

**ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ****Г. М. Дорожкіна**Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського  
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук, 39600, Україна. E-mail: dorozhkina@mail.ru

У статті запропоновано розглядати туристичний ринок в територіальному аспекті: мікрорайонний відносно попиту і пропозиції на конкретний об'єкт або пункт; районний ринок в області або іншій територіальній одиниці. Визначено ступінь впливу факторів привабливості для туристично-рекреаційної системи, зокрема, екологічного стану, наявності інфраструктури туристичного ринку, вартості туристичних послуг за п'ятибальною рейтинговою шкалою. Обґрунтовано можливість прогнозування чисельності потенційних рекреантів туристично-рекреаційної системи серед основних категорій населення з використанням модифікованої гравітаційної моделі, що дозволяє оцінити вплив факторів привабливості туристично-рекреаційної системи. Розроблена модель прогнозування обсягу туристичних послуг підприємства «Кременчук автотурист».

**Ключові слова:** туризм, регіон, туристично-рекреаційні процеси, прогнозування.**ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ****А. Н. Дорожкина**Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского  
ул. Первомайская, 20, 39600, г. Кременчуг, 39600, Украина. E-mail: dorozhkina@mail.ru

В статье предложено рассматривать туристический рынок в территориальном аспекте: микрорайонный относительно спроса и предложения на конкретный объект или пункт; районный рынок в области или иной территориальной единице. Определена степень влияния факторов привлекательности для туристическо-рекреационной системы, в частности, экологического состояния, наличия инфраструктуры туристического рынка, стоимости туристических услуг по пятибалльной рейтинговой шкале. Обоснована возможность прогнозирования численности потенциальных рекреантов туристическо-рекреационной системы среди основных категорий населения с использованием модифицированной гравитационной модели, которая позволяет оценить влияние факторов привлекательности туристско-рекреационной системы. Разработана модель прогнозирования объема туристических услуг предприятия «Кременчуг автотурист».

**Ключевые слова:** туризм, регион, туристическо-рекреационные процессы, прогнозирование.

**АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ.** Від рівня соціального захисту населення, особливо підростаючого покоління, з боку держави залежить здоров'я, культурне та духовне зростання. Використання системного підходу є доцільним при проведенні політики сприяння духовному і фізичному розвитку підростаючого покоління, виховання у нього почуття громадської свідомості та патріотизму. Оздоровленню та відпочинку цієї категорії населення з боку держави приділяється значна увага. Матеріальна база різних типів оздоровчих закладів використовується не в повному обсязі, а цільові кошти із спеціальних джерел фінансування з державного бюджету для відпочинку та оздоровлення дітей та молоді використовуються не з повною ефективністю [1]. Для аналізу та прогнозування максимально можливого попиту на рекреаційні послуги доцільно використання економіко-математичних моделей функціонування і розвитку туристично-рекреаційних систем.

Створення протекціоністської, стосовно фінансування, політики з боку держави передбачає впровадження спеціалізованих навчальних туристичних програм у залежності від вікових та освітніх особливостей дітей та молоді, здійснення програми оздоровлення та фізичного загартовування підростаючого покоління. Держава повинна розробляти гнучку систему пільг на туристичне обслуговування дітей та молоді, перш за все, при забезпеченні розміщення, харчування, забезпеченні транспортним та культурно-екскурсійним обслуговуванням. Всі плани, програми та проекти

щодо розвитку туристичної індустрії повинні бути максимально зорієнтовані не тільки на створення належних умов для туристів, а й на забезпечення високого комфорту проживання жителів регіону. Розвиток туристичної галузі треба розглядати як фактор стабілізації місцевих ринків праці та розширення зайнятості населення внаслідок міжнародного туризму [2]. Сільський (зелений) туризм виступає одним із провідних видів екологічного туризму в нашій країні. В останні роки сільський туризм набуває поширення і активно розвивається в багатьох країнах Європи та інших континентів. В розвинених країнах світу такий вид відпочинку користується попитом як у людей із середнім достатком, так і у заможних [4, 6]. Аграрний туризм дозволяє ефективно реалізувати можливості міським жителям відпочити у сільській місцевості на природі, понизити відчуття стресів, відвідати місцеві пам'ятки, познайомитися з побутом сільських мешканців та народними традиціями. За бажанням міські жителі можуть прийняти участь у сільськогосподарських роботах, особливо збиранні врожаю овочів та фруктів. Сільський туризм сприяє розвитку малого бізнесу в аграрних регіонах та поліпшенню фінансового становища мешканців сіл. Міські мешканці мають можливість активно відпочивати у приватних сільських господарствах.

