



УДК 338.48

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-4\(22\)-145-155](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-4(22)-145-155)

Захаркевич Наталія Петрівна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, вулиця Героїв Майдану, 8, Хмельницький, Хмельницька область, 29000, <https://orcid.org/0000-0001-7959-7302>

Арзянцева Дар'я Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, вулиця Героїв Майдану, 8, Хмельницький, Хмельницька область, 29000, <https://orcid.org/0000-0001-8014-7544>

Корюгін Андрій Валерійович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, вулиця Героїв Майдану, 8, Хмельницький, Хмельницька область, 29000, <https://orcid.org/0000-0003-3408-1905>

РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто актуальні питання логістики туристичних послуг в Україні. Туристичний сектор представляє собою складну багатогалузеву систему, яка забезпечує виконання важливих соціально-економічних завдань країни. Україна володіє потужним природно-кліматичним, соціально-економічним, культурно-історичним туристським потенціалом. Визначено, що основним показником розвитку індустрії туризму та гостинності є туристичний потік. Доведено, що ефективним інструментом, здатним одночасно задовольнити попит на туристичні послуги та організувати туристичну діяльність на принципах стійкого розвитку, є формування логістики туризму. Доведено, що логістична складова надання туристичних послуг є важливою, оскільки суб'єкти туристичного обслуговування потребують координації та регулювання потоків матеріальних, фінансових, інформаційних, кадрових ресурсів для повного, якісного обслуговування потреб туристів в туристичних послугах, що відповідає зростанню ролі управління потоками послуг. Зазначено, що логістизація потоків покликана забезпечити реалізацію концепцій розвитку вітчизняної туристичної галузі, що включає гарантію надання послуги, її цілісність, комплексність, оперативність та своєчасність

надання. Доведено, що створення туристичного інформаційного логістичного центру як організаційної підтримки туристичного обслуговування в регіонах України, дозволить забезпечити управління інформаційними потоками при формуванні інтегрованого туристичного продукту в режимі реального часу. Визначено, що розробка стратегії розвитку вітчизняного туризму повинна бути спрямована на створення конкурентного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Встановлено, що розвиток індустрії туризму та гостинності в Україні має значні перспективи, враховуючи наявний рекреаційно-туристський потенціал, використання та збереження якого можливе за рахунок впровадження в практичну діяльність логістичних методів та технологій. З'ясовано, що ці методи дозволять створити позитивний імідж України як туристичної країни, здатної на створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, що ґрунтуються на своїй унікальності та високій якості завдяки багатству історичної, культурної та природної спадщини.

Ключові слова: туристична послуга, логістика, туристична галузь, туристичний інформаційний логістичний центр, туристичний потік.

Zakharkevich Natalia Petrovna, PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Management, Finance, Banking and Insurance, Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law, Heroes of the Maidan Street, 8, Khmelnytsky, Khmelnytsky region, 29000, <https://orcid.org/0000-0001-7959-7302>

Arziantseva Daria Andriivna, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Finance, Banking and Insurance, Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law, Heroes of the Maidan Street, 8, Khmelnytsky, Khmelnytsky region, 29000, <https://orcid.org/0000-0001-8014-7544>

Koriuhin Andrii Valeriyovich, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Finance, Banking and Insurance, Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law, Heroes of the Maidan Street, 8, Khmelnytsky, Khmelnytsky region, 29000, <https://orcid.org/0000-0003-3408-1905>

