

Менеджмент

УДК 338.48:656.07

Василиха Наталія Василівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

Wasylyha Nataliia

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uzhhorod Institute of Trade and Economics of SUTE
ORCID: 0000-0002-4727-7387*

Ігнат Олександр Володимирович

*доктор філософії, доцент кафедри
менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

Ihnat Oleksandr

*Doctor of Philosophy
Uzhhorod Institute of Trade and Economics of SUTE
ORCID: 0000-0002-5001-123X*

Горянські Ірина-Естер Андріївна

*здобувачка магістратури
Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ*

Horianski Iryna-Ester

*Master's Student of the
Uzhhorod Institute of Trade and Economics of SUTE*

**ЛОГІСТИЧНИЙ СЕРВІС РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ:
ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
LOGISTICS SERVICE OF THE TOURIST SERVICES MARKET:
GLOBALIZATION AND PECULIARITIES OF FORMATION**

***Анотація.** Вступ. Стаття присвячена дослідженню ролі та значенню логістичного сервісу ринку туристичних послуг з врахування процесів глобалізації та сучасних викликів. Актуальність даного дослідження полягає в аргументованому розумінню змісту логістики в туризмі, логістичного сервісу ринку туристичних послуг. Зазначено основні підходи логістичного управління з врахуванням специфіки ринку туристичних послуг. Фокус дослідження логістичного сервісу визначається його актуальністю та нових можливостей для ринку туристичних послуг в контексті єдиної системи обслуговування та ефективного функціонування для задоволення потреб туристів.*

***Мета.** Метою дослідження є обґрунтування теоретико-практичних рекомендацій та концептуальних засад особливостей формування логістичного сервісу ринку туристичних послуг.*

***Матеріали і методи.** Методологія дослідження ґрунтувалася на положеннях сучасної наукової періодики, результатів досліджень вітчизняних та закордонних науковців з питань логістичного сервісу ринку туристичних послуг. Методологічною основою дослідження є система загальнонаукових та наукових методів, зокрема: структурно-логічний, системно-аналітичний.*

***Результати.** У статті визначено основні принципи логістичного сервісу ринку туристичних послуг, що забезпечують його конкурентоспроможність, зокрема забезпечення якісного обслуговування,*

гнучкість та адаптивність у роботі з клієнтами, співпраця з надійними операторами та клієнтоорієнтованість. Досліджено фактори впливу на якість логістичного сервісу ринку туристичних послуг. Узагальнено основні функції логістичного сервісу в контексті ринку туристичних послуг, зокрема у доступності, зручності транспортних і супутніх послуг для туристів з врахуванням їхніх побажань та забезпечення комфорту та безпеки. Це обумовлено тим, що під час формування системи логістичного сервісу споживачів необхідно розглядати як специфічний структурний елемент, інтегрований зовнішнім середовищем у логістичну систему.

Розроблено алгоритм формування логістичного сервісу на ринку туристичних послуг з врахуванням практичної та організаційної складових.

На основі проведеного дослідження зроблено висновки в контексті актуальності запитів сучасного туриста щодо логістичного сервісу ринку туристичних послуг, який базується на комплексному підході: інтеграцію різних видів туристичних послуг та оптимізацію їх взаємодії для забезпечення безперебійного та високоякісного сервісу.

Перспективи. Подальші наукові дослідження в цьому напрямку необхідно спрямувати в ряд транспортної оптимізації, екологічності та індивідуалізованості туристичних послуг через логістичну підтримку-сервісу з використанням інноваційних цифрових технологій.

Ключові слова: туризм, глобалізація, ринок туристичних послуг, логістика, логістичний сервіс, туристичні послуги, транспорт, турист.

Summary. Entry. The article is devoted to the study of the role and significance of the logistics service of the tourist services market, taking into account the processes of globalization and modern challenges. The relevance of this study lies in a reasoned understanding of the content of logistics in tourism,

logistics service of the tourist services market. The main approaches of logistics management, taking into account the specifics of the market of tourist services, are indicated. The focus of the study of logistics services is determined by its relevance and new opportunities for the market of tourist services in the context of a unified service system and effective functioning to meet the needs of tourists.