Удосконалення процесу підготовки рішень стосовно використання туристично-рекреаційних систем повинно здійснюватися з урахуванням наявної невизначеності ситуації та змін в

економічному середовищі. Швидка змінюваність економічних умов, розвиток конкуренції обумовлюють підвищення ризику функціонування туристичних підприємств. Перед керівниками підприємств виникає проблема обґрунтування і вибору господарських рішень, корегування їх діяльності з урахуванням змін в оточуючому середовищі. Доцільно розширювати застосування економіко-математичних методів формування рішень, які можуть досить повно відобразити сучасні умови господарювання і специфіку вітчизняних туристичних підприємств.

Дослідженню проблем ефективного використання туристично-рекреаційних систем з врахуванням замовлень споживачів присвячували роботи велика кількість як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких В. Євдокименко [1], Дж. Біч [2], Дж. Леннон [4], С. Мельниченко [5], Т. Ткаченко [6], М. Хоменко [7], І. Школа [8].

Метою статі є обґрунтування можливості використання економіко-математичних моделей для прогнозування туристично-рекреаційних процесів.

#### МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ.

Технічний прогрес супроводжується зменшенням суто фізичної втоми при збільшенні нервового напруження. Відносно невелика фізична втома знімається протягом дня. Більш тривалого часу вимагає зняття нервової втоми навіть за сучасних форм організації відпочинку. Туризм ліквідує одноманітний ряд розваг за місцем проживання, які характеризуються соціальними психологами як одноманітність у споживанні [4]. Технічний прогрес – провідний чинник, який сприяє потребам у туризмі як обов'язковому елементу відновлення працездатності. Процес задоволення рекреаційних потреб людей товарами та послугами тісно пов'язується відносинами субституції (взаємозаміни) та компліментарності (взаємного доповнення). Кожний підрозділ ринку характеризується відносинами субституції, а ринок туристичних товарів і послуг – компліментарністю. Економія в одному підрозділі ринку при дії субституції зумовлює перерозподіл попиту в іншому підрозділі. Так, при придбанні транспортних послуг виникає попит на пальне, мастила, гуму, послуги автотехобслуговування. Відносини субституції і компліментарності охоплюють як основні підрозділи туристичного ринку, так і різноманітні його частини у територіальному аспекті. Пропонується туристичний ринок розглядати в територіальному аспекті: мікрорайонний відносно попиту і пропозиції на конкретний об'єкт або пункт; районний ринок в області або іншій територіальній одиниці. Наприклад, щодо Полтавщини: мікрорайонний ринок доцільно розглядати відносно попиту і пропозиції на конкретний об'єкт або пункт; районний ринок стосовно попиту і пропозиції в Полтавській області або іншій її територіальній одиниці, зокрема, рекреаційний район Кременчука.

При аналізі попиту на туристичні послуги і товари потребує дослідження впливу основних факторів на зміну обсягу і структури туристичного споживання. До таких факторів відносять: доход споживачів, ціну, демографічний аспект, ступінь механізації виробництва і споживання, урбанізацію тощо [1]. Так,

оздоровчий комплекс «Нафтохімік» обслуговує працівників 40 підприємств та організацій міста Кременчука, а медчастина надає консультативні послуги мешканцям багатьох міст і сел Полтавської та Кіровоградської областей. Санаторій оздоровчого комплексу «Івушка» знаходиться в 20 км від Кременчука на березі річки Псьол. Оздоровчий комплекс має сучасну базу для проведення конференцій, семінарів, тренінгів. Другий приклад, бази відпочинку «Балу» та «Маяк» – демократичні заклади класу «люкс» на березі Дніпра (готель, ресторан, більярд, сауна, масаж, рибалка, пляж).

