

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 5. ISSN 2307-2105



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.43>

УДК 338.48-6:658.818.3

Н. В. Мельник,

к. геогр.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРАЦІЇ MICE-СЕРВІСУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

N. Melnyk,

PhD in Geography, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Hotel-Restaurant and Resort Buisness, Vasily Stefanik Carpathian National University

A CONCEPT MODEL FOR INTEGRATING MICE SERVICES IN HOSPITALITY ENTERPRISES

Стаття присвячена обґрунтуванню концептуальної моделі інтеграції MICE-сервісу в діяльність підприємств індустрії гостинності. Вона розглядається як інструмент підвищення їхньої конкурентоспроможності. Встановлено, що сегмент ділового туризму забезпечує стійкий попит і зростання прибутковості в умовах нестабільного середовища. Досліджено

перехід від традиційної моделі надання послуг до управління споживчим досвідом. Запропонована гібридна MICE-модель поєднує просторову трансформацію, цифрову інтеграцію, стандартизовані пакети послуг, логістичну оптимізацію та ефективний event-менеджмент. Доведено, що реалізація цих рішень прискорює комунікацію, мінімізує технічні збої та суттєво покращує фінансові показники і рівень задоволеності гостей. Запропонований підхід дозволяє перетворити готельний комплекс на сучасний бізнес-хаб, який буде здатний ефективно задовольняти потреби корпоративного сегменту.

The article substantiates the conceptual foundations for integrating MICE services into the operations of hospitality industry enterprises as a strategic tool for increasing competitiveness. Under the current conditions of global digitalization and a volatile external environment, the business tourism segment acts as a crucial stabilizer, ensuring consistent demand, higher average checks, and a broader guest base. The research identifies that the quality of MICE-service is determined not only by the material and technical base but also by the level of integration across all stages of interaction with the guest – from event planning to post-event support. The formation of a holistic service experience ensures an increase in customer satisfaction, their loyalty, and the share of repeat orders.

The study proposes an original conceptual model that forms the basis for improving the efficiency of hospitality enterprises by combining infrastructure, technology, and management solutions. This model is based on five key blocks: spatial transformation (modular and multifunctional zones), digital integration (implementation of CRM systems and online registration), product policy (standardized service packages), a specialized service model (coordinated event management), and a logistics model (mobility maps and flow management). It is proved that the implementation of the proposed concept provides a significant improvement in qualitative service indicators, in particular, a 75% reduction in communication time with the guest and a 71% decrease in technical failures

during events. These improvements ultimately allow for an increase in the share of the MICE segment in the enterprise's revenue structure to 25–30%.

Particular attention is paid to the transformation of service approaches, transitioning from a traditional service delivery model to a customer experience management model. It is substantiated that under conditions of an unstable external environment and limited mobility, particularly in the context of the current situation in Ukraine, it is the hybrid format and digital transformation of processes that become the guarantee of the viability of hotel enterprises. The hybrid MICE model, which integrates the physical space of the enterprise with digital event management platforms, allows for expanding the geography of participants and maintaining demand resilience. The proposed concept is universal and can be adapted to various types and scales of hospitality businesses. Perspectives for further research are related to the development of methodological approaches for assessing the effectiveness of hybrid MICE events, as well as the analysis of the impact of digital tools on the formation of customer experience in different segments of business tourism.

Ключові слова: MICE-індустрія, MICE-сервіс, індустрія гостинності, концептуальна модель, конкурентоспроможність

Keywords: MICE industry, MICE services, hospitality industry, conceptual model, competitiveness.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний розвиток індустрії гостинності характеризується зростанням ролі ділового туризму та сегменту MICE-послуг. Сьогодні він є одним із найбільш прибуткових напрямів індустрії гостинності, позаяк забезпечує стабільний попит упродовж року, формує високий середній чек гостя та сприяє розвитку суміжних галузей. В умовах глобалізації, цифровізації та посилення конкуренції MICE-напрям

стає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готельних комплексів.

