

*К. Г. Бриль,
викладач кафедри туризму,
Чернігівський державний інститут економіки і управління*

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТІВ ПОБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

У статті розглядаються властивості туристичних центрів, які дозволяють їх керівництву застосовувати взаємоузгоджені дії, спрямовані на створення туристичної галузі як мережевої структури. Зроблено огляд характеристик туристичної галузі, які вказують на можливість її сталого розвитку і підвищення внеску у валовий національний дохід.

The article shows the characteristics of the touristic centers, which enable their managers to co-ordinate measures aimed at creating the touristic branch as the net structure. The characteristics of the touristic branch that make possible its stable development and increased contribution into the country's economy are reviewed.

Ключові слова: туристичний центр, елемент, структура, туристична галузь, властивості, характеристики туризму.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Процеси глобалізації, які охопили світове господарство, призвели до появи транснаціональних корпорацій, побудованих за мережевим принципом. Вони відрізняються гнучкістю, швидким узгодженням заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Не є винятком і туристична галузь, яка контролюється аналогічними суб'єктами. Щодо України, то її туристичні підприємства не мають спільної узгодженої поведінки і стратегічних планів розвитку. У даний час не звертається увага на необхідність розбудови туристичної галузі як мережевої структури, складеної з туристичних центрів як таких, що співпрацюють, за схожими принципами суб'єктів.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Необхідність структурування туристичної галузі шляхом закріплення за туристичними центрами територій, які будуть зонами їхньої відповідальності, викликана нерівномірністю розміщення об'єктів туристичної сфери і, як наслідок цього, її логістичної незбалансованості.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Про вплив регіональних, загальнодержавних та міжнародних чинників на показники діяльності туристичних центрів та неможливість зворотного впливу на них з боку туристичних центрів вказується у роботі О.С. Гринькевич [4]. Визначен-

ня екоатрибутивного споживчого вибору та застосування для його формування таких психологічних методів, як переконання, майєвтика, маніпулювання, розглядаються в роботі С.М. Ілляшенка [6, с. 591].

Необхідність логістичної оптимізації туристичної діяльності для збалансування обсягів туристичних пакетів, роль транспортних послуг у туризмі, відповідність кількості туристів логістичному потенціалу матеріальної бази туристичної галузі розкриті в роботі І.Г. Смирнова [10, с. 72; 11, с. 202; 12, с. 13]. Склад матеріально-технічної бази туризму, використання доходу від сфери туризму для оцінки значення туризму для національної економіки, показує Свірідова Н.Д. [9, с. 94].

Як визначає Ткаченко Т.І. в своїх роботах [14, с. 75; 15, с. 118], сучасне розуміння сталості розвитку суспільства орієнтоване на добробут, а не лише на капітал у його класичному розумінні. Ідеться про довгострокове стимулювання добробуту суспільства, збереження капіталу, подальший соціально-економічний розвиток без порушень природних умов існування людства.

Про майже десятикратне збільшення прибутків від інвестування в туристично-рекреаційну сферу ідеться в [16, с. 177], можливості значного збільшення кількості працюючих у цій сфері — у статті В.І. Мацоли [7, с. 157].

Моделі розрахунку узагальненого мультиплікатора і диференційованих його моделей, які враховують непрямий вплив туризму на деякі

складові економіки та на соціальну сферу, розглядаються в роботах А.А. Медведя [8, с. 60] та А.М. Хімченка [17, с. 64].

Про мізерно малу величину оплати послуг у загальній структурі видатків домогосподарств при їх граничній схильності до споживання, що приблизно дорівнює одиниці, йдеться в роботі Алейнікової Г.М. [1, с. 109]. Попит на модні курорти та ексклюзивні туристичні послуги зростає швидше, ніж їх пропозиція, що призводить до значного підвищення цін на цьому сегменті туристичного ринку, на що вказує Гуменюк Ю.А. [5, с. 104].

Розгляд можливих напрямів процесів транснаціоналізації вітчизняного туристичного ринку та наслідки для туристичних підприємств різних форм господарювання здійснено в роботі О.В. Булатової [3, с. 169].

НЕРОЗКРИТІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ

Проте, разом з тим, залишаються осторонь такі актуальні аспекти, як:

- дослідження властивостей туристичних центрів, завдяки яким вони зможуть стати системоутворювальними елементами туристичної галузі;

- визначення характеристик туризму для забезпечення його сталого розвитку на довготривалому перспективу;

- необхідність рівномірного розташування туристичної інфраструктури по всій території країни;

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є розкриття властивостей туристичних центрів, характеристик самого туризму, а також надання переліку заходів щодо їх практичного застосування для розробки туристичними підприємствами спільної узгодженої поведінки і стратегічних планів розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Набуття туристичними центрами статусу базових елементів структури туристичної галузі стає можливим завдяки:

- їх конкретним властивостям;
- діалектиці розвитку самого туризму, який все повніше перетворюється на прибуткову галузь економіки. До таких перспективних властивостей туристичних центрів відносяться:

- активні господарські зв'язки туристичних центрів з іншими галузями економіки, які встановлюються через кластерні механізми взаємодії;

- здатність туристичних центрів суттєво впливати на показники соціально-економічного розвитку країни;

— формування у населення за допомогою маркетингової політики туристичних центрів екоатрибутивного споживання турпродукту;

— логістична оптимізація туристичної діяльності.

Ми вважаємо, що зворотній вплив на макроекономічні чинники з боку туристичних центрів певною мірою можливий. Активні господарські зв'язки з іншими галузями економіки, які встановлюються через кластерний механізм взаємодії, здатні вплинути і на макрооточення туристичних центрів, яке формується серед інших, економічними, соціокультурними, науково-технічними та політико-правовими чинниками. Вплив на економіку можливий через збільшення внеску туризму у валовий національний продукт. Інтенсифікація туристичних потоків всередині країни залучатиме до знайомства з природою та культурою широкі верстви населення, що сприятиме їх соціокультурному піднесенню. Будівництво туристичних центрів з розвинутою розважальною компонентою стимулює поглиблення науково-технічних розробок. Розширення прибуткової туристичної інфраструктури призведе до концентрації капіталу в країні і, як наслідок, до появи можновладного прошарку населення, здатного впливати і на політико-правові процеси.

Вплив туристичних центрів на показники соціально-економічного розвитку країни ми пропонуємо визначати з того моменту, коли ними будуть досягнуті рівень рентабельності, зіставний з середнім по економіці, а також щільність туристичних центрів на території України, яка дозволить обслуговувати внутрішній туристопотік, зіставний з середньоєвропейським. Їхній вплив здійснюється через внесок частини доходу у валовий національний продукт, в якому значна доля має приходитись на туристичну галузь. Звідси внутрішньою метою реалізації програми розвитку туризму є максимізація прибутку туристичної галузі, а зовнішньою — високий рівень якості обслуговування туристів.

Без екологічного орієнтування попиту населення на туристичні продукти неможливо досягти сталого розвитку туристичних центрів та туризму взагалі. Для цього необхідно передбачати вплив екоатрибутивів на враження і знання споживачів про туристичний продукт, які впливають на їхній споживчий вибір. Для повернення уваги до можливості відпочинку в екологічно чистому середовищі, яке сформувало б стійку мотивацію до здійснення вибору відпочинку саме в таких умовах, ми пропонуємо зробити технологічні процеси відновлення природно-рекреаційного середовища елементами огляду. Цього можна було б досягти

через розгортання таких процесів у великих масштабах, коли туристичні центри, створені на територіях заповідників, національних парків у тісній співпраці з науково-дослідними організаціями займалися б вирощуванням екзотичних рослин, відновленням біологічного середовища, водоєм і лісових насаджень. Ми вважаємо, що при існуючому в суспільстві ставленні до чистоти оточуючого середовища неможливо суттєво розширити мережу туристичних центрів без ризику руйнування рекреаційних ресурсів. Змінити цю ситуацію пропонуємо шляхом закладання при плануванні розбудови туристичних центрів вимог щодо збереження та відновлення рекреаційних ресурсів територій. Це можуть бути вимоги щодо розвитку екобезпечних видів туризму, розваг, будівництва водочисних споруд, обладнання для знищення відходів, відновлення лісового та рослинного покриття, ін. У разі виконання таких вимог всіма туристичними центрами України, можливий їх вплив на відновлення природного середовища і, як наслідок, здатність конкурувати за рівнем прибутковості з морськими туристичними центрами.

