



Менеджмент

УДК 338.48

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.15276469>

**Сучасний стан та стратегії управління підприємствами харчування
туристично-рекреаційного комплексу України**

Іванов Андрій Миколайович

кандидат економічних наук, доцент,

професор кафедри «Підприємництво та туризм»

Одеський національний морський університет,

докторант, Державний торговельно-економічний університет,

ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-7691-3012>

Прийнято: 14.04.2025 | Опубліковано: 24.04.2025

Анотація. Стаття присвячена аналізу економічного стану та виявленню стратегій управління підприємств харчування, які входять до складу туристично-рекреаційного комплексу (ТРК) України. Виявлено тенденцію спаду витрат на послуги підприємств харчування ТРК в структурі сукупних витрат домогосподарств України, а також їх кількості та обсягів реалізованої продукції за відповідними КВЕД. Встановлено, що усі підприємства у 2022 році мали збитковий показник рентабельності. Оцінено показники внеску до бюджету України підприємствами харчування ТРК та доходи від прямих інвестицій. На основі соціально-економічного стану діяльності підприємств харчування ТРК запропоновано стратегії управління ними. **Метою дослідження** є аналіз фінансово-економічних складових сучасного стану підприємств харчування, зайнятих в ТРК України та виявлення ефективних стратегій управління ними. **Методи дослідження.** У дослідженні використано



комплексний методологічний підхід, який охоплював аналіз літературних джерел та статистичного матеріалу а також узагальнення отриманих результатів. **Результати дослідження** виявили, що більшість підприємств харчування, зайняті в ТРК України у 2022 році, мають негативні показники економічної діяльності у порівнянні з попередніми роками і для кожного підприємства є сенс обирати індивідуальну стратегію управління для посилення ефективності функціонування ТРК усіх рівнів. **Висновки** дослідження підкреслюють важливість місця підприємств харчування у структурі ТРК України, а обрання ефективної стратегії управління є важливим кроком для виходу ТРК на світовий туристичний ринок.

Ключові слова: підприємства харчування, класифікатор видів економічної діяльності, ресторани, стратегія управління, туристично-рекреаційний комплекс (ТРК).

Current state and strategies of management of catering enterprises of the tourist and recreational complex of Ukraine

Ivanov Andrii

PhD in Economic, Associate Professor,
Professor of the Department of Entrepreneurship and Tourism
Odesa National Maritime University,
Doctorante, State University of Trade and Economics,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7691-3012>

Abstract. The article analyses the economic situation of enterprises of various catering types of economic activity 'Operation of restaurants, provision of mobile



catering services', 'Supply of ready meals for events' (CEA 56.21) and 'Supply of other ready meals', which operate as part of the tourist and recreational complex of Ukraine.

The current economic situation of the studied enterprises is analysed for the period from 2015 to 2022, since, according to the requirements of Ukrainian legislation, statistical data on the activities of enterprises of strategic importance for the Ukrainian economy during the period of martial law are not officially disclosed.

It is found that from 2019 to 2022, the weight of expenditures on food services for 1 month per 1 household is increasing, and since 2019 it has been tending to decline.

It has been found that in 2022 there is a sharp reduction in the number of catering enterprises in shopping malls, which belong to all types of economic activity, as well as the number of employees. The volume of products (goods and services) sold is also decreasing. As a result, since 2015, catering companies have been operating at a loss with a negative profitability rate.

It is proved that the largest costs of production for all enterprises of different classes of economic activity are material costs and costs associated with payment for services used in production. In 2023, enterprises contributed UAH 3584818.65 thousand to the state budget, which is UAH 1556476.58 thousand less than in the previous year, 2022. Revenues from direct investments aimed at the development of the mall's catering facilities amounted to USD 43.7 million. This is equivalent to 1.4%.

Tour operators, travel agents and EDI play an important role in the functioning of the mall's catering business, which in 2022 spent UAH 630194.6 thousand on catering for tourists, up 36.9% year-on-year.

In 2023, capacity utilisation among restaurants was 82%, and among food and beverage companies - 84%, which is a fairly high figure.

On the example of specific food service enterprises in the Odesa region, strategies for managing them in the context of economic changes are proposed.



It is proved that for each individual catering enterprise it is necessary to choose an individual management strategy to enhance the efficiency of functioning of the shopping and entertainment complexes of all levels.

Keywords: *tour operator, travel agent, tour operator company, travel agency company, tourism entity, management strategy, tourist and recreational complex (TRG).*

Постановка проблеми. У структурі туристично-рекреаційного комплексу України важливе місце займають підприємства харчування, адже без них неможливо створити якісний туристичний продукт.

Підприємства харчування, які виконують важливу роль у функціонуванні ТРК, у більшій ступені мають негативну тенденцію по всіх економічних показниках, у тому числі і у виборі стратегій управління. Ця проблема на сьогоднішній день стрімко загострюється, що вимагає реальних науково обґрунтованих пропозицій та рішень.

Саме тому важливим є оптимальний вибір підходів до стратегічного управління діяльністю підприємств харчування вже сьогодні, щоб після завершення воєнних дій в Україні розвиток ТРК здійснювався за чіткою плановою стратегією, що обґрунтовується автором в даній статті на основі детального аналізу економічного стану підприємств харчування ТРК.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним аспектам соціально-економічного розвитку підприємств туристично-рекреаційного комплексу присвячені наукові праці відомих українських вчених: Бейдика О. [1], Любіцевої О. [2], Масляка П. [3], Монастирського В. [4], Поколодної М. [5], Стафійчука В. [6] та інших. Стратегії розвитку підприємств сфери туризму та рекреації досліджували наступні вчені: Білецька І. [7], Давиденко І. [8], Дутка Г. [9], Іванова З. [10], Коваль О. [11], Ольшанський О., Ткаченко О. [12], Ткаченко Т. [13], Сливенко В., Єрмакова А. [14], Шаповал В., Герасименко Т., Шпак М. [15]. Питання місця та ролі ресторанів та інших підприємств харчування у складі



ТРК розглядали багато науковців. Але за умови сучасної перебудови економіки України, є сенс розробки та застосування оновлених стратегій управління підприємствами харчування у складі ТРК.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз фінансово-економічних складових сучасного стану підприємств харчування, зайнятих в ТРК України та виявлення ефективних стратегій управління ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємства харчування займають важливу роль серед інших підприємств, які входять до складу туристично-рекреаційного комплексу.

