

Перелік посилань:

1. Горіна Г. О. Особливості сучасного розвитку готельної індустрії України [Електронний ресурс] / Г. О. Горіна // Вісник Сумського державного університету – 2010 – № 2 – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_qum/VSU_Ekon/2010_2/10qgoqiu.pdf.
2. Гостиничный рынок Украины: состояние и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/gostinichniy-rynok-ukrainy-sostoianie-i-perspektivy-303984>.
3. Єрмаченко В. Є. Стратегії розвитку підприємств готельного господарства / В. Є. Єрмаченко, С. М. Журавльова // Молодий вчений. - 2015. - № 5(1). - С. 138-141. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5\(1\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5(1)_34).
4. Опанащук Ю. Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю. Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2004. — № 3. — С. 70–72.
5. Ремеслова О. Л. Готельне господарство як об'єкт дослідження в умовах ринкової економіки / О. Л. Ремеслова // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського – 2009 - № 3 – С. 167-175.
6. Скобелева Г. С. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України / Г. С. Скобелева, О. В. Єлісеєнко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2015. - № 4. - С. 45-48. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2015_4_11.
7. Смольнякова Н. М. Тенденції формування та реалізації економічного потенціалу вітчизняного готельного господарства / Н. М. Смольнякова, А. М. Волосов // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2011. - Вип. 1. - С. 340-348. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2011_1_51.
8. Тупкало В. М. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні / В. М. Тупкало, Г. П. Вітавська // Економіка та держава. — 2007. — № 4. — С. 43–44.

Стаття надійшла: 18.06.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

Рецензент: д.е.н., проф. Кондратенко Н.О.

(Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)



УДК 338.48

JEL Classification: I 830

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЕМПІНГІВ У ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Рябєв А. А., старший викладач

Баландіна І. С., к.е.н., доцент

Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

Анотація. В статті розглядаються проблем розвитку кемпінгів у Харківському регіоні. Основною проблемою, що стримує розвиток кемпінгів є відсутність необхідної інфраструктури, що зможе забезпечити їх заповнення. При цьому необхідно відмітити, що у 2012 році кемпінги набули популярність у зв'язку з проведенням чемпіонату Європи з футболу. Однак, попит на кемпінги виявився тимчасовим, що негативно відбилось на прибутковості не лише самих кемпінгів, але й на прибутковості міста та області.

У силу специфіки своєї природи кемпінги мають не тільки прямий економічний вплив на розвиток країни та регіонів, але й істотний вплив на розвиток взаємопов'язаних галузей: транспорт і зв'язок, будівництво, тощо. І ось тут стає важливим питання створення відповідної інфраструктури та використання великого туристського потенціалу Харківщини, який при правильному використанні може забезпечити поштовх до швидкого розвитку кемпінгів не лише Харківської області, але й в Україні взагалі. З цієї точки зору отримують поштовх зелений та сільській туризм, будуть запитані історичні, культурні, природні та інші об'єкти, що зазвичай викликають інтерес у туристів.

Також слід ураховувати необхідність просування всієї туристської дестінації, в якій вони знаходяться, що дозволить створити умови для подальшого формування туристського кластеру навколо кемпінгу та існуючих поряд з ним туристських ресурсів.

Таким чином можливо зазначити, що створення кемпінгів у поєднанні з туристськими ресурсами може здійснити позитивний вплив на розвиток туризму як в окремо взятому місті Харківської області, так і в усій області з включенням в цей процес самого міста.

Ключові слова: кемпінг, туристсько-рекреаційна діяльність, економічні ресурси, маркетингові ресурси, транспортні ресурси, природний потенціал, історико-культурний потенціал.

THE ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF CAMPINGS IN THE KHARKIV REGION

Anton Ryabev, Senior Teacher

Iryna Balandina, PhD in Economics, Associate Professor

Oleksii Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Annotation. The problems of camping site development in the Kharkiv region are reviewed in the article. The main problem hampering the development of camping sites is the lack of the necessary infrastructure that can ensure their completion. Herewith, it should be noted that in 2012 camping sites have gained popularity in connection with the holding of the European Football Championship. However, the demand for camping sites turned out to be temporary. As a result it is negatively affected not only on the camping sites profitability itself, but also the profitability of the city and the region as well.