Узагальнювальним показником збалансованого розвитку туризму в країні є логістичний потенціал. Для туристичних ресурсів він є максимально можливою кількістю відвідувачів у визначений період часу, яка не зашкодить нормальному стану туристичних центрів і забезпечить необхідний рівень комфорту туристів. Одним із чинників незбалансованості туристичної галузі в Україні є нерівномірність розбудови туристичних підприємств, які розташовувались у місцях з високою концентрацією природних переваг, тобто на морських узбережжях, гірськолижних курортах, джерелах мінеральних вод. Це й призводить до перевантаження туристичних центрів у сезони відпочинку. Ми пропонуємо для забезпечення стабільності розвитку туризму в Україні створити мережу туристичних центрів, яка б рівномірно вкрила всю її територію, компенсуючи, таким чином, нерівномірність розвитку галузі, викликану природними чинниками і нерозвинутістю сфери розваг.

У туризмі використовуються різні види транспорту, але головна роль у загальній структурі транспортних послуг належить авіаційному, оскільки більшість туристів, особливо для далеких подорожей, обирають саме його. Тому ми вважаємо, що розвиток туристичних центрів по всій Україні сприятиме відновленню мережі малої пасажирської авіації, яка була зруйнована через певну низку обставин. Її перевагами є мобільність, порівняна з автотранспортом, неможливість до регуляр-

ності авіарейсів, наявність розгалуженої мережі аеродромів, які зараз не використовуються, підвищення оглядових можливостей під час руху, а також зв'язок з такими видами повітряних розваг як планеризм, стрибки з парашутом та ін.

Ми також пропонуємо поєднати обов'язки малих туристичних підприємств сільського, зеленого та агротуризму щодо безпосереднього обслуговування туристів з обов'язками туроператорів та турагентів. Під час розбудови туристичних центрів на основі таких малих туристичних підприємств вони одержуватимуть уже готову збутову мережу туристичних пакетів, яка буде поєднувати як вертикальну так і горизонтальну збутову інтеграцію. Для реалізації туристичних продуктів туристичні центри зможуть використовувати власні системи збуту або послуги турагенції, які вони створять або придбають з метою поширення обсягів продаж з мінімальними витратами. Таку схему можна розглядати як вертикальну збутову інтеграцію. Горизонтальна інтеграція також матиме місце на туристичному ринку через укладання угод про взаємопродаж партій повних туристичних пакетів як між туристичними центрами, так і між окремими підприємствами в їхньому складі.

Головною проблемою в масштабі України ми вважаємо узгодження обсягів припустимого екологічного навантаження на рекреаційні території з їх відновлювальною здатністю. Ці обсяги залежать від пропускних потужностей туристичних центрів, туристичної інфраструктури країни і її туристичних маршрутів. Основою системи туристичних центрів в Україні має бути екологічна витривалість туристично-рекреаційного потенціалу. На нашу думку, вирішити цю проблему можна шляхом закріплення певних територій за конкретними туристичними центрами, що визначить зони відповідальності. Туристичні центри відповідатимуть за збереження екологічно сприятливого стану рекреаційних ресурсів на цих територіях, за підтримку в належному стані об'єктів культурно-історичної спадщини а також застосовуватимуть логістичний підхід "точно в строк", за якого послідовно усувається усе зайве, що веде до подорожчання туристичного продукту, не підвищуючи при цьому його споживчої цінності.

Діалектика розвитку самого туризму перетворює його із замкненого у собі "меншого брата" сфери відпочинку на прибуткову галузь економіки країни. У процесі свого розвитку він набуває таких характеристик, які уможливають його перетворення на прибуткову галузь економіки:

— туристична галузь перетво-

рюється на міжгалузевий комплекс;

— розвиток туризму стає більш динамічним, гармонізованим, сталим;

— вагомішими стають соціальні результати розвитку рекреаційної діяльності;

— посилюється ефект мультиплікатора в туризмі;

— збільшується вплив туризму на економічне зростання в Україні;

— відбувається процес транснаціоналізації світового туристичного ринку.

Розглянемо ці характеристики більш детально.

Туризм є міжгалузевим комплексом, що включає усі види транспорту, різні спеціалізовані підприємства та підприємства галузей, пов'язаних з туризмом (паливна промисловість, транспортне машинобудування, капітальне і шляхове будівництво, харчова, легка промисловість і ін.), а також сферу послуг, якими користується турист. Ми пропонуємо використати цю рису для міжгалузевого переливання капіталів від підприємств як тих галузей, що безпосередньо забезпечують туризм (транспорт, харчування, розваги, лікування), так і будь-яких інших галузей, надавши їм можливість одержувати свою частину прибутку від туризму. Рух капіталів можливий і в зворотному напрямі: тобто туристичні центри отримують змогу вкладати свої вільні кошти в ті галузі, які дають швидший або більший прибуток, зокрема, кредитуючи малі підприємства туристичного бізнесу з правом їхнього викупу. Особливо привабливим, на нашу думку, було б включення у такий міжгалузевий обіг капіталів таких фінансових структур, як банки, торгово-промислові палати, страхові, венчурні, та інших підприємств, які мають вільні обігові кошти та могли б здійснювати інвестування туристичної галузі на вигідних умовах.