Для України питання організації MICE-обслуговування є особливо актуальним. Попри складну економічну та безпекову ситуацію, діловий туризм демонструє стійкість і здатність до адаптації, що проявляється у зростанні кількості внутрішніх корпоративних заходів, активізації діяльності громадських, міжнародних організацій, тяжінні ділової активності до відносно безпечних західних регіонів. У цих умовах готельні комплекси з розвиненою MICE-інфраструктурою, сучасними технологіями та якісним сервісом, отримують можливість зміцнити позиції на ринку та формувати нові бізнес-моделі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку MICE-індустрії піднімались в різні роки українськими науковцями, зокрема Т.Дупляк [10], Ю.Давидюк, І.Жалінською, В.Кравчук [3]. О.Макар, Л.Дмитрик аналізують ринок MICE-туризму України, його економічний вплив та перспективи розвитку [5]. В.Маховка та Н.Бакало розглядають сутність, структуру та організацію MICE-заходів [8]. Інноваційні digital-рішення у сфері надання послуг кейтерингу для MICE-заходів знаходимо у праці Н.В. Якименко-Терещенко, Т.Ю. Чайки, О.С. Белікової [7]. Р.Мазурець, О.Козоріз, К.Ткаченко досліджують вплив війни на розвиток MICE-індустрії на прикладі Львову [4]. Важливу роль відіграють також міжнародні організації (UNWTO, ICCA, MPI), що формують концептуальні та статистичні засади дослідження MICE-сектору [12, 15].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою наукового пошуку є обґрунтування концепції інтеграції MICE-сервісу в діяльність підприємств готельного господарства із урахуванням сучасних тенденцій розвитку ділового туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. У міжнародній практиці індустрію MICE розглядають як частину сегменту Business Tourism – ділового туризму, що демонструє стабільне зростання та високу економічну

віддачу. За даними Global Business Travel Association, у 2023 році обсяг глобальних витрат на бізнес-туризм сягнув 1,03 трлн доларів США [11]. Частка ділового туризму в світовій структурі туристичних подорожей у 2024 році становила понад 25%. За оцінками 2025 року глобальний ринок ділового туризму перевищував 980 млрд. дол. США із перспективою зростання до понад 1 трлн дол. США у найближчі роки [9]. Водночас сегмент MICE залишається одним із найбільш динамічних і формує значну частину витрат у структурі бізнес-подорожей.

Аналітики відзначають, що у світі MICE-сегмент стає стратегічним елементом національної економіки, особливо для країн, які прагнуть зміцнити свої позиції в сфері бізнес-туризму. Згідно з Market Value of the Meetings Industry Worldwide, глобальний обсяг ринку MICE після пандемічного спаду зріс на понад 30% у 2023 році [13]. У 2024-2025 рр. обсяг світового ринку MICE оцінюється в межах 0,9-1,1 трлн дол. США з прогнозом подальшого зростання до 2030 року. Окремі дослідження вказують на можливе досягнення показника близько 1,4 трлн дол. США у найближчій перспективі [9, 16].

MICE-індустрія є не просто формою ділового туризму, а комплексною системою, яка охоплює організаційні, маркетингові, економічні й комунікаційні процеси. Організація MICE-обслуговування в готельних комплексах передбачає поєднання високого рівня сервісу, логістичної злагоженості, професійного менеджменту та технічної готовності до проведення заходів будь-якої складності. Як підкреслює І. Андренко, MICE-обслуговування є формою ділової співпраці між підприємством гостинності та корпоративним гостем, яка ґрунтується на високих стандартах обслуговування та індивідуальному підході [1]. Особливістю організації MICE-процесів є міждепартаментна координація. Така узгодженість створює ефект «єдиного сервісного ланцюга», де кожен елемент системи впливає на загальну якість обслуговування.