Due to its nature camping sites have not only direct economic impact on the country and regions development, but also a significant impact on the interconnected industries development: transport, communications, construction, etc. And here it becomes important to create an appropriate infrastructure and use the great Kharkiv region tourist potential, that, according to the properly use, can provide an impetus for the rapid development of camping sites not only in the Kharkiv region, but also in whole Ukraine. From this point of view, there will be a push for green and rural tourism and there will be demand for historical, cultural, natural and other objects that usually are of a great interest to tourists.

It is also necessary to consider the need of promotion not only camping sites, but all the locations in which they are situated. It will allow to create conditions for the further formation of a tourist cluster around certain camping sites and tourist resources along with it.

Thus, it can be noted that the creation of camping sites in conjunction with tourist resources can have a positive impact on the development of tourism in Kharkiv and whole Kharkiv region.

Keywords: camping, economic resources, tourism and recreational activities, transportation resources, marketing resources, natural potential, historical and cultural potential.

Постановка проблеми. Україна є об'єктом інтересу західних туристів, але відсутність належної інфраструктури стримує інтенсивний розвиток туризму в Україні. Одним з найбільш гострих питань в проблемі розвитку туристської інфраструктури є розвиток кемпінгів. Особливо це питання актуальні для розвитку цих засобів тимчасового розміщення у Харківському регіоні. Ефективне функціонування кемпінгів є важливим фактором розвитку не тільки економіки, а і інших сфер діяльності туризму в Харківській області. У силу специфіки своєї природи кемпінги мають не тільки прямий економічний вплив на розвиток країни та регіонів, але й істотний вплив на розвиток взаємопов'язаних галузей: транспорт і зв'язок, будівництво, тощо. Великий туристичний потенціал Харківщини при правильному його використанні може забезпечити поштовх до швидкого розвитку кемпінгів не лише Харківської області, але й в Україні взагалі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження функціонування та розвитку сфери готельних послуг та аналогічних засобів розміщення розглянуто в працях багатьох вчених. Проте, питанням в сфері діяльності кемпінгів на сьогодні приділяється не достатньо уваги, хоча вони мають багато перспектив, як аналогічні засоби. Проблемам, які зв'язані із готелями та аналогічними засобами розміщення, які побічно зачіпали питання кемпінгів, та їх розвиток у сфері туризму займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: Х. Й. Роглев, М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько, В. Ф. Кифяк, А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар, Р. Олл'є.

На основі розробок цих вчених можливо спертися як на основу для подальшого розвитку кемпінгів на прикладі Харківського регіону в Україні в цілому.

Виділення невирішених частин проблеми. У загальній проблемі розвитку кемпінгів є значний комплекс невирішених проблем. Це, насамперед, діяльність у межах туристських кластерів, які дозволять кемпінгам співпрацювати з іншими підприємствами для вироблення певних спільних рішень, розробки спільних ініціатив, які дозволять

цим засобам тимчасового розміщення розвиватися і набувати конкурентоспроможності.

Мета роботи. Головною метою статті є проведення аналізу сучасного стану кемпінгів у Харківському регіоні та визначення перспектив їх розвитку у контексті ресурсного потенціалу області.

Виклад основного матеріалу. Відповідно державного стандарту України „кемпінг” – це засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташування наметів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування [1]. В дійсності термін „кемпінг” відповідає зазначеним вимогам лише в Західній Європі, а в Україні лише починає набувати популярність, хоча не все, що так називають, відповідає європейським стандартам. Так, у багатьох розвинених країнах світу, кемпінг – це більш широке поняття, ніж в Україні, це цілий комплекс: обладнані місця для наметів і автобудинків з можливістю підключення до комунальних комунікацій (електропостачання, водопостачання, водовідведення, газ), повноцінні санвузли, спортивні і дитячі майданчики, кафе, магазини, заклади харчування, розважання тощо [2].