Потреби сучасних туристів у активному відпочинку, його поєднанні зі спортом, пізнанням навколишнього середовища та спілкуванням з екологічно чистою природою зумовили появу та розвиток у 1960—70-ті роки якісно нових видів туризму. Завдяки диверсифікації та спеціалізації туристичної діяльності, а також виникненню таких суспільних рухів, як "енвайронменталізм", рух "зелених" і "зелений консумеризм", на ринку туристичних послуг виникають такі екологічно дружні види туризму, як власне екологічний, біологічний, підтримуючий, природний, м'який, аграрний, сільський, зелений. Їх сутність полягає у пропаганді виробництва та споживанні екологічно безпечних та нешкідливих для здоров'я продуктів, товарів і послуг. Світоглядно ці нові види туризму привносять у суспільство новий тип соціальної поведінки, яка полягає в раціональному природокористу-

ванні, природоохороні, прагненні бути разом з природою, глибше пізнати її розмаїття. Наявність людей з таким світоглядом призводить до появи нової концепції сталого, гармонійного, збалансованого розвитку туризму. Цей розвиток забезпечує визначений тип балансу між його соціально-економічними і природними складовими.

Ми пропонуємо використати ці види екологічно орієнтованого туризму як базу для створення туристичних центрів, які мали б не лише економічне значення, але й суспільно-просвітницьке та духовно-виховне. Вийжджаючи за кордон у пошуках екзотичних розваг, сонця та теплих морів, людина втрачає зв'язок зі своєю рідною країною, яка перстає у неї асоціюватися з можливістю повноцінного відпочинку, відтворення духовних і фізичних сил, а залишається лише місцем, де треба заробляти кошти для наступної поїздки. Цей цикл може повторюватися безліч разів, витісняючи у підсвідомості громадян своєї країни необхідність працювати для її розвитку, викликаючи перманентне бажання насолоджуватись симулякром "земного раю", створеним високим рівнем обслуговування в "теплих" країнах.

Соціальні результати розвитку рекреаційної діяльності можуть бути виражені кількісно у зниженні рівня захворюваності, підвищенні продуктивності праці людей, які відпочили на курортах, зростанні частки вільного часу, що використовується раціонально. Ми пропонуємо зробити туристичні центри інструментами посилення соціальної ефективності туристичної галузі як шляхом збільшення їхньої кількості, так і завдяки якісному, суттєво вищому рівню обслуговування туристів, зіставному з кращими зарубіжними зразками. Це дасть можливість збільшити надходження в бюджет, отже, розширить можливості економічного розвитку територій, на яких вони розташовані, і країни в цілому. Це створить додаткові робочі місця, що особливо актуально для трудонадлишкових західних гірських та східних промислових регіонів. Збільшить кількість оздоровлених людей, що, в свою чергу, підвищить продуктивність їхньої праці та заощадить кошти на лікування. Надасть пропагандистський ефект, який підвищить імідж України, в тому числі і як туристичної держави.

Туризм як галузь національної економіки, призначена для обслуговування туристів, цілеспрямовано організовує діяльність інших галузей, підгалузей і підприємств. Умовно вони можуть бути поділені на дві групи:

— ті, які надають і реалізують послуги при безпосередніх контактах обслуговуючого персоналу з туристами (транспортні й готельні послуги, громадське харчування, куль-

тура і мистецтво);

— ті, які беруть участь у формуванні комплексної туристичної послуги опосередковано (промисловість, сільське господарство, торгівля).

Друга група галузей, підгалузей, підприємств фактично забезпечує матеріальну базу першої групи. Туризм не може існувати без послуг галузей інфраструктури. Важливим показником непрямого впливу туризму є податковий мультиплікатор. Механізм його впливу діє наступним чином. Валовий дохід від реалізації послуг туристичних центрів є джерелом податкових та обов'язкових відрахувань до цільових фондів, розрахунків зі сторонніми юридичними та фізичними особами, які надають продукцію та послуги туристичним центрам, а також джерелом накопичення.