Purpose. The purpose of the study is to substantiate theoretical and practical recommendations and conceptual foundations of the peculiarities of the formation of logistics services in the market of tourist services.

Materials and methods. The research methodology was based on the provisions of modern scientific periodicals, the results of research by domestic and foreign scientists on the logistics service of the tourist services market. The methodological basis of the study is a system of general scientific and scientific methods, in particular: structural-logical, system-analytical.

Results. The article defines the basic principles of logistics service of the tourist services market, which ensure its competitiveness, in particular, providing quality service, flexibility and adaptability in working with customers, cooperation with reliable operators and customer focus. The factors influencing the quality of logistics service have been studied. The main functions of logistics services in the context of the market of tourist services are generalized, in particular in the accessibility, convenience of transport and related services for tourists, taking into account their wishes and ensuring comfort and safety. This is due to the fact that during the formation of the system of logistics service, consumers should be considered as a specific structural element integrated by the external environment into the logistics system.

An algorithm for the formation of logistics services in the market of tourist services has been developed, taking into account the practical and organizational components. On the basis of the study, conclusions are made in the context of the

relevance of the requests of the modern tourist regarding the logistics service of the tourist services market, which is based on an integrated approach: the integration of various types of tourist services and the optimization of their interaction to ensure uninterrupted and high-quality service.

Prospects. Further scientific research in this direction should be directed to the range of transport optimization, environmental friendliness and individualization of tourist services through logistics support-service using innovative digital technologies.

Key words: *tourism, globalization, market of tourist services, logistics, logistics service, tourist services, transport, tourist.*

Постановка проблеми. Сучасний етап світового розвитку характеризується динамічним поглибленням процесів інтеграції економічного життя країн світу. У широкий вжиток увійшов термін «глобалізація» – формування єдиного глобального простору. Триває взаємне зближення різних країн, проникнення інформаційних технологій, політична трансформація та інтеграція на регіональному і світовому рівнях. Створення єдиного світового ринку без національних бар'єрів і забезпечення однакових правил гри для всіх учасників – основна мета економічного аспекту глобалізації [1, с.6].

Саме процес глобалізації сприяє та відкриває нові можливості для розвитку ринку туристичних послуг. Водночас глобалізація розширює та стрімко рухає технології вперед. До прикладу, онлайн-платформи для бронювання квитків, готелів та екскурсій, мобільні додатки з гідами та картами, а також VR-технології для віртуальних подорожей змінюють спосіб планування і здійснення подорожей.

Натомість, глобалізація значно розширює можливості туристичного бізнесу, стимулює його інноваційний розвиток та сприяє культурному взаємо

обміну та водночас створює нові виклики, які потребують адаптації до швидких змін у світовій економіці та суспільстві. У цих умовах важливість, значення концептуальних засад формування логістичного сервісу та підходів до управління логістикою на ринку туристичних послуг актуалізує потребу в нових більш дієвих механізмах, підходах щодо організації безпечної подорожі для туристів з врахуванням усіх його можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження логістичного сервісу ринку туристичних послуг для вітчизняної та закордонної науки не нові. Так, Г.В., Москвітін Т.Д. [1] характеризує логістику на засадах системного підходу і тактики глобальних логістичних систем. О. А. Рудківський [2] розглядає логістику в контексті оптимізації логістичних процесів та впровадження сучасних управлінських підходів. Дослідники Г.В. Хмурківська та Т.В. Ляденко [3] досліджують особливості туристичної логістики та проблем її розвитку на сучасному етапі. А. О. Прочан [4] досліджує вплив сучасних технологій та інновацій на логістичні процеси в туризмі, зокрема інтеграцію цифрових технологій та екологічних практик у логістичні системи туристичної індустрії. І.Г. Смирнова та О.О. Любіцева [5, 10] розглядають питання, пов'язані з логістикою в туризмі, включаючи організацію туристичних потоків, управління ресурсами та інформаційними потоками, описують різні аспекти туристичного сервісу, зокрема роль логістики у формуванні конкурентоспроможності туристичних дестинацій. І. Є. Журба та І. В. Несторишен [8] досліджують вплив факторів на ефективність логістичного управління потоками в туристичній галузі, зокрема специфіку туристичних послуг та особливості інтегрованих туристичних потоків. Н.М. Зубар та М.Ю. Григорак [7] розглядають логістичний сервіс у ресторанному господарстві, як основу економічної стратегії діяльності закладів. Лаліт Едірісінхе [15] досліджує концепції