Вони є невід’ємною частиною усіх підкомплексів: курортно-оздоровчого, пізнавально-ділового, спортивного, екологічного, релігійного та розважального [16].

Завдяки їм формуються туристично-рекреаційні кластери – складові під комплексів: курортно-лікувального, курортно-оздоровчого, спортивно-оздоровчого, пізнавального, історико-етнографічного, історико-культурного, наукового, ділового, спортивно-розважального, ландшафтно-екологічного та релігійного [16].

Підприємства харчування всіх типів і видів є елементарним видом туристично-рекреаційної діяльності населення, без якої турист як головний споживач туристично-рекреаційної послуги, буде обмежений однією із головних потреб - харчуванням [16].

Місце витрат на послуги підприємств харчування ТРК в структурі сукупних витрат домогосподарств України показано на рис.1

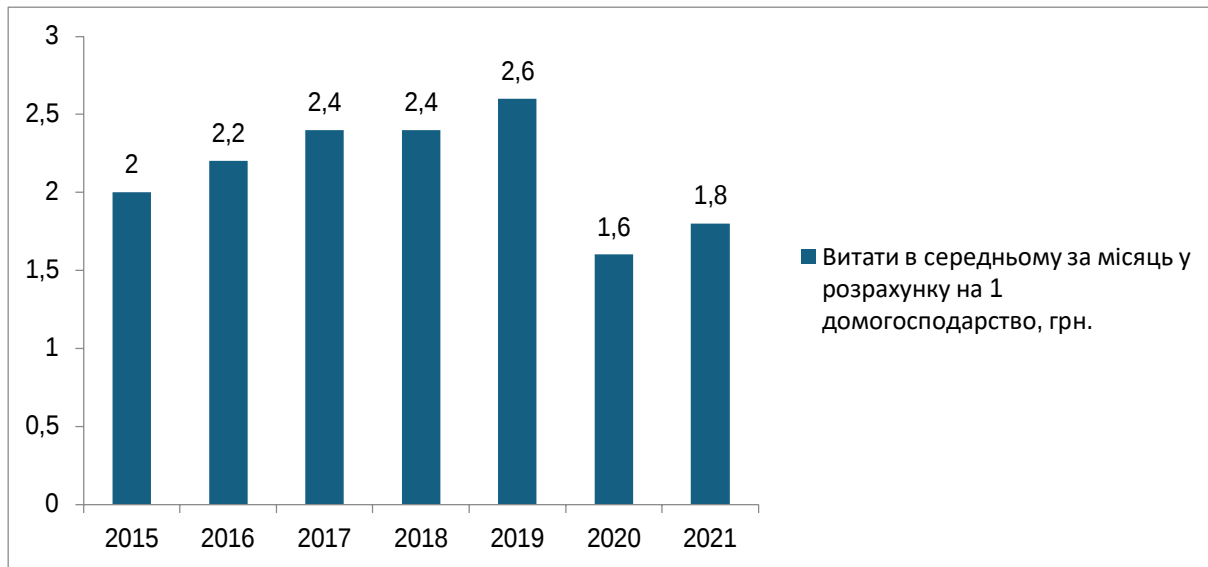


Рис. 1. Місце витрат на послуги харчування в середньому за 1 місяць у розрахунку на 1 домогосподарство, грн.

Джерело: складено автором на основі [17]

Починаючи з 2015 по 2019 роки вага витрат на послуги харчування за 1 місяць у розрахунку на 1 домогосподарство зростає, а з 2019 року має тенденцію до спаду.

Грошові витрати домогосподарств на послуги харчування різняться за їх наявністю у малих та великих міських ТРК та тих, що розташовані в межах сільських територій. Станом на 2021 рік на послуги закладів харчування туристи великих міст ТРК витрачали 2,6% за місяць у розрахунку на 1 домогосподарство, малих міст ТРК – 1,4%, ТРК, розташованих поза міською територією – 1,1%. Грошові витрати туристів на послуги підприємств харчування ТРК у грошовому еквіваленті проаналізовані на рис. 2.