Ми пропонуємо доповнити відому модель туристичного мультиплікатора моделлю акселератора, сформувавши існуючу в економічній теорії "мультиплікатора-акселератора". Зміст туристичного акселератора полягатиме в тому, що на туристичні центри, в яких приплив туристів перевищуватиме їх рекреаційні можливості, накладатимуться обов'язкові відрахування на відновлення рекреаційних ресурсів або на будівництво додаткових туристичних об'єктів. Збільшення розмірів таких обов'язкових відрахувань, на нашу думку, має доповнюватися забороною "дикого" туризму, розширенням розмірів заповідних територій за рахунок приєднання до них мисливських угідь, що особливо актуально для території Полісся.

Вплив туризму на економічне зростання в Україні вимірюється рядом економічних категорій: валовим внутрішнім продуктом, надходженнями від туризму до державного бюджету у вигляді податків і зборів від туристичних центрів, комерційними доходами — валовими грошовими надходженнями від витрат туристів і чистими доходами, надходженнями валютних коштів від іноземного в'їзду до туризму, особистих доходів громадян у формі заробітної плати для зайнятих у туристичних інфраструктурах та часткою оплати послуг у структурі споживчих витрат середньостатистичного домогосподарства України.

Ми пропонуємо створювати туристичні центри з наборами побутових умов і туристичних послуг, які зробили б перебування туристів в Україні максимально комфортними, при рівні витрат, доступному пересічним працюючим громадянам. Оскільки сукупний туристичний попит складається з внутрішнього і зовнішнього попиту, то необхідно саме всередині країни зробити зручні умови для перебування туристів, починаючи з розбудови туристичної мережі вздовж транспортних шляхів, особливо тих, які проходять біля національних парків, історичних па-

м'яток. Треба будувати готелі для різних категорій туристів, які мандрують автомобілями, водіїв вантажних авто та ін.

Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку полягають в жорсткій конкурентній боротьбі за клієнта, ринки збуту та сфери впливу. В цих умовах виникає необхідність пошуку нових моделей організації та управління мережею туристичних центрів. У результаті внутрішнього зростання окремих туристичних підприємств відбувається посилення концентрації туристичного ринку. Випуск туристичного продукту зосереджується на все меншій кількості туристичних фірм. Туристична індустрія ставатиме все більш організованою. Для досягнення максимального економічного ефекту туристичними центрами України від розвитку світової туристичної галузі нові підходи щодо заохочення розвитку туризму мають базуватися на міжнародній кооперації, тобто угодах між ключовими компонентами туризму — готельними та транспортними підприємствами, туроператорами.

Ми вважаємо, що за умов функціонування сильних національних корпорацій можливе формування транснаціональних корпорацій, для яких країною базування може стати Україна. Це є більш бажаним для України, але з огляду на те, що в ній нема жодної вітчизняної транснаціональної корпорації, формування такої компанії на туристичному ринку вимагатиме значних творчих зусиль бізнесу і владних структур. Така корпорація може сформуватися лише за умов значної державної підтримки, великих обсягів інвестиційних коштів та конкурентоспроможного національного турпродукту.

За умов розбудови рівномірно розгалуженої по всій території України мережі туристичних центрів, яка, крім того, буде відповідати таким умовам, як високий рівень сервісу, доступні для пересічних громадян ціни, розвинута сфера розваг, угоди на розповсюдження турпродуктів іноземних туристичних фірм, високий рівень кластеризації, зіставний з туристичними центрами провідних туристичних країн рівень рентабельності, можливе створення українських транснаціональних корпорацій. Така транснаціональна корпорація буде являти собою мережеву структуру, кожний елемент якої буде туристичним кластером з ядром із туристичного центру в оболонці підприємств забезпечуючи галузей. Лише така структура буде конкурентоздатною на світовому туристичному ринку через її гнучкість у розробці стратегій управління, можливості включення-виключення до неї необхідних компонентів, відсутність бюрократичної адміністративної "піраміди" та мінімального державного втручання.

