

УДК 656.078:338.48

Н.В. Яровая, О.В. Воркунова, Н.С. Степанова

Одесский национальный морской университет

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

В статье рассматривается роль туристической сферы как прогрессивной отрасли народного хозяйства. Внимание уделяется исследованию факторов развития туризма и обоснованию их приоритетности с точки зрения значения в развитии национальной экономики, рост роли государства как туристической дестинации на мировой арене.

Ключевые слова: туристическая услуга, туристический продукт, конкурентоспособность туристической услуги, туристическая сфера, туристическая сфера и бизнес.

Н.В. Ярова, О.В. Воркунова, Н.С. Степанова

Одеський національний морський університет

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ**

У статті розглядається роль туристичної сфери як прогресивної галузі народного господарства. Увага приділяється вивченню факторів розвитку туризму і обґрунтування їх пріоритетності з точки зору значення в розвитку національної економіки, зростання ролі держави як туристичної дестинації на світовій арені.

Ключові слова: туристична послуга, туристичний продукт, конкурентоспроможність туристичної послуги, туристична сфера, туристична галузь і бізнес.

© Яровая Н.В., Воркунова О.В., Степанова Н.С., 2017

N.V. Yarova, O.V. Vorkunova, N.S. Stepanova

Odessa national maritime university

COMPETITIVENESS OF TOURIST INDUSTRY ENTERPRISES

This article reviews of the tourism sector as a progressive branch of the national economy is considered. Attention is paid to research of factors of development of tourism and justification of their priority in terms of significance in the development of the national economy, the growth of the role of the state as a tourist destination in the world arena.

The problem of competitiveness is one of the central ones from the first stages of development of the market economy in Ukraine.

To date, one of the urgent problems is further study of international experience in tourism management, research of the role of the non-state sector, sustainable development and mechanisms for stimulating innovation and investment in tourism in the context of global development of the present.

The state should promote international cooperation and create economic and organizational and legal bases for the development of tourism as a profitable branch of the Ukrainian economy.

Evaluation of the competitive environment involves the definition of competitors, their goals, strategies and opportunities in competition. The study of the competitive environment can be identified as an independent direction of marketing activities, since the state of the competitive environment influences the choice of the marketing strategy of the company, determines the priority of its activities in certain areas. Strong competition in the tourism market is a consequence of the growth in the number of tourist enterprises, which also have similar opportunities and a not sufficiently differentiated tourist product, which hampers consumer behavior. The competitiveness of a tourist product, in comparison with a material pro-duct, is understood as some relative integral assessment

reflecting its differences from the competitor's product and, accordingly, determining its attractiveness in the eyes of the consumer.

The development of tourism in Ukraine is especially important, because it is thanks to tourism that Ukraine can improve the social and economic situation. Taking into account the place and role of tourism in the life of society, the state should declare it one of the priority directions for the development of national culture and economy.

Keywords: *tourist service, tourist product, tourist services competitiveness, tourist sphere, tourist industry and business.*

Постановка проблеми. Проблема конкурентоспособности является одной из центральных с первых этапов развития рыночной экономики в Украине. Безусловно, успех региона, да и страны в целом, определяется конкурентоспособностью отдельных хозяйствующих субъектов. Наиболее значительной и долгосрочной тенденцией, сопровождающей формирование и развитие мирового хозяйства является рост влияния туристических услуг на социально-экономическое положение стран. По данным Всемирного Совета Путешествий и Туризма, на долю туризма и связанных с ним отраслей приходится 8,3 % рабочих мест в мире, 9,3 % международных инвестиций, 12 % экспорта и 3,6 % мирового валового внутреннего продукта.

В сложившихся условиях жестокой конкуренции на рынке, украинские туристические предприятия требуют адекватных инструментов оценки конкурентоспособности, которые позволят разработать и меры по ее повышению. Именно поэтому решение любых национальных проблем должно начинаться с изменений на уровне основного звена экономики – предприятий.

На сегодняшний день, одной из актуальных проблем является дальнейшее изучение международного опыта управления в сфере туризма, исследования роли негосударственного сектора, устойчивому развитию и механизмов стимулирования инновационно-инвестиционной деятельности в сфере туризма в

контексте глобального развития современности. Государство должно содействовать международному сотрудничеству и созданию экономических и организационно-правовых основ становления туризма как доходной отрасли экономики Украины [1].

В течение последних 20 лет ежегодный прирост стоимости круизной индустрии в мире составляет в среднем 7,4 %. Количество круизных туристов ежегодно увеличивается на 1 млн. человек. Такая динамика сохранилась и в кризисном 2009 г. (на фоне сокращения объемов мирового туризма на 4,2 % круизная индустрия продемонстрировала снижение лишь на 1,4 %). Однако, учитывая количество заказов на строительство новых судов, специалисты прогнозируют некоторое замедление количественного роста круизного туризма: количество круизных туристов возрастет с 18100000 человек в 2011 гг. до 21400000 человек в 2016, что означает уменьшение среднегодового прироста в 3,4 %.

Национальный туристический рынок Украины относится к реформированному типу и является рынком страны переходной экономики со средним уровнем социально-экономического развития, которое формирует рыночные структуры и индустрию туризма в соответствии с макрорегиональными (европейскими) стандартами. Сложности функционирования организаций индустрии туризма заключаются в том, что оценка качества туристических услуг потребителем достаточно субъективна и зависит от различных факторов: общеэкономических, культурных и общественно-психологических, социально-демографических и лично-поведенческих.

Вопросам конкурентоспособности в современной науке уделено достаточно внимания и учеными достигнуты, несомненно, значительные успехи. Однако в большинстве работ объектом исследований являются промышленные предприятия.

С учетом явно недостаточной разработанности проблемы конкурентоспособности предприятий сферы услуг в целом и туристических предприятий в частности, а также принимая во

внимание интенсивность развития туристического комплекса Украины и региональные особенности его функционирования, исследования в данной сфере приобретает особую актуальность.

В сложившихся условиях жесточайшей конкуренции на рынке украинские туристические предприятия нуждаются в адекватных инструментах оценки конкурентоспособности, которые позволят разработать и мероприятия по ее повышению.

Обзор последних исследований и публикаций. Важными в этом направлении являются исследования отечественных и зарубежных ученых-экономистов: Н.Б. Бурениной, М. Портера, Р.А. Фатхутдинова, А.А. Демченко, В.В. Жолудевой, Н.Н. Липартелиани, Н.В.Черненко, Ч.Г. Хорнгрена, Дж. Фостера. Актуальным и перспективным является дальнейшее изучение международного опыта управления в сфере туризма, исследование роли негосударственного сектора, вопросов устойчивого развития и механизмов стимулирования инновационно-инвестиционной деятельности в сфере туризма в контексте глобального развития современности [1].

Исследование Биржакова М.Б. и Никифорова В.И. посвящено туристическим перевозкам, в которых яхтенный туризм рассматривается как составляющая морского транспорта, определяется его место в составе туристической индустрии, характеризуются основные виды яхтенных путешествий [9].

Работа Гуляева В.Г. рассматривает технологии обслуживания туристов различными видами транспорта, приведены преимущества, недостатки и мотивация туристических путешествий [14; 15].

Вопрос перевозки туристов морским транспортом отражены в работах Гуляева В.Г., Жихаревой В.В., Мальской М.П., Власенко А.С., Шибяева А., Шпилько С.П. [14; 15; 16].

Развитие туризма в Украине особенно важно, поскольку именно благодаря этой сфере можно улучшить социально-экономическую ситуацию в стране [1].

Учитывая это, государство должно способствовать международному сотрудничеству и созданию экономических и организационно-правовых основ становления туризма как прибыльной отрасли экономики Украины [1].

Задачи исследования. Целью данной статьи является определение значения конкурентоспособности, как важного инструмента эффективной деятельности предприятия, призванного обеспечить координацию, взаимодействие и согласованность отдельных элементов управления для достижения стратегических целей туристической компании, анализ тенденций развития туризма.

Рынок представляет собой ту сферу общественных отношений, где продукты, конкурируя между собой, проходят сравнение и проверку на соответствие требованиям потребителей и где выявляется их отклонение от этих требований. При совершении покупки каждый индивидуальный покупатель осуществляет процесс выбора необходимого ему продукта среди ряда аналогов и приобретает только наиболее удовлетворяющий его потребности [4].

Основной материал исследования. Закон Украины «О туризме» характеризует туризм как временный выезд граждан с места постоянного жительства в оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых целях без занятия оплачиваемой деятельностью [7].

Государственную туристическую политику на рынках международного и внутреннего туризма внедряет Государственная туристическая администрация Украины путем координации интересов государственных и местных органов власти, некоммерческих организаций и коммерческих субъектов рынка. Перестраивается система подготовки кадров для туризма и координируются усилия в этом направлении [6].

Туристическая услуга – совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающих целям туризма, характеру и направленно-

сти туристической услуги, тура, туристического продукта и не противоречащих общечеловеческим принципам морали и порядка [9].

Однако туристским услугам наряду со специфическими характеристиками услуг присущи также и отличительные особенности [9].

Большое значение имеет фактор сезонности (маркетинговые мероприятия туристской организации будут отличаться в пик сезона и межсезонье). При выявлении особенностей туристского рынка важное место должно отводиться не только категории «туристское предложение» и рассмотрению понятия «туристская услуга», но и понятию «туристский спрос», в концепции которого приоритетное место отводится потребителю, чьи нужды и желания туристские организации предполагают удовлетворять [9].

При оценке эффективности реализации комплекса мероприятий и их социально-экономических последствий в отрасли туризма преследуются следующие основные цели:

- становление Одессы как наиболее перспективного города для развития морского, в том числе туризма, благодаря выгодному геополитическому положению;
- формирование конкурентоспособного, соответствующего международным стандартам туристического продукта, направленного на максимально эффективное использование морского потенциала Одессы;
- разработка региональных программ и проектов развития туристической отрасли и определение этапности реализации программ;
- привлечение отечественных и зарубежных инвесторов с целью обеспечения финансирования проектов по развитию туризма;
- восстановление роли малотоннажного пассажирского транспорта в туристской системе;
- повышение эффективности кадрового обеспечения туристской отрасли;

- создание единой системы нормативно-правового обеспечения с подсистемой государственной поддержки и регулирования, направленной на обеспечение условий наибольшего благоприятствования для развития яхтенного туризма и содействующей росту въездного потока как внутренних, так и иностранных туристов;

- поддержка развития предпринимательства в сфере туризма и смежных отраслях;
- внедрение прогрессивных форм, методов и технологий обслуживания;
- содействие сохранению и оздоровлению окружающей природной среды.

При разработке концепции комплексного развития туризма в Украине необходимо учитывать его сезонность.

Рассмотрим факторы, определяющие сезонность туристической отрасли на рисунке [14; 15].



Рис. Классификация факторов, оказывающих влияние на сезонность туристической отрасли

Перечисленные факторы можно условно подразделить на первичные и вторичные [8].

К первичным относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий, ко вторичным – все остальные. Если первичные факторы практически не поддаются регулированию, то вторичные факторы можно рассматривать как реальную возможность для влияния на сезонную неравномерность. При этом стабилизация сезонной неравномерности должна происходить не за счёт снижения интенсивности туристских потоков во время главного курортного сезона, а за счёт его удлинения.

Наибольшее влияние на сглаживание сезонных колебаний в туризме могут оказать материально-технические и технологические факторы, посредством которых возможно создание альтернативных форм туризма в яхт-клубах и комбинирование традиционных и нетрадиционных видов услуг.

Экономический эффект от развития туризма в регионе проявляется прежде всего в создании дополнительных рабочих мест в туристской индустрии, повышении занятости населения, а также в стимулировании развития слабых в экономическом отношении регионов.

Кроме прямого влияния индустрии туризма на экономику в целом существует косвенное влияние, которое известно под названием «эффект мультипликации».

Прямое влияние туризма можно определить как результат расходов туриста на покупку товаров и услуг в данном регионе.

Косвенное влияние осуществляется за счёт повторных затрат, произведённых туристом в данном регионе. Средства, которые тратит турист в месте назначения, создают доход, что приводит к цепной реакции «расходы – доход – расходы» [9].

Помимо доходов, полученных туристскими агентствами от реализации круизного или яхтенного туров, и доходов, полученных государством в бюджет от портовых сборов и налогов, регион получает и средства, которые туристы тратят при заходе

судна (яхты) в порт. На эти средства туристская фирма покупает местные (региональные) товары и услуги. Продавцы этих товаров и услуг, получив деньги от туристов, выплачивают заработную плату своим работникам, которые, в свою очередь, тратят их на покупку товаров, оплату услуг и т.д. [9].

Установлено, что положительное влияние туризма на экономику государства происходит лишь в том случае, если туризм в стране развивается всесторонне, то есть не превращает экономику страны в экономику услуг. Другими словами, экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм в стране должен развиваться параллельно и во взаимосвязи с другими отраслями социально-экономического комплекса [10].

Таким образом, при рассмотрении механизма поступления денежных средств в развитие яхтенного туризма, следует учитывать, что критерием эффективности функционирования туризма является совокупность экономических эффектов, связанных с получением доходов не только от роста объёмов продаж услуг предприятий туристской отрасли, но и от увеличения прибыли предприятий и организаций других секторов экономики.

Украина принадлежит к странам, где туризм как активный способ проведения досуга поощрялся государством, пропагандировался и стимулировался путем социализации туристических услуг и потому был воспринят большинством населения как составляющая образа жизни.

Улучшение уровня и условий жизни вводит туризм к потребительской общественной модели, особенно городскому населению, стимулируя спрос и формируя рынок туристических услуг [6].

Туристическая политика Украины на рынке международного туризма базируется на активной маркетинговой стратегии, направленной на стимулирование иностранного туризма путем создания позитивного туристического имиджа страны как страны безопасного и комфортного пребывания. С этой целью вводится упрощение визовых формальностей, перестраивается

индустрия туризма и повышается в соответствии с европейскими стандартами качество обслуживания [6].

Национальный туристический рынок Украины принадлежит к реформированному типу и является рынком страны переходной экономики со средним уровнем социально-экономического развития, которое формирует рыночные структуры и индустрию туризма в соответствии с макрорегиональными (европейскими) стандартами [7].

Современный этап характеризуется относительно незначительным участием в мировом туристическом процессе и преобладанием экспорта туристических услуг.

Черное море по своему географическому положению не является транзитным, следовательно, для того, чтобы выделиться в самостоятельное направление для массового круизного туризма не менее 5 портов должны иметь инфраструктуру, способную обслуживать суда длиной более 300 м.

Сегодня такую инфраструктуру имеют два Черноморских порта – Одесса (Украина) и Констанца (Румыния).

Конкурентные преимущества Черноморского региона в развитии въездного туризма могут обеспечиваться позиционированием портов на международном круизном рынке в качестве нишевых.

Для обслуживания судов нишевого сектора подходят 11 портов Черного моря: Одесса (Украина), Бургас, Несебр, Варна (Болгария), Констанца (Румыния), Новороссийск, Сочи (Россия), Батуми (Грузия), Трабзон, Самсун, Синоп (Турция).

К конкурентным преимуществам Черноморского региона с позиций круизного судоходства относятся:

- возможность посетить в течение одного круиза несколько стран;
- равноудаленность портов, позволяет осуществлять комфортабельные ночные переходы;
- расположение пассажирских портов в непосредственной близости от центра города в большинстве портов Черного моря;

- наличие на территории городов посещения большого количества памятников архитектуры и градостроительства;
- разветвленная транспортная сеть;
- развитая индустрия развлечений и досуга;
- наличие оборудованных мест для пляжного отдыха и рекреации туристов круизных маршрутов.

Значительное влияние на спрос в сфере туристских услуг оказывают такие изменения в общественной психологии потребления, как информированность, высокий уровень образованности, большая требовательность к комфорту и качеству услуг, индивидуализм, экологизация мышления потребителя, мобильность, физическая и умственная активность на отдыхе, стремление получать от жизни как можно больше впечатлений [10].

Выбор туристской организацией наиболее эффективных средств по привлечению потребителя к туристскому продукту невозможен без четкой проработки самого процесса принятия решения о покупке турпродукта потенциальным туристом [10].

Решение потребителя о покупке турпродукта предполагает оценку и выбор единственного турпродукта из альтернативного ряда и выбор подходящего набора различных услуг, предлагаемых организациями индустрии туризма [9].

Не существует такой услуги, которая может быть реализована на рынке, если она не произведена в соответствии с потребительским спросом. Адресность туристской услуги является залогом ее продажи. Понимание мотивов потенциального туриста имеет огромное значение при планировании, формировании и организации процесса реализации туристской услуги. Это дает возможность производить и предлагать на рынок такую туристскую услугу, которая в наибольшей степени соответствует потребительским ожиданиям.

Выявление, знание и использование туристских мотивов должны стать важнейшей стратегией туристской организации, ориентированной на определение рыночных потребностей и создание новых видов турпродукта. Туристские мотивы как

определяющий компонент спроса должны быть положены в основу деятельности туристских организаций.

Таким образом, понимание туристских мотивов позволяет обеспечивать соответствие спроса и предложения и, как результат, повышение конкурентоспособности организации за счет удовлетворения потребностей туриста в конкретном туристском продукте [9].

Перед организациями индустрии туризма стоит задача предложения потребителям такой туристской услуги, которая бы максимально учитывала туристские мотивы и была уникальна в своем роде. Этого можно достигнуть путем разработки туристской услуги с учетом индивидуальных особенностей потребителей, а также удовлетворения их ключевых потребностей.

Учет туристской организацией столь сложных факторов влияет на повышение ее имиджа, говорит о высоком профессионализме. Поэтому отношение туристских организаций к мотивации потребителя, учет возможных барьеров путешествий становятся существенными в борьбе за клиента и приводят к дальнейшей диверсификации туризма и персонификации запросов потребителей, созданию туристских услуг с отличительным качеством и новизной [9].

В конечном итоге конкурентное преимущество получают те туристские организации, которые всесторонне учитывают особенности потребительского восприятия услуг и всемерно используют маркетинговые технологии воздействия на этот процесс.

Оценка конкурентной среды предполагает определение конкурентов, их целей, стратегий и возможностей в конкурентной борьбе. Исследование конкурентной среды можно выделить в самостоятельное направление маркетинговой деятельности, поскольку состояние конкурентной среды влияет на выбор маркетинговой стратегии фирмы, определяет приоритетность ее деятельности на определенных направлениях [11].

Усиленная конкуренция на туристическом рынке является следствием роста численности туристических предприятий, которые к тому же имеют подобные возможности и недостаточно дифференцированный туристический продукт, что затрудняет потребительское поведение.

Конкурентоспособность туристического продукта, по сравнению с материальным продуктом понимается как некая относительная интегральная оценка, отражающая его отличия от продукта-конкурента и, соответственно, определяющая его привлекательность в глазах потребителя [11].

На сегодняшний день совершенно очевидным является тот факт, что инфраструктура рынка туризма в Украине развита довольно слабо, поскольку существует ряд причин, по которым её развитие не может происходить динамично. В то же время в Украине сложились более, чем благоприятные условия для развития прибыльной туристической отрасли по сравнению со многими странами СНГ [12].

Исходя из вышесказанного, необходимо отметить, что государству следует уделить внимание реализации следующих направлений:

- привлечение иностранных инвесторов для строительства отелей, путем упрощения законодательства в инвестиционной сфере. Строительство отелей, в свою очередь, может увеличить занятость населения;

- увеличение количества учреждений образования по подготовке кадров туристической деятельности и увеличение требований по подготовке кадров в соответствии с мировыми стандартами;

- упрощение и ускорение процесса оформления виз, а также отмена визового режима для ряда стран;

- необходимость снижения отельного сбора и содействие малым и средним предпринимателям, с целью привлечения для создания небольших отелей семейного типа среднего класса;

- сбережение выдающихся исторических и культурных памятников;

- улучшение состояния дорог, которыми наиболее недовольны туристы, путешествующие автотранспортом, а также обустройство туристической инфраструктуры в сети международных транспортных коридоров;

- создание эффективной системы распространения информации об Украине и разработка общими усилиями государства и туристических субъектов предпринимательства маркетинговой стратегии выхода Украины на международный рынок туристических услуг как равноправного конкурента;

- улучшение качества в отелях, учреждениях питания и других объектах туристической инфраструктуры, путем внедрения более жесткого присмотра со стороны контролирующих органов;

- разработка программ регионального развития туристической отрасли и реализация уже существующих;

- определение четкой государственной стратегии в сфере приватизации земельных участков в курортно-рекреационных зонах;

- развитие и совершенствование туристических направлений, таких как молодежный и экологический туризм, экстремальные виды отдыха и т.д.;

- активизация рекламной кампании за рубежом, в том числе при поддержке государства;

- диверсификация отечественного рынка туризма по набору услуг, цене и по интегральному показателю «цена-качество» и т.д. [12].

Выводы. На фоне бурного развития мирового туризма в условиях интенсивных глобализационных процессов возникает вопрос о месте нашего государства на мировом рынке туристических услуг, как конкурентоспособного участника. Украина имеет все объективные предпосылки для интенсивного развития внутреннего и иностранного туризма: особенности географического положения, рельефа, благоприятный климат, богатство

природного потенциала, историко-культурного потенциала и туристическо-рекреационного потенциала [13. С.168].

Развитие туризма в Украине особенно актуально, поскольку именно благодаря туризму Украина может улучшить социально-экономическую ситуацию. Принимая во внимание место и роль туризма в жизни общества, государство должно провозгласить его одним из приоритетных направлений развития национальной культуры и экономики.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондаренко М.П. Туристический сектор экономики Украины: реалии и перспективы / М.П. Бондаренко // Экономика и прогнозирование: Научно-аналитический журнал. – К., 2011. – № 1. – С. 104-119.
2. Вуйцик О. Влияние рекреационно-туристического комплекса на развитие экономики государства / О. Вуйцик // Вестник Львовского университета. Серия «Международные отношения». – Львов, 2008. – № 24. – С. 35-42.
3. Гостева Н.П. Место туристической индустрии Украины в мире / Н.П. Гостева // Государство и регионы: Научно-производственный журнал. Серия «Государственное управление». – Запорожье, 2009. – № 2. – С. 45-50.
4. Мельник А.О. Перспективы развития отечественного туризма в условиях евроатлантической интеграции / А.О. Мельник, И.А. Чаплич // Вестник Хмельницкого национального университета: Научный журнал. – Хмельницкий, 2009. – № 1. – С. 76-80.
5. Рега М.Г. Туристический бизнес в экономическом пространстве Украины / М.Г. Рега // Теоретические и прикладные вопросы экономики: Сб. научн. трудов. – К., 2009. – № 19. – С. 299-303.

6. Смаль В. Туризм и устойчивое развитие / В. Смаль, И. Смаль // Вестник Львовского университета. Серия географическая. – Львов, 2005. – № 32. – С. 163-173.
7. Суходуб В.С. Роль международного туризма в экономическом развитии стран мира / В.С. Суходуб // Научный вестник Волынского государственного университета имени Леси Украинки. – Луцк, 2007. – № 12. – С. 245-251.
8. Темник И.О. Условия и факторы развития международного туризма / И.О. Темник // Эффективная экономика: [Электронное научное профессиональное издание]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua>
9. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії / С.Ю. Цьохла. – Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2009. – Т. 22 (61). – № 2. – С.373-380. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm
10. Онищук О.Б. Предложение услуг предприятиями отрасли / О.Б. Онищук // Студенческая библиотека онлайн: [Электронное издание]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1741879/ekonomika/turisticheskij_rynok
11. Правик Ю.М. Маркетинг туризма: Підручник / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.
12. Темник И.О. Условия и факторы развития международного туризма / И.О. Темник // Эффективная экономика: [Электронное научное профессиональное издание]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua>

13. Смаль В. Туризм и устойчивое развитие / В. Смаль, И. Смаль // Вестник Львовского университета. Серия географическая. – Львов, 2005. – № 32. – С. 163-173.
14. Ярова Н.В. Популярні туристські довідники на ринку круїзних послуг / Н.В. Ярова, О.В. Воркунова, Н.В. Рябоволенко // Тези доповідей. V Всеукраїнська наук. конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Економіко-правовий розвиток сучасної України». – Одеса. – 20-21 листопада 2015 р. – С. 56-58.
15. Ярова Н.В. Механізми стимулювання розвитку яхтового туризму / Н.В. Ярова, О.В. Воркунова // Сучасні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні в контексті інтеграції в ЄС: Матеріали Першої Всеукраїнської науково-практичної конференції, (Одеса, 22-23 квітня 2015 р.): Зб. наук. праць. – Вип. 1. – Т. 1. – Одеса: Магістр, 2015. – С. 60-62.
16. Yarovaya N.V. Perspectives of yacht tourism in Ukraine // Сб. научн. трудов SWorld. – Вып. 3. – Т. 1. – Иваново: МАРКОВА АД, 2013. – С. 10-14.

Стаття надійшла до редакції 27.09.2017

Рецензенти:

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри Національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія» **В.О. Котлубай**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри
«Підприємництво» Одеського національного морського
університету **Г.С. Махуренко**