

УДК 338.48-025.27(1-22)

*А. О. Кравчук,  
викладач, Одеський державний аграрний університет, м. Одеса*

## КЛАСТЕРНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*A. Kravchuk,  
teacher, Odessa State Agrarian University, Odessa*

### CLUSTER DEVELOPMENT OF GREEN TOURISM IN UKRAINE

*Сільський зелений туризм сприяє вирішенню проблем, характерних для сільської місцевості. На сучасному етапі розвитку туристичної діяльності сільських територій є потреба у впровадженні більш ефективних методів стратегічного управління. В умовах ринкової економіки кластери є рушійною силою розвитку того чи іншого регіону, країни в цілому. Стаття присвячена обґрунтуванню доцільності створення кластерів у сільському туризмі для збільшення прибутків учасників кластера і для розвитку регіону в цілому. Визначена система інтересів учасників туристичного кластера, представлено процес формування туристичного кластера та розробка стратегії розвитку кластерів. Визначені компоненти структури туристичного кластера та представлені у вигляді моделі. Розроблена можлива модель-схема управління розвитком туристичної сфери в рамках туристко-рекреаційного кластера, охарактеризовано просторову організацію туристичної діяльності у формі кластерів, визначині умови ефективної координації їх діяльності. Актуальною проблемою для кластерних ініціатив є оцінка економічної ефективності інвестиційних вкладень в розвиток дестинації.*

*Green rural tourism contributes to solving problems specific to rural areas. At the present stage of development of tourism in rural areas is a need to introduce more effective methods of strategic management. In a market economy clusters are the driving force behind the development of a region as a whole.*

*The article is devoted rationale cluster of rural tourism to increase profits cluster members and for the development of the region as a whole. System defined interests of the tourism cluster, presented the formation and development of tourism cluster development strategy clusters. The identified components of the structure tourism cluster and presented as a model. Designed possible model diagram management development within the tourism industry tourist-recreational cluster, spatial organization characterized turysttychnoyi activity in the form of clusters vyznachyni conditions effective coordination of their activities.*

*Pressing problem for cluster initiatives is to assess the economic efficiency of investments in the development of destinations.*

**Ключові слова:** кластери, зелений туризм, туристична інфраструктура, дестинації, туриндустрія.

**Keywords:** clusters, green tourism, tourism infrastructure, destination, travel industry.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** За допомогою активізації туристичної діяльності на сільських територіях відбувається стимулювання підприємництва та збільшується кількість платежів, які поступають до місцевих бюджетів. На сучасному етапі процес розвитку туристичної діяльності сільських територій потребує впровадження більш ефективних методів стратегічного управління.

В умовах ринкової економіки кластери є рушійною силою розвитку того чи іншого регіону, країни в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Теоретичні та науково-методичні основи розвитку сільського зеленого туризму висвітлені в працях Клок Н.В., Перевознікової О.В., Кетова Н.П., Кужеля В.В., Гришовой І.Ю., Гришова В.В. та ін. Специфікою кластерного розвитку в туристичній діяльності займалися такі науковці, як Стеченко Д. М., Черноіванова Е.Н., Бойко М.Г., Шестакова А.В. [1-8]. Проте питання розвитку сільського зеленого туризму залишаються не достатньо вивченими та потребують подальшого висвітлення.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування доцільності створення кластерів у сільському туризмі для збільшення прибутків учасників кластера і для розвитку регіону в цілому.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Сільський туризм в Україні набуває все більшої популярності. Однак для більш ефективного ведення даного виду діяльності варто звернути увагу на кластеризацію. Туристичні кластери відносяться до активних форм економічної організації і соціальної взаємодії. Вони формуються на базі туристичних активів в регіоні і складаються з підприємств різноманітних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сектору громадського харчування, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств [1,2].

Процес формування туристичного кластера починається з появи ініціатив різних суб'єктів – представників державних управлінських структур, бізнес-структур, місцевої громади. Він передбачає створення керуючої компанії, розробка стратегічного плану розвитку туризму на території, здійснення потокового управління, проведення моніторингу, подальшого саморозвитку на принципах самоуправління. Керуюча компанія – самостійна юридична особа, діяльність якої основана на принципах державно-приватного партнерства. В керуючій компанії повинні працювати представники різних учасників туристичного кластера – адміністрації, підприємницького та «третього» сектору [3, С.5].

Таблиця 1.