Слід відзначити, що в Харківському регіоні та на Україні кемпінги досі не дістались такої розповсюженості та популярності як в країнах Європейського союзу. Це пояснюється тим, що для харків'ян та всіх українців є дуже незвичним способом проведення своєї відпустки чи відпочинку на вихідних. Проте слід відзначити перспективність цього туристського напрямку завдяки наявності великої транспортної розв'язці, придатного ландшафту, різноманіттю історико-культурної спадщини та краси природи харківського регіону.

Найбільшої популярності кемпінги у Харківському регіоні набули у 2012 році під час проведення Євро 2012. У наступні роки зменшилася кількість кемпінгів та туристів, які їх відвідали у порівнянні із готелями та іншими аналогічними засобами розміщення. Це можна побачити завдяки даним які надало Головне управління статистики України у Харківській області (табл. 1) [3-6].

Таблиця 1 – Характеристика діяльності готелів та аналогічних засобів розміщення і кемпінгів у Харківській області за 2012-2015 роки

Рік	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення	Кількість кемпінгів	Кількість розміщених осіб у готелях та аналогічних засобах розміщення	Кількість розміщених осіб у кемпінгах	Із них розміщено іноземців у кемпінгах
2012	125	4	236874	2459	1396
2013	130	3	256111	784	327
2014	125	3	204915	567	141
2015	123	3	217636	632	158

Основними стримуючими чинниками для розвитку кемпінгу в Харкові являється цілий комплекс проблем, пов'язаних з відсутністю спеціалізованої інфраструктури для автоандрівників (кемпінги, кемпстоянки), недостатньою інформаційною підтримкою, адміністративними бар'єрами, відсутністю галузевих стандартів, неузгодженості дій усіх суб'єктів-організаторів туристської діяльності щодо створення умов відпочинку у кемпінгах на належному рівні.

Тим не менше, основними діями для розвитку цього сегменту є необхідність створення в Харківському регіоні мережі кемпінгів і кемпстоянок, що задовольняють основним європейським вимогам. Організація мережі кемпінгів в регіоні має на увазі поетапне будівництво і запуск їх в експлуатацію з подальшим їх розгалуження.

Організація інфраструктури кемпінгів можлива не лише у рамках урядових проєктів і програм, але, поза сумнівом, буде цікава малому і середньому бізнесу, який отримає підтримку обласних структур влади із-за загальної зацікавленості в розвитку туризму в регіоні, наприклад, я це відбувається у рамках розвитку об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ) [7]. В рамках розвитку зеленого туризму доцільно розвивати й кемпінги.

Однак, слід зазначити, що бізнес, пов'язаний з кемпінгом має серйозні відмінності від традиційного готельного бізнесу і вагомі плюси в порівнянні з традиційним підходом до

туризму. Оскільки, кемпінг призначений, в основному, для туристів які подорожують на своєму транспорті (автомобіль, мотоцикл, велосипед), то дуже важливою є проблема вдосконалення доріг у Харківській області, для надання більш високого рівня, щоб кемпінги були доступні як харків'янам, так і гостям міста тому, що у відпочиваючих повинні залишатись лише гарні враження не лише від перебування в кемпінгу, який вони відвідали, а і від всього відпочинку взагалі, включаючи комфортне пересування дорогами Харківської області.

Так, за даними Головного управління статистики України у Харківській області можна побачити, що у 2010 р. було 146944,2 тис. подорожуючих осіб на своєму автотранспорті, а вже у 2013 р. – 129603,2 тис. осіб, у 2014 р. – 128428,9 тис. осіб, а у 2015 р. – 124582,4 тис. осіб [8]. Саме тому потрібно звертати увагу на проблеми із автошляхами, оскільки пересування пасажирів на своєму транспорті з кожним роком зменшується. Звідси виходить необхідність створення кемпінгової інфраструктури в рамках приватно-державного партнерства при постійному створенні нових туристських маршрутів, організації заходів обласного значення тощо.

Окрім вирішення транспортних питань, слід звернути увагу і на правильне планування кемпінгів. Як показує світовий досвід, потрібно мати у своєму розпорядженні окремо один від одного місця для наметів, караванів і авто будинків, що дозволить задовольнити попит з боку різноманітних туристів.

Також, нинішній етап не тільки розвитку кемпінгів, а і туризму взагалі, у регіоні робить акцент на природних і культурно-історичних особливостях території, а також соціальних рисах, не лише для забезпечення планової підтримки економічного розвитку, але і для орієнтації регіону на вигідні позиції в системі туристського ринку за допомогою відмінних рис місцевого туристського продукту [7, 9]. Вищезгадані аспекти, є основними в процесі обґрунтування перспектив розвитку кемпінгу та демпінгової інфраструктури.

У Харківській області налічується велика кількість туристичних об'єктів та ресурсів, які можуть сприяти розвитку цих засобів тимчасового розміщення, зможуть підвищити попит на їхні послуги. Окрім цього, правильне використання ресурсів дозволить кемпінгам популяризувати відпочинок не тільки для туристів, котрі люблять активний відпочинок, а і для тих, хто має собі на меті відвідати архітектурно-історичні об'єкти, музеї, пам'ятки природи, тощо. Ще одною категорією можуть стати ті туристи, що віддають перевагу бюджетному відпочинку, що не люблять бути „прив'язаними” до готельного сервісу (наприклад, до триразового харчування) і т.д.

За даними Головного управління статистики України у Харківській області у 2010 р. кількість екскурсантів була 29185 тис. чол., у 2011 р. – 11171 тис. чол., у 2012 р. – 7617 тис. чол., у 2013 р. – 6083 тис. чол., у 2014 р. – 4085 тис. чол., а у 2015 р. – 6236 тис. чоловік [10].

Враховуючи вищевказані статистичні дані можна зазначити, що у зв'язку із проблемами (політичними, економічними, соціальними), які виникли в Україні за останні роки, потік туристів у Харківському регіоні значно зменшився, у порівнянні із минулими роками. Але з іншого боку слід враховувати, що Харківська область має багато ресурсів, які позитивно впливають на залучення туристів та екскурсантів, як іноземних так і вітчизняних, та на розвиток кемпінгів у регіоні.

Історико-культурна спадщина є важливим джерелом, не тільки для розвитку кемпінгів, а і для поповнення державного та регіонального бюджетів. Також, пізнавальне та історичне значення мають туристичні об'єкти, що пов'язані з історією Харківщини. Про глибокі стародавні корені області свідчать археологічні знахідки на території цього краю. В області збереглися пам'ятки сарматської культури (могильні кургани) в південних районах, пам'ятки ранньослов'янської культури (Зміївський, Краснокутський райони). З метою збереження національного природного багатства, генофонду рослинного і тваринного світу, а також більшої привабливості для туристів-відвідувачів кемпінгів, в регіоні створені 132 заказника, 42 пам'ятника природи, 5 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Всеукраїнське значення мають Краснокутський дендропарк, Шарівський парк, Натальївський парк, ботанічний сад Харківського університету та ін. [7, 9, 11]. Це різноманіття природного багатства відіграє дуже важливу роль у розвитку кемпінгів в рамках туристських кластерів і привабливості Харківського регіону для туристів.

Окрім цього, розвиток кемпінгів стосується і зеленого туризму також [12]. Використання кемпінгів на територіях для цілей зеленого туризму слід розглядати як зов-

нішній прояв типу господарювання, як кінцевий результат процесу організованої взаємодії суспільства з природним середовищем, що дозволить створити відповідний туристський кластер .

Розглядаючи територію, ми маємо справу не стільки з одним цілим, або одним рівнем цілісності, скільки з різними „зрізами” цього об'єкту, що демонструють певну картину цілого [13]. Так, природно-екологічний „зріз” визначає можливості організації на цій території кемпінгів з перспективою створення туристського кластера за рахунок взаємодії всіх елементів.

Ще одним важливим аспектом є розробка маркетингової стратегії, котра є важливою складовою розвитку кемпінгів, яка набуває все більшої актуальності за сучасних умов становлення ринкових відносин в Харкові та області. Для підвищення рівня конкурентоспроможності, зменшення ступеню ризику, розширення ринків збуту та досягнення ефективних результатів необхідно співставити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, потребами споживачів, використовувати свої конкурентні переваги та вдосконалювати слабкі сторони [14].

Всі туристські підприємства потребують маркетингових послуг. Кемпінг не являється виключенням. Метою маркетингу є своєчасне розпізнання, розпізнання й оцінка існуючого або прихованого попиту на послуги, які кемпінги пропонують або можуть запропонувати й направити зусилля кемпінгів на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування необхідних послуг [15].

Та оскільки послуги кемпінгу відрізняється від інших туристичних послуг, з точки зору специфіки надання послуг, то маркетинг повинен враховувати ці особливості. Одне з найважливіших завдань маркетингу в діяльності кемпінгів полягає у встановленні максимально можливого дотримання планомірності. Це забезпечується шляхом вибору оптимальної маркетингової стратегії. Правильна організована маркетингова робота кемпінгу дозволяє гнучко реагувати на зміни ринку, підтримувати високі обсяги продажів, одержувати прибуток, що послідовно створює умови для ефективної роботи даного кемпінгу.

Кемпінги як суб'єкти економічної діяльності, хоча вони не так розвинені як інші засоби тимчасового розміщення, можуть володіти складною і багаторівневою структурою, що включає в себе значне число підрозділів і відділів. Так, в структуру кемпінгові комплексу можуть входити адміністративні, фінансові, маркетингові, науково-дослідні та інші типи підрозділів Харкова та області. Кожне з цих підрозділів здійснює свої функції в рамках визначених для них компетенцій і меж в структурі кемпінгу. У сукупності всі вони є частиною єдиного організаційно-економічного механізму, що створює продукцію.

Через те що кемпінги у Харківській області ще не набули такої популярності як інші засоби розміщення, то можна сказати, що кластерність нова ланка у їх вдосконаленні.

У межах туристичних кластерів можливим є таке поєднання кемпінгів та різних підприємств області, які в одних ситуаціях конкурують між собою, а в інших – співпрацюють для вироблення певних спільних рішень, розробки спільних ініціатив, хоча це в багатьох випадках залежить від структури кластеру [16].

Зараз у Харкові не існує туристських кластерів не тільки пов'язаними із кемпінгами, а і взагалі з туристськими підприємствами, а в Україні їх дуже мало, наприклад: туристсько-рекреаційний кластер „Гоголівські місця Полтавщини”, туристський кластер „Славутич” (м. Славутич, Київська область), громадська організація туристський кластер „Кам'янецький диво край” (с. Колибаївка, Кам'янець-Подільський р-н, Хмельницької області) та ін. Харківська область має багатий ресурсний потенціал для виникнення і розвитку кластерів. Для розвитку кемпінгів кластери можуть бути корисними, оскільки ця модель передбачає не тільки взаємовигідну співпрацю, обмін інформацією, ідеями, технологіями, працівниками, а й обов'язково передбачає наявність конкуренції між кемпінгами та іншими засобами розміщення [17].

Висновки і пропозиції. Сьогодні неможливо уявити собі Харківську область не тільки без вітчизняних, а й іноземних туристів. Для залучення туристів виникає необхідність створення необхідної інфраструктури, важливим елементом якої стають кемпінги та інфраструктура, необхідна для їх функціонування. При цьому слід зазначити, що кемпінги займають важливе місце в економіці багатьох країн, оскільки задовольняють специфічний попит туристів, мандруючих з власним транспортом, бажаючих відпочивати в палатках з мінімальними фінансовими витратами тощо. Однак стан кемпінгів Харкова та області залишає бажати кращого, туристів які подорожують своїм транспортом з кожним днем стає все більше, активно роз-

вивається діяльність міжнародних транспортних компаній, але кількість кемпінгів не підвищуються. Також, ще і досі залишається відкритим питання про необхідний і достатній набір послуг в кемпінгах та їх постійне вдосконалення, оскільки зовсім скоро кемпінги повинні стати помітним атрибутом автостради. Особливе значення для існування кемпінгів грає транспортна система, від якої вони жорстко залежать.

Також, кемпінги мають матеріальну базу, забезпечують зайнятість людей і взаємодіють з багатьма галузями господарства виступаючи своєрідним мультиплікатором діяльності у сфері туризму. Так, у поєднанні з рекреаційним потенціалом області, з добровільно прямо або побічно пов'язаними з туризмом підприємствами, з державною підтримкою можуть утворювати туристські кластери в сільських місцевостях та в рамках ОТГ.

Звідси можливо зазначити, що однією з пріоритетних завдань Харківської області у галузі розвитку туризму і створення туристських кластерів слід зробити наголос на створенні кемпінгів.

Перелік посилань:

1. ДСТУ 4527 : 2006. *Послуги туристичні. Засоби розміщення. Термін та визначення.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.tic.in.ua/?page_id=4425&lang=uk.

2. *Туризм у XXI столітті: глобальні Тенденції і Регіональні Особливості: Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 10-11 жовт. 2001 р. – К. : Вид-во «КІТЕПВ», 2001. – 235 с.*

3. *Діяльність колективних засобів розміщування та туристична діяльність у Харківській області. Статистичний бюлетень: Головне управління статистики України у Харківській області, 2013.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua>.

4. *Туристична діяльність у Харківській області у 2013 році. Статистичний бюлетень: Головне управління статистики України у Харківській області, 2014.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua>.

5. *Туризм, оздоровлення та відпочинок у Харківській області. Статистичний збірник: Головне управління статистики України у Харківській області, 2016.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua>.

6. *Статистичний щорічник. Харківська область у 2015 році: Головне управління статистики України у Харківській області, 2016.* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua>.

7. *Громадськості та керівництву трьох районів Харківщини розповіли, як заробляти на зеленому туризмі* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kharkivoda.gov.ua/news/79405>.

8. *Статистичні дані Головного управління статистики України у Харківській області. Відправлення (перевезення) пасажирів за видами транспорту загального користування за 1995-2015 роки.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/vidpravlennia-perevezennia-pasazhyriv-za-vydamy-transportu-zahalnoho-korystuvannia>.

9. *Туристична інфраструктура* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.omctur.kh.ua/ru/org>.

10. *Статистичні дані Головного управління статистики України у Харківській області. Туристичні потоки за 2000 - 2015 роки.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/turystychni-potoky-2000-2011rr>.

11. *Природно-заповідний фонд і система природних територій і об'єктів, що підлягають особливій охороні* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.harkiv.ru>.

12. *Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи : монографія / за ред. І. М. Писаревського ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2011.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vuzlib.su/articles/118-Досвід,_проблеми_та_перспективи_-_Абрамов_В_В/6.html.

13. *Малий туристичний бізнес в сільській місцевості: обґрунтування передумов розвитку.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vechervkarpatah.at.ua/publ/test/malij_turistichnij_biznes_v_silskij_miscevosti_obgruntuvannja_peredumo_v_rozvitku/6-1-0-1516.

14. *Академия рынка – маркетинг: пер с фр. / [А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар, Р. Оллье и др.]. – М. : Экономика, 1993. – 572 с.*

15. *Сугоняко Д. О. Маркетингові стратегії розвитку туристичних підприємств. Д. О. Сугоняко, Ю. С. Грихно : Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vcndtu/2011_54/24.htm.

16. *Соколенко И. С. Производственные системы глобализации. Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры* [Текст]: монографія / С. И. Соколенко. – К.: Логос, 2002. – 646 с.

17. Левковська Л. В. Формування інноваційних кластерів в Україні / Л. В. Левковська // Продуктивні сили України. – 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/5902/12-Levkovsjka.pdf?sequence=1>.

Стаття надійшла: 12.06.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

Рецензент: д.е.н., проф. Писаревський І.М.

(Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