«туристичної логістики», яка ілюструє взаємозалежність між логістикою та туризмом.

Однак, зважаючи на ґрунтовні теоретико-концептуальні дослідження логістичного сервісу ринку туристичних послуг, поза фокусом, залишаються не вирішеними проблемні питання в частині: своєчасності обґрунтування нових підходів до логістичного управління, визначення нових можливостей для логістичного сервісу ринку туристичних послуг в системі обслуговування; розкриття основних принципів логістичного сервісу для забезпечення конкурентних переваг на туристичному ринку; удосконалення алгоритму формування логістичного сервісу ринку туристичних послуг з врахуванням практичної та організаційної складових.

Метою статті є обґрунтування теоретико-практичних рекомендацій та концептуальних засад особливостей формування логістичного сервісу ринку туристичних послуг.

Матеріали і методи. Методологія дослідження ґрунтувалася на положеннях сучасної наукової періодики, результатів досліджень вітчизняних та закордонних науковців з питань логістичного сервісу ринку туристичних послуг. Методологічною основою дослідження є система загальнонаукових та наукових методів, зокрема: структурно-логічний, системно-аналітичний.

Виклад основного матеріалу. Логістика в туризмі – це корпоративна діяльність різних туристичних підприємств, організацій, установ, спрямована на інтеграцію усіх процесів, пов'язаних з досягненням цілей їхньої діяльності [2].

Необхідно відзначити, що важливість туристичної логістики полягає в тому, що в ній задіяні такі основні сторони, як клієнт – туристичний агент – постачальник транспортних готельних та інших туристичних послуг, тому важливо правильно спланувати управляти та оперативно контролювати

складний матеріальний та інформаційний процес успішної взаємодії між ними [3].

Сучасна логістика в туризмі відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного та безперервного руху людей, товарів й інформації в туристичній індустрії. Технології, інновації та глобальні тренди впливають на розвиток туристичної логістики, забезпечуючи покращення якості послуг і зручності для туристів. Логістичний підхід сприяє сталому розвитку туристичної галузі шляхом ефективного використання ресурсів, дає змогу керівним органам відстежувати стан ринку, впроваджувати інноваційні технології та використовувати зворотний зв'язок від клієнтів [4].

У класичному розумінні ринок туристичних послуг або туристичний ринок – це багатоаспектна, поліструктурна, поліморфна та багаторівнева структура, яка функціонує за законом врівноваження попиту і пропозиції, це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі [5, с.36].

Логістичний сервіс – це сукупність нематеріальних логістичних операцій, спрямованих на забезпечення максимального задоволення потреб споживачів у процесі управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками з використанням найоптимальніших способів стосовно витрат. Логістичний сервіс тісно пов'язаний з процесом розподілу, і являється набором послуг, що надаються в рамках процесу постачання товарів [6].

Сервісний та туристичний потоки виділяються серед інших логістичних потоків, оскільки в їх основі знаходяться люди зі своїм інтелектуальним потенціалом, здатним надати потокам такі своєрідні характеристики, які не характерні традиційним методам логістики: самоорганізація, саморегулювання, самонавчання, самовдосконалення.

Логістику стосовно сфери туризму можна сприймати як концепцію інтегрованої логістики, яка спрямована на об'єднання зусиль туристичного підприємства та його партнерів у сфері логістики для спільного управління туристичними і пасажирськими потоками, а також сервісними ланцюгами щодо надання туристичних послуг [8].

