

ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ (НА ПРИКЛАДІ САКРАЛЬНОГО ТУРИЗМУ)

І. Г. Смірнов

д.г.н., проф.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

smyrnov_ig@ukr.net

Викладено концептуальні засади логістичної організації туристичного простору на прикладі великих міст (Київ, Львів) та сакрального туризму. Представлено основні складники ефективної логістичної організації туристичного простору, а саме: географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів, логістичне планування туристичних потоків, логістичне проектування інфраструктури туризму та логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення інфраструктури туризму.

Ключові слова: туристичний простір, сакральний туризм, логістична організація, логістичне проектування, інфраструктура туризму.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ САКРАЛЬНОГО ТУРИЗМА)

Изложены концептуальные основы логистической организации туристического пространства на примере крупных городов (Киев, Львов) и сакрального туризма. Представлены основные составляющие эффективной логистической организации туристического пространства, а именно: географическая и логистическая идентификация туристических ресурсов, логистическое планирование туристических потоков, логистическое проектирование инфраструктуры туризма и логистическое проектирование цепочек поставок для обеспечения инфраструктуры туризма.

Ключевые слова: туристическое пространство, сакральное туризм, логистическая организация, логистическое проектирование, инфраструктура туризма.

LOGISTICS ORGANIZATION OF TOURISM SPACE (CASE OF SACRAL TOURISM)

The article shows conceptual foundations of travel space logistic organization on example of large cities (Kyiv, Lviv) and sacral tourism. The author explains basic elements of efficient tourism space logistics organizations such as the geographical and logistical identification of tourism resources, logistics planning of tourism flows, tourism infrastructure logistics design and logistics design of tourism infrastructure's supply chains.

Key words: travel space, sacred tourism, logistics organization, logistics planning, tourism infrastructure.

Постановка проблеми. Нині стало звично говорити про кризовий стан туристичної галузі в Україні (з відомих причин), зменшення туристопотоків, скорочення доходів турфірм тощо. Особливо наголошується на зменшенні кількості туристів, зокрема іноземців, які в'їжджають в Україну з метою відвідання найбільших міст — Києва, Харкова, Одеси тощо. Так, по Києву наводиться цифра зменшення туристопотоку за 2015 р. — 40%. Але не всі міста України зазнають втрат туристів у нинішні складні часи. На цьому фоні виділяється Львів, який переживає нині збільшення туристопотоку не тільки українських, але й іноземних туристів. Львів у своєму туристичному розвитку навчився робити з проблем переваги, які приваблюють до нього все більше туристів. Це такий практичний «city brending» (англ. — брендинг міста), який включає у Львові використання тих можливостей для розвитку туризму, які з'явилися у цього міста останнім часом. Так, це відноситься до міжнародних футбольних матчів, які команда «Шахтар» (Донецьк) проводить на львівському стадіоні «Арена Львів». Кожний такий матч супроводжується приїздом до Львова футбольних вболівальників з відповідних країн (Австрії, Туреччини, Словенії тощо). Вони заповнюють львівські готелі, ресторани, кав'ярні — відповідно місто на цьому заробляє. Нині серед туристів стало модно

відвідувати не тільки львівські кав'ярні, але й львівські театри, де показують п'єси актуальної тематики (зокрема, їхніми героями є учасники АТО). А це вже інший рівень культури Львова, з якою знайомляться туристи. На час туристичного міжсезоння, який припадає на лютий-березень, Львів пропонує для туристів пільгові путівки під гаслом «Львів за півціни» (тижневий тур на двох осіб за ціною одноосібного); на туристичне свято перетворюється день Святого Валентина (14 лютого); проводяться вже традиційні фестивалі шоколаду, пива, тістечок тощо. В результаті такої маркетингової активності Львів відчуває вже не нестачу, а надмір туристів, особливо в центральній частині міста, зокрема площі Ринок. Перевантаження міста туристами — це теж проблема, оскільки викликає надмірну концентрацію туристів, погіршення екскурсійного обслуговування, зниження рівня готельно-ресторанних послуг. Вирішити ці труднощі допомагає застосування логістичного підходу до ефективної організації туристичного простору міста. Це розуміння відчувається на рівні відділу туризму ЛДМА, де намагаються не просто фіксувати стан та проблеми туризму у місті, а управляти розвитком туризму на засадах сталого розвитку, регулювати туристопотоки, складати туристичний календар подій у місті на рік, всіляко приваблювати туристів та екскурсан-

тів — як з України, так і з-за кордону тощо. Отже, логістичний чинник виступає важливим важелем сталого розвитку туристичної галузі м. Львова.

