



Dudkin, P. & Dudkina, O. (2020) Lohistychna ta infrastrukturna skladovi destynatsii v industrii hostynnosti [Logistical and infrastructural components of hospitality industry destinations]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 22, no. 1, pp. 57-65. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20dpdvig.pdf>



ЛОГІСТИЧНА ТА ІНФРАСТРУКТУРНА СКЛАДОВІ ДЕСТИНАЦІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Павло Дудкін

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, Україна, 46001
e-mail: pavlo.dudkin@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1517-7119>

Олена Дудкіна

Тернопільський національний економічний університет
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020, Україна
e-mail: olenadudkina65@gmail.com



Article history:

Received: May, 2020
1st Revision: June, 2020
Accepted: June, 2020

JEL classification:

L83
O18
R58

UDC:

338.48

DOI:

Анотація: У статті розглянуто сутнісні, структурні та функціональні характеристики destinations в індустрії гостинності. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку destinations сфери гостинності, систему чинників, що на них впливають та зумовлюють потребу вироблення нових методів і управлінських інструментів на засадах системного підходу. Виокремлено інфраструктурну та логістичну складові туристичних destinations. Зосереджено увагу на об'єктивній необхідності удосконалення організаційно-функціонального, інформаційного та управлінського аспектів логістичного й інфраструктурного забезпечення destinations індустрії гостинності, як підґрунтя її сталого розвитку і зайняття конкурентних ринкових позицій. Висвітлено певні напрями інновації логістичної та інфраструктурної підсистем destinations індустрії гостинності в умовах сучасних викликів та загроз. Актуалізовано необхідність акцентувати більше уваги в умовах всесвітньої пандемії COVID-19 саме на здійсненні внутрішньої розбудови вітчизняних destinations, з орієнтацією на українського споживача, як стабільного джерела наповнення місцевих бюджетів. Звернуто увагу на низькому рівні доходів населення в Україні, недостатній якості обслуговування споживачів, що також є стримуючим чинником зростання індустрії гостинності. Обґрунтовано засади застосування прозорого логістичного механізму просування товарів, послуг, фінансів у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу за допомогою сучасних смарт-технологій. Наголошено на доцільності впровадження сучасних інформаційно-комунікативних технологій, логістичного та кластерного підходів до функціонування destinations індустрії гостинності.

Ключові слова: destination, індустрія гостинності, інфраструктура сфери гостинності, логістичне забезпечення, інформаційно-комунікативні технології, кластерний підхід.



Дудкін П., Дудкіна О. Логістична та інфраструктурна складові destinations в індустрії гостинності. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2020. Вип. 1 (22). С. 57-65. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20dpdvig.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

1. Постановка проблеми.

Розвиток індустрії гостинності в останні десятиріччя відбувається настільки швидко, що подекуди теоретичні дослідження в окремих сегментах цієї сфери в змозі лише опрацювати аналітичну інформацію, і на її основі констатувати факти, відслідковувати основні тенденції, здійснювати спроби побудови прогностичних моделей розвитку. В якому напрямку рухатимуться тренди функціонування індустрії гостинності, виходячи із мінливості та непередбачуваності впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, зокрема антропогенних – це питання, що цікавить практиків у цій царині, потенційних інвесторів, науковців, працівників освітньої галузі і, звичайно, споживачів.

Індустрія гостинності є складною та багатогранною, такою, що формується як синергічне поєднання елементів, способів, технологій і ресурсів, необхідних для досягнення цільових орієнтирів її розвитку. Відповідно, це актуалізує потребу формування системного підходу до вирішення комплексу питань, що виникають у галузі. Власне, поняття дестинація є тим ключовим елементом, навколо і в межах якого концентруються чинники та умови, що визначають привабливість тих чи інших атракцій, об'єктів, територій чи регіонів, і навіть країн в цілому, що здатні конкурувати на ринку та забезпечувати збалансований розвиток індустрії гостинності.