Узагальнюючи поданий вище огляд визначень, на думку авторів, можна сформулювати наступне визначення логістичного сервісу на ринку туристичних послуг – це система раціональної організації матеріальних і нематеріальних потоків, що забезпечує якісне обслуговування туристів та спрямований на підвищення конкурентоспроможності усіх учасників ринку задля задоволення їх потреб.

Об'єктами логістичного сервісу на ринку туристичних послуг є інфраструктура, ресурси, заклади готельно-ресторанного господарства, туристичні підприємства, які забезпечують єдину систему обслуговування та ефективне функціонування туристичної діяльності.

Логістика в туризмі вирішує завдання забезпечення ефективності формування, просування та реалізації туристичного продукту; організацію оперативного інформаційного обміну між постачальниками й споживачами туристичного продукту; оптимізацію маршрутів й удосконалення способів перевезення туристів; планування, прогнозування та контроль фінансових потоків. Вирішення цих завдань дає змогу мінімізувати затрати із доведення продукту до споживача.

Отже, логістичний сервіс у туризмі забезпечує комплексну організацію переміщень туристів, управління ресурсами та оптимізацію послуг для забезпечення комфортної й безпечної подорожі. Його головна мета – створити максимально зручні умови для туристів, включно з транспортуванням, розміщенням та інформаційною підтримкою.

Сьогодні логістичний підхід знаходить широке застосування в практичній діяльності туристичних підприємств. Ефективне використання логістичних технологій у туризмі дають можливість скоротити час формування, просування та реалізації туристичного продукту, а також забезпечити автоматизацію процесів управління й контролю інформаційних та фінансових потоків. Впровадження автоматизованих систем управління та міжнародних комп'ютерних систем бронювання відкриває нові можливості для туристичного бізнесу, дозволяє підвищити якість обслуговування клієнтів, полегшити процес просування та збуту туристичного продукту, автоматизувати роботу туристичного підприємства [9].

Логістичне управління для врахування специфіки ринку туристичних послуг повинно забезпечити:

- забезпечити або зрівноважити попит, або забезпечити максимально можливе його задоволення;
- постійно вивчати потреби клієнтів та збирати інформацію щодо їх негативної оцінки туристичних послуг;
- формувати довгострокові логістичні утворення – ланцюги із учасників туристичного бізнесу;
- забезпечити логістичні конкурентні переваги туристичним підприємствам у часі, сервісі, витратах та ін.;
- знайти механізми адаптації до умов законодавства країн, території яких стосується туристична діяльність і т. п. [2].

Стосовно процесу формування логістичного сервісу ринку туристичних послуг при дослідженні нами було виділено ряд факторів, які визначають його якість:

- технологічні інновації: впровадження сучасних інформаційних систем та автоматизація процесів дозволяють підвищити точність та швидкість обслуговування;
- кваліфікація персоналу: професійна підготовка та розвиток навичок співробітників сприяють покращенню взаємодії з клієнтами та ефективному вирішенню логістичних завдань;
- інфраструктурні умови: розвинена транспортна та складська інфраструктура забезпечує своєчасність та надійність поставок;
- партнерські відносини: співпраця з надійними постачальниками та підрядниками дозволяє оптимізувати логістичні процеси та знизити витрати.

Якщо взяти до уваги економічну складову формування ринку туристичних послуг де одним із найважливіших показників розвитку є «систематизація національних рахунків туристичної сфери», або коефіцієнт туристичної активності, який характеризує туристичний потенціал країни, оцінює можливості туристичної індустрії надавати послуги, аналізує схильність громадян до туризму [11]. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристична галузь України демонструє стійке зростання, навіть в умовах викликів останніх років. У першому півріччі 2024 року надходження податків від туристичного сектору зросли на 25% порівняно з довоєнним 2021 роком, досягнувши 1,251 млрд грн. Це свідчить про відновлення та розвиток галузі, незважаючи на складні обставини [12].

У даному контексті, авторами, окреслено основні принципи логістичного сервісу ринку туристичних послуг враховуючи, що на туристичному ринку відбувається купівля-продаж товарів або послуг [11]. На ринку послуга з'являється як один з різновидів результату виробничого процесу, продукції, яка продається як самостійний товар або у складі

якого-небудь товару – комплексу послуг або на додаток до якої-небудь речі (табл.1).