Літературні джерела та публікації з теми статті включають праці автора [16], Ф. Шандора та М. Кляпа [12], І. Смаля [11], Н. Антонюк та О. Краєвської [1], документи ЄС зі сталого розвитку туризму [13; 14; 15], а також матеріали поточної преси [6; 7; 8; 9; 10], зокрема львівського видання «Високий замок» [3; 4; 5].

Метою статті є розкрити сутність, механізм дії та результативність застосування логістичного підходу у ефективній організації туристичного простору на прикладі міст Львова та Києва, а також на прикладі сакрального туризму, який характеризується певною «агресивністю» туристичного споживання, що має наслідком підвищений знос («амортизацію») ресурсної бази цього різновиду туризму.

Виклад основного матеріалу. Сталий туризм (англ. Sustainable Tourism) — поняття, про актуальність якого нині годі й нагадувати. Так, у ЄС про це наголошується у документі «Європа як найпопулярніший туристичний напрям у світі — нові політичні рамки для європейського туристичного сектору» [13; 14]. Перспективи розвитку сталого туризму пов'язані з новою економічною стратегією ЄС «Європа — 2020 — стратегія інтелектуального, сталого та комплексного розвитку» [15]. Згідно з Лісабонським договором, головним завданням єв-

потенціалу різних сфер політики та фінансових інструментів ЄС на користь розвитку сталого туризму [1, 137-138]. Як відомо, розрізняють екологічну, економічну та соціальну сталість. Але в туризмі, основу якого складають туристичні ресурси (і, в першу чергу, природно-рекреаційні, культурно-пізнавальні, події тощо [16, 435]), вимога сталості відноситься, перш за все, до необхідності збереження, постійного відновлення та розвитку його ресурсної бази, що і складатиме основу екологічного, економічного та соціального складників сталого розвитку туризму. Про це доводиться нагадувати, оскільки кількість туристів у світі постійно зростає (станом на 2015 р. вона перевищила 1,133 млрд осіб), а ресурсна база для задоволення їх туристичних потреб залишається незмінною і обмеженою туристичними можливостями (ресурсами) Землі (якщо не рахувати космічний туризм, але він є поки що закоштовним, щоб набути масового характеру). Отже, без регулювання туристичних потоків, раціоналізації їхнього географічного розподілу, ефективної логістичної організації туристичного простору проблему забезпечення сталого характеру туризму вирішити неможливо. Звідси зрозуміла актуальність використання в туризмі логістичних підходів (логістики туризму) у різноманітних проектах його розвитку на підставі сталості, зокрема у Києві, Львові та інших містах — туристичних центрах України. Зокрема, у Львові на рівні управління туризму Львівської місь-



Рис. 1. Львів. Площа Ринок.

ропейської туристичної політики є стимулювання конкурентності туристичного сектору, яка у довготерміновій перспективі спирається на рівновагу та сталість стратегії розвитку цього сектору. Ця стратегія включає чотири основні положення, які, своєю чергою, охоплюють низку заходів у їхніх межах. По-перше, це стимулювання конкурентності туристичного сектору в Європі; по-друге, це розвиток сталого туризму високої якості; по-третє, позиціонування Європи як системи сталих туристичних напрямів високої якості; по-четверте, використання

кої ради значна увага приділяється логістичному упорядкуванню туристичних потоків та маршрутів з тим, щоб туристи не скупчувалися одночасно в центральній частині міста, зокрема на площі Ринок та прилеглих вулицях, де зосереджено основні туристичні об'єкти (рис. 1). З цієї метою розробляється проект, щоб перерозподілити туристичний потік по не менш цікавих місцях Львова за межами центру [3]. Подібний підхід вже нині реалізується при реконструкції проспекту Шевченка у Львові, що має стати другою «площею Ринок», тобто другим

важливим туристичним центром міста [4]. У зв'язку з проведенням у Львові Форуму видавців у вересні 2015 р. відзначалося, що Львів виявився не готовим до такої події та великої кількості відвідувачів з України та з інших багатьох країн (зокрема США, Німеччини, Польщі, Білорусі тощо), що скупчувалися у його центрі.