Система інтересів учасників туристичного кластера

Учасник туристичного кластера	Інтерес учасника
Адміністрація регіону	- ріст податкових надходжень в бюджетну систему (ріст числа платників податків та оподаткованої бази); - поява нових форм взаємодії з бізнесом на основі принципів державно-приватного партнерства; - поява реальних умов для диверсифікації економічного росту в регіоні; - соціальна політична значимість: туристичний кластер як форма соціальних обов'язків перед населенням;

Підприємницький сектор	- здатність реально ефективно управляти соціально економічними процесами в туристичній сфері регіону - поява нових господарюючих суб'єктів підприємницького сектору; - ріст конкурентних сил та ділової активності підприємницького сектору; - підвищення соціальної відповідальності підприємницького сектору туристичної сфери в регіоні;
«Третій» сектор	- ріст задоволеного попиту потреб соціального маркетингу в туристичній сфері регіону
Сектор домогосподарств	- ріст задоволеного попиту на туристичні послуги населення в регіоні та за його межами;
Всі учасники туристичного кластера	- забезпечення синергетичного ефекту, ефекту масштабу, стимулювання інновацій, інвестицій, ріст соціально-економічної ефективності тур бізнесу, розвиток зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Джерело: розробка автора

При розробці стратегії в якості головних напрямків можуть бути взяті розвиток і стійкість. Конкурентоспроможність кінцевого туристичного продукту буде залежати від менеджменту, здатного провести продукт на ринок, і від фахівців, їх обслуговуючих. Основна конкурентна боротьба в останні десятиліття з цінової конкуренції перемістилася в інноваційну. Для успішної реалізації стратегії необхідно грамотно організувати роботу з метою випередження в інноваційних областях. Випередження в інноваціях відрізняється від стратегії, яка здійснювалася в попередні епохи, коли основою стратегії була мінімізація витрат.

При підготовці рішень доцільно спочатку визначити шляхи розвитку, а потім на базі маркетингових досліджень здійснювати роботи по відборі тих напрямів і продуктів, які будуть реально потребувані ринком [4]. Надалі фінансові розрахунки повинні показати ті напрямки, котрі дадуть найбільшу економічну ефективність або будуть сприяти стабільному розвитку підприємств кластера.

Потреби ринку носять найрізноманітніший характер. Ситуація на ринку при формуванні туристично-рекреаційного кластера повинна ретельно але відслідковуватися. Наприклад, через засоби масової інформації, в ході переговорних процесів, на основі довгострокових домовленостей і іншим образом. Все це, поза всяким сумнівом, повинні використовувати аналітики. Але сама оперативна інформація і найточніша інформація виходить в ході реалізації конкретного продукту. Доцільно починати аналіз з маркетингу саме з цієї інформації.

В рамках стратегії розвитку туристських кластерів управління може бути організовано за такою схемою (рис.1):

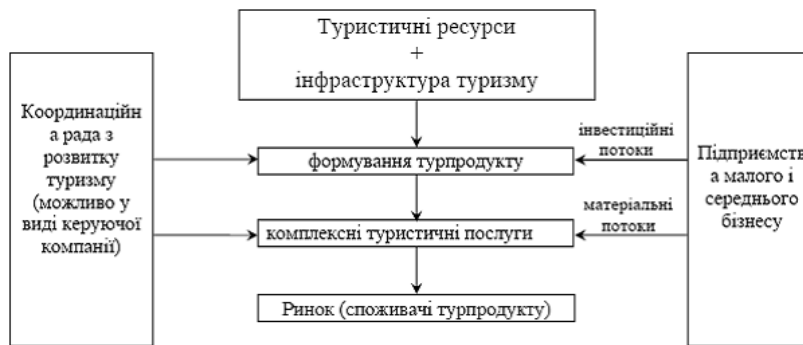


Рис. 1. Можлива модель-схема управління розвитком туристичної сфери в рамках туристсько-рекреаційного кластера

Джерело: розробка автора

Згідно даної моделі, формування турпродукту відбувається на підприємствах безпосередньо туристської сфери. Також в формуванні турів беруть участь і підприємства, що належать до категорії туристської інфраструктури та супутньої інфраструктури. Тобто, формування кожної складової турпродукту відбувається на окремому підприємстві, що полегшує управління капіталом, що не обтяжує бізнес додатковими ризиками, знижує витрати власників, пов'язаних з впровадженням інновацій.