У структурі готельного комплексу, який спеціалізується на наданні MICE-послуг, головним завданням є створення інтегрованої інфраструктури. Вона включає конференц-зали різної місткості, переговорні кімнати, технічні приміщення, бізнес-центр, кейтерингову службу, систему внутрішньої комунікації між підрозділами. Сучасні готелі мають технічне обладнання, що відповідає міжнародним стандартам: мультимедійні екрани, акустичні системи, синхронний переклад, високошвидкісний інтернет, інтерактивні панелі тощо.

Важливо, що якість організації подій визначається не лише наявністю необхідного обладнання, а й професіоналізм персоналу, його здатність оперативно реагувати на зміни та забезпечувати технічну підтримку упродовж усього заходу. Працівники MICE-відділів повинні мати досвід у сфері управління подіями, володіти іноземними мовами, навичками організації протоколу, тайм-менеджменту та антикризових дій. За дослідженнями Н. Титової, понад 70% успішності проведення конференцій і форумів залежить саме від підготовленості персоналу, який забезпечує комунікацію між організаторами та учасниками [6]. Саме тому великі готелі створюють спеціалізовані підрозділи Event & Banquet Management, відповідальні за комплексне планування і реалізацію заходів.

Суттєвим елементом організації є і кейтерингове забезпечення. Під час проведення заходів готелі повинні надавати різні формати харчування – від coffee-break до банкетів і фуршетів. Меню формується з урахуванням національних, культурних і релігійних особливостей учасників. Саме гнучкість у виборі форм обслуговування та вміння адаптувати меню під конкретну подію створюють конкурентну перевагу готелю на ринку MICE-послуг.

Організація MICE-обслуговування відбувається за логічною послідовністю, яка починається з планування. На першому етапі готель узгоджує із замовником мету, формат, кількість учасників і технічні потреби заходу, формує кошторис і програму події. Далі відбувається підготовка

приміщень, перевірка обладнання, розробка схем розсадки, графіку харчування тощо. У день події координатор відповідає за безперервний зв'язок між усіма службами, реагує на потреби замовника. Після завершення заходу готель готує фінансовий і сервісний звіт, проводить аналіз задоволеності замовника та зберігає дані для майбутньої співпраці. Такий підхід забезпечує високу якість послуг і формує довгострокові ділові відносини між готелем і гостем [2].

Підвищення якості MICE-обслуговування вимагає орієнтації на сучасні стандарти сервісу, цифровізацію процесів взаємодії з гостями та впровадження інструментів, які відповідають поведінковим змінам бізнес-туристів. Ключовим трендом є перехід від традиційної моделі «послуга–клієнт» до архітектури сервісного досвіду, у межах якого кожен етап взаємодії – від планування заходу до післяподієвого супроводу – має бути оцифрований та персоналізований [13].

Одним із первинних завдань є вдосконалення організації комунікацій між підприємством і учасниками заходів. Сучасні бізнес-мандрівники очікують не просто інформації, а безперебійного доступу до інтерактивних сервісів: мобільних застосунків, оновлення таймінгу заходів у реальному часі, push-сповіщень. Запровадження єдиної CRM-системи для управління заявками, бронюванням і логістикою учасників дає можливість зменшити операційне навантаження персоналу, усунути дублювання даних та забезпечити високу точність комунікацій. Крім того, оцифрування зворотного зв'язку через QR-опитування дозволяє оперативно визначати слабкі зони сервісу та коригувати роботу вже під час заходу.

Для підвищення якості обслуговування важливо модернізувати технічний компонент простору MICE. Попит на гібридні події вимагає стабільної високошвидкісної інтернет-мережі, професійного аудіовізуального обладнання, онлайн-кабін для спікерів та інтерактивних панелей. Упровадження сервісу «технічний менеджер заходу» дозволяє підвищити оперативність вирішення технічних питань. Ефективність таких рішень

підтверджує міжнародна практика організаторів бізнес-конференцій, де до 40% скарг учасників пов'язано саме з технічними збоями [14].