Відповідно були переповнені готелі та ресторани (спостерігалися аншлаги), що не сприяло високій якості послуг, що надавалися. За думкою заступника гендиректора львівського готелю «Дністер» О. Гагаріної, Форум став яскравим прикладом туристичного завантаження міста. Це «лакмусовий папірець», який дав змогу визначити, наскільки Львів готовий прийняти певну кількість гостей. Тест показав, що Львів не завжди готовий прийняти значну кількість туристів, які одночасно зосереджуються у центрі. Ця локація не справляється з масовим напливом гостей міста, тому головне із завдань – розширення туристичних меж Львова. У такому випадку потік гостей буде більш рівномірно розподілений, а персонал закладів гостинності краще справлятиметься з його обслуговуванням. Власники закладів громадського харчування повинні ретельніше стежити за подіями у місті, знати календар подій міста на поточний рік, відповідно на ці періоди передбачити найм додаткового персоналу. Натомість через економічну кризу чимало кав'ярень Львова скоротили штат працівників [5]. Отже, як ми бачимо, логістичним міркуванням відводиться важливе місце у втіленні концепції «Львів туристичний», що успішно впроваджується у Львові останніми роками. Не дарма у 2015 р. Львів визнано однією з «літературних столиць Європи», що знову ж таки сприятиме збільшенню туристичних прибуттів до міста.

У Києві у ході реконструкції Подолу, зокрема Контрактової площі та вул. Сагайдачного, планується створити єдиний туристичний простір від вул. Володимирської та Андріївського узвозу до вул. Григорія Сковороди та вул. Андріївської. Центром туристичного та культурного «тяжіння» Подолу має стати Контрактова площа, на основі якої буде створено туристичний простір для людей (туристів) усіх вікових категорій та інтересів з режимом пріоритетного пішохідного руху. Практично уся південна частина Подолу – це територія, що належить до заповідника «Стародавній Київ», де сконцентровано велику кількість історичних та архітектурних пам'яток, тому тут і повинна бути сформована пішохідна, туристична, культурна зона. Відповідно буде змінено схему організації транспортного руху. Багато вулиць Подолу стануть з однібічним рухом, кількість перетинів потоків пішоходів та автовок зменшиться з 24 до 2-3. За розрахунками фахівців, пропускна спроможність вулиць Подолу за такої транспортно-логістичної схеми у два рази перевищить існуючу, середня швидкість руху авт зросте з 6,5 до 22 км/год., а пішоходи от-

римають пріоритет у русі через проїжджу частину за рахунок підняття рівня пішохідних переходів до височини тротуарів (таке собі київське ноу-хау: «лежачі поліцаї» на старовинних вуличках Подолу) [8].

Структура та складники логістичної організації туристичного простору міста (ЛО ТПМ) показані на рис. 2. Основні складники ЛО ТПМ включають, по-перше, географічну та логістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; по-друге, логістичне планування туристопотоків, по-третє, логістичне проектування туристичної інфраструктури, по-четверте, логістичне проектування ланцюжків поставок. Перший складник охоплює географічне розміщення туристичних ресурсів (об'єктів) та їх логістичну ідентифікацію. Географічна ідентифікація ресурсної бази туризму означає просторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Вони виступають у ролі «туристичних магнітів», які притягують туристопотоки на певну територію. При цьому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає концентрацію та накладання туристопотоків. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, пам'ятників), які не слід «втискати» до перезавантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. Отже, замість надмірної концентрації туристичних об'єктів рекомендується їх дисперсія, тобто розсередження на певній території. Логістична ідентифікація означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкта, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. При цьому розрізняють одночасну кількість туристів на об'єкті, їхню кількість за день (з урахуванням коефіцієнту ротації), за місяць, за сезон, нарешті за рік. Локалізація та логістична ідентифікація виконується з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) на культурно-історичні (пам'ятники, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру).