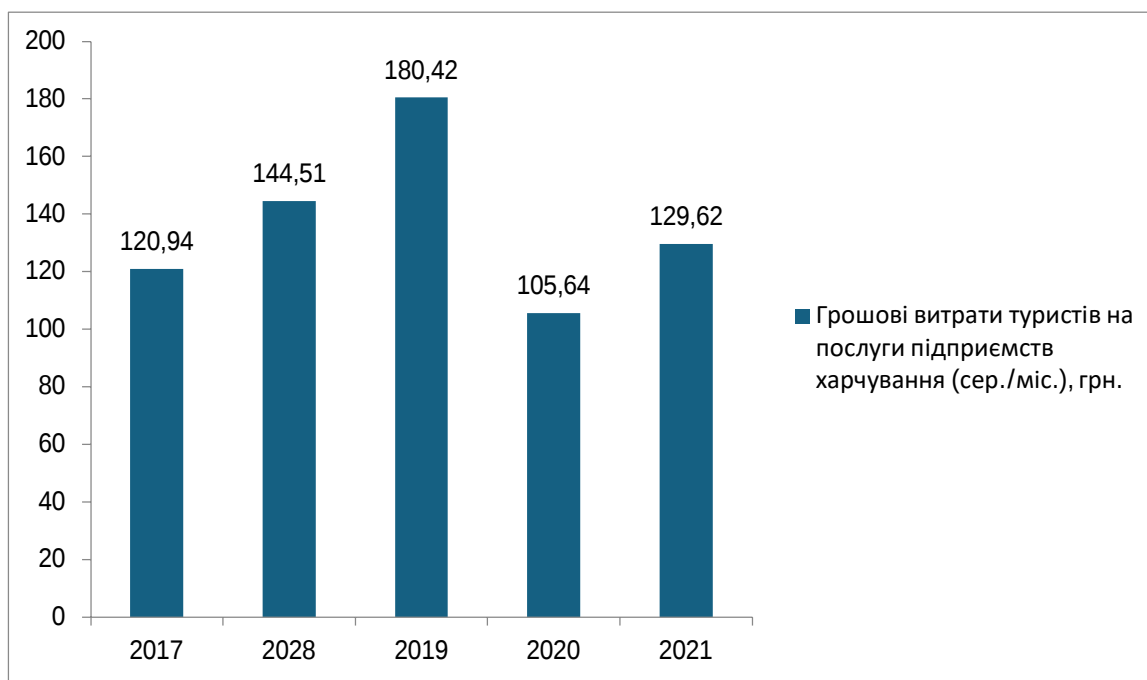


Рис. 2. Грошові витрати туристів на користування послугами підприємств харчування (у середньому за місяць).

Джерело: складено автором на основі [17]

Як бачимо з рис. 2., найбільшу суму турист мав можливість витратити у 2019 році – 180,42 грн./міс., що пов'язано із зростанням доходів населення в Україні і складало 2,0% до сукупних витрат.

В межах туристично-рекреаційного комплексу України та його ієрархічних одиниць функціонують підприємства харчування, які відносяться до 3-х видів економічної діяльності:

- 1) «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» (КВЕД 56.10);
- 2) «Постачання готових страв для подій» (КВЕД 56.21);
- 3) «Постачання інших готових страв» (КВЕД 56.29).

Проаналізуємо соціально-економічні показники діяльності цих підприємств у складі ТРК України.

Кількість підприємств харчування ТРК (за КВЕД) надано на рис. 3.

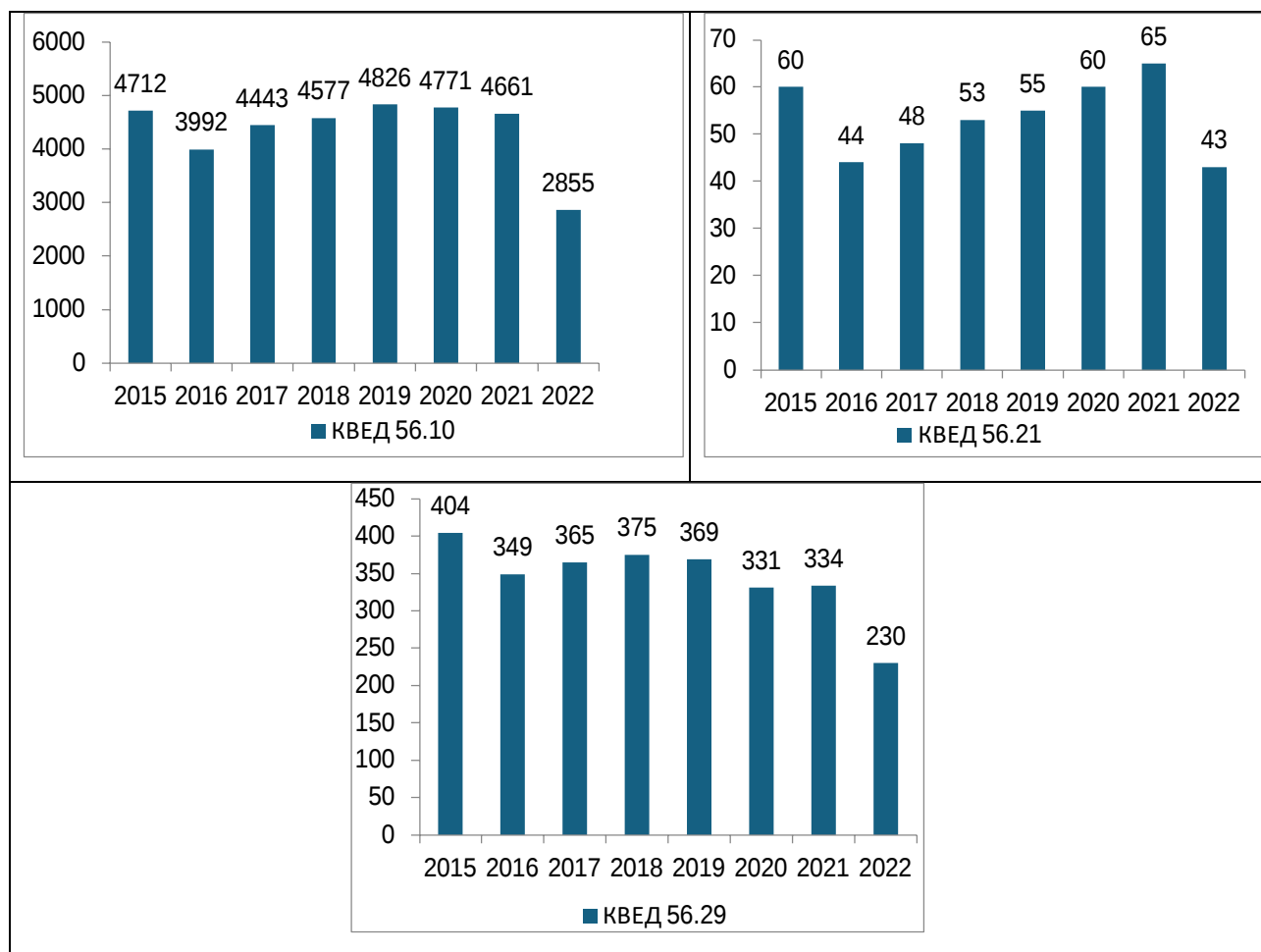


Рис. 3. Кількість підприємств харчування ТРК (за КВЕД), одиниць.

Джерело: складено автором на основі [17]

Як бачимо з рис. 3., у 2022 році відбувається різке скорочення підприємств, які відносяться до КВЕД 56.10 «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» з 4661 одиниць до 2855 одиниць, що, в першу чергу пов'язано із проблемами обмеження часу роботи закладів, доступу клієнтів і, як наслідок – втрати доходів. Ситуація не змінюється на краще і у наступні роки, але головна проблема змінюється на іншу, пов'язану із військовими діями в Україні і наслідками, що з цього випливають.

Щодо кількості підприємств харчування, які відносяться до класу економічної діяльності «Постачання готових страв для подій» (КВЕД 56.21), висновок наступний: спостерігається зменшення їх кількості до 43 у 2022 році,



що наблизило їх до кількісного складу 2016 року і пов'язано із різким зменшенням різного виду та рівня подієвих заходів в Україні.

Кількість підприємств, які відносяться до класу економічної діяльності за КВЕД 56.29 «Постачання інших готових страв», також поступово зменшується з 404 у 2015 році до 230 у 2022 році.

Кількість зайнятих працівників на підприємствах харчування ТРК надано на рис. 4.

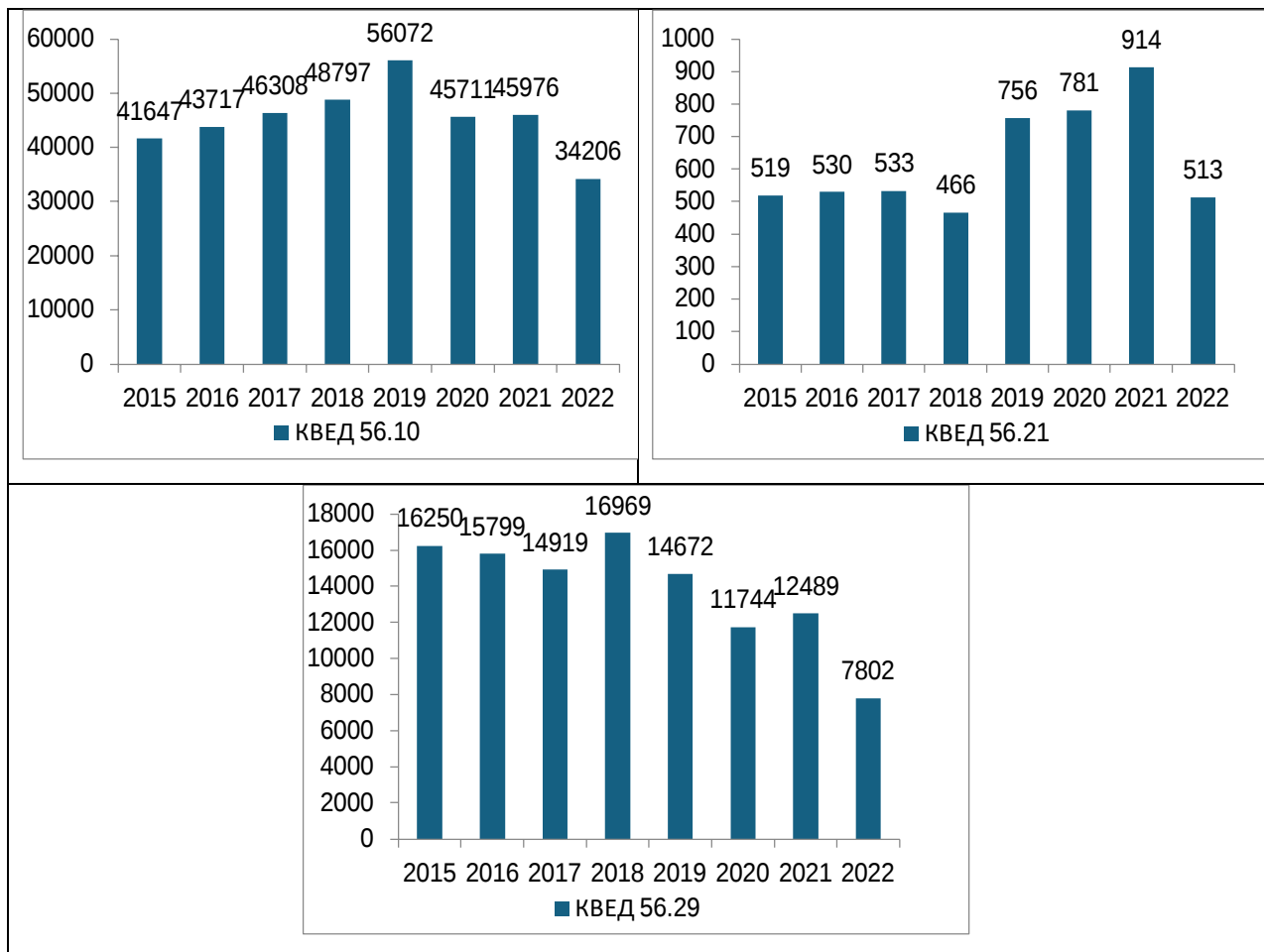


Рис. 4. Кількість зайнятих працівників на підприємствах харчування ТРК (за КВЕД), осіб.

Джерело: складено автором на основі [18]

На усіх підприємствах харчування ТРК за вказаними вище КВЕД спостерігається зменшення кількості зайнятих працівників:

- за КВЕД 56.10 з 41647 осіб у 2015 році до 34206 осіб у 2022 році;



- за КВЕД 56.21 з 519 до 513 у відповідні роки;
- за КВЕД 56.29 з 16250 до 7802 осіб.

Дане падіння також пов'язано із двома найсуттєвішими проблемами: COVID-19 та військові дії на території України.