Дестинація (англ. destination), як науково-практичний термін використовується вже досить давно; вважають, що вперше термін «дестинація» увійшов до словника туризму в 1840 році, і означав «місце призначення», «напрямок подорожі» [7]. Осучаснене поняття «туристична дестинація» було введено в науковий обіг вченим Н. Лейпером у 1979 році для означення «певної географічної території, що є привабливою для мандрівників», котрий визначив туристичну дестинацію як найістотнішу компоненту системи туризму, що водночас формує і задовольняє туристичний попит [9].

Згідно документів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) (2007), туристична дестинація є важливим місцем відвідування туристами, яка є основною одиницею аналізу в сфері туризму. Дестинація – це фізичний простір, у якому відвідувач проводить час, що передбачає не менше, ніж одну ночівлю; а також включає туристичні продукти, такі, як послуги та атракції, туристичні ресурси в межах одного дня подорожі. Цей простір має фізичні та адміністративні кордони, які визначають спосіб управління ним, образи і перцепцію (сприйняття), що визначає їх ринкову конкурентоспроможність [8].

ВТО також прогнозує в XXI ст. справжній бум подорожей, але час, який люди зможуть виділити на свій відпочинок, скоротиться, особливо на основних ринках постачальників туристів. Згідно з дослідженням «Impact on Tourism», представленим на конференції в Лісабоні, мандрівники XXI столітті будуть «багатими грошима, але бідними часом». В результаті вони стануть шукати туристичний продукт, що містить у собі максимум задоволення за одиницю часу; відповідно, будуть створюватись нові туристичні та рекреаційні продукти, до прикладу – тематичні парки, тури вихідного дня, сезонні тури, туристсько-екскурсійні, екологічні, пізнавальні й інші подорожі в межах регіону проживання, країни чи декількох країн, круїзні подорожі тощо, оскільки люди зможуть відвідати декілька місць за короткий термін; запроваджуватимуться новітні форми надання туристично-рекреаційних послуг, що зумовлюватимуть активізацію розвитку індустрії гостинності [12].

З огляду на це, дестинацію в сфері туризму та рекреації, на нашу думку, слід розглядати не лише як фізичний (природно-географічний, історико-культурний, архітектурний, освітньо-науковий) простір, що створює базис для якісного і повноцінного забезпечення потреб споживачів, але і як економічний та інфраструктурний простір, що вимагає відповідного організаційно-економічного,

інституційного, ресурсного та управлінського забезпечення.

Опираючись на вказане розуміння сутності дестинації, а також враховуючи тенденції у індустрії гостинності, що прослідковуються в останні роки, коли роль інфраструктурного забезпечення об'єктів туристичної сфери значно зросла, та на порядок збільшилась чисельність туристів, що зумовило швидке зростання усіх елементів туристичної сфери, можна з усією впевненістю стверджувати – без використання принципів логістики в сучасній індустрії гостинності не обійтись. А оскільки циркулювання потоків сукупності ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних, трудових, організаційних та інших) у складних системах, до яких належать дестинації індустрії гостинності, є об'єктами логістики в її класичному представленні, то однозначно логістичний підхід може розглядатись як операційний інструментарій для успішного вирішення як тактичних, так і стратегічних завдань. Вказане актуалізує потребу нових наукових пошуків і вироблення інноваційних управлінських підходів до інфраструктурного та логістичного базису дестинацій сфери гостинності.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Наповнення платформи для дослідження дестинацій індустрії гостинності, як науково-прикладного напрямку, відбувається за участю як науковців, так і практиків. Оскільки функціонування дестинацій передбачає поєднання зусиль фахівців різних галузей, з особливим баченням вирішення проблем, то і дослідження здійснюються з різних точок зору. Зокрема, вивчення і формування дефініції «дестинація» та впровадження його в наукову практику розглядає Ткаченко Т. І. [6]. Регіональні аспекти розвитку туристичної інфраструктури, як підґрунтя формування і використання дестинацій туризму та рекреації, висвітлені Поколюдною М. М., Писаревою І. В. [5]. Концептуальні засади та принципи досягнення збалансованого розвитку інфраструктури туристичного бізнесу досліджуються в працях таких авторів як Бойко О. В. [3], Бець М. Т., Брунець Б. Р. [1]. Окремі аспекти природно-інфраструктурного потенціалу як складової дестинації туризму розглядають автори Куценко В. О., Решетняк А. І. [4]. Сферою наукових пошуків Богдан Н. М. та Корчагіної Д. С. є систематизація чинників і факторів туристичної привабливості дестинацій готельно-ресторанного бізнесу [2].

3. Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Проте окремі, передусім, організаційно-функціональні, інформаційні та процедурні (управлінсько-технологічні) аспекти логістичного й інфраструктурного забезпечення дестинацій сфери гостинності, як підґрунтя її сталого розвитку та зайняття конкурентних ринкових позицій, ще потребують наукового обґрунтування.

4. Постановка завдання.

Метою статті є аналіз сутності дестинацій в індустрії гостинності, виокремлення їх інфраструктурної та логістичної складових; пошук сучасних підходів, управлінських технологій та інструментів, вироблення практичних рекомендацій щодо їх інноватизації.

5. Виклад основного матеріалу.

Логістичний чинник функціонування дестинацій в індустрії гостинності особливо актуалізувався з поширенням COVID-19. На перший погляд, відпрацьований

логістичний механізм, в якому були зав'язані величезні транспортні, матеріальні, фінансові та інформаційні потоки, мав би і надалі функціонувати як відлагоджений годинник, проте глобальна пандемія за декілька місяців настільки підкосила усю світову індустрію гостинності, що традиційні канали пересування туристів були паралізовані, заклади готельно-ресторанного бізнесу зачинились, а сфера послуг без споживачів втратила свій сенс. Це стало причиною колосальних збитків практично в усіх галузях індустрії гостинності. Традиційні туристичні дестинації «стали на паузу», до прикладу – популярні круїзні лайнери пришвартувались у портах, а курортні дестинації на морських та океанічних узбережжях залишилися без традиційних потоків іноземних туристів.

У зв'язку з пандемією у багатьох країнах бюджетні дотації в індустрію гостинності нараховують багатомільярдні суми, адже ця сфера в попередні роки приносила у ВВП країн з привабливими дестинаціями немалі надходження. Саме для збереження галузі здійснюється переорієнтація фінансових та інвестиційних потоків, зокрема – в таких умовах на перший план виходить вітчизняний споживач. Можливо, з точки зору української індустрії гостинності – не найприбутковіший варіант, проте не потрібно забувати, що у ринково розвинутих країнах ступінь диверсифікації індустрії гостинності є достатньо високим, тоді як в Україні сфера послуг ще перебуває не в найкращому стані внаслідок впливу об'єктивних соціально-економічних та суспільно-політичних факторів. Низька купівельна спроможність більшої частини внутрішніх споживачів не дає змогу сфері гостинності за умов відсутності державно-приватного партнерства на усіх рівнях, недовіри споживачів та підприємців до податкової, пенсійної, митної, правової політики, почасти неефективної діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування реалізувати сповна свій величезний потенціал. Це створює негативний фон для розвитку внутрішнього малого та середнього бізнесу майже в усіх секторах індустрії гостинності.

Прозорий логістичний механізм просування товарів, послуг, фінансів у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу за допомогою сучасних смарт-технологій, за мінімального втручання суб'єктивного чинника може в рази збільшити наповнення бюджетів територіальних громад, місцевих бюджетів і, звичайно, державного бюджету. На чому базуються більшість успішних дестинацій індустрії гостинності в ринково розвинутих країнах? Перш за все, на підприємницькій здатності, рівному доступі до джерел фінансування, безумовній повазі учасників бізнесу один до одного, до споживачів, рівності усіх перед законом, невідворотності покарання за вчинені злочини, в тому числі за несплату податків, недотримання вимог збереження довкілля, історико-архітектурної та культурної спадщини тощо в процесі функціонування туристичних дестинацій.

Вивчення досвіду функціонування логістичних систем за кордоном, та й окремих успішних корпоративних систем в Україні, таких як «Буковель», «Нова пошта», «Ласунка», «Микулинецький Бровар» (як важливих елементів інфраструктурного та логістичного забезпечення об'єктів сфери гостинності), дає підстави стверджувати, що на корпоративному рівні логістичні системи можуть бути достатньо ефективними, незважаючи на різні чинники впливу. Інше питання, якою ціною цього досягають.