Другий складник базується на визначенні величини та структури туристопотоків і відповідних потреб туристів, які можна поділити на потреби першого порядку (лавочки та урни, легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, інформаційні матеріали, преса та туристичні товари). Третій складник передбачає логістичне проектування туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема потреб першого порядку (логістична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (логістична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та логістичну інфраструктуру третього порядку (для забезпечення потреб інфраструктурних об'єктів першого та другого по-

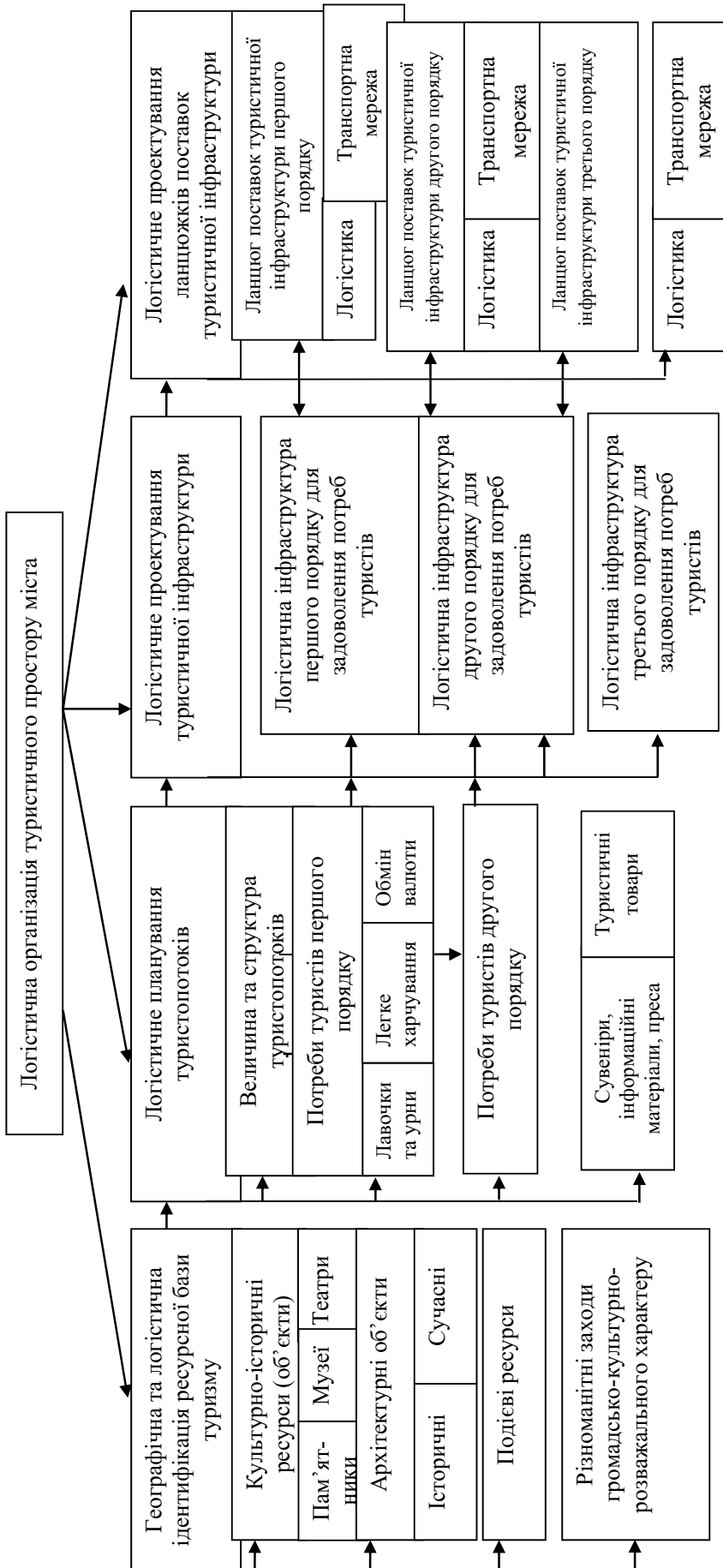


Рис. 2. Логістична організація туристичного простору міста: структура та складники (авторська розробка)



Рис. 3. Сакральний туризм у складі релігійного туризму (авторська розробка за [12, 265])