Станом на 01.01.2023 року кількість зареєстрованих ФОП, задіяних на підприємствах ТРК за видом економічної діяльності «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування», складала 40274 одиниць, «Обслуговування напоями» - 5887 одиниць, «Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами» - 79754 одиниці. На всіх перелічених за КВЕД підприємствах переважає жіноче населення.

Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю, у 2022 році складала 171 одиницю, чи 9,9% до загальної кількості підприємств. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), отриманий від електронної торгівлі, склав 3148675,9 тис. грн., чи 12% до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств харчування.

38,1% підприємств харчування ТРК активно використовували соціальні медіа (38,1% в соціальних мережах, 9,4 % - вели власні блоги, 15,5% - використовували власні веб-сайти, 10,5% - використовували обмін знаннями на основі Wiki).

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств харчування наданий в табл.1.



Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств харчування ТРК,
тис. грн.

Рік	Клас економічної діяльності / КВЕД		
	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування / 56.10	Постачання інших готових страв / 56.29	Обслуговування напоями / 56.30
2015	15646635,7	5079151,0	1015282,7
2016	20510856,8	5616110,8	1254740,3
2017	27699868,5	6575490,3	1754298,2
2018	36821629,9	8258105,6	2260071,1
2019	47954049,6	8880845,9	2654817,6
2020	45725958,3	6052486,7	2394044,1
2021	72085276,6	9671937,7	3791455,2
2022	15579398,5	13301846,8	972609,4

Джерело: складено автором на основі [17]

Як бачимо з табл. 1., ресторани та підприємства з надання послуг мобільного харчування у 2022 році за обсягом реалізованої продукції наблизилися до показників 2015 року і скоротили обсяги реалізації товарів/послуг у порівнянні з 2021 роком на 13494121,9 тис. грн.

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств харчування ТРК України у 2021 році складав:

- за КВЕД 56.21 - 6699986,8 тис. грн., питома вага якої приходилася на ТРК міста Київ – 208180,5 тис. грн.;
- за КВЕД 56.29 - 6802300,2 тис. грн., питома вага якої приходилася на ТРК Волині, Дніпропетровщини, Миколаївщини, Сумщини та м. Київ;
- за КВЕД 56.30 – 1098325,8 тис. грн., питома вага якої приходилася на ТРК Волині, Дніпропетровщини, Закарпаття, Київщини, Кіровоградщини,



Львівщини, Миколаївщини, Одещини, Полтавщини, Сумщини, Харківщини, Чернігівщини та м. Київ.

Додана вартість за витратами виробництва підприємств харчування за видами економічної діяльності у 2022 році складала:

- за КВЕД 56.21 – 5224243,9 тис. грн.;
- за КВЕД 56.29 – 854261,7 тис. грн.;
- за КВЕД 56.30 – 229382,0 тис. грн.

У цілому підприємства харчування (КВЕД 56.10), задіяні в ТРК, до 2015 року працювали зі збитком. З 2016 року вони нарощують фінансові показники, які у 2021 році склали 524553,8 тис. грн. Але у 2022 році знову відбувається падіння чистого прибутку до -2410718,8 тис. грн. У даній ситуації 58,3% підприємств працювали з прибутком, а 41,7% збиткових підприємств призвели до загального по Україні показника збитку.

У 2021 році середні за розмірами підприємства харчування ТРК отримали прибуток у сумі 32488,4 тис. грн., а малі працювали збитково (-355347,2 тис. грн.).

Підприємства харчування, задіяні в ТРК, які віднесені до виду економічної діяльності «Постачання інших готових страв», у термін з 2015 по 2022 роки лише у 2020 році працювали збитково (-92469,4 тис. грн.). Максимальний чистий прибуток у досліджувані роки був у 2019 році – (+120403,2 тис. грн.). У 2022 році чистий прибуток склав 75669,9 тис. грн. Прибутково працювали середні (32488,4 тис. грн.) підприємства, а малі підприємства збитково (-355347,2 тис. грн.).

Підприємства харчування, задіяні в ТРК України, які реалізують напої, в цілому закінчили 2021 та 2022 календарні роки зі збитком -88824,6 та -17360,9 тис. грн. відповідно. Збитково працювали як середні (-193,8 тис. грн.), так і малі (-17167,1 тис. грн.) підприємства.

Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств харчування ТРК надано на рис. 5.

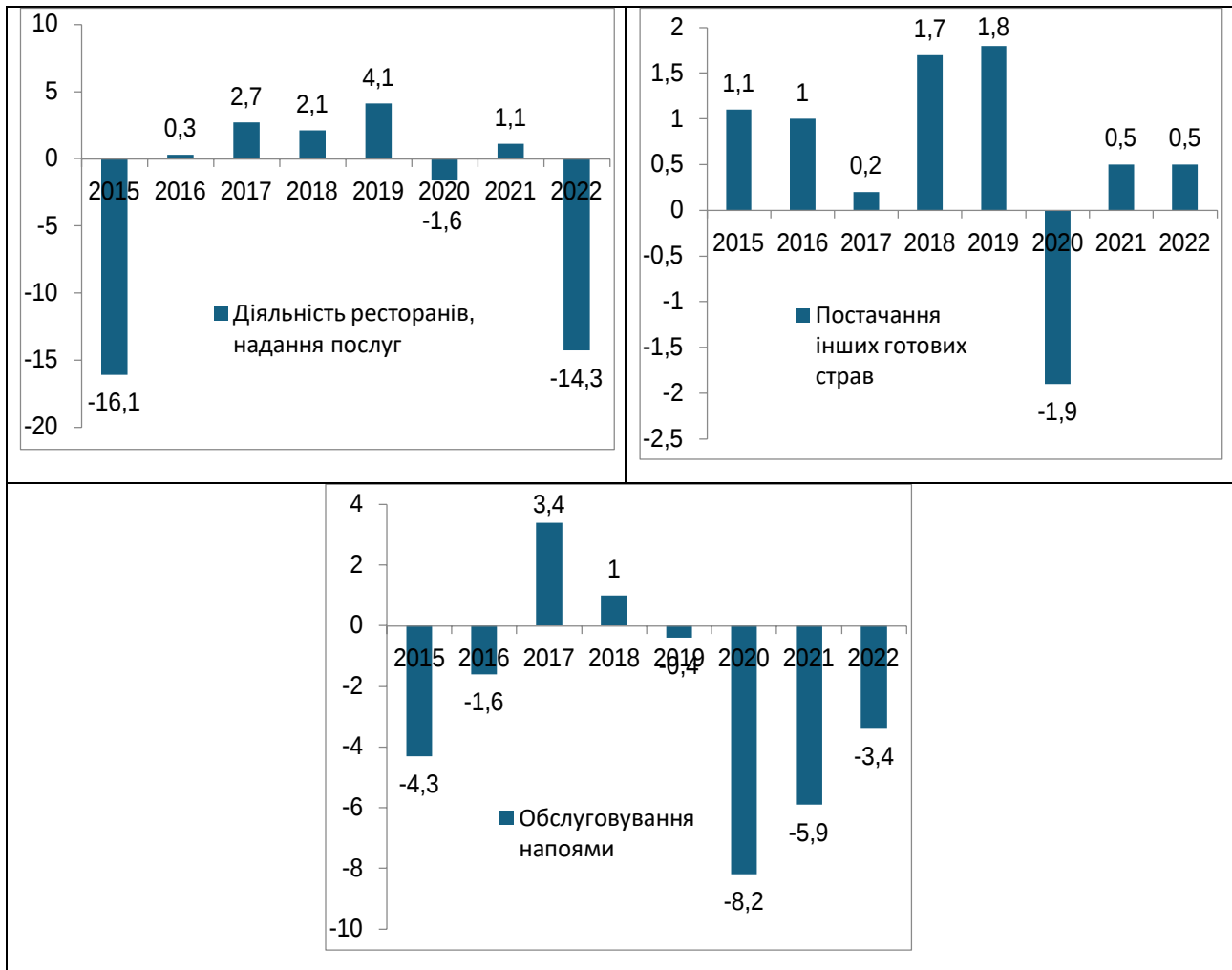


Рис. 5. Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств харчування ТРК.

Джерело: складено автором на основі [17]

Усі підприємства харчування, задіяні в ТРК України, у 2022 році показали збитковий показник рентабельності.

Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) підприємств харчування ТРК за видами економічної діяльності, тис. грн., надані на рис. 6.

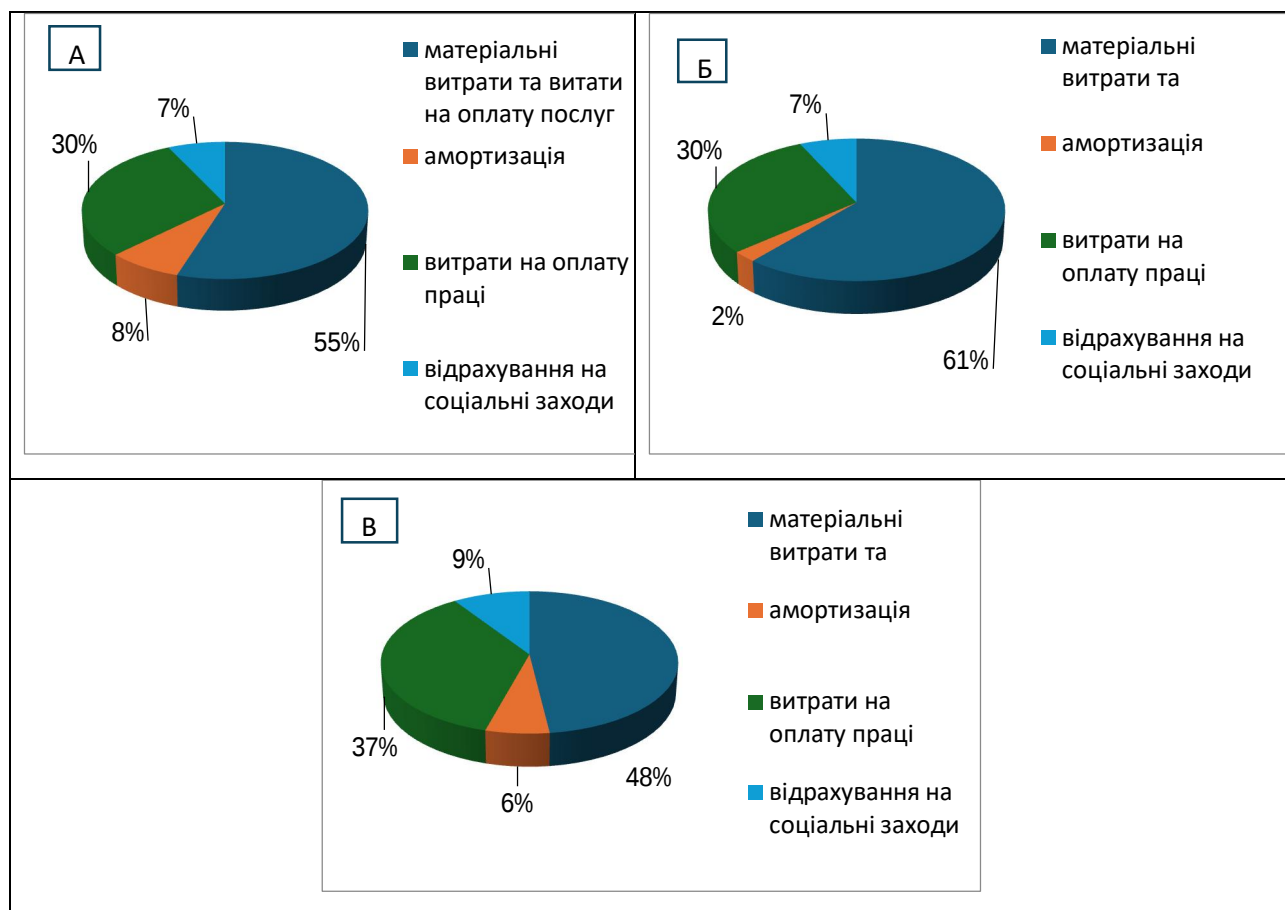


Рис. 6. Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) підприємств харчування ТРК за видами економічної діяльності, тис. грн., % до загальних витрат (А - Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування; Б – Постачання інших готових страв; В – Обслуговування напоями).