На сучасному етапі розвитку склалася трьохсекторна структура міжнародного туристичного ринку: молодіжного туризму (15-29 років) – 21,7 % у віковій структурі населення України, дорослого туризму (30-59 років) – 39,0 %, туризму «третього віку» (60 і більше років) – 17,9 % [8]. Не охоплену цим поділом вікову групу до 14 років можна віднести до четвертого сектору міжнародного туристичного ринку як «дитячий туризм» – 21,4%. Вікова група від 30 до 59 років є найбільш представницькою за питомої ваги в середньому по країнах світу близько 40 % [8]. Загальна туристична активність сягає піку у віці 40-50 років, що доцільно враховувати при обґрунтуванні попиту на послуги на мікрорайонному та районному ринках.

Полтавська область розташована на перехресті важливих економічних, історично-обумовлених шляхів між Сходом і Заходом, Північчю і Півднем, характеризується м'яким кліматом. Територія помережена густо річками Псел, Ворскла, Сула та іншими, пов'язаними з головною суднохідною артерією України – Дніпром. Природне багатство доповнюють бальнеологічні і грязьові курорти міст Миргород, Гадяч, Велика Багачка та Нові Санжар. В області діє 12 санаторіїв, численні пам'ятки садово-паркового мистецтва та регіональні ландшафтні парки, Устимівський дендропарк державного значення, більше 50 заповідних урочищ. Стан справ розвитку туристичного бізнесу в області та місті Кременчук розглянуто з метою подальшого нарощування туристичного потенціалу та визначення прогнозних оцінок на майбутнє. Кременчуцьке бюро подорожей та екскурсій працює з установами, школами, промисловими та сільськогосподарськими підприємствами Кременчуцького, Глобинського, Семенівського та Козельщинського районів. Виконання плану щодо обсягу послуг для підростаючого покоління за 2014 рік: осіб охоплених внутрішнім туризмом – 2800; туристів, яким надано екскурсійні послуги – 4900; діти до 14 років – 2153; підлітки 15-17 років включно – 2747. Бюро подорожей та екскурсій займалось обслуговуванням та відправкою груп автобусами. Для школярів організували поїздки в міста Дніпропетровськ, Канів, Київ, Одесу, Полтаву, Умань, Чигирин тощо. Бажаючим відпочити та підлікуватись надавались путівки в санаторіях міст Алушти, Євпаторії, Лазурного, Приморського, Трускавця, Ялти.

Проведення аналізу розвитку туристичного бізнесу на Полтавщині, виокремлення проблем та

SWOT – аналіз діяльності Кременчуцького бюро подорожей та екскурсій на прикладі обслуговування підростаючого покоління дають можливість надати територіальну оцінку та проаналізувати ефективність використання туристично-рекреаційних систем. Сучасний туризм потребує створення необхідних передумов для зміцнення і розвитку економічної та фінансової бази туристичної індустрії, яка позитивно впливає на соціальний розвиток регіону. Оцінка економічного впливу ґрунтується на витратах туристів. Основні витрати, насамперед, ідуть на надання послуг туристам, що виїжджають за кордон України, і тільки 5 % витрачають на обслуговування іноземних туристів [8]. Частина коштів виходить з економічного обігу на оплату товарів і послуг, що придбані за межами області, але споживаються на місці перебування. Решта коштів витрачається на придбання місцевих товарів та послуг. Для підвищення ефективності туристичної діяльності доцільно вирівнювати співвідношення витрат на обслуговування туристів у регіоні та за межами нашої країни.

Для прогнозування чисельності потенційних рекреантів певної туристично-рекреаційної системи широко використовуються так звані гравітаційні моделі [8]. Класична гравітаційна модель має наступний вигляд:

$$K_{ij} = k \frac{m_i^m n_j^n}{r_{ij}^r}, \quad (1)$$

де  $K_{ij}$  – кількість рекреантів  $j$ -ї туристично-рекреаційної системи, які прибули з  $i$ -го пункту попиту;  $m_i^m$  – чисельність населення  $i$ -го пункту попиту;  $n_j^n$  – ємність (максимально можлива місткість)  $j$ -ї туристично-рекреаційної системи;  $r_{ij}^r$  – відстань між  $j$ -ю туристично-рекреаційною системою та  $i$ -м пунктом попиту;  $k, m, n, r$  – емпіричні коефіцієнти.

Наведена модель є загальною і не враховує багатьох чинників, в тому числі: категорії рекреантів, цінову політику туристично-рекреаційної системи, «привабливість» конкретної території. Врахувати «привабливість» туристично-рекреаційної системи для конкретної категорії рекреантів можна за рахунок доповнення виразу (1) множником у відповідності з вимогами теорії ймовірності:

$$D_{cat} P_{cat}(T) P_{TPC}(T), \quad (2)$$

де  $D_{cat}$  – питома вага осіб певної категорії «*cat*»;  $P_{cat}(T)$  – ймовірність того, що особи категорії «*cat*» будуть відпочивати в інтервал часу  $T$ ;  $P_{TPC}(T)$  – ймовірність того, що ця туристично-рекреаційна система буде працювати в інтервалі часу  $T$ .

Прогнозування чисельності потенційних рекреантів туристично-рекреаційної системи основних груп населення пропонується проводити з використанням модифікованої гравітаційної моделі, що дозволяє оцінити вплив факторів привабливості туристично-рекреаційної системи.

При обробці матеріалів колективної експертної оцінки відносної ваги факторів доцільно використовувати метод рангової кореляції [3, 5]. Експертам пропонується оцінити вплив наступних факторів привабливості туристично-рекреаційної системи Кременчука: екологічного стану, наявності інфраструктури туристичного ринку, вартості туристичних послуг та інших. Результати експертних оцінок на прикладі сервісних факторів за п'ятибальною рейтинговою шкалою (найвищий рейтинг 5) наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Оцінка ступеня впливу факторів привабливості туристично-рекреаційної системи

Найменування фактора	Молодь	Дорослі	Третій вік	Діти
Наявність інфраструктури туристичного ринку	2,0	4,0	3,5	2,5
Оригінальна місцева кухня	2,5	4,0	4,5	3,0
Якісні та недорогі медичні послуги	3,5	4,0	4,5	4,0
Екологічно чисте харчування	4,0	4,5	4,5	5,0
Виробництво сувенірної продукції	1,0	1,5	1,5	2,5
Розвиненість торгової мережі	3,0	3,0	3,5	3,5
Мережа якісних побутових послуг	2,5	3,5	4,0	4,5
Екологічний стан	4,5	5,0	4,5	4,5
Вартість туристичних послуг	4,5	5,0	5,0	4,5

Таким чином, серед факторів, які найбільше впливають на привабливість туристично-рекреаційної системи, слід відзначити вартість туристичних послуг та екологічний стан.

Впродовж літнього сезону туристичне підприємства «Кременчук турист», що спеціалізується на наданні послуг дітям-школярам, студентам та молоді, має можливість у відповідній мірі регулювати обсяги для кожної категорії рекреантів. Разом з тим, туристичне підприємство впродовж року надає послуги групам населення з

середнім та більшим достатком для відповідного сезону поряд з іншими конкурентами з обслуговування аналогічних категорій потенційних рекреантів, попит на які нерегулярний. Маркетологи не можуть з повною упевненістю прогнозувати сумарний обсяг замовлень, які отримують на ту або іншу групу рекреантів. Поки персонал туристичного підприємства, що здійснює виконання планів надання послуг відповідним категоріям людей, підбиває підсумки за минулі  $N$

тижнів, від споживачів безперервно надходять нові заявки.

Виробничі витрати включають не тільки складові собівартості послуг туризму, але і затрати на регулювання рівня обслуговування споживачів на підприємствах. Витрати на регулювання кількості потенційних рекреантів окремих категорій населення «*cat*», що відповідають певній туристично-рекреаційній системі, змінюються протягом часового інтервалу  $T$ . Особливо дорого обходиться збільшення чисельності потенційних рекреантів в пік сезону.

Якщо установити занадто високий обсяг з надання туристичних послуг потенційним рекреантам, то частина потужностей залишиться не реалізованою до кінця сезону і підприємство буде змушене реалізовувати надлишки за зниженими цінами і, таким чином, понесе збитки. Разом з тим, при плануванні незначного обсягу надання туристичних послуг підприємство може упустити потенційну можливість збільшити свій дохід. Підприємство буде також нести збитки, якщо часто корегуватиме календарний план надання туристичних послуг потенційним групам населення з урахуванням уточненої інформації відносно сумарного обсягу замовлень, які надходять впродовж конкретного тижня. Кожне підприємство може варіювати рівень надання туристичних послуг тільки у відповідних межах. Вони залежать від рівня надання туристичних послуг в попередній період і кількості тижнів, що залишилися до кінця даного сезону. Таким чином, задача календарного планування надання туристичних послуг на підприємстві містить елемент невизначеності.

Задачу складання календарного плану надання туристичних послуг можна описати за допомогою оптимізаційної моделі [7].  $D_t$  – загальне число замовлень на надання туристичних послуг відповідній групі населення до початку  $t$ -го тижня. Оскільки поряд з новими замовленнями частина замовлень анулюється, не виключено, що  $D_{t+1}$  виявиться меншим в порівнянні з  $D_t$ . Прийняття рішення в даному випадку формує стратегію, що дозволяє визначити поточний рівень надання туристичних послуг  $X$  при заданих значеннях  $x$  і  $D_t$ . Оптимальною буде стратегія, що максимізує математичне очікування доходу туристичного підприємства. Така стратегія може бути визначена шляхом вирішення рекурентного рівняння.

Визначення величин надання туристичних послуг в динаміці створює основу для прогнозування. Викликають особливу зацікавленість нескладні та доступні для застосування на підприємствах авто регресивні моделі, методика розробки яких спирається на обґрунтовану теорію прогнозування [3, 5]. Прогнозування значень величини  $X$  на майбутній період здійснюється по ряду попередніх значень за допомогою рівняння регресії.

Рівняння, що виражає значення величини  $X$  в момент  $t$  через її значення в моменти  $t-1, t-2, \dots, t-k$ , називається рівнянням регресії. Рівняння має вигляд:

$$x_t = f(x_{t-1}, x_{t-2}, \dots, x_{t-k}) \quad (3)$$

Лінійне авто регресивне рівняння записується у вигляді:

$$x_t = a_1 x_{t-1} + a_2 x_{t-2} + \dots + a_k x_{t-k} \quad (4)$$

Коефіцієнти  $a_1, a_2, \dots, a_k$  визначаються за методом найменших квадратів. Доказано [6], що залежність (4) тільки в тому випадку відображає поведінку випадкової величини  $x_t$  в генеральній сукупності, якщо різниця між розрахунковими значеннями  $\tilde{x}_t$  за рівнянням і фактичними даними  $x_t$  є величиною, що не залежить від часу:

$$\varepsilon_t = \tilde{x}_t - x_t. \quad (5)$$

Ця умова замінюється іншою, достатньою для практики: значення  $\varepsilon_t$  між собою не корельовано. Неавтокорельованість цих значень визначається за критерієм Неймана [3].

На основі статистичних даних за 2002-2014 рр. розроблена модель прогнозування обсягу послуг туристичним автомобільним транспортом для підприємства «Кременчук автотурист»:

$$\tilde{x}_{2t} = 0,6510 x_{2,t-1} + 0,3781 x_{2,t-2} \quad (6)$$

Результат перевірки неавтокорельованості залишків за критерієм Неймана. Згідно з даними відповідних таблиць маємо:

$$K_{5\%}(10) = 1,1803 \text{ при } r > 0$$

$$K_{5\%}(10) = 3,2642 \text{ при } r < 0.$$

Отже, статистичні значення  $K$  попадають в допустиму область критерію за 5% рівня значимості, що дає підставу для прийняття гіпотези неавтокорельованості і достовірності двочленної моделі. При цьому похибку прогнозу визначають за дисперсію  $\varepsilon_t$ :

$$Y_{\text{мов}} \left\{ \left| \tilde{x}_t - x_t \right| = |\varepsilon_t| = t_{\lambda} \sigma_{\varepsilon} \right\} = P_{\lambda}, \quad (7)$$

де  $P_{\lambda}$  – задана ймовірність,  $P_{\lambda} = 1 - \lambda$ ;

$t_{\lambda}$  – критерій Стьюдента з  $(n - k)$  ступенями свободи.

Згідно з отриманими результатами можна зробити висновок, що у перспективі очікується щорічне збільшення обсягів надання послуг туристичним автомобільним транспортом на 2,9 %.

Використавши побудовану модель, можна спрогнозувати наступні показники обсягу послуг туристичним автомобільним транспортом для підприємства «Кременчук автотурист»: осіб охоплених внутрішнім туризмом – 3360; туристів, яким надано екскурсійні послуги – 5880; дітей до 14 років – 2580; підлітків 15-17 років включно – 3300.