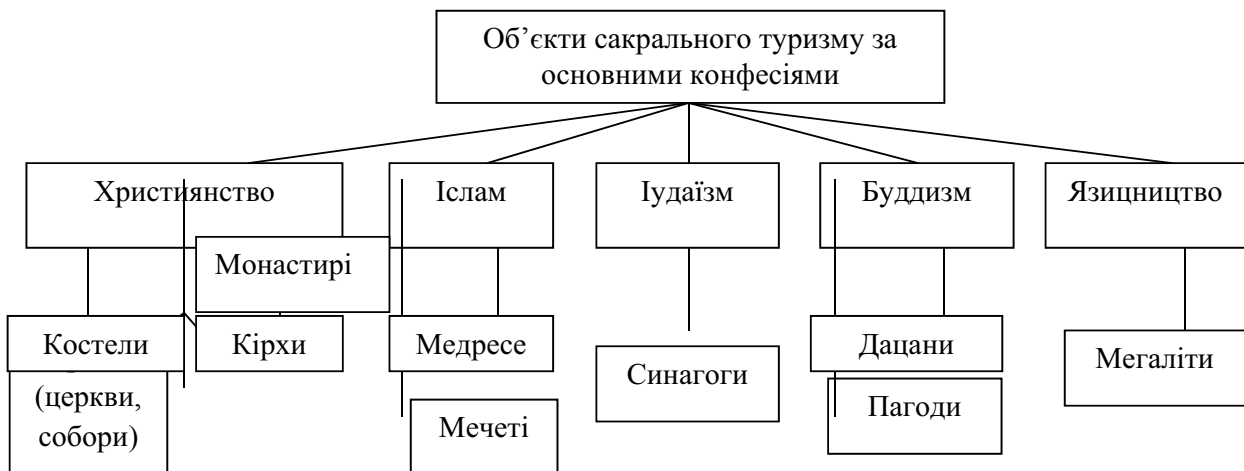


Рис. 4. Об'єкти сакрального туризму (авторська розробка за [11, 114])

ряду). Четвертий складник передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення туристичної інфраструктури першого, другого та третього порядків з виділенням логістичної та транспортної складових у його складі).

Питання логістики туризму, регулювання туристичних потоків та туристичного навантаження на ресурсну базу туризму є особливо актуальними у випадку сакрального (релігійного) туризму та паломництва. За Ф. Шандором та М. Кляпом, сакральний (релігійний, паломницький) туризм – різновид релігійного туризму, пов'язаний з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для них середовища [9, 265]. Релігійний туризм поділяється на такі основні різновиди (рис. 3): а) паломницький туризм – подорожі представників різних конфесій з паломницькими цілями; б) релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості – відвідання місць, пов'язаних з історією релігій; в) сакральний туризм – відвідання святих місць та сакральних об'єктів різних релігій їхніми адептами з релігійною метою (не просто подивитися, а доторкнутися до святині з метою зміцнення своєї віри [7]); г) езотеричний туризм – поїздки з метою розширення традиційного релігій-

ного світосприйняття, здійснення філософського пошуку в процесі подорожі. Сакральні туристичні об'єкти (за І. Смалем [11, 114]) – це архітектурні комплекси чи окремі будівлі, в яких відбулися (відбуваються) важливі релігійні події або в них зберігаються історичні релігійні пам'ятки, що приваблюють туристів та стають метою їхньої туристичної подорожі. До таких об'єктів належать: храми (церкви, собори), монастирі, мегаліти, кірхи, мечеті, дацани, костели, пагоди, синагоги тощо (рис. 4).

Оскільки такі туристи і прочани не задовольняються простим оглядом відповідних об'єктів, вони прагнуть до безпосереднього контакту з ними (доторкнутися, потерти, поцілувати, відгризти, відколоти шматочок і забрати з собою тощо). І це зрозуміло, оскільки такі туристи (особливо прочани) приходять до сакрального об'єкта не просто з туристичної цікавості, а з певною потребою (життєвою проблемою до вирішення), що може стосуватися релігійних чинників, стану здоров'я, особистих, родинних, кар'єрних та інших негараздів. Згідно з думкою Ф. Шандора та М. Кляпа, це особлива полімотиваційна модель туристичної поведінки, що складається з ефективного та ціннісно-раціонального типів поведінки, притаманних релігійному (сакральному) туризму, паломництву, ностальгій-