ВИСНОВКИ

У статті звертається увага на необхідність розбудови туристичної галузі як мережевої структури, складеної з туристичних центрів як таких, що співпрацюючих за схожими принципами суб'єктів. Для досягнення цієї мети пропонуються такі заходи, як:

— встановлення активних господарських зв'язків з іншими галузями економіки через кластерний механізм взаємодії для посилення впливу на макроточення туристичних центрів;

— забезпечення туристичним центрам рівня рентабельності, зіставного з середнім по економіці;

— закладання при плануванні розбудови туристичних центрів вимог щодо збереження та відновлення рекреаційних ресурсів територій, закріплених за ними;

— поєднання обов'язків малих туристичних підприємств сільського, зеленого та агротуризму щодо безпосереднього обслуговування туристів з обов'язками туроператорів та турагентів;

— створити мережу туристичних центрів, яка б рівномірно вкрила всю її територію, компенсуючи, таким чином, нерівномірність розвитку галузі, викликану природними чинниками і нерозвинутістю сфери розваг;

— включення у склад туристичних кластерів капіталів таких фінансових структур, як банки, торгово-промислові палати, страхові, венчурні та ін., які могли б здійснювати інвестування туристичної галузі на вигідних умовах;

— використання екологічно орієнтованого туризму як бази для створення туристичних центрів, які б мали не лише економічне, але й суспільно-просвітницьке та духовно-виховне значення;

— накладання на туристичні центри, в яких приплив туристів перевищуватиме їх рекреаційні можливості, обов'язкових відрахувань на відновлення рекреаційних ресурсів або на будівництво додаткових туристичних об'єктів.

Література:

1. Алейнікова Г.М. Організація і управління турбізнесом: навч. посібник / Г.М. Алейнікова. — Донецьк: ДІТБ, 2002. — 184 с.

2. Булатова О.В. Сучасні процеси транснаціоналізації світового туристичного ринку / О.В.Булатова // Туризм і ресторанный бізнес: сучасні тенденції та перспективи розвитку: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7—9 лютого 2007 р.): Тези доповідей. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. — С. 19.

3. Булатова О.В. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку / О.В. Булатова, Я.А. Дубенюк // Вісник ДІТБ. — 2009. — № 13 — С. 163—170.

4. Гринькевич О.С. Про систему

показників стратегічного аналізу середовища туристичної організації / О.С.Гринькевич, М.М.Біль, Б.Б.Уманців // Вісник ДІТБ. — 2008. — № 12. — С. 177—183.

5. Гуменюк Ю.А. Вплив туризму на економічне зростання в Україні / Ю.А. Гуменюк // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип.7(38) / Наук. ред. І.К. Бондар. — К., 2004. — 129 с.

6. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / С.М. Ілляшенко. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. — 615 с.

7. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія / В.І. Мацола. — Ін-т регіональних досліджень НАН України. — Львів, 1997. — 259 с.

8. Медведь А.А. Методический подход к оценке воздействия туризма на социально-экономическое развитие / А.А.Медведь, О.О.Васильева // Экономика и управление. — 2009 — № 2/5. — С. 59—61.

9. Свірідова Н.Д. Прямі іноземні інвестиції: світовий досвід та стратегія залучення в економіку України: монографія / Н.Д.Свірідова. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2004. — 164 с.

10. Смирнов І.Г. Організація транспортно-логістичного обслуговування у внутрішньому туризмі / І.Г.Смирнов // Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. Збірка статей. — К.: Інститут туризму ФПУ, 2002. — 192 с.

11. Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір / І.Г. Смирнов. — К.: ВГЛ Обрії, 2004. — 335 с.

12. Смирнов І.Г. "Pull-подход" в логістике туризма / І.Г.Смирнов // Дистрибуція і логістика. — 2005. — № 3. — С. 12—15.

13. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І.Ткаченко. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 463 с.

14. Ткаченко Т.І. Ретроспективний аналіз сталого розвитку туризму як поліфункціонального явища / Т.І. Ткаченко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету (Серія: Економічні науки). Випуск 12. — Черкаси: ЧДТУ, 2004. — 309 с.

15. Ткаченко Т.І. Сільський туризм: передумови розвитку в Україні та досвід Польщі / Т.І.Ткаченко, Є.Є.Гаєвська // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. Наук. Праць. — К.: КНТЕУ. — 2002. — С. 117—124.

16. Туризм и региональное развитие: Материалы III Междунар. науч.-практ. конф. — Смоленськ: Универсум, 2004. — 652 с.

17. Хімченко А.М. Теоретичні аспекти ефекту мультиплікатора в туризмі / А.М. Хімченко // Вісник ДІТБ. — 2005. — № 9. — С. 63—67.

Стаття надійшла до редакції 01.12.2010 р.