Важливим напрямом удосконалення є підвищення кваліфікації персоналу. MICE-індустрія є сферою підвищеної відповідальності, де працівники фактично виконують функцію координаторів стресостійких бізнес-процесів. Стандарти міжнародних асоціацій ICCA та MPI передбачають орієнтацію на *soft skills*: проактивність, тайм-менеджмент, конфліктологію, роботу з різними культурами [12, 15]. Запровадження модульної системи навчання персоналу та регулярних внутрішніх тренінгів дає змогу мінімізувати людські помилки, прискорити реакцію на нетипові ситуації та забезпечити високу сталість сервісу.

Окремої уваги потребує питання логістики MICE-заходів. Для підвищення якості обслуговування доцільно впровадити маршрутну карту переміщення учасників, яка охоплює логістику прибуття, реєстрацію, переміщення між залами та післяподієвий супровід. Така карта дозволяє уникати заторів, черг і втрати часу в пікові хвилини. Практика показує, що оптимізація потоку учасників скорочує час очікування до 35–40 % і підвищує загальну оцінку сервісу на 0,6–1 бал за шкалою задоволеності [5].

Для аналітичного підтвердження доцільності таких змін проведено порівняльну оцінку якості MICE-обслуговування за ключовими критеріями до і після впровадження рекомендованих заходів (табл. 1). На підставі отриманих даних запропоновано уточнену систему пріоритизації заходів, що дозволяє визначити ті рекомендації, які забезпечують найбільший вплив на загальний рівень якості MICE-сервісу (табл. 2). Наведені кількісні показники є результатом аналітичного моделювання, що базується на узагальненні сучасних європейських стандартів MICE-індустрії та бенчмаркінгу кращих практик підприємств індустрії гостинності. Оцінка відображає усереднений прогнозований ефект від впровадження комплексної системи цифрових та управлінських рішень.

Таблиця 1. Порівняння основних показників якості МІСЕ-обслуговування до і після впровадження рекомендацій (модельний підхід)

Показник	До впровадження	Після впровадження	Відхилення %
Швидкість комунікації з гостем, год	12–18	2–4	–75%
Кількість технічних збоїв під час заходів, од.	7	2	–71%
Тривалість реєстрації учасника, хв	9–12	3–5	–58%
Рівень задоволеності сервісом (за 10-бальною шкалою)	7,1	8,8	23,90%
Частка повторних замовлень, %	32	51	59%
Час реагування на скаргу, хв	45	12	–73%

Таблиця 2. Пріоритетність рекомендацій щодо вдосконалення МІСЕ-обслуговування (модельний підхід)

Рекомендація	Ступінь впливу на якість (1–5)	Орієнтовний ефект
Впровадження CRM та цифрових комунікацій	5	Зниження помилок та прискорення обробки заявок
Модернізація технічної інфраструктури	5	Усунення технічних ризиків заходів
Навчання та сертифікація персоналу	4	Підвищення стабільності сервісу
Оптимізація логістики учасників	4	Скорочення часу очікування
Автоматизований збір зворотного зв'язку	3	Швидке виявлення недоліків
Візуальна стандартизація навігації	3	Зменшення навігаційних помилок учасників

Упровадження цих заходів формує комплексну модель підвищення якості МІСЕ-обслуговування. Підприємство, яке прагне закріпитися на ринку бізнес-туризму, повинно орієнтуватися саме на інтеграцію цих рішень, оскільки вони забезпечують відчутне зростання конкурентоспроможності та позитивний споживчий досвід.

Вважаємо за доцільне представити авторську розробку концептуальної моделі інтеграції МІСЕ-сервісу у діяльність підприємств індустрії гостинності (рис. 1). Розробка концепції інтеграції МІСЕ-сервісу в діяльність

підприємств індустрії гостинності ґрунтується на необхідності адаптації до сучасних умов функціонування ринку ділового туризму. У цих умовах підприємства гостинності повинні трансформувати традиційні підходи до організації обслуговування.

Замість фрагментарного надання послуг реалізовувати цілісну інтегровану МІСЕ-систему, що поєднує інфраструктурні, технологічні, організаційні та сервісні компоненти. Такий підхід дозволяє забезпечити не лише функціональне обслуговування заходів, але й створення комплексного споживчого досвіду, орієнтованого на потреби різних сегментів бізнес-аудиторії.

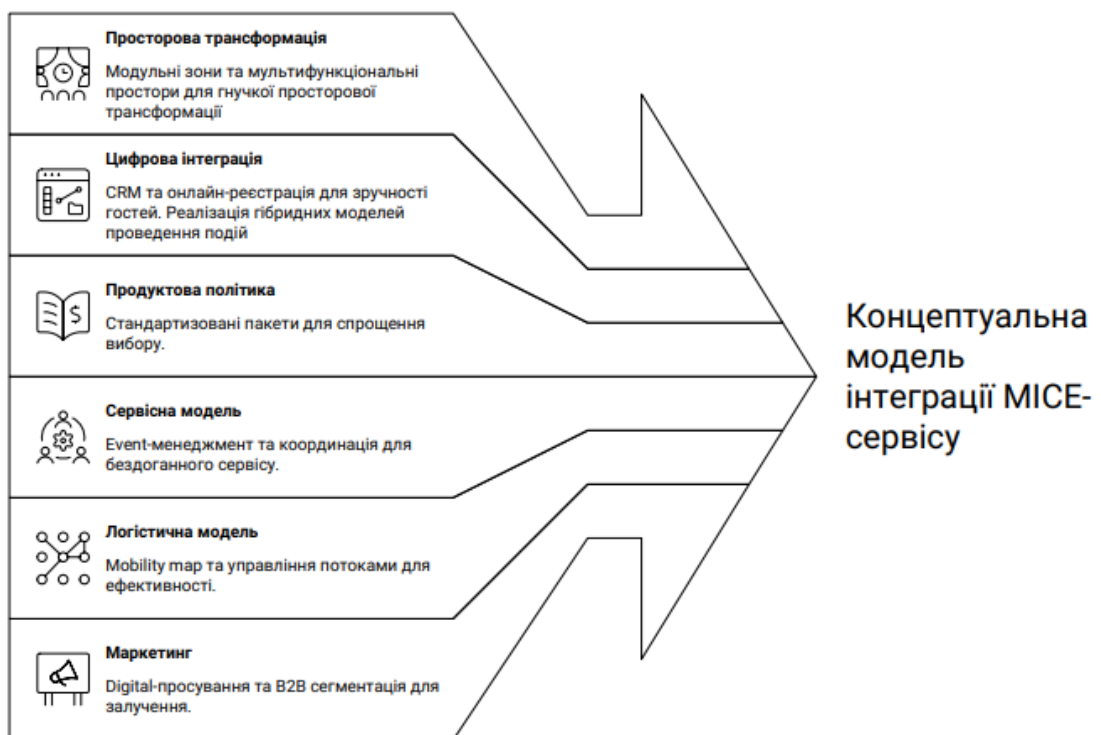


Рис. 1. Концептуальна модель інтеграції МІСЕ-сервісу у діяльність підприємств індустрії гостинності (авторська розробка)

В основу концепції покладено модель гібридного МІСЕ-обслуговування, що передбачає інтеграцію фізичного простору підприємства з цифровими платформами управління подіями. Ключовими елементами цієї моделі є трансформація конференц-простору за модульним принципом, використання стандартизованих пакетів м, впровадження CRM-систем та інструментів

онлайн-комунікації, формування MICE-продуктів, а також розвиток сервісної моделі на основі координації між службами готельного підприємства. Важливою складовою виступає також оптимізація логістики учасників заходів і впровадження інструментів аналітики споживчого досвіду. Це дозволить підвищити якість обслуговування та сформувати довгострокові відносини із замовниками. Запропонована концепція має універсальний характер і може бути адаптована до діяльності підприємства різних типів і масштабів у сфері індустрії гостинності.

Першим блоком концепції визначено створення універсальної конференц-зони у форматі трансформованого простору. Конференц-зали, якими обладнані більшість готелів ділового призначення, доцільно переобладнати за модульним принципом, щоб забезпечити можливість швидкої зміни конфігурацій – від камерних переговорів до повноцінної конференції. Це дозволяє збільшити коефіцієнт використання площ та розширити перелік доступних форматів. Оптимізацію використання приміщень можна змоделювати і продемонструвати потенційні резерви (табл. 3).

Таблиця 3. Оцінка потенціалу використання MICE-інфраструктури готельних підприємств (узагальнена модель) (авторська розробка)

Показник	Фактичний стан	Потенційні можливості	Резерв використання
Кількість подій на місяць	6–8	18–22	200%
Середнє завантаження залів	35–40 %	75–80 %	40%
Максимальна місткість	до 70 осіб	120–150 осіб після модульного перепланування	+80 осіб
Використання бізнес-центру	25%	60–70 %	45%

Вважаємо, що цифрова інтеграція MICE-процесів може бути реалізована через створення платформи «Ukraine MICE Hub», що базується на CRM-системі, електронному документообігу, онлайн-реєстрації учасників, віртуальних кабінетах партнерів та інтеграції з PMS Opera/Clock. Це дозволяє

автоматизувати організацію подій та усунути проблеми бюрократичної узгодженості. Цифрове середовище робить готель більш привабливим для міжнародних структур, що працюють в Україні, зокрема гуманітарних місій, фондів та державних партнерів.

Стандартизовані пакети МІСЕ-послуг дозволять зменшити витрати часу на комунікацію із замовником та полегшують розрахунок бюджету (табл. 4.).

Важливою частиною концепції є зміцнення маркетингової активності. Для цього ми пропонуємо розширення digital-просування: запуск таргетованої реклами, SEO-оптимізація сайту, створення візуальних 3D-турів залами та партнерство з профільними івент-платформами.

Таблиця 4. Пропоновані пакети МІСЕ-обслуговування в готельних підприємствах (авторська розробка)

Тип МІСЕ-продукту	Структура сервісної пропозиції	Функціональні особливості	Цільовий сегмент ринку
«Business Basic»	Зал 3 години, техніка, вода, кавова станція	Базовий бюджетний варіант	Малі компанії, локальні зустрічі
«Executive Day»	Зал на день, повний комплект техніки, кейтеринг	Класичний формат «конференційного дня»	Бізнес-структури, навчальні центри
«Hybrid Connect»	Зал + студія трансляції, запис відео, техпідтримка	Для онлайн/гібридних подій	ІТ-компанії, міжнародні фонди
«Government Protocol»	Підвищена безпека, перекладач, окрема реєстрація	Для офіційних делегацій	Державні органи, дипломатія
«Premium Forum»	Декор, брендвана зона, медіасупровід	Для великих заходів до 150 осіб	Бізнес-форуми, презентації

Фінансове обґрунтування концепції передбачає поступове збільшення доходів за рахунок підвищення завантаження залів та продажу комплексних МІСЕ-пакетів. Прогнозована економічна ефективність наведена у табл. 5. Наведені показники мають узагальнений (модельний) характер та відображають типову динаміку змін економічних параметрів підприємств

індустрії гостинності в результаті впровадження концепції МІСЕ-обслуговування.

Отримані результати свідчать, що впровадження концепції дозволить суттєво збільшити частку МІСЕ-напряму у загальних доходах підприємства, зменшити збитковість операційної діяльності та підвищити рентабельність продажів. Враховуючи наявні ризики воєнного часу, гібридний формат забезпечує стійкість попиту та дозволяє залучати гостей, які не можуть брати участь фізично. Це дасть можливість стабілізувати фінансові результати навіть в умовах нестабільного середовища.