**Захисні заходи зі збереження сакральних об'єктів (ресурсів)
від надмірної туристичної «цікавості» (споживання)¹**

№	Час, рік	Об'єкт сакрального туризму	Місцезнаходження	Загрози та захисні заходи
1	1831 р.	Статуя тзв. «Чорної Мадонни» з темного грушевого дерева	Собор Нотр-Дам-де-Шартр, Франція	Уся основа покрита слідами від губ та зубів прочан. Щоб зберегти скульптуру від надто палких обожнювачів, спорудили огорожу
2	3 XIII ст. по наш час	Бронзова скульптура Св. Петра, що сидить на папському престолі	Собор Св. Петра, Ватикан	Об'єкт поклоніння – босі ступні апостола. Вважається, якщо загадати бажання та погладити рукою чи доторкнутися губами ноги, то бажання здійсниться. В результаті за століття, що минули, стопа правої ноги, доступна прочанам, стала помітно тоншою
3	1907 р.	Загадкові кам'яні скульптури тзв. «Культури Сан-Агустіна»	Національний археологічний парк Сан Агустін, Колумбія	Масовий вивіз статуй за кордон в кінці XIX ст. (британець Доудінг – 50 статуй). Урядова заборона вивезення археологічних знахідок за межі країн
4	Початок XXI ст.	Єгипетські піраміди, зокрема піраміда Хеопса	м.Каір, Єгипет	Два німецькі студенти відкололи шматок всередині піраміди та вивезли нелегально до Німеччини (щоб перевірити вік піраміди)
5	Початок XXI ст. (2014 р.)	Гробниця Тутанхамона в Луксорі	м.Луксор, Єгипет	Виготовлено точну копію гробниці, яку і показують туристам (її за допомогою безконтактного 3D сканера виготовила компанія Factum Arte, яка займається створенням цифрових копій культурних цінностей, що знаходяться під загрозою зникнення)
6	1960-1990ті рр.	«Чорні камені Іки»	м. Іка, Перу	Пошук та масовий вивіз туристами таємничих «чорних каменів Іки». Створення музею цих каменів у м. Іка доктором Хав'єром Кабрера, де вдалося зібрати понад 11 тисяч екземплярів цих каменів (з 50 тис.) з дивовижними рисунками, вік яких точно не визначено. Решту вважають втраченою

^{1/} Авторська розробка за [2; 6; 9; 10]

ному туризму [9, 69-70]. Така підвищена «агресивність» туристичного споживання щодо туристичних об'єктів (ресурсів), притаманна сакральному туризму, вимагає обов'язкового передбачення і застосування ефективних заходів щодо збереження та захисту його об'єктів (ресурсів). Такі захисні заходи можуть застосовуватися як на локальному (огорожі, матеріальні копії, віртуальні моделі об'єктів, їх зберігання у музеях тощо), так і на державному рівнях (заборона вивезення туристами за межі країни речей, фрагментів, що мають історичну, археологічну, антикварну цінність). Як видно з табл. 1, вперше захисні заходи з метою збереження об'єкта сакрального туризму (спорудження огорожі) були застосовані у 1831 р. у соборі Нотр-Дам-де-Шартр (м. Шартр, Франція) з метою збереження дерев'яної статуї тзв. «Чорної мадонни» [2]. Бронзова скульптура Св. Петра, що знаходиться з XIII ст. у соборі Св. Петра (Ватикан), не була захищена від прочан, тому ступня правої ноги, доступна їм, за століття, що минули, стала помітно тоншою [9]. Загадкові кам'яні скульптури тзв. «Культури Сан-Агустіна» у Колумбії стали предметом масового вивезення за кордон, тому уряд цієї країни заборонив вивезення археологічних знахідок з країни ще в 1907 р. [10]. Нині подібні заборони діють у Греції, Туреччині, Єгипті. Незважаючи на це, нещодавно два німецькі студенти відкололи шматок всередині знаменитої піраміди Хеопса (Єгипет) та нелегально вивезли

його до Німеччини, нібито щоб перевірити вік піраміди. І хоча було отримано сенсаційний результат (20 тис. років), викраденому у такий спосіб каменю серед науковців та досліджувачів довіри немає.