Джерело: складено автором на основі [18]

Дані рис. 6. доводять, що найбільші витрати на виробництво продукції по всіх підприємствах різних класів економічної діяльності, приходяться на матеріальні витрати та витрати, які пов'язані з оплатою послуг, що використані у виробництві. На другому місці – витрати на оплату праці, далі йдуть витрати на соціальні відрахування, амортизацію та інші витрати.

Туроператори, туристичні агенти та СЕД як юридичні особи витратили у 2022 році на організацію харчування для туристів 630194,6 тис. грн., що більше, ніж у попередньому році на 36,9%.



Підприємства харчування, задіяні в ТРК України, у 2023 році внесли до бюджету держави 3584818,65 тис. грн. (підприємства за КВЕД 56.10 – 2993059,18 тис. грн., 56.29 – 384850,04 тис. грн., 56.30 – 205909,43 тис. грн.), що менше, ніж у попередньому 2022 році на 1556476,58 тис. грн.

Обсяг капітальних інвестицій, спрямованих на розвиток підприємств ТРК із забезпечення стравами та напоями склав 1384,4 млн. грн. наданий на рис. 7.

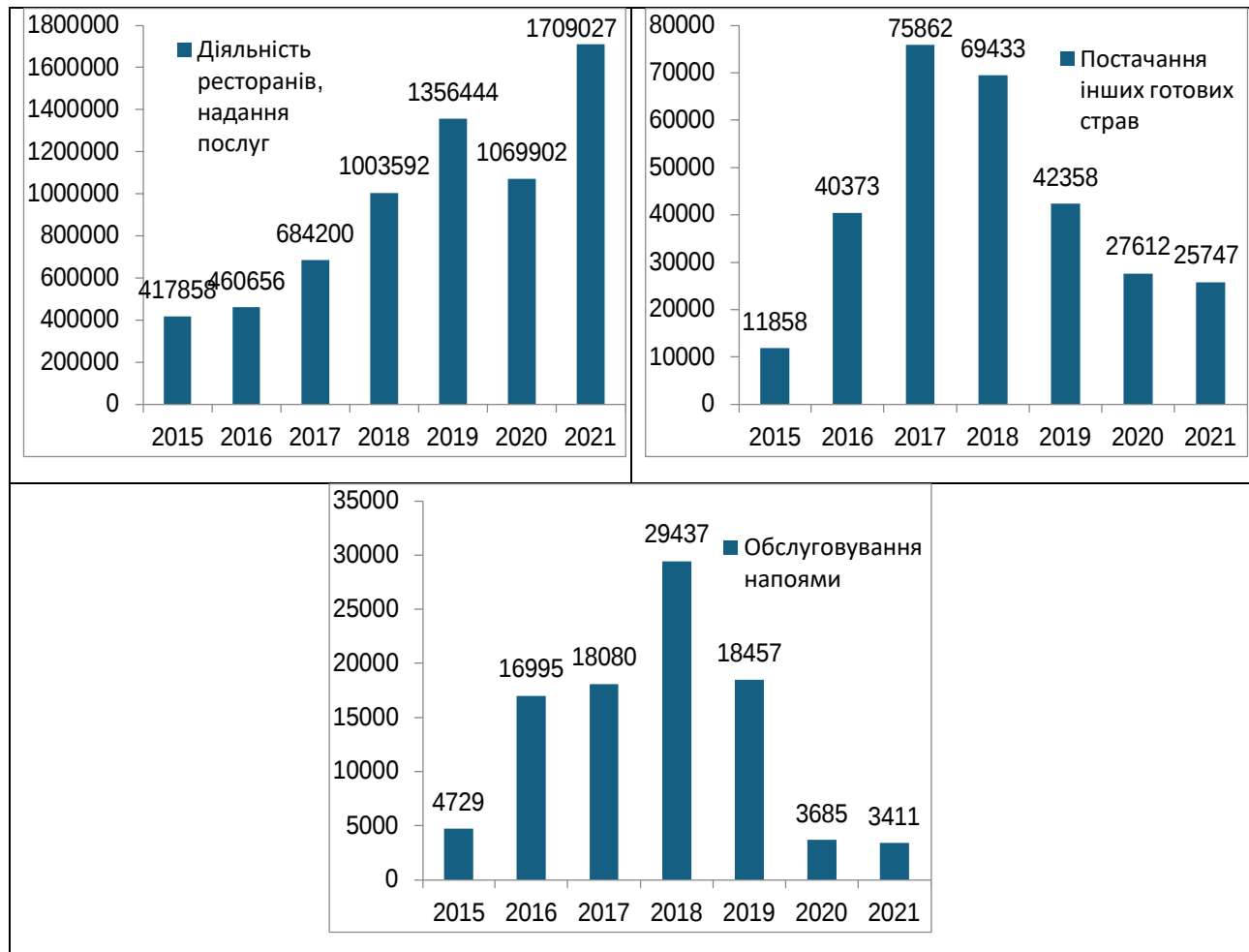


Рис. 7. Обсяг капітальних інвестицій, спрямованих на розвиток підприємств ТРК із забезпечення стравами та напоями.

Джерело: складено автором на основі [17]

Доходи від прямих інвестицій, спрямованих на розвиток підприємств харчування ТРК, складає 43,7 млн. дол. США (станом на кінець 2022 року), що еквівалентно 1,4% (з урахуванням відсотків від кредитів, отриманих від сестринських компаній-нерезидентів).