Розвиток інфраструктурного забезпечення дестинацій індустрії гостинності на рівні сучасних вимог і запитів споживачів є одним із пріоритетних завдань. Як справедливо зазначають у своїх наукових розвідках Богдан Н.М. та Корчагіна Д.С., для того, щоб можна було вважати певну територію дестинацією, необхідним є наявність усіх елементів інфраструктури і, перш за все, готельно-ресторанного комплексу, де надається повний спектр послуг для туристів [2]. Проте, на нашу думку, наявність навіть усіх елементів інфраструктури без їх відповідного інституційного та логістичного супроводу не зможе дати кумулятивного синергічного ефекту від

функціонування дестинації, оскільки будь-яка дестинація повинна бути «вмонтована» в економіку так званого «спільного проживання» і, бажано, на smart принципах.

Формування відповідної інфраструктури дестинацій насправді є проблемою, що зумовлюється значними викликами; оскільки можна відслідкувати величезну кількість конфліктних ситуацій, що виникають між ініціаторами розбудови, в прямому розумінні цього слова, дестинації індустрії гостинності та просування її на ринку. Конфлікти є досить глибинними і потребують, у багатьох випадках, вправного і компетентного «нейрохірургічного» втручання як управлінців різного рівня, так і в багатьох випадках – правоохоронних органів.

Конфлікт інтересів, який часто супроводжує сучасних можновладців та бізнесменів, призводить до нехтування інтересами громад. Знаходження компромісів між прагненням отримати якомога більший і швидший прибуток та здійснювати розбудову не тільки своєї інфраструктури, а й супутньої, без якої неможливе нормальне функціонування різних об'єктів, є надзвичайно важливим завданням. Адже будь-яка дестинація знаходиться в конкретному місці, а оскільки її послугами користуються не тільки туристи, а й місцеві жителі та працюючий персонал, то вони мають орієнтуватися на різні категорії та групи споживачів. Розуміння того, що дестинація не завершується «зведенням високого паркану» навколо об'єкта готельно-ресторанного чи туристично-рекреаційного бізнесу, повинне бути присутнім в усіх зацікавлених сторін.

Дестинація є неподільним продуктом, всі його складові – товари і послуги, що пропонуються споживачам, реалізуються за класичним логістичним принципом Just in time (точно-вчасно). В переважній більшості випадків вони не можуть бути відкладеними або замовленими на невизначений час. Виходячи із впливу фактору сезонності, матеріальні, фінансові та інформаційні чинники дестинації, звичайно, можуть мати свої логістичні цикли; що слід обов'язково враховувати під час прогнозування завантаженості об'єктів та кількості обслуговуючого персоналу.

Популяризація внутрішніх дестинацій туризму і сфери гостинності в Україні та світі можлива, перед усім, за умови продукування і просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі. На сьогодні дуже мало рейтингових інформаційних продуктів, які б системно здійснювали таку функцію у нашій країні. Відтак, вести мову про революційний прорив на внутрішньому ринку індустрії гостинності поки що не доводиться.

В останні роки у зв'язку з бурхливою діджиталізацією бізнесу суттєво зросла конкуренція на усіх ринках. On-line торгівля витісняє звичайну з традиційних майданчиків, те саме стосується й індустрії гостинності. Адже, дестинації стало обирати набагато легше і швидше; можна здійснити віртуальну промоподорож; визначитись із пропозиціями туристичних агенцій, туроператорів; забронювати завчасно проживання, трансфер, придбати квитки на різноманітні атракції, не виходячи з дому чи офісу.

Розвиток хмарних технологій створив можливість для споживачів, які шукають кращі варіанти проживання в уподобаних дестинаціях, знайти місце для ночівлі не тільки в готелях, а й у приватних помешканнях різного цінового діапазону. Широко відомою є платформа Airbnb, що функціонує у 65 тис. міст в усьому світі. Компанія, що заснована в 2008 році у м. Сан-Франциско, дає можливість мандрівникам забронювати собі житло різної комфортності безпосередньо у власників, замовити прокат велосипедів або тур у супроводі гіда тощо. За ці послуги компанія бере комісійні як з господарів, так і з гостей, проте ціни є досить поміркованими у порівнянні із готельними [11]. Враховуючи сучасну ситуацію із пандемією, такі пропозиції є достатньо привабливими на фоні ризиків у традиційних готельно-ресторанних комплексах. Схожі сервіси функціонують і в Україні, наприклад портал Doba.ua, у

каталозі якого представлено більше 20 тис. оголошень про здачу нерухомості від господарів. Кожне оголошення проходить модерацію, містить реальні відгуки та фото [10].

Проте не всі споживачі в достатній мірі володіють новітніми технологіями у силу певного розриву в попиті різних поколінь, але DESTИНАЦІЇ сфери гостинності, що зарекомендували себе впродовж багатьох років з позитивної сторони високим рівнем сервісу та професіоналізму, можуть розраховувати на стабільно високий попит.

Вироблення нових стратегій і системне бачення просування DESTИНАЦІЙ індустрії гостинності різних рівнів стає в Україні більш помітним. Особливо активізувався цей процес в умовах адміністративно-територіальної реформи зі створенням об'єднаних територіальних громад, які мають ресурсні, фінансові та інституційні можливості для місцевого соціально-економічного розвитку, для вибору і підтримки пріоритетних галузей та секторів місцевої економіки, серед яких – сфера туризму та гостинності. В даному контексті, важливим, на нашу думку, є застосування кластерної моделі розвитку індустрії гостинності. Кластерний підхід, звичайно, не панацея, він також потребує значної реорганізації і з точки зору адміністрування, і врахування інтересів бізнес-структур, мешканців громад, органів місцевої влади, потреб висококваліфікованих фахівців і платоспроможних споживачів. Проте така модель розвитку DESTИНАЦІЙ також може використовуватись в практиці господарювання.

6. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Суб'єктивні чинники, які гальмують просування DESTИНАЦІЙ індустрії гостинності – це надмірна монополізація ринку, олігархічна структура економіки, небажання псевдоукраїнських еліт формувати середній клас в Україні, використання в політичному та соціально-економічному житті флюгер-стратегій, які примушують звичайних громадян «голосувати ногами». Відповідно, існує підвищений ризик відтоку високопрофесійних працівників, а відтак модель інфраструктурного та логістичного забезпечення DESTИНАЦІЙ перебуває в зоні підвищеної турбулентності, як і уся соціально-економічна ситуація в Україні. Необхідні титанічні зусилля владних структур для припинення негативних тенденцій, і початку продукування позитивних змін. Такі зрушення можуть базуватись лише на використанні новітніх логістичних підходів з використанням сучасних інформаційно-комунікативних технологій.

Author details (in Russian)

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ И ИНФРАСТРУКТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ДЕСТИНАЦИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМНОСТИ

Павел Дудкин

Тернопольский национальный технический университет имени Ивана Пулюя
ул. Русская, 56, г. Тернополь, 46001, Украина
e-mail: pavlo.dudkin@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1517-7119>

Елена Дудкина

Тернопольский национальный экономический университет
ул. Львовская, 11, г. Тернополь, 46020, Украина
e-mail: olenadudkina65@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены существенные, структурные и функциональные характеристики DESTИНАЦИЙ в индустрии гостеприимства. Проанализированы современные тенденции развития DESTИНАЦИЙ сферы гостеприимства и система факторов, которые на них влияют и определяют потребность выработки новых методов и управленческих инструментов на принципах системного подхода. Выделена инфраструктурная и логистическая составляющие туристических DESTИНАЦИЙ. Сосредоточено внимание на объективной необходимости