**ВИСНОВКИ.** Туристична інфраструктура району функціонує мало ефективно незважаючи на значний туристично-рекреаційний потенціал Кременчука. Для подальшого розвитку доцільно не стільки нарощувати потужності, скільки підвищувати якість обслуговування та розширювати асортимент туристичних послуг, особливо для підростаючого покоління. Реконструкція та модернізація старих та будівництво нових сучасних турбаз, кемпінгів і

готелів – провідний напрямок розвитку туризму рекреаційного району. Доцільно туристичний ринок розглядати в територіальному аспекті: мікрорайонний відносно попиту і пропозиції на конкретний об'єкт або пункт; районний ринок в області або іншій територіальній одиниці. Наприклад щодо Полтавщини: мікрорайонний ринок доцільно розглядати відносно попиту і пропозиції на конкретний об'єкт або пункт; районний ринок стосовно попиту і пропозиції в Полтавській області або іншій її територіальній одиниці, зокрема, рекреаційний район Кременчука.

В результаті проведеного дослідження визначено ступінь впливу факторів привабливості для конкретної туристично-рекреаційної системи, зокрема екологічного стану, наявності інфраструктури туристичного ринку, якісних та недорогих медичних послуг, оригінальної місцевої кухні, розвиненості торгової мережі, вартості туристичних послуг за п'ятибальною рейтинговою шкалою. Обґрунтована можливість прогнозування чисельності потенційних рекреантів туристично-рекреаційної системи основних категорій населення з використанням модифікованої гравітаційної моделі, що дозволяє оцінити вплив факторів привабливості туристично-рекреаційної системи. Розроблена модель прогнозування обсягу послуг туристичним автомобільним транспортом для підприємства «Кременчук автотурист».

## ASPECTS OF FORECASTING OF TOURIST AND RECREATIONAL PROCESSES

### A. Dorozhkina

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University  
vul. Pershotravneva, 20, Kremenchuk, 39600, Ukraine. E-mail: dorozhkina@mail.ru

The author suggests that the tourist market should be considered with respect to the territorial model: the micro district is a market which considers supply and demand for a certain objects or point; the district market which is in the region or other territorial unit. The degree of impact of the following factors on the tourist and recreation systems has been defined: environmental condition, availability of the tourist infrastructure, the price of tourist services in a five-point rating scale. The ability to predict the potential number of tourists in the tourism and recreation system and the basic categories of people have been proved; a modified gravity model, which helps to evaluate the impact of the factors of attractiveness of the tourist and recreational system, has been used. A model forecasting the capacity of the road transport services provided by the «Kremenchuk autotourist» has been developed.

**Key words:** tourism, region, tourist and recreational processes, forecasting.

### REFERENCES

1. Yevdokymenko, V.K. (1999), *Rehionalna polityka rozvytku turyzmu* [Regional policy tourism development], Prut, Chernivtsi, Ukraine.
2. Beech, J. and Chadwick, S. (2005), [The business of tourism management], Pearson Education, London, United Kingdom of Great Britain.
3. Vagner, S. (1983), *Osnovy issledovaniya operacij* [Fundamentals of operations research], Mir, Moscow, Russia.
4. Lennon, Dzh., Smit, H., Kokerell, N. and Trju, Dzh. (2008), *Upravlenie industriy turizma. Luchshij opyt dejatel'nosti nacional'nyh organizacij i agentstv po turizmu* [Management of the tourism industry. Best experience of national organizations and agencies tourism], Gruppya IDT, Moscow, Russia.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму / В. К. Євдокименко. – Чернівці: Прут, 1996. – 287 с.
2. Beech J. The business of tourism management / J. Beech, S. Chadwick. – London: Pearson Education, 2005. – 608 p.
3. Вагнер С. Основы исследования операций / С. Вагнер. – М.: Мир, 1983. – 501 с.
4. Леннон Дж. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму / Дж. Леннон, Х. Смит, Н. Кокерелл, Дж. Трю.– М.: Группа ИДТ, 2008. – 272 с.
5. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика / С. В. Мельниченко. – К.: КНТЕУ, 2008. – 493 с.
6. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т. І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
7. Хоменко М. М. Динамічна модель контролю рівня замовлень туристичних послуг / М. М. Хоменко // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. – Кременчук: КрНУ, 2013. – Вип. №5/2013 (80). – С. 70-77.
8. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії / І. М. Школа. – Чернівці: Книги. – XXI, 2005. – 596 с.

Стаття надійшла 10.03.2015