Брати участь у формуванні турів може і координаційна рада з розвитку туризму. Ця організація повинна приймати ключові рішення, націлені на підвищення ефективності бізнесу, сприяти розвитку туристської території району, стимулювати діяльність підприємств в даній сфері, а також приймати певну участь у формуванні турів, маршрутів та просуванні турпродукту на ринки.

Запропонована модель стратегічного розвитку туркластера сприяє не тільки скороченню числа потенційних конкурентів (в даному випадку - інші райони, території), які не здатні вписатися в обраний стандарт, але веде до мінімізації витрат виробництва, що, в свою чергу, позитивно при цінової конкуренції.

Соціальна економічна система туристично-рекреаційного комплексу є дуже складна, гнучка, динамічна зі складними властивостями взаємодії зв'язку між її структурними елементами. Тому в практиці управління туристично-рекреаційним комплексом суб'єктам управління дуже важливо враховувати ці властивості системи. З позиції системного підходу це значить, що з часом середні системи пріоритетності її елементів змінюється і необхідно керувати цими змінами, постійно відстежуючи особливості функціонування системи і їх трансформації.

При використанні кластерного методу в практиці управління туристично-рекреаційною діяльністю регіону вимагається наступне:

- інформаційно-методичне забезпечення, організація і технологія ведення регіональної статистики, в тому числі статистики сільського (зеленого) туризму;
- аналіз даних статистичного обліку територій досліджуваного регіону, в результаті якого здійснюється вибір території в якості основи з відповідними базовими значеннями елементів його інноваційної системи;

- затвердження на рівні державних регіональних і галузевих управлінських структур в рамках регіональних комплексних програм соціально-економічного розвитку територій, які включають туристичну складову.

Агротуристичний кластер може створюватися як з використанням в якості стержня великого підприємства, так і шляхом самостійної інтеграції різних форм господарювань. Однак ініціаторами в реалізації кластерних ініціатив повинні стати органи місцевого самоуправління. Це пов'язано, перш за все, з тим що рівень культури взаємодії, довір'я і загальної виробничої ідеології на сьогодні достатньо низький, між підприємствами, взаємопов'язаними в рамках технологічного виробничого ланцюга, відсутній загальний економічний інтерес.

Крім того, органи місцевого самоврядування є повноправними суб'єктами ринкових відносин в економічному просторі і також приймають участь в конкурентній боротьбі за отримання доходів (доходів бюджету, від них напряму залежить якість життя населення і рівень розвитку сільської території, вони мають достатні правові, фінансові, адміністративні важелі для впливу на ситуацію в сільському поселенні) [5, С. 61].

Для координації діяльності агротуристичного кластера, організації взаємодії і розподілу відповідальності між учасниками необхідно створити раду у склад якої ввійдуть керівники об'єднаних підприємств, представники малих форм господарювань, представники місцевих органів влади.

У структурі туркластера продукт, що формується вузьким колом підприємств, враховує не тільки можливості виробництва своєї компанії, але і можливості найближчих партнерів. Одне з ключових положень стратегії в тому, що розвиток кластера має створити умови для включення в процес отримання замовлень більш широке коло організацій.

Замовлення може бути визначений договором між великим туроператором (замовником) і конкретною фірмою. Але вихід на російські та світові ринки для регіональних туристичних кластерів буде проблематичним, якщо не будуть відпрацьовані технології по більш великому спектру проведених переговорів з метою отримання замовлення регіонального рівня (галузевого, федерального, обласного тощо).

В рамках кластерної структури можуть формуватися нові юридичні особи. Компоненти структури туристичного кластеру можуть бути представлені у вигляді наступної моделі (рис.2).

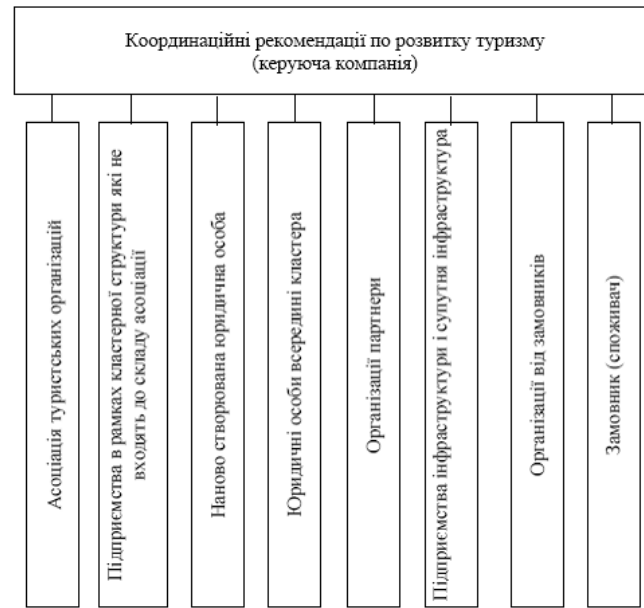


Рис. 2. Підприємства і організації в рамках кластерної структури (зв'язки кластерної структури)  
Джерело: розробка автора