Нині для збереження ресурсної бази сакрального туризму виготовляють копії об'єктів та показують туристам. Це можуть бути також цифрові та лазерні копії, можливі за сучасних технологій. Так, компанія Factum Arte спеціалізується на створенні цифрових копій культурних цінностей, що знаходяться під загрозою зникнення. Саме у такий спосіб було створено точну копію гробниці Тутанхамона в м. Луксорі (Єгипет), яку нині і показують туристам замість справжньої. Зберегти історичні артефакти релігійного чи містичного призначення від надмірної туристичної цікавості та бажання «забрати з собою» (не кажучи вже про «чорних» археологів) можливо, якщо вчасно зібрати їх у музеї, де вони будуть збережені та доступні для всіх туристів. Це доводить приклад тзв. «Чорних каменів Іки» (Перу) – численних артефактів, пов'язаних із стародавніми культурами Іка, Наска, Паракас у Південній Америці. У 1960 – 1990 рр. зусиллями д-ра Х. Кабрери значну частину цих дивовижних каменів (11 тис. з 50 тис. екземплярів), де зображені малюнки з сюжетами, що, м'яко кажучи, ставлять під сумнів прийняту хронологію людських знань про минуле Землі та людської цивілізації, вдалося зібрати у спеціально створеному музеї і тим самим вря-

тувати ці, можливо, «кам'яні листи» з далекого минулого (деякі називають їх «бібліотекою атлантів») для людської цивілізації [6].

Висновки. Отже, логістичний підхід щодо забезпечення сталого розвитку сакрального туризму вимагає не тільки пропозицій з регулювання туристичних потоків та маршрутів, оптимізації їхнього географічного розподілу за DESTINATIONAMI та всередині них, ефективної логістичної організації туристичного простору, але й різноманітних дієвих заходів із збереження об'єктів (ресурсів) сакрального туризму від надмірної «уваги» туристів та прочан. В сучасних умовах це може бути створення матеріальних або віртуальних копій найбільш цінних та популярних об'єктів сакрального туризму, у т. ч. із застосуванням цифрових та лазерних 3D технологій, їхнє зберігання у сучасних музейних закладах тощо.

Література:

1. Антонюк Н. Перспективи розвитку європейського туризму на 2014-2020 рр. / Н. Антонюк, О. Краєвська // Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. — С. 133–141.
2. Викторова М. Черная дева из Шартра / М. Викторова // Загадки истории. — 2015. — № 32. — С. 5.
3. Доротиш М. Красивою була би площа Ринок — якби не будівля мерії / М. Доротиш // Високий замок. — 2015. — 28 травня — 3 червня.
4. Доротиш М. Проспект Шевченка має стати другою площею Ринок / М. Доротиш // Високий замок. — 2015. — 9–15 липня. — С. 10.
5. Доротиш М. Офіціанти в кафе «зашивалися» / М. Доротиш // Високий замок. — 2015. — 17–23 вересня. — С. 12.
6. Куприянов А. Потерянный мир / А. Куприянов // Загадки истории. — 2015. — № 43. — С.16–18.
7. Локтев О. Путь веры: кто такой паломник / О. Локтев, А. Бычкова // Сегодня. — 2015. — 4 вересня. — С. 20.
8. Мамчур Н. Подол станет пешеходным / Н. Мамчур // Факты. — 2015. — 29 липня. — С. 5.
9. Родионов И. Застежка Святого Петра / И. Родионов // Загадки истории. — 2015. — № 32. — С. 5.
10. Ромашко М. Часовые времени / М. Ромашко // Загадки истории. — 2015. — № 38. — С. 4–5.
11. Смаль І. В. Географія туризму та рекреації : словник-довідник / І. В. Смаль. — Тернопіль : Навчальна книга — Богдан, 2010. — 208 с.
12. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. — К. : Знання, 2013. — 334 с.
13. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions of Europe "The world's No 1 tourist destination — a new political framework for tourism in Europe", Brussels, 30.6.2010, COM (2010) 352 final. — Mode of access : <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0352:FIN:EN:PDF>.
14. EDEN — European Destinations of Excellence. — Mode of access : <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/>.
15. Europe 2020: EU's growth strategy. — Mode of access : http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm/.
16. Smyrnov I.G. Marketing mix of sustainable tourism: case of the National Nature Park «Synevyr» // In «A new vole of marketing and communication technologies in business and society: local and global aspects»: Monograph / Ed. By Y.S. Larina, O.O. Romanenko. — USA, St. Louis, Missouri: PH «Science & Innovation Center, Ltd», 2015. — P. 433–446. DOI: