

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. 2025. № 12.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.98>

УДК 338.48:659.127:658.8(477)

Т. В. Марусей,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
природничо-економічний факультет,*

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1018-702X>

ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ MICE-ТУРИЗМУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

T. Marusei,

*PhD in Economic, Associate Professor, Professor of the Department of Tourism
and Hotel-Restaurant Business Chair, Natural-Economical Department,
Kamianets-Podilskyi Ivan Ohiienko National University*

EXHIBITION ACTIVITIES AS AN EFFECTIVE TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF MICE TOURISM: REGIONAL ASPECT

Наукова стаття присвячена дослідженню виставкової діяльності як ефективного інструменту розвитку MICE-туризму в регіональному аспекті. Визначено, що виставки як складова MICE-туризму виконують функцію комунікаційного майданчика, де відбувається презентація товарів, послуг, інновацій та налагодження ділових контактів. Вони сприяють розвитку професійних мереж, обміну досвідом і формуванню позитивного іміджу

територій. Зазначено, що виставкова діяльність здійснює значний мультиплікативний вплив на економіку міста (регіону, країни), що проявляється у зростанні обсягів продажу, податкових надходжень у бюджет різних рівнів та розвиток інших суміжних галузей. Розглянуто міжнародні туристичні виставки 2025 року, де представлено туристичний та інвестиційний потенціал міст та регіонів на міжнародній арені. Охарактеризовано виставкову діяльність у Хмельницької області, яка є важливою складовою культурного, економічного та туристичного розвитку регіону.

The scientific article is devoted to the study of exhibition activities as an effective tool for the development of MICE tourism in the regional aspect. It is determined that exhibitions as a component of MICE tourism perform the function of a communication platform where the presentation of goods, services, innovations and the establishment of business contacts take place. They contribute to the development of professional networks, the exchange of experience and the formation of a positive image of territories. It is noted that exhibition activities have a significant multiplier effect on the economy of the city (region, country), which is manifested in the growth of sales volumes, tax revenues to the budget of various levels and the development of other related industries. The international tourist exhibitions of 2025 are considered, which present the tourism and investment potential of cities and regions in the international arena. The exhibition activities in the Khmelnytskyi region are characterized, which are an important component of the cultural, economic and tourist development of the region. A significant place in the exhibition activity of the region is occupied by Kamianets-Podilskyi, which combines historical potential with modern cultural initiatives. The city hosts thematic art exhibitions, archaeological expositions, historical and ethnographic exhibitions, which are organically integrated into the tourist product of the ancient fortress city. Exhibition projects in the museums of the Old Town, the Cathedral Church or the Kamianets-Podilskyi Fortress attract with a combination of authenticity and modern approaches to presenting historical

content. Exhibitions of folk crafts and handicrafts are also actively developing in the region, where masters present Podolsk ceramics, weaving, blacksmithing, embroidery and other traditional types of art. Such events are often combined with fair activities, master classes and presentations of local brands, which makes the exhibitions attractive to tourists. It is noted that the development of MICE infrastructure in the regions will contribute to the creation of jobs, the restoration of the tourism industry, and the integration of Ukraine into the global business tourism market.

Ключові слова: *MICE-туризм, виставкова діяльність, діловий туризм, конференції, виставки, туристична інфраструктура, дестинація.*

Key words: *MICE tourism, exhibition activities, business tourism, conferences, exhibitions, tourist infrastructure, destination.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії MICE-туризм виступає одним із найбільш перспективних і економічно ефективних напрямів, який відіграє важливу роль у формуванні ділової активності, стимулюванні економічного зростання та інтеграції регіонів у міжнародний економічний простір. Розвиток MICE-туризму сприяє залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій, розширенню ділових контактів, створенню нових робочих місць, а також підвищенню загальної конкурентоспроможності територій на національному та міжнародному туристичних ринках. На відміну від масових форм туризму, MICE-сегмент характеризується стабільністю попиту, меншою залежністю від сезонних коливань і високим рівнем витрат з боку ділових туристів.

Особливе місце в структурі MICE-туризму посідає виставкова діяльність, яка виконує функції ефективного комунікаційного, маркетингового та іміджевого інструменту розвитку регіонів. Виставки та ярмарки слугують платформою для презентації економічного, інноваційного

й туристичного потенціалу територій, сприяють налагодженню партнерських зв'язків між представниками бізнесу, науки та влади, а також формуванню позитивного іміджу регіону як привабливої ділової дестинації. Крім того, проведення виставкових заходів стимулює розвиток суміжних галузей, зокрема готельного господарства, транспортної інфраструктури, ресторанного бізнесу та сфери послуг.

Водночас у багатьох регіонах України потенціал виставкової діяльності використовується неповною мірою. Це зумовлено низкою проблем, серед яких недостатній рівень розвитку сучасної виставкової та конгресної інфраструктури, обмежена інтеграція виставкових заходів у регіональні програми та стратегії розвитку туризму, а також відсутність системного й комплексного підходу до управління MICE-напрямом. Додатковими стримувальними чинниками є недостатня координація між органами влади та бізнесом, обмежене фінансування, низький рівень маркетингового просування регіонів як MICE-дестинацій і недостатнє використання інноваційних та цифрових інструментів у виставковій діяльності. У сукупності ці проблеми знижують ефективність використання виставкової діяльності як інструменту розвитку MICE-туризму та актуалізують потребу в науковому обґрунтуванні й практичному вдосконаленні регіональної політики у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних, методичних та практичних аспектів виставкової діяльності як ефективного інструменту розвитку MICE-туризму здійснювали такі вітчизняні теоретики та практики, як: Бакало Н., Маховка В., Головня О., Головчук Ю., Дупляк Т., Ткаченко Т., Наумік-Гладка К., Вовк К. Проте бракує наукового обґрунтування й практичного вдосконалення регіональної політики у цій сфері.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). З огляду на зазначені вище факти, мета статті – комплексне дослідження виставкової

діяльності як ефективного інструменту розвитку MICE-туризму з урахуванням регіональної специфіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та інтенсифікації ділових зв'язків MICE-туризм набуває дедалі більшого значення як один із найдинамічніших сегментів туристичної індустрії. Він поєднує ділову активність із туристичними послугами та сприяє розвитку економіки, міжнародного співробітництва й обміну знаннями. Одним із ключових складників MICE-туризму є виставкова діяльність, яка виступає ефективним інструментом залучення ділових туристів, інвесторів і професійних спільнот. Саме тому дослідження ролі виставок у розвитку MICE-туризму є актуальним і потребує ґрунтовного наукового аналізу.

MICE-туризм охоплює організацію та проведення ділових зустрічей, заохочувальних поїздок, конференцій і виставок. Його основною особливістю є орієнтація на ділову аудиторію, яка характеризується високим рівнем платоспроможності та потребою в якісній інфраструктурі. На відміну від масового туризму, MICE-сегмент менш залежний від сезонності та забезпечує стабільні надходження до бюджету приймаючих регіонів.

Виставки як складова MICE-туризму виконують функцію комунікаційного майданчика, де відбувається презентація товарів, послуг, інновацій та налагодження ділових контактів. Вони сприяють розвитку професійних мереж, обміну досвідом і формуванню позитивного іміджу територій.

В Україні першим спеціалізованим заходом, присвяченим розвитку ділового туризму, стала Міжнародна конференція «MICE Ukraine», що проводиться в межах щорічної Міжнародної туристичної виставки UITT «Україна – подорожі та туризм». Важливу роль у становленні та розвитку MICE-індустрії відіграє некомерційна організація BTA Ukraine – Асоціація ділового туризму України. Її діяльність спрямована на популяризацію українського ділового туризму на міжнародному ринку, налагодження

професійних зв'язків і сприяння сталому розвитку МІСЕ-напряму в Україні [2].

Виставкова діяльність є важливим елементом інфраструктури МІСЕ-туризму, оскільки забезпечує концентрацію значної кількості учасників і відвідувачів з різних регіонів і країн. Проведення міжнародних і національних виставок стимулює розвиток готельного господарства, транспортних послуг, ресторанного бізнесу та сфери розваг.

Особливістю виставкової діяльності є наявність мультиплікативного та відкладеного (вторинного) ефекту. Відкладений ефект виставкової діяльності проявляється у наявності певного часового проміжку між моментом проведення виставки та моментом отримання комерційних результатів учасниками та відвідувачами виставкового заходу. Виставкова діяльність здійснює значний мультиплікативний вплив на економіку міста (регіону, країни), що проявляється у зростанні обсягів продажу, податкових надходжень у бюджет різних рівнів та розвиток інших суміжних галузей. Така ситуація пояснюється тим, що учасники та відвідувачі виставкових заходів користуються послугами підприємств туристичного та ресторанного бізнесу, транспортного та готельного господарства, а також закладів дозвілля [2].

Крім того, виставки виконують маркетингову функцію, сприяючи просуванню дестинації як ділового та туристичного центру. Участь у виставкових заходах дозволяє компаніям і регіонам підвищити впізнаваність бренду, залучити інвестиції та розширити ринки збуту.

Виставкова діяльність має комплексний вплив на розвиток туристичних дестинацій. По-перше, вона забезпечує зростання туристичних потоків за рахунок ділових відвідувачів, які, окрім участі у заходах, користуються туристичними послугами. По-друге, виставки сприяють створенню робочих місць та розвитку місцевої економіки. По-третє, вони підвищують рівень міжнародної інтеграції та конкурентоспроможності регіонів.

У сучасних умовах особливої актуальності набуває поєднання традиційних виставкових форматів із цифровими технологіями, що дозволяє розширити аудиторію та підвищити ефективність заходів.

Виставкова діяльність посідає важливе місце у структурі подієвого туризму, оскільки вона поєднує інформаційну, комунікативну, культурну та економічну функції. Сучасні виставки – це не лише демонстраційні майданчики для представлення товарів, мистецтва чи інноваційних технологій, а й потужні інструменти формування туристичних потоків. Завдяки своїй здатності залучати як професійну аудиторію, так і широке коло відвідувачів, виставки створюють унікальні можливості для розвитку регіонів, посилюючи їхню конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Однією з ключових ролей виставкової діяльності є стимулювання ділового туризму. Значні виставкові заходи, зокрема галузеві форуми, ярмарки, промислові чи аграрні виставки, приваблюють учасників з різних міст і країн, що генерує додатковий попит на готельні, транспортні, ресторанні та культурні послуги. Такі події створюють передумови для розвитку інфраструктури, сприяють залученню інвестицій, а також активізують міжнародну співпрацю. У багатьох країнах світу виставкові центри стають ключовими майданчиками для подієвого туризму, визначаючи ритм міського життя та формуючи локальний бренд[9].

Важливою складовою виставкової діяльності є її культурний потенціал. Художні, історичні, етнографічні та освітні виставки стимулюють інтерес до національної спадщини, популяризують локальні традиції та сприяють культурній дипломатії. Для туристів такі заходи стають можливістю поглибити знання про регіон, отримати емоційний досвід та долучитися до сучасного культурного процесу. У цьому контексті виставки виконують не лише пізнавальну, а й ідентифікаційну функцію, оскільки формують уявлення про особливості та цінності приймаючої території.

Виставкова діяльність також слугує каталізатором інновацій у сфері подієвого туризму. Сучасні технології – інтерактивні експозиції, VR-тури,

мультимедійні інсталяції – дозволяють зробити виставки більш захопливими та доступними для широкої аудиторії. Це підвищує їхню привабливість, особливо серед молоді, яка очікує динамічних та емоційно насичених форматів. В умовах цифровізації виставкова сфера поступово розширює свій вплив, інтегруючи онлайн-платформи, гібридні події та віртуальні тури, що дає змогу залучати глобальну аудиторію.

Виставка в туристичній сфері є важливим інструментом маркетингових комунікацій, що поєднує різні способи популяризації туристичних продуктів, DESTINATION та послуг. Попри це, виставкова культура в Україні все ще перебуває на етапі активного розвитку, тому в організаторів і учасників часто виникають труднощі у процесі підготовки та проведення таких заходів [8].

Для туристичної індустрії виставки виконують функцію ефективного каналу збуту й просування. На них можна не лише презентувати конкурентні переваги туристичного продукту, а й проаналізувати попит, визначити зацікавленість цільових аудиторій, оцінити іміджеві та споживчі характеристики туристичних послуг. Виставкова діяльність є природною складовою розвитку ринкової туристичної економіки, оскільки дає змогу у стислі терміни вивчити тенденції ринку, отримати актуальну інформацію про конкурентів, нові технології та запити споживачів.

Туристичні виставки також створюють сприятливі умови для позиціонування DESTINATION і туристичних компаній, розвитку партнерських відносин між туроператорами, турагентами, готельєрами, перевізниками та іншими суб'єктами ринку. Таким чином, виставкова діяльність сприяє формуванню стійких професійних зв'язків, підвищує конкурентоспроможність регіонів і стимулює зростання туристичних потоків.

Для України виставкова діяльність є стратегічно важливою частиною подієвого туризму. Регіональні виставкові центри – у Києві, Львові, Харкові, Дніпрі, Одесі – щорічно приймають тисячі учасників і гостей, формуючи стабільний потік ділових туристів. У Хмельницькому регіоні та Кам'янці-

Подільському виставки часто поєднуються з культурними подіями та ярмарковими традиціями, що робить їх невід’ємною частиною туристичного продукту Поділля. Наприклад, виставки ремесел, художні експозиції та історичні тематичні виставки сприяють розвитку локального креативного потенціалу та зростанню туристичної привабливості міста.

Державне агенство розвитку туризму в Україні повідомляє про заплановані міжнародні туристичні виставки у 2025 році, де можна представити туристичний та інвестиційний потенціал міст та регіонів на міжнародній арені.

1. ITB Berlin, 4-6 березня 2025 року, м.Берлін, Федеративна Республіка Німеччина. Провідна виставка світової туристичної індустрії, яка проходить щороку у березні протягом 3 днів. Є найбільшою подією у сфері туризму. У 2024 році виставка зібрала понад 5 500 експонентів із 170 країн та регіонів, а також близько 100 000 учасників.

2. WTM London, 4-6 листопада 2025 року, м. Лондон, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії. Одна з найвідоміших виставок світової туристичної індустрії. Саме під час WTM London формуються нові туристичні тенденції, відбуваються тисячі стратегічних зустрічей, підписуються контракти та меморандуми про співпрацю на національних рівнях.

3. FITUR Іспанія, 22-25 січня 2025 року, м. Мадрид, Королівство Іспанія. FITUR – це одна з найпрестижніших туристичних виставок у світі та ключова подія для індустрії туризму в Європі та Латинській Америці. Захід збирає представників туристичної галузі, включаючи туроператорів, авіакомпанії, готелі, агентства та туристичні департаменти країн, які презентують свої пропозиції для міжнародної аудиторії.

4. IMEX 20-22 травня 2025 року, м. Франкфурт, Федеративна Республіка Німеччина. IMEX Frankfurt – міжнародна виставка для професіоналів у сфері ділового туризму, індустрії зустрічей, заходів та інсентив-подорожей. Вона об’єднує учасників з усього світу для обговорення

нових можливостей, встановлення партнерств і ознайомлення з інноваціями в організації заходів[6].

Виставкова діяльність у Хмельницькій області є важливою складовою культурного, економічного та туристичного розвитку регіону. Завдяки вигідному географічному розташуванню, розвинутій інфраструктурі та активності місцевих закладів культури й бізнес-середовища, область формує власний виставковий простір, який приваблює як мешканців регіону, так і відвідувачів з інших областей України.

Одним із ключових центрів виставкової діяльності є місто Хмельницький, відоме проведенням тематичних ярмарків, художніх виставок, ремісничих презентацій та виставкових заходів для бізнесу. Хмельницька обласна філармонія, музеї, галереї, культурні центри та простори сучасного мистецтва регулярно організовують експозиції образотворчого мистецтва, фотографії, декоративно-ужиткових виробів, що сприяє популяризації локальних митців і культурних традицій Поділля. Своєрідною візитівкою є також Хмельницький ярмарок, який історично виконує роль великого торговельно-виставкового майданчика.

Значне місце у виставковій діяльності регіону займає Кам'янець-Подільський, який поєднує історичний потенціал із сучасними культурними ініціативами. У місті проводяться тематичні мистецькі виставки, археологічні експозиції, історичні та етнографічні виставки, що органічно інтегруються у туристичний продукт старовинного міста-фортеці. Виставкові проекти в музеях Старого міста, Кафедральному костелі чи Кам'янець-Подільській фортеці приваблюють поєднанням автентичності та сучасних підходів до подачі історичного контенту.

У регіоні активно розвиваються також виставки народних промислів та ремесел, де майстри представляють подільську кераміку, ткацтво, ковальство, вишивку та інші традиційні види мистецтва. Такі заходи часто поєднуються з ярмарковою діяльністю, майстер-класами та презентаціями локальних брендів, що робить виставки привабливими для туристів [10].

Важливе місце посідають аграрні, промислові та освітні виставки, які організовують навчальні заклади, бізнес-асоціації та місцева влада. Вони сприяють розвитку ділового туризму та формуванню сприятливого інвестиційного середовища.

Туристичні виставки в Україні відіграють важливу роль у розвитку галузі, оскільки вони слугують платформою для презентації нових туристичних продуктів, обміну професійним досвідом та налагодження партнерських зв'язків. Такі заходи сприяють популяризації вітчизняних DESTINATION, активізують співпрацю між представниками туристичного сектору та дозволяють швидко реагувати на зміни ринку. Завдяки виставковим подіям розширюються можливості взаємодії між вітчизняними та міжнародними учасниками ринку, що позитивно впливає на конкурентоспроможність українського туризму та підсилює його позиції як на національному, так і на світовому рівні. Розглянемо туристичні виставки в Україні:

1. UITT – Ukraine International Travel & Tourism Exhibition (Київ). Найбільша туристична виставка країни, яка збирає провідні туроператорські компанії, авіаперевізників, готельні мережі та представників туристичних організацій із десятків країн. Сприяє укладенню ділових угод, формуванню партнерств та презентації нових туристичних продуктів.

2. UITM – Ukraine International Tourism Market (Київ). Один із ключових галузевих заходів, де презентуються регіональні туристичні продукти України, міжнародні напрямки, нові технології та сервіси у сфері подорожей.

3. ITF «TourExpo» (Львів). Важливий виставковий майданчик Західної України. Сприяє стимулюванню в'їзного туризму, просуванню регіональних DESTINATION, розвитку карпатського та етнотуризму.

4. «Odessa Tourism Fest» (Одеса). Виставка-форум, присвячена чорноморському туристичному регіону, його інфраструктурі, інноваційним туристичним послугам і культурним подіям.

5. «Dnipro Tourism Forum» (Дніпро). Платформа для налагодження ділових зв'язків між туристичними компаніями Центральної та Східної України.

У Хмельницькій області виставкова діяльність у сфері туризму поступово набуває стратегічного значення, сприяючи популяризації регіону як привабливої туристичної дестинації. Виставкові заходи, що проводяться в області, допомагають презентувати культурний, історичний та природний потенціал краю, стимулюють розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, а також сприяють налагодженню співпраці між місцевими громадами, бізнесом та туристичними операторами. Завдяки таким ініціативам регіон активніше інтегрується у всеукраїнський туристичний простір, підвищує впізнаваність своїх дестинацій і створює умови для подальшого зростання туристичних потоків. Розглянемо виставкову діяльність у Хмельницькій області та Кам'янці-Подільському:

1. Виставки в Кам'янець-Подільському державному історичному музеї-заповіднику. Тут регулярно проходять історичні, археологічні, мистецькі виставки, які поєднуються зі сферою подієвого та пізнавального туризму. Вони приваблюють туристів тематичністю, автентичністю та залученням локальної історії.

2. Виставки у Галереї мистецтв Кам'янця-Подільського. Проводяться експозиції сучасного мистецтва, традиційних ремесел, фотографії, що сприяє розвитку культурного туризму в місті.

3. Ярмарково-виставкові заходи під час фестивалів Кам'янця-Подільського. Зокрема під час фестивалів «Форпост», «Terra Heroica», «Республіка», «Остання столиця» організовуються ремісничі виставки, презентації історичних реконструкцій, мистецькі експозиції й ярмарки. Це підсилює туристичну привабливість заходів та сприяє розвитку локального креативного середовища.

4. Хмельницький міський виставковий центр. На його базі проходять художні виставки, презентації робіт місцевих митців, тематичні культурні проекти, що також приваблюють туристів, які цікавляться мистецтвом.

5. Аграрні та промислові виставки в Хмельницькому. Зокрема виставки-ярмарки народних промислів, які збирають ділову аудиторію «Агро-Поділля», «Подільський товар», та слугують каталізатором розвитку бізнес-туризму в регіоні [10].

У контексті повоєнного відновлення України МІСЕ-туризм і, зокрема, виставкова діяльність можуть стати важливим інструментом економічної стабілізації та відбудови регіонів. Проведення виставок, форумів і ділових конференцій створює умови для залучення іноземних інвесторів, міжнародних донорів і партнерів, сприяє презентації відновлювальних проектів та інноваційних рішень, а також активізує міжрегіональну й міжнародну співпрацю. Виставкова діяльність у повоєнний період виконуватиме не лише економічну, а й іміджеву функцію, формуючи позитивне сприйняття України як відкритої, безпечної та перспективної країни для ділової взаємодії. Розвиток МІСЕ-інфраструктури в регіонах сприятиме створенню робочих місць, відновленню туристичної галузі та інтеграції України у світовий ринок ділового туризму.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Отже, виставкова діяльність є ефективним і стратегічно важливим інструментом розвитку МІСЕ-туризму. Вона сприяє активізації ділової активності, залученню туристичних потоків, розвитку інфраструктури та формуванню позитивного іміджу дестинацій. Подальший розвиток МІСЕ-туризму значною мірою залежить від інвестицій у виставкову інфраструктуру, впровадження інноваційних форматів заходів і державної підтримки ділового туризму. З огляду на це, виставкова діяльність повинна розглядатися як один із пріоритетних напрямів туристичної політики. Також виставкова діяльність відіграє багатоаспектну роль у розвитку подієвого туризму – від економічного стимулювання до культурної популяризації та

впровадження інновацій. Вона створює умови для формування сталого туристичного продукту, який поєднує інформацію, досвід і емоцію. Її інтеграція в подієвий туризм відкриває значні перспективи для регіонального розвитку та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені. Виставкова діяльність у Хмельницькій області має комплексний характер і виступає каталізатором соціально-культурного й економічного розвитку. Завдяки поєднанню історичної спадщини, сучасного мистецтва та ділових ініціатив регіон створює привабливе середовище для туристів і партнерів, формуючи сильний культурний та економічний бренд Поділля.

Література

- 1.Бакало Н., Маховка В. Особливості розвитку міжнародного MICE-туризму. *Сучасна техніка та інноваційні технології*. 2 (27-02). 2023. С. 92-96. <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-27-02-045>
- 2.Виставковий бізнес : монографія / Т. І. Ткаченко, Т. П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
- 3.Головня О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК. *Проблеми економіки*. 2022. № 1 (51). С. 20-25.
- 4.Головня О. М. Виставкова індустрія: сучасні економічні тренди та перспективи майбутнього. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2022. № 1 (25). С. 162-171.
- 5.Головчук Ю. О. Виставково-ярмаркові заходи як складові формування партнерських відносин. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 91-98.
- 6.Інформація про заплановані міжнародні туристичні виставки у 2025 році, де бажаючі зможуть представити туристичний та інвестиційний потенціал своїх громад на міжнародній арені. URL: <https://surl.lt/oijdus>
- 7.Кравченко О., Букорос Є. Аналіз можливостей використання виставкової діяльності виробничими підприємствами України для

просування продукції на міжнародних ринках. *Економіка та суспільство*, (27). 2021. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-14>

8.Марусей Т. В. MICE-туризм та бізнес-комунікації: проблеми та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2025. № 1. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5572>

9.Наумік-Гладка К. Г., Вовк К. М. Аспекти функціонування MICE-туризму в рамках розвитку подієвого туризму в регіоні. *Science Review, Scientific Educational center (Poland)*. 2019. № 5 (22). С. 18-25.

10.Хмельниччина туристична. URL: <https://turist.km.ua/ua/>

References

1. Bakalo, N.V. and Makhovka, V.M. (2023), “Features of the development of international MICE tourism”, *Modern engineering and innovative technologies*, vol. 2 (27-02, pp. 92-96. <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-27-02-045>

2. Tkachenko, T.I. and Dupliak, T.P. (2016), *Vystavkovyj biznes [Exhibition business]*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

3. Holovnia, O.M. (2022), “Exhibition and fair activities as an integration tool for realizing the interests of the agricultural complex”, *Problemy ekonomiky*, vol. 1 (51), pp. 20-25.

4. Holovnia, O.M. (2022), “Exhibition industry: modern economic trends and future prospects”, *Naukovyj visnyk Ivano-Frankivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu nafty i hazu. Ceriia: Ekonomika ta upravlinnia v naftovij i hazovij promyslovosti*, vol. 1 (25), pp. 162-171.

5. Holovchuk, Yu.O. (2020), “Exhibition and fair events as components of forming partnership relations”, *Ahrosvit*, vol.4, pp. 91-98.

6. Dubovka territorial community (2025), “Information on planned international tourist exhibitions in 2025, where those interested will be able to present the tourism and investment potential of their communities on the international arena”, available at: <https://surl.lt/oijdus> (Accessed 05 Dec 2025).

7. Kravchenko, O. and Bukoros, Ye. (2021), "Analysis of the possibilities of using exhibition activities by Ukrainian manufacturing enterprises to promote products on international markets", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. (27). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-14>
8. Marusej, T.V. (2025), "MICE-tourism and business communications: problems and prospects for development", *Efektivna ekonomika*, vol. 1, available at: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5572> (Accessed 05 Dec 2025).
9. Naumik-Hladka, K.H. and Vovk, K.M. (2019), "Aspects of the functioning of MICE tourism within the framework of the development of event tourism in the region", *Science Review*, Scientific Educational center (Poland), vol. 5 (22), pp. 18-25.
10. Travel Khmelnytsky (2025), available at: <https://turist.km.ua/ua/> (Accessed 05 Dec 2025).

Стаття надійшла до редакції 15.12.2025 р.