинен мати умови для проведення бізнес-заходів, а «конгрес-центр» має спеціалізуватися на їх проведенні та надавати послуги розміщення тільки тим особам, які в них беруть участь.

За інформацією порталу [Conference-service.com.ua](http://Conference-service.com.ua) [13], а також на підставі власного дослідження [14; 15], можна стверджувати, що зараз в Україні налічується щонайменше 242 готелі, які надають послуги бізнес-туристам. Слід відмітити, що поширення готелів ділового призначення по території України відбувається вкрай нерівномірно. Так, більшість бізнес-готелів зосереджено в центрах ділової активності – Київській (66 од., або 27%), Одеській (59 од., або 24%) та Львівській (33 од., або 14%) областях, на які припадає 65% (158 од.) їх загальної кількості.

Аналогічна ситуація спостерігається і з дислокацією конференц-залів при готелях, загальний обсяг яких складає 722 од. Частка трійки регіонів-лідерів ринку ділового туризму України з цього показника становить 67% (483 зали), зокрема: Київської області – 34% (246 залів), Одеської – 21% (152 зали) та Львівської – 12% (85 залів).

Слід відмітити незначну питому вагу на ринку бізнес-готелів таких міст-мільйонників, як Харків (5%) та Дніпро (2%), які мають 12 та 6 засобів розміщення ділового призначення відповідно. За винятком Івано-Франківщини (10 готелів) та Закарпаття (7 готелів) в решті регіонів України розташовано лише по декілька готелів (від 2 до 5) із загальною кількістю конференц-залів від 5 до 14.

Дві області – Кіровоградська та Луганська – не мають бізнес-готелів взагалі.

Інфраструктура готелів ділового призначення включає номерний фонд, банкетні місця, заклади додаткового сервісу щодо біологічного відновлення організму (відкритий чи закритий басейни, фітнес-центри, СПА-салони, сауни та лазні).

В табл. 1 представлено узагальнені відомості про 59 готелі, які надають послуги для ділових туристів на території Одеського регіону. Так, відповідно до проведеного аналізу, бізнес-готелі в основному розташовані в обласному центрі (44 од., або 75%). Дислокація засобів розміщення для ділових туристів включає чотири райони – центр м. Одеси (19 бізнес-готелів), Аркадія (11 од.), район парку ім. Т. Г. Шевченка – (8 од.), Великий Фонтан (6 од.). Решта бізнес-готелів – 25% (15 од.) – розташовано на території області, зокрема: в Затоці (7 од.), Совіньйоні (3 од.), м. Чорноморську (2 од.), м. Ізмаїлі (2 од.) та м. Південному (1 од.).

Загальна ємкість бізнес-готелів Одещини становить 8947 місць. З них 5802 зосереджено в Одесі (65%), зокрема: в Аркадії – 2443 місця (28%), в центральній частині міста – 2090 місць (23%), в районі парку ім. Т. Г. Шевченка – 718 місць (8%), на Великому Фонтані – 551 місце (6%).

Найбільш потужним засобом розміщення ділового призначення Одещини є «Рута» (сміт. Затока) – 1000 місць. Проте даний заклад немає у власній структурі жодного підрозділу спортивно-оздоровчого типу; крім того, він працює тільки у теплу пору року. Серед крупних готелів обласного центру виділяються ті, що були побудовані за радянських часів – «Гагарін» (508 місць), «ГК «Одеса» та «Аркадія» (по 440 місць), «Чорне море-Рішел'євська» (400 місць). За винятком нещодавно відреставрованого готеля «Гагарін», котрий категорований на 4\* та має досить високу оцінку на Booking.com (8,4 бали), решта перерахованих закладів отримали 7,4-7,6 балів за якість обслуговування.

Варто зазначити, що майже половина (49%) бізнес-готелів Одещини належать до малих за ємкістю, тобто їх місткість не перевищує 100 спальних місць. Середніми (від 100 до 400 місць) вважаються 43% бізнес-готелів, а крупними – 8%.

Позитивною рисою готелів ділового призначення Одещини є можливість проведення ними банкетів та інших заходів, пов'язаних з організацією харчування (фуршетів, кава-брейків, бізнес-ланчів тощо). Так, усі бізнес-готелі оснащені банкетними залами, загальна ємкість яких становить 7425 місць. Приблизно три чверті (72%) банкетних місць знаходяться при готелях м. Одеси (5380 місць), 1125 місць (15%) – в Затоці, 400 місць (5%) – в Совіньйоні, 300 місць (4%) – в Чорноморську, 130 місць (2%) – в Південному, 90 місць (1%) – в Ізмаїлі. В середньому по Одещині на один

бізнес-готель припадає по 125 банкетних місць, що є досить високим показником.