Участь представників владних структур в роботі ради кластера дасть можливість владі безпосередньо впливати на прийняття економічних і організаційних рішень в кластері, виступаючи в цьому в якості рівноправного партнера. Основною задачею ради буде сприяння інноваційному розвитку всіх учасників, а також забезпечення ефективного динамічного розвитку агротуристичного кластеру в цілому.

Сучасні дослідження показали правомірність заміщення концепції територіально-рекреаційних систем концепцією туристських кластерів і туристських дестинацій. Обов'язковою умовою утворення кластеру є «географічна близькість господарюючих одиниць», коли на обмеженій території зосереджується критична маса фірм споріднених і підтримуючих галузей, організацій, що забезпечує економію на масштабах виробництва і економію на різноманітності, а також економічних ресурсів, інформації, створюється висока концентрація відносин, завдяки чому кластер і досягає високого рівня конкурентоспроможності.

Фактор географічної об'єднаності зближує поняття дестинації і кластера. Однак туристська дестинація по суті та змістом не є еквівалентом туристського кластера. У розумінні туристської дестинації визначальним аспектом є територіальна ознака, тобто наявність туристських ресурсів на конкретній території; в розумінні туристського кластера визначальним є характер економічної взаємодії підприємств туристкою індустрією між собою та з іншими господарюючими суб'єктами, а також системоутворююча роль підприємств туристкою індустрією у формуванні територіально-виробничого комплексу.

Господарюючі суб'єкти як учасники кластера знаходяться у взаємозв'язку один з одним, утворюючи ланцюжки доданої вартості. Для досягнення та реалізації конкурентної переваги компанія як повинна оптимізувати власну ланцюжок створення доданої вартості, а також зовнішні ланцюжки, тобто ланцюжки, що зв'язують дану компанію з постачальниками і споживачами. Кластер, що знаходиться в стадії динамічного розвитку, поєднує в собі декілька ланцюжків створення доданої вартості, формуючи, таким чином, систему накопичення вартості (або систему цінності – value system). Відповідно до сучасних поглядів в рамках туристського кластера система накопичення вартості включає в себе чотири типи ланцюжків доданої вартості – постачальники, засоби розміщення та розваги, канали збуту туристських продуктів, покупці.

Кластери функціонують в певній економічній середовищі, яка багато в чому обумовлює їх конкурентоспроможність, як сприяючи, так і перешкоджаючи розвитку кластера. Економічна середовище впливає допомогою детермінант, що утворюють ромб конкурентоспроможних переваг, який дозволяє дати характеристику середовища, в якій складається і функціонує кластер, порівняти умови даного середовища з умовами конкурентоспроможності на ринку країни або світовому ринку, визначити комплекс заходів, націлених на підвищення конкурентоспроможності туристського кластера.

Перш за все, створення кластерів в туризмі дозволяє подолати технологічне відставання, здійснити модернізацію галузі. Підвищення продуктивності праці в туристській індустрії і зниження енергоємності – ключові завдання, в яких зацікавлені і бізнес, і держава, включаючи органи влади суб'єктів Федерації, і муніципалітети, і, в кінцевому рахунку, населення з точки зору формування робочих місць, доходів та якості життя. Створення кластерів дозволяє запуснути фінансово-кредитні механізми, що об'єднують на основі спільної зацікавленості ресурси розвитку, комерціалізувати непопулярні туристичні послуги, підвищити частку підприємств, які впроваджують інновації. Фінансове забезпечення розвитку кластерів може розглядатися як один із шляхів досягнення всіх основних цілей розвитку рекреаційно-туристського комплексу.