Таблиця 5. Оцінка економічної ефективності впровадження концепції МІСЕ-обслуговування (модельний підхід)

Показник	До впровадження концепції (типовий стан)	Після впровадження (очікуваний ефект)	Зміна показника, %
Місячна кількість подій	6–8	16–20	+150–200%
Дохід від МІСЕ-напряму, млн грн/рік	4-5	10-12	+150-180%
Середній чек події	15-20 тис. грн	32–35 тис. грн	≈+80-100%
Завантаження номерного фонду	40-45%	60–65 %	+15-25 п.п.
Частка МІСЕ у структурі доходу	10-15%	25–30 %	+15–20 п.п.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У результаті проведеного дослідження обґрунтовано роль МІСЕ-сервісу як одного з ключових драйверів підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. Запропоновану концепцію МІСЕ-обслуговування варто розглядати як інструмент структурного розвитку підприємств, що інтегрує цифрові технології, оптимізацію простору, стандартизовані сервіси та сучасні формати корпоративних подій. Вона спрямована на максимізацію використання інфраструктури, розширення цільового сегменту споживачів, зміцнення бренду та підвищення рентабельності підприємства. Такий підхід дозволяє позиціонувати готель як

потужний бізнес-хаб та забезпечувати відповідність сучасним європейським стандартам МІСЕ-індустрії.

Доведено, що сучасний етап розвитку МІСЕ-індустрії характеризується активною гібридизацією подій, що передбачає поєднання офлайн- та онлайн-форматів. Такий підхід розширює географію учасників, підвищує гнучкість організації заходів і забезпечує стійкість попиту навіть за умов обмежень мобільності. Важливим чинником трансформації МІСЕ-обслуговування визначено цифровізацію. Вона охоплює впровадження CRM-систем, автоматизацію процесів взаємодії з гостями, використання цифрових платформ для організації подій та інструментів збору зворотного зв'язку. Цифрові технології забезпечують підвищення оперативності управління, зниження кількості помилок і формування персоналізованих сервісних рішень, що відповідають сучасним очікуванням бізнес-туристів.

Обґрунтовано, що за умов нестабільного зовнішнього середовища та обмеженої мобільності, саме гібридний формат та цифрова трансформація процесів стають запорукою життєздатності готельних підприємств.

Література

1. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ. 2014. 431 с.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*, 2022. №38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>
3. Давидюк Ю., Жалінська І., Кравчук В. Перспективні напрями розвитку готелей як інфраструктурних елементів МІСЕ-туризму в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2021. Вип. (3), С. 18–23. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-3-3>
4. Мазурець Р., Козоріз О., Ткаченко К. Вплив війни в Україні на динаміку розвитку МІСЕ-індустрії міста Львова. *Розвиток міста*. 2025. №4 (08). С. 74–80. <https://doi.org/10.32782/city-development.2025.4-10>

5. Макар О., Дмитрик Л. МІСЕ-туризм – основа іміджевої та економічної прогресивності туристичної індустрії України. *Молодий вчений*. 2021. Вип. 10 (98). С. 160–167. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-10-98-35>
6. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. Вип. 1. С. 67–74.
7. Якименко-Терещенко Н., Чайка Т., Белікова О. Кейтеринг у МІСЕ-індустрії: тренди розвитку, міжнародний досвід і перспективи digital-трансформації. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-39>
8. Bakalo N.V. Makhovka V.M. Features of the development of international MICE tourism. *Modern engineering and innovative technologies*. 2023. Vol. 27(2), pp. 92–96. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-27-02-045>
9. Business Travel Market Size, Share & Industry Analysis, and Regional Forecast, 2026–2034. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/business-travel-market-110564>
10. Dupliak T. The MICE Tourism Industry trends. *Tourism of the XXI century: global challenges and civilization values*. 2020. DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2020-06-01.39>
11. Global Business Travel Association. URL: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
12. International Congress and Convention Association. URL: <https://www.iccaworld.org/>
13. Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending. URL: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/>
14. Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecast. URL: <https://www.statista.com>
15. Meeting Professionals International. URL: <https://www.mpi.org/>
16. The Future of the Global MICE Industry (2025–2030): 5 Key Trends Redefining Business Events. URL: <https://live.worldtourismforum.net/news/Catch->