Таблиця 1

Принципи логістичного сервісу ринку туристичних послуг

Назва	Характеристика
Якість обслуговування	▪ Сертифікація туристичної інфраструктури. ▪ Дотримання стандартів у сфері послуг. ▪ Рівень задоволеності туристичними послугами.
Гнучкість та адаптивність	▪ Здатність адаптуватися до змін ринку, потреб клієнтів, економічної ситуації тощо. ▪ Адаптація до змін попиту, сезонних коливань. ▪ Варіативність маршрутів та послуг.
Надійність та безпека	▪ Страхування, медичне обслуговування, евакуаційні плани. ▪ Співпраця з надійними транспортними компаніями. ▪ Достовірність інформації про країну перебування, умови та правила в'їзду, культуру та правила спілкування з населенням, контакти консульства та інших служб, наявні ризики.
Клієнтоорієнтованість	▪ Забезпечення клієнтів повною та актуальною інформацією щодо подорожі (розклад рейсів, умови бронювання, правила в'їзду). ▪ Зручні комунікаційні канали. ▪ Висока швидкість обслуговування.
Екологічність	▪ Екологічні маршрути. ▪ Пропозиція «зелених» готелів. ▪ Дотримання концепції «еко-френдлі».
Рациональність	▪ Стратегія ціноутворення. ▪ Оптимізація транспортної логістики.

Джерело: авторська розробка

Таким чином, дотримання цих принципів логістичного сервісу в процесі надання туристичних послуг на ринку допомагає підприємствам туристичного бізнесу підвищувати якість сервісу обслуговування, утримувати лояльність клієнтів та забезпечувати конкурентні переваги на ринку.

На практиці процес формування логістичного сервісу, на думку авторів, включає послідовність злагоджених процесів. Алгоритм дій зазначено (рис. 1).