DEVELOPMENT OF LOGISTICS OF TOURIST SERVICES IN UKRAINE

Abstract. The article considers topical issues of logistics of tourist services in Ukraine. The tourism sector is a complex multi-sectoral system that ensures the implementation of important socio-economic tasks of the country. Ukraine has a strong natural and climatic, socio-economic, cultural and historical tourism potential. It is determined that the main indicator of the development of the tourism and



hospitality industry is the tourist flow. It is proved that the formation of tourism logistics is an effective tool that can simultaneously meet the demand for tourism services and organize tourism activities on the principles of sustainable development. The analysis of domestic tourism activities for the period 2015-2019 revealed that before the Covid-19 pandemic, it showed a steady positive development trend. This gives grounds to claim that it is possible to form the tourism industry so that it meets modern criteria and is competitive. It is proved that the logistical component of tourism services is important because tourism entities need to coordinate and regulate the flow of material, financial, informational, human resources for full, quality service of tourists in tourism services, which corresponds to the growing role of service flow management. Despite the fact that in the tourist service the flow of services is fundamental, complex, includes passenger transportation, accommodation, food, excursions, currently in most regions of Ukraine there is no integrated and effective system of implementation of this flow, based on the application of logistics principles and principles. It is noted that the logistics of flows is designed to ensure the implementation of concepts of development of the domestic tourism industry, which includes a guarantee of service provision, its integrity, complexity, efficiency and timeliness of provision. It is proved that the creation of a tourist information logistics center as an organizational support for tourist services in the regions of Ukraine, will ensure the management of information flows in the formation of an integrated tourist product in real time.

Key words: tourist service, logistics, tourist industry, tourist information logistics center, tourist flow.

Постановка проблеми. Сучасна економіка більшості держав світу відрізняється розвитком та розповсюдженням сервісу та асортименту комплексу послуг, які включають в себе різні сфери діяльності. В даний час існує значна кількість сервісних послуг та одним з напрямів діяльності в сфері надання послуг населенню є туристичний сектор, що виконує важливу функцію щодо оздоровлення та відпочинку населення на регіональному, національному та міжнародному рівнях [1, с. 180].

Розвиток організованого туризму є ознакою цивілізованого суспільства. Туризм задовольняє вищі потреби людини – пізнавальні, естетичні, потреби в самоактуалізації, які активізують туристичний бізнес. Індустрія туризму є похідною практично всіх видів сервісної діяльності, об'єднуючи підприємства, що надають туристичні та санаторні послуги, а також підприємства інфраструктури (санаторії, готелі, пансіонати, транспорт, страхові компанії, заклади громадського харчування та ін.). За аналогією зі сферою товарного обігу можна виокремити сферу обігу туристичних послуг, яка включає в себе виробників послуг та комерційних посередників з доведення послуги до конкретних споживачів по логістичному ланцюгу [2, с. 23]. Однак, прогресивний розвиток сфери туризму все більше стикається з проблемою



нерівномірного розподілу туристичних потоків, що призводить до негативних наслідків.

Підключення вітчизняного ринку туристичних послуг до міжнародної туристичної сфери представляє собою достатньо складний організаційно-технічний та економічний процес, що вимагає не тільки різних знань в галузі туризму, але й вміння користуватися новими прогресивними методами обробки матеріальних та інформаційних потоків. Як свідчить світовий досвід в галузі туризму, лідерство в конкурентній боротьбі за ринки збуту туристичного продукту сьогодні завойовує той, хто вміло користується основними розробками та рекомендаціями логістики, володіє її методами та принципами.

Як і матеріальні потоки, потоки послуг розповсюджуються в певному логістичному середовищі, в якому існують свої ланки логістичної системи, логістичні канали зв'язку та ін. Логістичні ланки повинні бути побудовані таким чином, щоб вони могли з максимальною ефективністю задовольняти потреби клієнтів до рівня обслуговування. Особливості туристичних послуг відіграють важливу роль в організації логістичного управління. Формування, просування та реалізація туристичного продукту представляють собою складний процес, який потребує комплексного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема та особливостям застосування логістики в індустрії туризму присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, Смирнова І. Г., Гвозденко А. А., Скоробогатова Т. В., Кордел З., Янковенко В. А., Мрнявача Е., Мухіна С., Агарвала М. та інших. Проте, не зважаючи на значну кількість наукових праць, на сучасному етапі залишаються невирішеними та потребують детального вивчення питання щодо специфіки розвитку та управління логістикою в вітчизняній галузі туристичних послуг.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні розвитку логістики туристичних послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. До теперішнього часу туристична сфера стала провідною та активно розвиваючою галуззю світової економічної системи. В більшості країн світу вона відіграє вирішальну роль, пов'язану з формуванням внутрішнього валового продукту, забезпеченням зайнятості населення та зростанням продуктивності праці. На даний час туризм є сферою соціально-економічного комплексу, який в багатьох країнах перетворився на швидко розвиваючу індустрію. Особливість даного етапу розвитку туризму полягає в зміні його організаційних форм та проникненні в туристичний бізнес транспортних, торгівельних, промислових та інших компаній. Туристична індустрія починає значно укріплювати позиції не тільки на вітчизняному, але й на зарубіжному ринках, що відбивається на розвитку країни та регіонів, впливаючи на структуру економіки в цілому. Туризм дозволяє розвивати місцеву інфраструктуру, створювати додаткові робочі місця, чинити стимулюючий вплив на обслуговуючі галузі, що в цілому впливає на економіку держави та її регіонів.



В Україні після подій 2014 року та до моменту кризи, викликані пандемією Covid-19, вітчизняна туристична галузь знаходилась в стадії свого покращення. Про це свідчить аналіз туристичних потоків з 2015 по 2019 рр. (рис. 1).

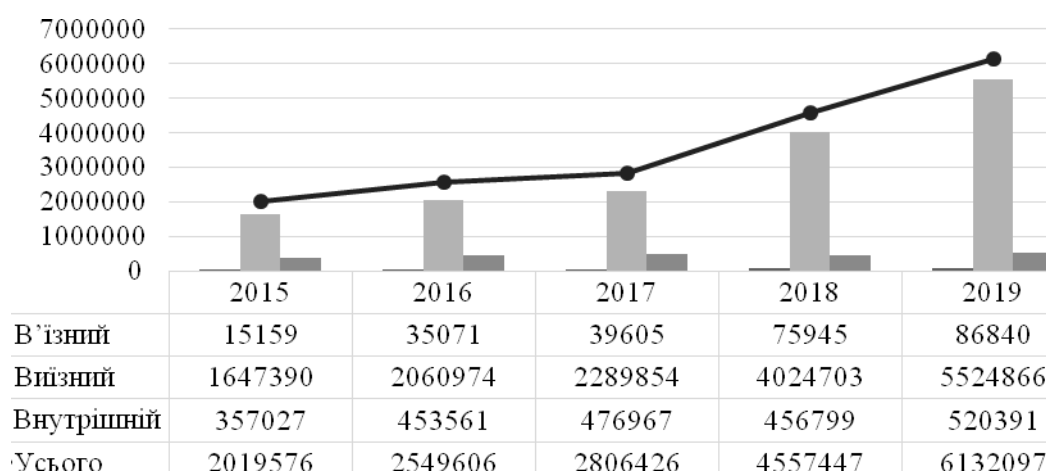


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні за період 2015–2019 рр.
Джерело: побудовано авторами на основі [3].

Даний аналіз показує, що найбільша кількість туристів припадає на виїзний туризм, до того ж динаміка внутрішнього туризму у структурі туристичних потоків має тенденцію до зростання. До актуальних проблем індустрії в'їзного туризму можна віднести й ті, що можна вирішити за рахунок застосування положень логістичних технологій та прийомів.

Динаміка доходів від надання туристичних послуг за період 2015–2019 рр. показує достатньо позитивну та стійку динаміку збільшення доходів від надання туристичних послуг, зокрема, зростання з 5 млрд грн до 33 млрд грн. (рис. 2).



Рис. 2. Доходи туристичної галузі та чисельність туристів у 2015–2019 рр.
Джерело: побудовано авторами на основі [3].

В 2020 році в Україні в зв'язку з пандемією Covid-19, відбулося значне падіння прибутків туристичної галузі на рівні 60–80% порівняно з 2019 роком. Загальні туристичні потоки в 2020–2021 рр. демонструють значну негативну



тенденцію, але найбільшого збитку зазнали мережі готелів, музеї та санаторно-курортні заклади. На даний час можна оцінити збитки, що були спричинені карантинними обмеженнями за останні два роки. Проте, дана ситуація стала рушійною силою для швидкого розвитку внутрішнього туризму [4].

У 2019 році найпопулярнішими напрямками для відпочинку міжнародні туристи обирали міста Київ, Львів та Одеса, що свідчить про достатньо високі можливості вітчизняного внутрішнього туризму (сільський туризм, гастротуризм, спра-туризм). В 2021 році бюджет України отримав 244 млн грн від туристичного збору, що вище на 87% за результати 2020 року (131 млн грн) та на 20% – 2019 року (196 млн грн). Лідерами за туристичним збором в Україні є: м. Київ, Одеська обл., Львівська обл. та Закарпаття [4]. Але це невелика частина України, а отже значний туристично-рекреаційний потенціал залишається без уваги та розвитку через нестачу інформації, фінансування та маркетингу. Вміле поєднання технологій логістики та маркетингу допоможе активізувати туризм в усіх регіонах України та збільшити потік іноземних туристів.

Туризм це великий господарський комплекс, що включає в себе різні види послуг сфер сервісної діяльності, метою кожної з яких є організація якісної перевезки та обслуговування людей в подорожах. Однією з важливих та невід'ємних видів діяльності в туристичному бізнесі є національна логістика, яка має безпосереднє відношення до туристичних процесів та операції. Класичним розмежуванням логістики є функціональне виділення її постачальницької (заготовчої, закупівельної), виробничої та розподільчої складових. Окрім того, виокремлюють підсистеми логістики підтримуючого характеру, до яких відносять транспортно-експедиційне обслуговування, складську, інформаційну, фінансову та сервісну логістики. З'являються й нові підсистеми логістики: банківська, державна, комерційна, корпоративна, економічна та приватна логістика (логістика ресурсозбереження, логістика інтеграції, логістика створення систем).

Логістика забезпечує запити споживачів, що відносяться до часу та місця наявності продуктів, а також до супутніх послуг. Існують різні способи доведення товарів та послуг до кінцевих споживачів, завдяки яким у відповідних ланках постачальницько-збутового ланцюга досягаються свої бажані рівні та терміни виконання замовлень. Компетентність в логістиці представляє собою нематеріальний інструмент залучення споживачів, що забезпечує цінову премію за точне дотримання умов поставки.

Об'єктом логістичного управління є потік. Традиційно логістичні потоки представлені матеріальним, інформаційним, фінансовим та сервісними потоками, але організації сфери туризму надають послуги, результатом діяльності яких є туристичний продукт, а об'єктом логістичного управління – туристичний потік в процесі формування, просування та реалізації туристичного продукту, який в свою чергу супроводжується інформаційними





та фінансовими потоками. Сервісні потоки (потоки послуг) найбільш яскраво відображені в логістиці туризму [5, с. 79]. Однак, маючи відношення до всіх виокремлених потоків, логістика туризму володіє власними відмінними рисами та особливостями, які необхідно враховувати при створенні методологічного апарату даної економічної діяльності.

Формування моделі управління логістичною системою туристичного обслуговування дозволяє досягнути підвищення якості туристичного обслуговування відповідно до вимог логістики, що забезпечить раціоналізацію управління економічними потоками та ефективність використання ресурсного потенціалу галузі туризму.

Логістичний процес щодо формування та просування туристичної послуги включає декілька етапів.

1. Дослідження щодо розробки нових видів турів, послуг, товарів. В коло досліджень включають концепції та програми туру, уточнюють потенційний попит на туристичний продукт, проводять екологічне та цінове опрацювання питання (розробка бізнес-плану). Оскільки всі предмети логістичного дослідження досить динамічні в просторі та часі, то для надходження оптимального рішення в кожному конкретному випадку необхідно знаходити компроміс між величиною передбачуваних грошових витрат на певний туристичний продукт та рівнем доходу від його реалізації. Це може бути досягнуто шляхом обґрунтованого аналізу організаційних заходів, з одного боку, та ретельною оцінкою матеріальних та фінансових потоків з виробництва та споживання туристичного продукту – з іншого [2, с. 61].

2. Експериментальна оцінка розробленого туристичного продукту, а саме: експериментальний в'їзд, ознайомлення з туристичним продуктом (презентація, рекламна акція, споживчий попит на товари та ін.), аналіз запропонованого туристичного продукту та попит на нього (відгуки споживачів, отриманий дохід від реалізації продукту, надходження заявок на нові послуги, оцінка пропозицій туристів).

3. Розробка технологічної документації та навчання кадрів для формування та просування туристичного продукту. На цьому етапі здійснюється розробка документації (договорів, карток туристичних маршрутів, графіків в'їздів), форм документів (путівок), документації щодо модернізації робочих місць, навчання та стажування інструкторів та іншого персоналу. Розробляється економічний механізм реалізації нового туристичного продукту: ціна путівок, вартість туристичних послуг, розмір фонду стимулювання обслуговуючого персоналу та інше.

4. Організація рекламного процесу. На цьому етапі формується система управління організацією реклами щодо реалізації нового туристичного продукту, враховуються побажання туристів.

5. Оцінка якості послуг при аналізі та проектуванні логістичних систем повинна ґрунтуватися на критеріях, що використовуються покупцями послуг

для цих цілей. Коли покупець оцінює якість послуг, він порівнює деякі фактичні значення параметрів оцінки якості з очікуваними величинами цих параметрів, та якщо ці очікування співпадають, то якість послуг визнається задовільною. Основна складність в даному випадку полягає в тому, що більшість параметрів якості послуг неможна виміряти кількісно, тобто отримати формалізовану оцінку [2, с. 63].

Основними завданнями логістичного управління туристичними послугами в процесі формування, просування та реалізації туристичного продукту є необхідність, по-перше, оцінити параметри якості послуг, по-друге, побудувати управління таким чином, щоб звести до мінімуму розбіжності між очікуваним та фактичним рівнем якості послуг.

Концептуальними положеннями логістики, її основними функціями в туризмі є:

- оперативний аналіз, контроль та управління процесами формування, просування та реалізації туристичного продукту, а також стратегічного планування та прогнозування діяльності туристичних організацій;
- оперативна передача (прийом) необхідного обсягу та якості інформації в заданий час та в потрібне місце;
- оперативний контроль за просуванням (переміщенням) туристів;
- інтеграція відокремлено функціонуючих інформаційних систем туристичної інфраструктури в єдину логістичну інформаційну систему;
- на основі аналізу та прогнозування розвитку негативних тенденцій в туристичній сфері розрахунок та організація фінансового резерву на випадок настання економічної кризи.

Відповідно до даних функцій до основних завдань туризму, що вирішуються логістикою слід віднести раціоналізацію: 1) формування та просування туристичного продукту; 2) реалізації, збуту туристичного продукту; 3) способів перевезення туристів та екскурсантів; 4) організації оперативного інформаційного обміну між постачальниками та споживачами туристичного продукту; 5) планування, прогнозування та контролю фінансових потоків [2, с. 40].

Логістична стратегія проектування ланцюгу надання туристичних послуг обумовлена, з одного боку, імперативами стратегій більш високого рівня, а з іншого – вибором каналу розподілу.

В практичній діяльності туристичних фірм використовуються різні канали розподілу туристичного продукту (логістика товарного руху). Канал розподілу в сфері послуг можна визначити як шлях, за яким послуги просуваються від виробника до кінцевого споживача. Основним функціями каналу в даному випадку буде організація руху послуг та просування продукту. На рис. 3 зображено конфігурацію каналу, що визначається видом туристичного продукту.

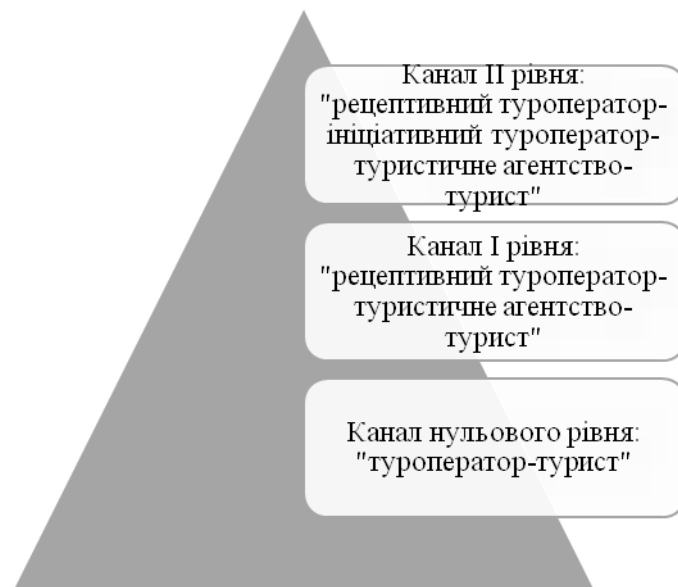


Рис. 3. Конфігурація каналу розподілу туристичного продукту
Джерело: побудовано авторами на основі проведених досліджень.

Канал нульового рівня характерний для невеликих туристичних фірм, що працюють на внутрішньому ринку та пропонують екскурсії тривалістю 4-6 годин.

Канал I рівня використовується великими компаніями, що здійснюють діяльність на внутрішньому ринку.

Канал II рівня застосовується великими туристичними компаніями, які орієнтовані на міжнародний ринок та працюють як на відправку туристів, так і на їх прийом.

В Україні використання логістичного підходу до функціонування туристичних компаній в сучасних умовах співвідноситься з застосуванням концепцій логістики, яка реалізує системний підхід до проблем бізнесу в сфері туризму. Головною ідеєю логістики в туризмі слугує забезпечення конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів, який дає можливість істотно знизити рівень загальних витрат.

У вітчизняній туристичній галузі застосування технологій логістики дасть можливість: створити єдину систему обліку і контролю при формуванні та просуванні туристичного продукту; скоротити часові інтервали формування, просування і реалізації туристичного продукту; підвищити якість обслуговування в процесі надання туристичної послуги.

Під час застосування логістичних методів актуальним є розрахунок оптимальної кількості туристів на курорті з метою уникнення підвищеного навантаження на навколишнє середовище та створення незручностей для місцевого населення. Виходячи з цього можна планувати необхідну кількість засобів розміщення, розвиток альтернативних видів туризму з метою вирівнювання туристичних потоків. За допомогою логістичних методик можливе визначення оптимального розташування готельних комплексів, об'єктів туристичної інфраструктури, а також визначення пріоритетних груп

представників туристів різних країн для організації більш якісного їх обслуговування [6, с. 110].

Головними цілями розвитку логістики туристичних послуг в Україні є : координація роботи підприємств індустрії туризму та гостинності, розподіл туристичних потоків між ними; інформаційно-комп'ютерна підтримка процесів комплектації туристичних продуктів, організації обслуговування клієнтів; створення телекомунікаційних мереж та систем зв'язку для управління інформаційними, трудовими та фінансовими потоками в туристичній індустрії; стратегічне планування, маркетинг в процесі надання туристичних послуг; контроль, автоматизований облік та управління потоками туристичних послуг та потоками туристів в країні.

З метою організаційної підтримки надання туристичних послуг в Україні доцільним буде створення туристичного інформаційного логістичного центру, що дозволить забезпечити управління інформаційними потоками при формуванні інтегрованого туристичного продукту в режимі реального часу.

Туристичний інформаційний логістичний центр – це організація, яка оперує на ринку інформаційно-логістичних та консалтингових послуг в галузі туристичних бізнес-процесів; основна структурно-функціональна одиниця індустрії туризму, що підтримує процеси планування, організації та надання туристичних послуг клієнтам та комплексну інформацію туристичного призначення; організує на базі єдиної інформаційної платформи взаємопов'язану в єдиний процес діяльність підприємств розміщення, харчування, транспортних компаній та інших постачальників туристичних послуг.

Метою туристичного інформаційного логістичного центру є організація та регулювання туристичного обслуговування на основі синхронізації потоку туристичних послуг та потоку туристів. Завданнями даного логістичного центру є: структуризація і контроль туристичних, інформаційних, фінансових потоків; раціоналізація використання рекреаційних ресурсів регіонів України; просування вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках; формування єдиного інформаційного банку даних туристичних ресурсів регіонів України; моніторинг та забезпечення стандартів якості туристичного обслуговування; визначення та підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Туристичний інформаційний логістичний центр відіграватиме провідну роль при формуванні ланцюгу туристичних послуг в логістичній системі туристичного обслуговування, яка також приймає участь в процесі обслуговування потоку туристів та в формуванні вартості туристичного продукту.

Висновки. Розробка стратегії розвитку вітчизняного туризму повинна бути спрямована на створення конкурентного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Ефективним інструментом, здатним одночасно задовольнити попит на туристичні послуги та організувати туристичну діяльність на принципах стійкого розвитку, є формування логістики туризму.



Розвиток індустрії туризму та гостинності в Україні має значні перспективи, враховуючи наявний рекреаційно-туристський потенціал, використання та збереження якого можливе за рахунок впровадження в практичну діяльність логістичних методів та технологій. Дані методи дозволять створити позитивний імідж України як туристичної країни, здатної на створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, що ґрунтуються на своїй унікальності та високій якості завдяки багатству історичної, культурної та природної спадщини.

Література:

1. Комліченко О.О., Ротань Н.В. Формування та оцінка економічного потенціалу туристичної галузі регіону. Вісник ОНУ ім. І.І. Мечнікова. 2014. Вип. 2/4. С. 179-181.
2. Смирнов І.Г. Логістика туризму. К.: Знання, 2009. 444 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.03.2022).
4. Ukgolos.in.ua (2021). URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/monographs/article/view/16553/14751> (дата звернення: 28.03.2022).
5. Тюріна Н.М. Логістика. К.: Центр учбової літератури, 2015. 392 с.
6. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). Географія та туризм. 2010. Вип. 4. С. 106-114.

References:

1. Komlichenko, O.O., Rotan, N.V. (2014). Formation and assessment of economic potential of the tourism industry in the region [Formation and assessment of the economic potential of the tourism industry of the region]. *Visnyk ONU im. I. I. Mechnikov- Bulletin of ONU named after I.I. Mechnikov*, 2/4, 179-181 [in Ukrainian].
2. Smirnov, I.G. (2009). *Logistika turizmu* [Tourism logistics]. Kyiv: Znannya [in Ukrainian].
3. State Statistics Service of Ukraine [State Statistics Service of Ukraine]. www.ukrstat.gov.ua Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
4. Ukgolos.in.ua [Ukgolos.in.ua]. ojs.ukrlogos.in.ua Retrieved from <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/monographs/article/view/16553/14751> [in Ukrainian].
5. Tyurina, N.M. (2015). *Logistika* [Logistics]. Kyiv: Centr uchbovoyi literatury [in Ukrainian].
6. Smirnov, I.G. (2010). Pro pryvablyvistj ta loghistrychnistj rekreacijno-turystychnykh ob'ektiv ta resursiv (v konteksti loghistrychnoji modeli stalogo rozvytku turyzmu [On the attractiveness and logistics of recreational and tourist facilities and resources (in the context of the logistics model of sustainable tourism)]. *Geografiya ta turizm - Geography and tourism*, 4, 106-114 [in Ukrainian].