Проте інфраструктура готелів, яка призначена для надання додаткових послуг розважального та спортивно-оздоровчого характеру, потребує поліпшення. Так, наприклад, із 59 бізнес-готелів тільки 19 мають закриті або відкриті басейни; фітнес-залами та СПА-салонами оснащені лише 20 готелів; сауни або лазні присутні в 29 закладах. Навіть у центрі м. Одеси є готелі, які не мають жодного спортивно-оздоровчого підрозділу (Айвазовський, Чорне море-Шевченко, Принцеса, Юність тощо). На жаль, за межами м. Одеси ситуація не найкраща: в Затоці підрозділи, призначені для біологічного відновлення організму, відсутні в готелях «Рута», «Лиман», «Робінзон», решта закладів надають послуги або тільки відкритого басейну, або сауни. Ще гірша ситуація в містах обласного підпорядкування (Чорноморську, Ізмаїлі та Південному).

Основним критерієм, за яким проводився добір засобів розміщення ділового призначення, була наявність як мінімум одного конференц-залу або кімнати для нарад. Згідно з даними табл. 1, в Одеській області налічується 152 зали для проведення ділових заходів. Традиційно м. Одеса є лідером за поширеністю конференц-залів при бізнес-готелях. Так, саме тут знаходяться 118 залів (78%). Серед районів Одеси перше місце з цього показника належить готелям Аркадії (43 зали, або 28%), за якою в порядку убавання йдуть центральна частина міста (41 зал, або 27%), Великий Фонтан (18 залів, або 12%) та парк Шевченка (16 залів, або 11%). В Затоці розташовані 13 залів (9%), в Чорноморську – 10 залів (7%), в Совіньйоні – 7 залів (5%), по два зали (1%) – в Південному та Ізмаїлі.

Залежно від конфігурації залів готелі можуть запропонувати діловим туристам розміщення або при столах (формати «клас», «літера П», «круглий стіл»), або як в театрі. Загальна ємкість конференц-залів Одещини становить 4505 місць при столах та 11236 театральних місць. Звичайно, переважна більшість їх знаходиться в обласному центрі – 64% та 79% відповідно.

Технічне оснащення конференц-залів Одещини включає стандартний набір елементів: мультимедійний проектор, радіомікрофони, звукопідсилювальне обладнання, синхронний переклад, затемнення залу, кондиціонування повітря, бездротовий Інтернет. Доцільним вважається також наявність виставкової площі. Однак не всі готелі надають бізнес-послуги в повному обсязі.

Лідерами за кількістю залів є бізнес-готелі «Мирний Курорт» та «Гагарін» – по 9 приміщень для організації конференцій, нарад, тренінгів. Проте абсолютним лідером за ємкістю залів вважається «Готельний комплекс «Одеса», розташо-

Таблиця 1

## Узагальнені відомості про засоби розміщення, що надають бізнес-послуги в Одеському регіоні

Район дислокації	Бізнес-готелі		Конференц-зали		Місткість залів, зокрема:				Інфраструктура бізнес-готелів					Середня вартість розміщення у номері «Стандарт», \$	Середня оцінка на Booking.com
	Кількість готелів	Частка, %	Кількість конференц-залів	Частка, %	Місткість при столах		Театральні місця		Кількість спальних місць	Кількість банкетних місць	Басейн відкритий / закритий	Фітнес центр / СПА-салон	Сауна / лазня		
					Кількість	Частка, %	Кількість	Частка, %							
М. Одеса, зокрема:	44	75	118	78	2875	64	8836	79	5802	5380	11/15	17/18	21	46	8,3
- Центр Одеси	19	32	41	27	687	15	2180	19	2090	1655	0/5	6/8	10	43	8,5
- Р-н парку Шевченка	8	14	16	11	410	9	640	6	718	710	6/2	3/3	4	70	8,7
- Вел. Фонтан	6	10	18	12	588	13	1460	13	551	1060	1/2	3/2	2	31	8,0
- Аркадія	11	19	43	28	1190	27	4556	41	2443	1955	4/6	5/5	5	39	7,8
Смт. Совіньюн	3	5	7	5	240	5	400	3	342	400	3/3	2/2	3	52	8,8
Смт. Затока	7	12	13	9	1030	23	1530	14	2452	1125	3/1	1/0	3	40	6,9
М. Південне	1	2	2	1	130	3	150	1	45	130	0/0	0/0	0	25	6,5
М. Чорноморськ	2	3	10	6	160	3	320	3	256	300	1/0	0/0	1	30	8,7
М. Ізмаїл	2	3	2	1	70	2	0	0	50	90	0/0	0/0	1	26	8,0
Усього:	59	100	152	100	4505	100	11236	100	8947	7425	18/19	20/20	29	43	8,1