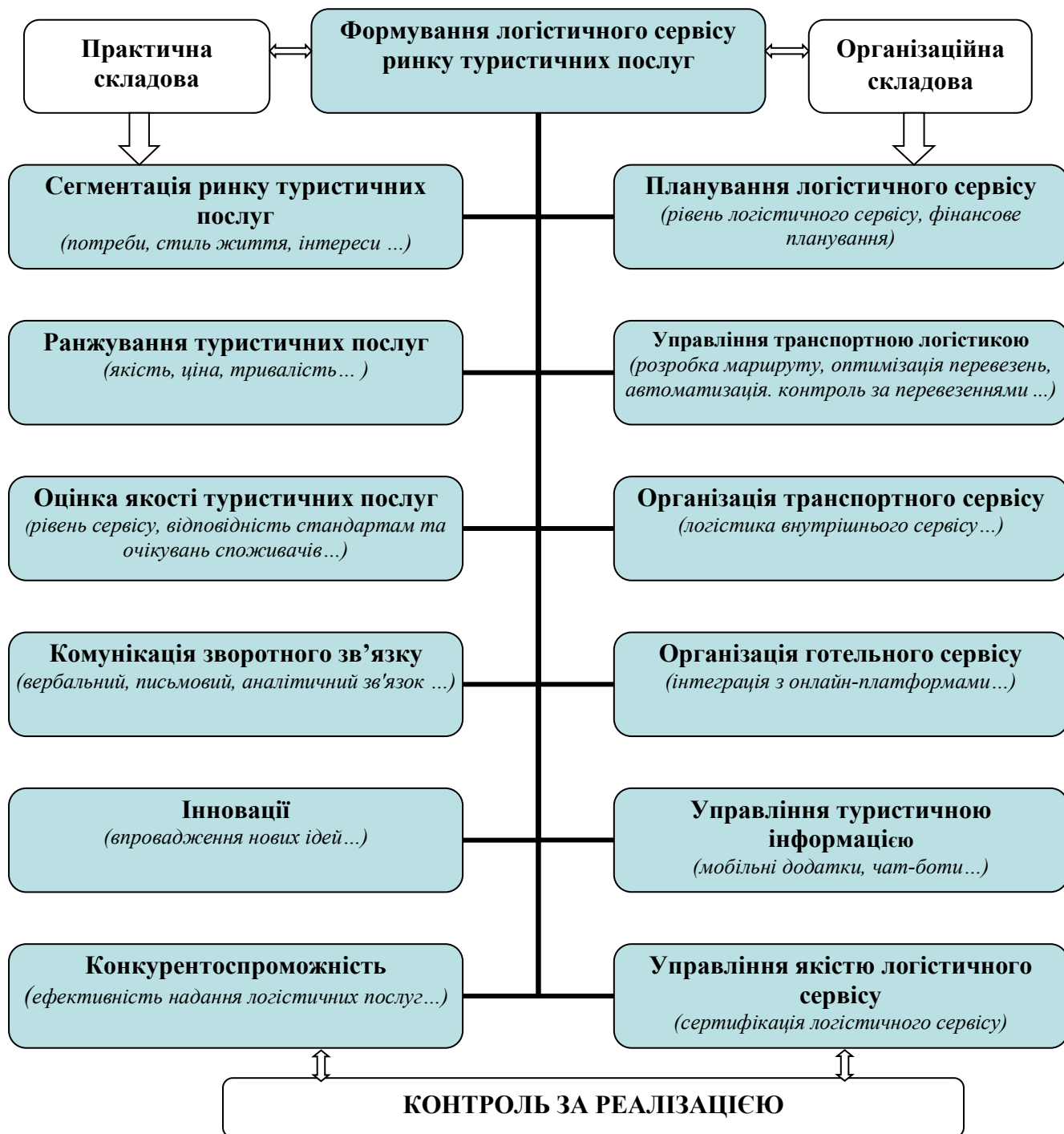


Рис. 1. Формування логістичного сервісу на ринку туристичних послуг

Джерело: авторська розробка

1. Практична складова:

- моніторинг ринку туристичних послуг, визначення впливу основних чинників формування логістичного сервісу (якість, ціна, надійність тощо);
- ранжування туристичних послуг;
- оцінка якості туристичних послуг;
- комунікація зворотного зв'язку;
- впровадження інновацій;
- конкурентоспроможність.

2. Організаційна складова:

- планування логістичного сервісу;
- управління транспортною логістикою;
- організація транспортного сервісу;
- управління туристичною інформацією;
- управління якістю логістичного сервісу.

Таким чином, ефективне формування логістичного сервісу на ринку туристичних послуг визначає загальну ефективність туристичних потоків, комфорт туристів, безпеку подорожі та конкурентоспроможність туристичних підприємств. Вдосконалення вище зазначеного алгоритму дозволяє виробникам туристичних послуг підвищувати надійність обслуговування, вчасно реагувати на запити споживачів логістичних послуг, налагоджувати комунікацію тощо. Формування логістичного сервісу ринку туристичних послуг є багатоступеневим процесом, що вимагає системного підходу та координації різних робіт, операцій та ефективному плануванні, використанні сучасних технологій, забезпеченні гнучкості та безпеки.

У процесі формування і подальшого вдосконалення системи логістичного сервісу продуценти послуг повинні прагнути до виконання таких основних вимог:

- постійно підвищувати надійність обслуговування і готовність до виконання замовлень і запитів споживачів логістичних послуг;
- знижувати сукупні витрати, пов’язані з обслуговуванням;
- знижувати собівартість продукції – послуги [7].

Щодо сучасних реалій розвитку інновацій та глобалізації ринків послуг, які характеризуються швидким розвитком цифрових технологій, можна зазначити, що ключовими постулатами є адаптація учасників ринку туристичних послуг до усіх параметрів логістичного сервісу та знаходження балансу оптимального співвідношення між швидкістю, якістю, надійністю та витратами на логістичні послуги рис. 2.