усовершенствования организационно-функционального, информационного и управленческого аспектов логистического и инфраструктурного обеспечения дестинаций индустрии гостеприимства, как основы ее устойчивого развития и завоевания конкурентных рыночных позиций. Высветлены отдельные направления инноватизации логистической и инфраструктурной подсистем дестинаций индустрии гостеприимства в условиях современных вызовов и угроз. Актуализирована необходимость акцентировать больше внимания в условиях всемирной пандемии COVID-19 в первую очередь на развитии отечественных дестинаций, с ориентацией на украинского потребителя, как стабильного источника наполнения местных бюджетов. Подчеркнуто низкий уровень доходов населения в Украине, недостаточное качество обслуживания потребителей, что также является фактором, сдерживающим рост индустрии гостеприимства. Обоснованы принципы применения прозрачного логистического механизма продвижения товаров, услуг, финансов в сфере туризма и гостинично-ресторанного бизнеса с помощью современных смарт-технологий. Подчеркнута целесообразность внедрения современных информационно-коммуникативных технологий, логистического и кластерного подходов к функционированию дестинаций индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: дестинация, индустрия гостеприимства, инфраструктура сферы гостеприимства, логистическое обеспечение, информационно-коммуникативные технологии, кластерный подход.

Author details (in English)

LOGISTICAL AND INFRASTRUCTURAL COMPONENTS OF HOSPITALITY INDUSTRY DESTINATIONS

Pavlo Dudkin

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University
56 Ruska str., 46001, Ternopil, Ukraine
e-mail: pavlo.dudkin@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1517-7119>

Olena Dudkina

Ternopil National Economic University
11 Lvivska str., 46020 Ternopil, Ukraine
e-mail: olenadudkina65@gmail.com

Abstract. *The essential structural and functional characteristics of destinations in the hospitality industry have been considered in the article. The current trends in the hospitality destinations and the influential factors determining the need to develop new methods and managerial tools based on systematic approach have been analyzed. The infrastructural and logistical components of tourist destinations are singled out. The attention was focused on the objective need to improve the organizational, functional, informational and managerial aspects of logistics and infrastructure support of the hospitality industry destinations as a basis for its sustainable development and achieving strong competitive market positions. Certain areas for innovative logistic and infrastructural subsystem improvements concerning the hospitality industry destinations in the conditions of current challenges and threats have been described. Due to Covid-19 pandemic, the necessity to concentrate efforts on building up national destinations, oriented on Ukrainian consumer as a stable source of income to the local budget rises. Also authors stress the low level of average income of Ukrainians and insufficient customer service as a restraining factor for hospitality industry. The principles of a transparent logistical promotion of goods, services, finances in the field of tourism, hotel and restaurant business by using modern smart technologies have been substantiated. The main emphasis has been placed on the expediency of introducing modern information and communication technologies, logistics and cluster approaches into the hospitality industry destinations.*

Key words: destinations, hospitality industry, hospitality infrastructure, logistics, information and communication technologies, and cluster approach.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20dpdvig.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Dudkin, P. & Dudkina, O. (2020) Lohistychna ta infrastruktorna skladovi destynatsii v industrii hostynnosti [Logistical and infrastructural components of hospitality industry destinations]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 22, no. 1, pp. 57-65. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20dpdvig.pdf>

Використана література:

1. Бець М. Т., Брунець Б. Р. Принципи формування туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2012. № 21. С. 8–16.
2. Богдан Н. М., Корчагіна Д. С. Фактори туристичної привабливості дестинації: готельно-ресторанний бізнес. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі*: матеріали міжнар.наук.-практ. конф. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2020. 232 с. URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/17_04_2020_compressed.pdf
3. Бойко О. В. Комплексний збалансований розвиток туристської інфраструктури. *Економічний простір*. 2016. № 109. С. 72–84.
4. Куценко В. О., Решетняк А. І. Природно-інфраструктурний потенціал туристичного бізнесу та шляхи його ефективного використання. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2011. № 2. С. 55–61.
5. Покоłodна М. М., Писарева І. В. Розвиток туристської інфраструктури: регіональний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28, С. 209-217. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/28_2019.pdf (дата звернення 20.05.2020).
6. Ткаченко Т. І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/20996/56-Tkachenko.pdf?sequence=1> (дата звернення 20.05.2020).
7. Ткаченко Т. І. Туристичні дестинації: лекції для студентів магістратури напряму підготовки 030601 «Менеджмент», спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» магістерської програми «Менеджмент туристичного бізнесу». К. КНТЕУ. 2012. 44 с. URL: <https://ppt-online.org/208672> (дата звернення 20.05.2020).
8. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: КНТЕУ, 2009. 463 с.
9. Leiper N. Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*. 1990, no. 17. pp. 367-384.
10. <https://doba.ua/ukr/lvov/odnokomnatnye-kvartiryi> (дата звернення 20.05.2020).
11. <https://hoteliernews.ru/servis-bronirovaniya-zhilya-airbnb-poluchit-ot-investorov-1-mlrd/> (дата звернення 20.05.2020).
12. <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення 20.05.2020).