Штучно створений кластер розглядається як проект, який створюється «зверху вниз», з ініціативи регіональних або федеральних властей. У формуванні штучно створеного кластеру економічно бере участь держава, виділяючи значні бюджетні кошти. У туристських кластерах держава бере на себе, перш за все, облаштування території, будівництво доріг та іншої інфраструктури, а також участь в інших проектах, на основі державно-приватного партнерства.

Туристично-рекреаційний кластер являє собою форму просторової організації туризму, що складається із сукупності підприємств сфери туристського обслуговування і сполучених галузей, об'єднаних горизонтальними зв'язками, синергія яких призводить до підвищення ефективності функціонування сукупності в цілому та її окремих підприємств, сприяє посиленню внутрішньо- і міжрегіонального розподілу праці.

Поняття «кластер» і «комплекс» мають багато спільних ознак, так як для них родовим поняттям виступає «система». Просторова організація туристської діяльності у формі кластерів свої особливості

Компоненти туристсько-рекреаційного кластера в різних регіональних системах мають свої відмінності, які обумовлені територіальним поєднанням рекреаційних ресурсів, передумов концентрації туристських підприємств різної спеціалізації.

В результаті функціонування кластера буде отримана як основна, так і супутня продукція, яка буде реалізована по різноманітним каналах.

Таким чином, потенційний попит на сільський агротуризм, наявність унікальних природно-рекреаційних ресурсів, умов для розміщення туристів, зацікавленість і бажання сільських жителів організувати агротуристичні господарства, створюють базові умови і передумови для розвитку туризму в сільській місцевості.

Однак суттєвою перешкодою активного просування зеленого туризму в регіоні є відсутність інститутів, призначених забезпечувати нормативно-правову, інформаційно-консультаційну та фінансово економічну базу розвитку цього виду послуг.

На сьогодні, як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях практично не розроблені законодавчі та нормативні акти які регламентують окремі аспекти агротуристичної діяльності.

У становленні та розвитку сільського (зеленого) туризму особливе місце повинно належати інфраструктурі підтримки агротуризму, яка представляє собою сукупність державних, громадських і комерційних закладів, до функціональних обов'язків яких відноситься організація і регулювання діяльності суб'єктів агротуристичної діяльності.



Рис. 3. Характеристика просторової організації туристської діяльності у формі кластерів  
Джерело: розробка автора

Важливими умовами формування ефективно і стійко розвиваючого сільського туризму є стратегічне планування і прогнозування комплексного розвитку територій, територіальний маркетинг, використання зарубіжного досвіду і головне – зацікавлена участь місцевого населення і розуміння місцевої влади своєї ролі встановлення агротуризму в регіоні, їх спільна узгоджена діяльність.

Актуальною проблемою для кластерних ініціатив є оцінка економічної ефективності інвестиційних вкладень в розвиток дестинації. Поряд з такими економічними параметрами, як прибуток, рентабельність, зростання валового продукту, зростання зайнятості, для оцінки ступеня економічного успіху кластера доцільно проводити аналіз результативності кожного учасника формованого кластера.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Розвиток сільського зеленого туризму сприяє: розвитку рекреаційних зон у сільській місцевості; можливості відпочинку людей різного соціального стану; поповнення в місцеві бюджети; підвищенню значущості сільської місцевості; появі нових робочих місць; залученню молоді; збереженню й підтримці екології та навколишнього середовища; активізації підприємництва серед селян; розвитку народної творчості; диверсифікації діяльності селян; розвитку інфраструктури на селі; зростанню стандарту життя мешканців сіл тощо. В цілому, конкурентоздатним є туристично-рекреаційний кластер, який має такі інститути і управління, ресурсні, кваліфікаційні, виробничі можливості, фінансову і підтримуючу інфраструктуру, які дозволяють йому досягти тривалого конкурентного успіху на основі стійкої динаміки економічного росту та підвищення добробуту населення.