References

1. Andrenko, I. B. (2014), *Dilovyi turizm* [Business tourism], Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova, KhNUMH, Kharkiv, Ukraine.
2. Bazhenova, S., Polohovska & Yu., Kantsur, I. (2022), “Development of the hotel and restaurant business in today's conditions”, *Economy and Society*, [Online], vol. 38, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22> (Accessed 05 April 2026).
3. Davydiuk, Yu., Zhalinska, I. & Kravchuk, V. (2021), “Promising directions for the development of hotels as infrastructure elements of MICE tourism in Ukraine”, *Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, vol. 3, pp. 18–23. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-3-3>.
4. Mazurets, R., Kozoriz, O. & Tkachenko, K. (2025). “The impact of the war in Ukraine on the dynamics of the development of the MICE industry in the city of Lviv”, *City development*, vol. 4, no. 08, pp. 74–80. <https://doi.org/10.32782/city-development.2025.4-10>.
5. Makar, O. & Dmytryk, L. (2021), “MICE tourism is the basis for the image and economic progress of Ukraine's tourism industry”, *Young scientist*, vol. 10, no. 98, pp. 160–167. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-10-98-35>.
6. Tytova, N. V. (2013), “Dilovyi turizm v Ukraini: osnovni problemy rozvytku ta shliakhy yikhnoho vyryshennia”, *Economics and management of culture*, vol. 1, pp. 67–74.
7. Iakymenko-Tereshchenko, N., Chaika, T. & Bielikova, O. (2021). “Business tourism in Ukraine: main development problems and ways to solve them”, *Economy and Society*, [Online], vol. 34, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1007> (Accessed 22 March 2026). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-39>
8. Bakalo, N.V. & Makhovka, V.M. (2023), “Features of the development of international MICE tourism”, *Modern engineering and innovative technologies*, Vol. 27, no. 2, pp. 92–96. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-27-02-045>

9. Fortune Business Insights (2026), “Business Travel Market Size, Share & Industry Analysis, and Regional Forecast, 2026–2034”, available at: <https://www.fortunebusinessinsights.com/business-travel-market-110564> (Accessed 22 March 2026).
10. Dupliak, T. (2020), “The MICE Tourism Industry trends”, *Tourism of the XXI century: global challenges and civilization values*, [Online], available at: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/5d0ef651f654c50ad3492fe31e2dc2ef.pdf> (Accessed 22 March 2026). DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2020-06-01.39>
11. Global Business Travel Association (2025), available at: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/> (Accessed 27 March 2026).
12. International Congress and Convention Association (2026), available at: <https://www.iccaworld.org/> (Accessed 27 March 2026).
13. Statista (2024), “Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending”, available at: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/> (Accessed 12 April 2026).
14. Statista (2019), “Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecast”, available at: <https://www.statista.com> (Accessed 12 April 2026).
15. Meeting Professionals International (2026), available at: <https://www.mpi.org/> (Accessed 19 April 2026).
16. Global Tourism Forum (2025), “The Future of the Global MICE Industry (2025–2030): 5 Key Trends Redefining Business Events”, available at: <https://live.worldtourismforum.net/news/Catch-up-the-latest-news-in-tourism-industry/The-Future-of-the-Global-MiCE-industry-2025%E2%80%932030-5-Key-Trends-Redefining-Business-Events> (Accessed 19 April 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 30.04.26

Прорецензовано / Revised: 10.05.26

Дата публікації / Published: 26.05.26