References

1. Vecj, M. T., Brunecj, B. R. (2012) Pryncypy formuvannja turystychnoji infrastruktury [Principles of forming of tourist infrastructure] *Gheoghrafija ta turyzm*. no. 21, pp. 8–16.

2. Boghdan, N. M., Korchaghina, D. S. (2020) Faktory turystychnoji pryvablyvosti destynaciji: ghoteljno-restorannyj biznes [Factors of tourist attractiveness of destination: hotel-restaurant business] Proceedings of the *Suchasni tendenciji rozvytku industriji turyzmu ta ghostynnosti u konkurentnomu seredovyshhi*: materialy mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji. (Kharkiv, Kharkivskyj nacionalnyj universytet misjkogho ghospodarstva imeni O. M. Beketova, 2020. 232 p.) Available at: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/17_04_2020_compressed.pdf (accessed 20 May 2020)
3. Bojko, O. V. (2016) Kompleksnyj zbalansovanyj rozvytok turystsjoji infrastruktury [Complex balanced development of tourist infrastructure] *Ekonomichnyj prostir*. no 109, pp. 72–84.
4. Kucenko, V. O., Reshetnjak, A. I. (2011) Pryrodno-infrastrukturnyj potencial turystychnogho biznesu ta shljakhy jogho efektyvnogho vykorystannja [Naturally infrastructural potential of tourist business and ways of him the effective use] *Ekonomika pryrodokorystuvannja i okhorony dovykillja*. 2011. no. 2, pp. 55–61.
5. Pokolodna, M. M., Pysareva, I. V. (2019) Rozvytok turystsjoji infrastruktury: reghionalnyj aspect [Development of tourist infrastructure: regional aspect] *Infrastruktura rynku*. vol.28, pp. 209-217. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/28_2019.pdf (accessed 20 May 2020)
6. Tkachenko, T. I. Terytorialjno sfokusovanyj rozvytok sub'jektiv turystychnogho biznesu [Territorial accented development of subjects of tourist business] Available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/20996/56-Tkachenko.pdf?sequence=1> (accessed 20 May 2020)
7. Tkachenko, T. I. (2012) Turystychni destynaciji : lekciji dlja studentiv maghistratury naprjamu pidghotovky 030601 «Menedzhment», specialjnosti «Menedzhment orghanizacij i administruvannja» maghistersjoji prohramy «Menedzhment turystychnogho biznesu» [Tourist destinations : lectures for the students of city council straight preparations a 030601 «Management», specialities «Management of organizations and administration» of the master's degree program «Management of tourist business»] K.: KNTEU. 44p. Available at: <https://ppt-online.org/208672> (accessed 20 May 2020)
8. Tkachenko, T. I. (2009) Stalyj rozvytok turyzmu: teorija, metodologhija, realiji biznesu [Steady development of tourism: theory, methodology, business realities] : monoghrafija. K.: KNTEU. 463p.
9. Leiper, N. (1990) Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*. no. 17. pp.367-384.
10. <https://doba.ua/ukr/lvov/odnokomnatnye-kvartiryi> (accessed 20 May 2020)
11. <https://hoteliernews.ru/servis-bronirovaniya-zhilya-airbnb-poluchit-ot-investorov-1-mlrd/> (accessed 20 May 2020)
12. <https://uk.wikipedia.org/> (accessed 20 May 2020)



© 2020 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.
 This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.
 You are free to:
 Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.
 The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.
 Under the following terms:
 Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.
 You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
 No additional restrictions
 You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.
 Publishing with SEPS ensures:
 • Immediate, universal access to your article on publication
 • High visibility and discoverability via the SEPS website
 • Rapid publication
 • Guaranteed legacy preservation of your article
 • Discounts and waivers for authors in developing regions
 Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