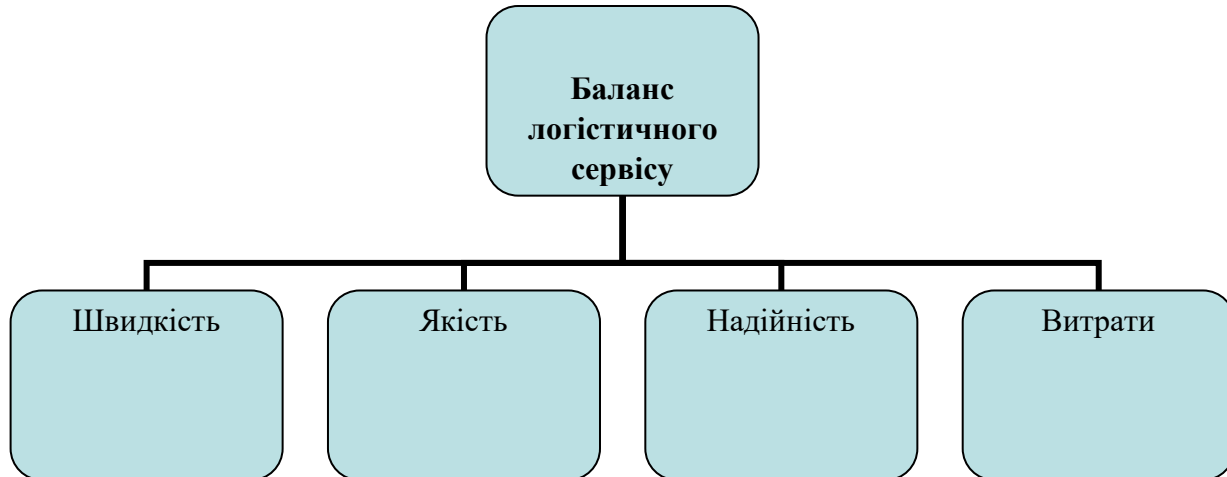


Рис. 2. Баланс логістичного сервісу

Джерело: розроблено автором

Отже, можна зазначити, що баланс логістичного сервісу досягається шляхом поєднання вище зазначених параметрів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, досліджуючи логістичний сервіс ринку туристичних послуг з врахуванням його різноманітності, актуальності у рамках запитів сучасного туриста – це система раціональної організації матеріальних і нематеріальних потоків, що забезпечує якісне обслуговування туристів та спрямований на підвищення конкурентоспроможності усіх учасників ринку задля задоволення їх потреб. Логістичний сервіс базується на комплексному підході: інтеграцію різних видів послуг та оптимізацію їх взаємодії для забезпечення безперебійного та високоякісного сервісу.

Подальші наукові дослідження пропонується спрямувати в напрямку цифрової трансформації, екологічності та індивідуалізованості туристичних послуг, що забезпечить його відповідність сучасним викликам. Це надасть впевненості туристам щодо очікуваного комфорту, доступності, швидкості обслуговування та безпеки.

Література

1. Москвітін Т.Д. Міжнародна логістика: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 216 с.
2. Рудківський О.А. Особливості управління логістичними потоками у сфері туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/42.pdf (дата звернення: 10.02.2025).
3. Хмурківська Г.В., Ляденко Т.В. Актуальні проблеми розвитку туристичної логістики в Україні. *Економічний простір*. 2023. № 185. С. 87-92. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/185-16>.

4. Прочан А.О. Реалії сучасної логістики в туризмі: технології, інновації та глобальні тренди. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Вип. 36. С. 408-417. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8171977>.

5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): монографія. К.: Альтерпрес, 2006. 436 с.

6. Логістичний сервіс: сутність та особливості URL: <https://podillyanews.com/blogs/logistychnyj-servis-sutnist-ta-osoblyvosti/> (дата звернення: 15.02.2025).

7. Зубар Н.М., Григорак М.Ю. Логістика у ресторанному господарстві: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 321 с.

8. Журба І.Є., Несторишин І.В. Вдосконалення туристичної логістики в контексті покращення якості туристичних послуг. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 4. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-12-01>.

9. Пікулик О.Б. Логістичний підхід в організації туристичної діяльності. *Актуальні проблеми країнознавчої науки: міжнародна науково-практична Інтернет-конференція*. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2017/05/14> (дата звернення: 12.02.2025).

10. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. С50 Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб. У 2-х книгах. Кн. 1. Міжнародний туристичний бізнес. Київ: Видавництво Ліра-К, 2022. 288 с.

11. Василюх Н.В. Організаційно-економічні засади функціонування та розвитку ринку туристичних послуг: дис. канд. екон. наук: 08.00.03 — економіка та управління національним господарством. Львів, 2015. 277 с.

12. UNWTO Highlights 2014 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org> (дата звернення: 15.02.2025).
13. Heskett J. L., N. A. Glaskowsky Jr., R. M. Ivie Business Logistics, 2. ed. New York: The Ronald Press, 1973. P. 14–21.
14. Journal of international logistics and trade. URL: <https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jilt> (дата звернення: 15.02.2025).
15. Council of Logistics Management. 2024. URL: <https://scedu.org/clm/> (дата звернення: 15.02.2025).

References

1. Moskvitina T.D. Mizhnarodna lohistyka: navch. posib. K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. 216 s. [in Ukrainian].
2. Rudkivskyi O.A. Osoblyvosti upravlinnia lohistychnymy potokamy u sferi turyzmu. *Efektivna ekonomika*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/42.pdf [in Ukrainian].
3. Khmurkivska H.V., Liadenko T.V. Aktualni problemy rozvytku turystychnoi lohistyky v Ukraini. *Ekonomichnyi prostir*. 2023. № 185. S. 87-92. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/185-16> [in Ukrainian].
4. Prochan A.O. Realii suchasnoi lohistyky v turyzmi: tekhnolohii, innovatsii ta hlobalni trendy. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Serii ekonomichna. Serii yurydychna*. 2023. Vyp. 36. S. 408-417. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8171977> [in Ukrainian].
5. Liubitseva O.O. Rynok turystychnykh posluh (heoprosorovi aspekty): monohrafiia. K.: Alterpres, 2006. 436 s. [in Ukrainian].
6. Lohistychnyi servis: sutnist ta osoblyvosti URL: <https://podillyanews.com/blogs/logistychnyj-servis-sutnist-ta-osoblyvosti/> [in

Ukrainian].

7. Zubar N.M., Hryhorak M.Iu. Lohistyka u restorannomu hospodarstvi: navch. posib. K.: Tsentru uchbovoi literatury, 2010. 321 s. [in Ukrainian].

8. Zhurba I.Ie., Nestoryshyn I.V. Vdoskonalennia turystychnoi lohistyky v konteksti pokrashchennia yakosti turystychnykh posluh. Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia. 2022. № 4. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-12-01> [in Ukrainian].

9. Pikulyk O.B. Lohistychnyi pidkhid v orhanizatsii turystychnoi diialnosti. Aktualni problemy krainoznavchoi nauky: mizhnarodna naukovo-praktychna Internet-konferentsiia. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2017/05/14> [in Ukrainian].

10. Smyrnov I.H., Liubitseva O.O. S50 Mizhnarodnyi turystychnyi biznes i lohistyka v turyzmi: navch. posib. U 2-kh knyhakh. Kn. 1. Mizhnarodnyi turystychnyi biznes. Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K, 2022. 288 s. [in Ukrainian].

11. Vasylykha N.V. Orhanizatsiino-ekonomichni zasady funktsionuvannia ta rozvytku rynku turystychnykh posluh: dys. kand. ekon. nauk: 08.00.03 – ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom. Lviv, 2015. 277 s. [in Ukrainian].

12. UNWTO Highlights 2014 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org>.

13. Heskett J. L., N. A. Glaskowsky Jr., R. M. Ivie Business Logistics, 2. ed. New York: The Ronald Press, 1973. P. 14–21.

14. Journal of international logistics and trade. URL: <https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jilt>.

15. Council of Logistics Management. 2024. URL: <https://scmedu.org/clm/>.