За даними [7] у 2023 році серед ресторанів завантаженість потужностей складала 82%, а серед підприємств із забезпечення стравами та напоями – 84%, що є доволі високим показником, який можна порівняти до показника завантаженості потужностей аналогічних закладів високорозвинутих країн Європи.

У підприємствах харчування, задіяних в ТРК України, на кінець 2022 року офіційно працювало 2,2 тис. осіб та приблизно 1000 осіб, які працювали неформально та отримували середню заробітну платню 9982 грн., яка була меншою на 4875 грн., ніж середня заробітна платня по державі.

За оцінкою підприємців, які є власниками підприємств харчування, задіяних в ТРК, найбільшими загрозами для розвитку бізнес-ситуації, є:

- 1). недостатній попит – 68% (від загальної кількості опитаних підприємств).
- 2). фінансові обмеження – 11%;
- 3). нестача робочої сили – 2%;
- 4). нестача площ та устаткування - 2%;
- 5). інші фактори - 17%.

Враховуючи аналітику щодо сучасного стану розвитку підприємств харчування, задіяних в ТРК України та результати оцінки підприємців щодо загрозам для розвитку бізнес-ситуації, слід зробити узагальнення щодо можливих стратегій управління ними у складі ТРК України (табл. 2.). Приклади підприємств – підприємства Одеського регіону.

Таблиця 2.

Характеристика основних видів стратегій управління підприємствами харчування у складі ТРК

Стратегія	Приклади
Стратегія експансії ринку	Мережа ресторанів швидкого харчування «Макдоналдс»
Стратегія входження в нову галузь	Eclectic Gastro Bar, Negroni Aperitivo Bar, Food For Life, Черепаха, Burratino Pizza, <u>Freedom Coffee Place</u> , Трубадур, Pinseria by Paolo, Moreman Craft Pub, малі заклади із концепцією стрід-фудів
Стратегія диверсифікації в родинні галузі	Жарім'ясо, Міський ринок їжі



Стратегія диверсифікації в неспоріднені галузі	Пивний сад (до меню додані позиції «суші», «піца»), Устриці Скіфії (смт. Коблево), малі заклади із концепцією стрід-фудів
Стратегія реструктуризації, відновлення та економії	Чайка, Рибачок, Fanconi, Kinza
Стратегія вертикальної інтеграції	Фрумушиха Нова, Нью-Васюки, дегустаційні зали при винних заводах
Стратегія горизонтальної інтеграції	Kotelok - Бар Мідій, Крим, Хаджибей
Стратегія лідерства за витратами	«Облака», Горець, REEF, MAMAN, Бенедикт, Апшерон
Стратегія глобалізації	Хаджибей, Kotelok - Бар Мідій, Кораблик, Хмільна качка, Сканді, Реберня, Food Market
Стратегія широкої диференціації	Татар Бунар, Хаджибей, Риба, Яхта, Моніка, Нікос
Стратегія оптимальних витрат	Профітролі, Італійський квартал, Фонтан
Стратегія реструктуризації	Rapashon, Штрудель
Стратегія ринкової ніші (сфокусована стратегія)	«Traveler`s Coffee Odessa», Гамбринус, Kotelok - Бар Мідій, Куманець, Atlantic, Givi to me, Моніка, Нікос, Тюлька, Апшерон

Джерело: власна розробка автора.

Сьогодні більшість малих та середніх приватних закладів харчування, розташованих в урбанізованих, міжпоселенських та сільських таксономічних одиницях ТРК, використовують стратегію виживання. Головне, щоб ці підприємства на майбутнє обрали ефективну стратегію, спрямовану на клієнта.

Висновки. Як бачимо, наявність підприємств харчування у структурі ТРК економічно важлива. Однак з постійними змінами ТРК, необхідно для кожного окремого підприємства харчування – ресторану, кафе, їдальні, буфету і т.д., обирати індивідуальну стратегію управління для посилення ефективності функціонування ТРК усіх рівнів. Вибір єдиної для усіх підприємств харчування ТРК туристично-рекреаційного вузла, зони, регіону можливий, але за певних соціально-економічних умов розвитку ТРК.



Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристських послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес. 2002. 436 с.
3. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. Посібник. Київ: Знання. 2008. 343 с.
4. Монастирський В.Р. Природні ресурси і рекреаційні комплекси світу: навч. Посібник. ННБК «АТБ». Львів. 2022. 200 с.
5. Покоłodна М. Рекреаційна географія: навч. посібник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ. 2012. 275 с
6. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2006. 264 с.
7. Білецька І.М. Особливості стратегічного управління при виборі конкурентної позиції туристичного підприємства. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. 2008. № 12. С. 13-19.
8. Давиденко І.В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством. *Економічні студії*. Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017. №2 (15). С. 23-27.
9. Дутка Г.Я. Особливості формування конкурентних стратегій туристичних підприємств у сучасних умовах. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/26.pdf
10. Іванова З.О. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Серія: Економічні науки. 2015. № 6. С. 65-68.
11. Коваль О.Д. Стратегії та управління економікою туристичного підприємства. URL: <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/303403>



12. Ольшанський О.В., Ткаченко О.П. Формування маркетингової стратегії туристичного підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2016. Вип. 1(23). С. 188-199.
13. Ткаченко Т.І. Стратегічне управління розвитком суб'єктів господарювання в сфері туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2006. № 79. С. 60-64.
14. Сливенко В.А., Єрмакова А.О. Класичні та сучасні бізнес-стартегії туристичних підприємств. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/102.pdf
15. Шаповал В.М., Герасименко Т.В., Шпак М.В. Розробка актуальних економічних стратегій підприємств туристичної галузі України. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/2_02_uk/18.pdf
16. Топчієв О.Г., Яворська В.В., Ніколаєва О.І. Рекреаційно-туристична діяльність як складова регіональних господарських комплексів: концептуально-понятійний огляд. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 128-134.
17. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 12.04.2024).
18. Державна агенція розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення 12.04.2024).