#### Література.

1. Клок Н.В. Застосування кластерної системи у сільському зеленому туризмі в Україні / Н.В. Клок / Проблеми та перспективи інноваційного соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації: регіональний вектор: I Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. Ізмаїльський державний гуманітарний університет, Україна, 16–17 квітня 2012 року.
2. Матеріали семінару Всесвітньої Туристичної Організації. Сільський туризм: рекомендації щодо розвитку // Туризм сільський зелений. – 2007. – № 4. – С. 13–18.
3. Можливості працевлаштування молоді у сфері зеленого туризму: методичні рекомендації щодо започаткування власної справи / за заг. ред. О. В. Кулініча. – Х. : Інститут соціальної політики регіону, 2011. – 124 с.
4. Перевознікова О. В. Формування кластерів як засіб підвищення конкурентоспроможності економіки регіону [Електронний ресурс] / О. В. Перевознікова // Економічний простір. – 2010. – № 43. Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2010\\_43/statti/12.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_43/statti/12.pdf)
5. Кетова Н.П. Роль територіально-отраслевых кластеров в модернизации экономики региона // Материалы III Всероссийской научной конференции («Домбайские чтения») «Модернизация Экономики Юга России и новые стратегии региональной экономической политики», пос. Домбай КЧР, 12-16 апреля 2007г. – г.Черкесск: Карачаево-Черкесская государственная технологическая академия, 2007. – С.61.
6. Кужель В.В. Методологические основы формирования стратегий повышения конкурентоспособности предприятия / В.В. Кужель // Актуальные проблемы интеграции экономических интересов России и Украины: Сборник научных трудов МНПК, (Россия, Тольятти, 2014г.). – Тольятти: «Издательство ТГУ», 2014. – С. 228 – 237.
7. Гришов В.В. Механізми формування і впровадження інноваційного маркетингу підприємств / В.В.Гришов, О.Б.Звягінцева // Облік і фінанси 2012. - №3. – С.115-121
8. Гришова І.О. Імплементация принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств / І.О. Гришова, Т.С.Шабатура// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – С. 13-22. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>

#### References.

1. Cloquet, N.V. (2012), "The use of cluster system in rural green tourism in Ukraine", *Zbirka dopovidей na Mizhnarodnij ekonomichnij konferentsii* [Conference Proceedings of the International Economic Conference], Mizhnarodna Ekonomichna konferentsiya [International economic conference], Izmail State Humanitarian University, Izmail, Ukraine
2. "Rural tourism: Recommendations on Development", *Materiyaly seminaru Vsesvitn'oi Turystychnoi Orhanizatsii. Sil's'kyj turizm: rekomendatsii shodo rozvytku* [Proceedings of the World Tourism Organization], Mizhnarodnyj seminar [International Workshop], Kyiv, Ukraine, pp. 13–18.
3. Kulinich, O. V. (2011), *Mozhlyvosti pratsvlashtuvannia molodi u sferi zelenoho turizmu: metodychni rekomendatsii shodo zapochatkuvannia vlasnoi spravy* [Youth employment opportunities in green tourism: guidelines for starting a business], Instytut sotsial'noi polityky rehionu, Kharkiv, Ukraine.
4. Perevoznikova, O. V. (2010), "Formation of clusters as a means of improving the competitiveness of the regional economy", *Ekonomichnyj prostir*, [Online], vol .43, available at: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Ekpr/2010\\_43/statti/12.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_43/statti/12.pdf) (Accessed 20 May 2015).

5. Ketova, N.P. (2007), "The role of territorial-otraslevykh klasterov modernization of the economy in the region ", *Materyaly III Vserossyjskoj nauchnoj konferentsyy («Dombajskye chteniya») «Modernyzatsiya Ekonomiky Yuha Rossyy y novye stratehyy rehyonal'noj ekonomicheskoy polityky»*, [Materials III scientific conference Vserossyyskoy ("Dombayskye reading") "Modernization Economics of South Russia and New rehyonalnoy ekonomicheskoy policy strategy"], Vserosij'ska naukova konferentsiia [All-Russian Scientific Conference], Cherkessk, Russia, pp. 61-69.

6. Kuzhel', V.V. (2014), "Methodological bases of formation of strategies to improve the competitiveness of enterprises", *Aktual'nye problemy yntehratsyy ekonomicheskyykh ynteresov Rossyy y Ukrainy: Sbornyk nauchnykh trudov MNPК*, pp. 228 – 237.

7. Hryshov, V.V. and Zviahintseva, O.B. (2012), "Mechanisms of formation and implementation of innovative marketing companies", *Oblik i finansy*, vol. 3, pp. 115–121.

8. Hryshova, I.Yu. and Shabatura, T.S. (2014), "Implementing the principles of socially-oriented businesses in the plane of the economic development potential of the food business", *Ekonomika: realii chasu. Naukovyj zhurnal* [Online], vol . 3, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html> (Accessed 25 Feb 2015).

*Стаття надійшла до редакції 19.05.2015 р.*



ТОВ "ДКС Центр"