ваний на Гагарінському плато, який має 8 приміщень на 225 місць при столах та 2100 театральних місць, включаючи однойменний концерт-хол.

Однак рейтингові оцінки готелів «Мирний Курорт» та «ГК Одеса» на Booking.com складають лише 7,3 та 7,8 балів відповідно, незважаючи на повноцінне обладнання залів. Що стосується додаткових сервісів, то у «ГК Одеса» немає пропозиції СПА- та фітнес-послуг, а в готелі «Мирний Курорт» відсутні послуги сауни та користування басейном.

Найвищий рейтинг на Booking.com належить бізнес-готелю «Фредерік Коклен» – 9,6 бали. Однак цей засіб розміщення не має у своїй структурі ні сауни, ні басейну, ні фітнес-центру та СПА-салону. Його послугами, як правило, користуються люди, що приїжджають у відрядження, яким не потрібні приміщення для проведення конгрес-заходів. Тим не менш, в бізнес-готелі «Фредерік Коклен» є конференц-зал на 25 місць.

Найнижчий рейтинг на Booking.com в обласному центрі має готель «Палладіум» – 6,5 бала, в якому, проте, є конференц-зал (концерт-хол) на 500 місць, а також надання спортивно-оздоровчих та культурно-розважальних послуг. Низький рейтинг поставили і клієнти готелів «Юність» та «Курортний» (по 6,7 бали). Що стосується закладів, розташованих за межами Одеси, то низькі оцінки отримали готелі «Апельсин» в Південному (6,5 бали), «Еллада» (6,1 бали) та «Робінзон» (5,1 бали) в Затоці.

В цілому середній рейтинг бізнес-готелів Одещини на Booking.com становить 8,1 бали, зокрема: в м. Одесі – 8,3 бали, в Совіньоні – 8,8 бали, в Чорноморську – 8,7 бали, в Ізмаїлі – 8,0 бали, в Затоці – 6,9 бали, в Південному – 6,5 бали.

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, Одеський регіон посідає друге місце в Україні після Київської області за розвитком сегменту бізнес-готелів. Проте Одещині не вистачає готелів ділового призначення в класичному розумінні цього терміну, тобто таких, які мають здійснювати повносервісне забезпечення потреб туристів, приїжджаючих на конференції, семінари, симпозиуми. Варто також відмітити, що в порівнянні з провідними країнами світу, ступінь розвитку ділових контактів бізнесменів та вчених Одеського регіону із зарубіжними колегами також знаходиться на низькому рівні, що, на жаль, є характерним для сьогодення України.

Заклади розміщення Одещини, призначені для обслуговування ділових туристів, мають як позитивні риси, так і явні недоліки, які викликають незадоволення клієнтів, прибуваючих з бізнес-цілями. Підсумовуючи негативні відгуки ділових туристів, залишені на Інтернет-порталі Booking.com, пропонувано певні заходи, спрямовані на подолання існуючих проблем в обслуговуванні:

- надавати повний комплекс бізнес-послуг;
- підвищувати кваліфікацію персоналу;
- привести номерний фонд у відповідність з потребами бізнес-туристів;
- організовувати надання додаткових сервісів спортивно-оздоровчого та розважального характеру;
- створювати програми лояльності для заохочення постійних клієнтів;
- формувати гнучку цінову політику;
- користуватися перевагами франчайзингу тощо.

Пропоновані на підставі проведеного дослідження заходи спроможні підвищити якість обслуговування в бізнес-готелях Одещини та України в цілому.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. UNWTO (Всесвітня туристична організація) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.
2. Бойко М. Г. Організація готельного господарства: підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 494 с.
3. Кузнєцова Н. М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: монографія / Н. М. Кузнєцова, С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
4. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. – Одеса: Атлант, 2015. – 279 с.
5. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні / І. Г. Пандяк // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2007. – Вип. 34. – С. 183-188.
6. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
7. Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці. – 2006. – Том 52. Вип. 39. – С. 139-143.
8. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення / Н. В. Титова // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 67-74.
9. Понятие делового туризма и его видовая структура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.managemasters.ru/gmases-578-2.html>.
10. Галасюк С. С. Структура туристопотоку Одеського регіону за цілями відвідування / С. С. Галасюк // Міжнародне науково-технічне співробітництво: механізми та стратегії: міжнар. наук-практ. конф., 31.03.2017 р. – Львів: Львівська економічна фундація, 2017.
11. Отели для бизнеса или что нужно деловым путешественникам? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magaz.su>.
12. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с.

13. Конференц-сервіс в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conference-service.com.ua>.

14. Галасюк С. С. Особливості функціонування бізнес-готелів в Одеському регіоні / С. С. Галасюк, К. В. Царенко // *Економіка, фінанси та управління: проблеми та сучасні шляхи розвитку: матеріали підсумкової міжнар. наук.-практ. конф.*, 25-26.12.2015 р. – У 3-х частинах. – Львів: Львівська економічна фундація, 2015. – Ч. 2. – С. 78-81.

15. Booking.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com>.

#### REFERENCES:

1. UNWTO (Vsesvitnya turystychna orhanizatsiya) [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www2.unwto.org>.

2. Boyko M. H. Orhanizatsiya hotel'noho gospodarstva: pidruchnyk / M. H. Boyko, L. M. Hopkalo. – K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2006. – 494 s.

3. Kuznyetsova N. M. Rehional'nyy vymir rozvytku turystychnoho ta hotel'noho biznesu: monohrafiya / N. M. Kuznyetsova, S. H. Nezdoyminov. – Odesa: Astroprint, 2010. – 256 s.

4. Halasyuk S. S. Orhanizatsiyno-ekonomichni zasady funktsionuvannya malykh hoteliv: monohrafiya / S. S. Halasyuk, O. V. Shykina. – Odesa: Atlant, 2015. – 279 s.

5. Pandyak I. H. Suchasnyy stan ta problemy rozvytku infrastruktury dilovoho turyzmu v Ukrayini / I. H. Pandyak // *Visnyk L'vivskoho universytetu. Seriya heohrafichna.* – 2007. – Vyp. 34. – S. 183-188.

6. Otsinka turystychno-rekreatsiynoho potentsialu rehionu: monohrafiya / za zah. red. V.

H. Herasymenka. – Odesa: ONEU, 2016. – 262 s.

7. Nikitenko S. I. Dilovyy turizm v Ukrayini: problemy ta perspektyvy rozvytku / S. I. Nikitenko // *Naukovi pratsi.* – 2006. – Tom 52. Vyp. 39. – S. 139-143.

8. Tytova N. V. Dilovyy turizm v Ukrayini: osnovni problemy rozvytku ta shlyakhy yikhnoho vyrishennya / N. V. Tytova // *Ekonomika i menedzhment kul'tury.* – 2013. – No 1. – S. 67-74.

9. Ponyatye delovoho turyzma y eho vydovaya struktura [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.managemasters.ru/gmases-578-2.html>.

10. Halasyuk S. S. Struktura turystopotoku Odes'koho rehionu za tsilyamy vidviduvannya / S. S. Halasyuk // *Mizhnarodne naukovotekhnichne spivrobotnytstvo: mekhanizmy ta stratehiyi: mizhnar. nauk-prakt. konf.*, 31.03.2017 r. – L'viv: L'vivs'ka ekonomichna fundatsiya, 2017.

11. Otely dlya byznesa yly chto nuzhno delovim puteshestvennykam? [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://magaz.su>.

12. DSTU 4527:2006. Posluhy turystychni. Zasoby rozmishchennya. Terminy ta vyznachennya. – K.: Derzhspo- zhyvstandart Ukrayiny, 2006. – 28 s.

13. Konferents-servis v Ukrayini [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://conference-service.com.ua>.

14. Halasyuk S. S. Osoblyvosti funktsionuvannya biznes-hoteliv v Odes'komu rehioni / S. S. Halasyuk, K. V. Tsarenko // *Ekonomika, finansy ta upravlinnya: problemy ta suchasni shlyakhy rozvytku: materialy pidsumkovoyi mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 25-26.12.2015 r. – U 3-kh chastynakh. – L'viv: L'vivs'ka ekonomichna fundatsiya, 2015. – Ch. 2. – S. 78-81.

15. Booking.com [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.booking.com>.