

УДК 658

**Нагорняк Г., Головко С.**

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІННОВАЦІЇ ЯК ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ**

***Анотація.** Головні шляхи розвитку туристичної сфери України, які використовують інноваційні шляхи як сервісні послуги що описані в даній статті.*

***Ключові слова:** іновації, туризм, сервісні послуги*

**Nahornyak H., Golovko S.****INNOVATIONS AS PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF TOURIST SPHERE OF UKRAINE**

***Abstract.** The prior ways of Ukraine`s tourist`s sphere are examined, innovative ways of services proposition are described in the article.*

***Постановка проблеми.** Туризм є одним з факторів, які впливають на розвиток інших галузей суспільного виробництва, оскільки задоволення потреб у відпочинку, що є важливою частиною туризму, здійснюється не лише туристичними підприємствами, але й підприємствами інших галузей суспільного виробництва.*

Останнім часом туризм набув значення соціального явища. Він перейшов з категорії елітного продукту в категорію продукту, доступного споживачеві. На початковому етапі свого розвитку туризм розглядався як елемент соціально-культурного впливу. У теперішній час він вважається економічним і соціальним явищем. Сфера туризму є важливою частиною економіки будь-якої демократичної держави, а в наших умовах має важливе значення у соціально-економічних перетвореннях. Недооцінювання необхідності використання нових технологій для організації сфери туризму призведе до втрати можливостей використання цього сектора у збільшенні благополуччя нашої країни, зростанні економіки.

Сучасний туризм вважається однією з перспективних галузей, що набуває швидкого розвитку в Україні. У багатьох країнах світу туризм забезпечує мільйонні прибутки. Як невід'ємна складова світової економіки, за обсягами діяльності та прибутками туризму належить одне з провідних місць.

Не випадково у процесі розвитку ринкових відносин в Україні туризм стає однією з небагатьох сфер бізнесу, що викликає значну зацікавленість серед українських підприємців. По-перше, туристична діяльність, за своєю сутністю є посередницькою діяльністю і не потребує значних інвестицій для започаткування бізнесу. По-друге, на туристичному ринку можливі вигідні взаємовідносини між великими, середніми та малими туристичними підприємствами. По-третє, туризм є перспективною галуззю, оскільки задовольняє постійно зростаючий попит населення України на якісний відпочинок у провідних туристично-рекреаційних комплексах світу і має тенденції до подальшого зростання. Україна, із свого боку, володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом і має всі передумови, щоб увійти до найрозвинутіших у туристичному відношенні країн світу.

Економічна ефективність функціонування туризму визначається його формою, яка передбачає набір послуг, що задовольняють потреби туристів. Організація та управління у сфері туризму тісно пов'язані з таким поняттями, як «туристична індустрія» та «туристична політика».

Туристична індустрія – це сукупність засобів розміщення; транспортних засобів; об'єктів харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення; організацій, які здійснюють туроператорську та турагентську діяльність, а також організацій, які пропонують екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів. Туристична індустрія має у своєму розпорядженні значну матеріально-технічну базу, забезпечує зайнятість більшої чисельності людей та взаємодіє зі всіма галузями економічного комплексу.

Ефективне функціонування системи туризму неможливе без планування, регулювання, координації та контролю з боку структур, які відповідають за його розвиток. Це обумовлює необхідність розроблення та реалізації туристичної політики. Туристична політика – це система методів, заходів соціально-економічного, правового, внутрішньополітичного, культурного та іншого характеру, яка здійснюється владними, державними, приватними організаціями та закладами з метою створення умов для розвитку туристичної індустрії, раціонального використання туристичних ресурсів, підвищення ефективності функціонування системи туризму.

Туризм є специфічною формою діяльності людей, якою обов'язково потрібно управляти. Тому процес управління у сфері туризму повинен опиратись на певні особливості даної галузі. У відповідності до цього можна виділити ряд загальних рис, характерних для управління у сфері туризму: пріоритет бажань кінцевих користувачів при плануванні туристичної діяльності; неперервність туристичної послуги; велике значення маркетингу у туристичній галузі; унікальність туристичної послуги.

У сучасному світі ринок диктує закони, згідно з якими всі його учасники повинні мати рівні права та нести однакову відповідальність. Відсутність фінансової відповідальності перед туристами та державою, тіньові махінації, обман клієнтів – все це шкодить інтересам галузі та іміджу України.

**Метою статті** є визначення ролі туристичних послуг у новій економіці та окреслення інноваційних напрямів їхнього розвитку на світовому рівні та в Україні, який представляє собою об'єднані сфери створення та економічного освоєння нових технологій, які містять високий потенціал саморозвитку та сприяють інтеграції національних господарств у світову економіку.

На сьогодні можна визначити такі світові тенденції розвитку інноваційної діяльності:

- проблеми освоєння інноваційних технологій є ключовими для більшості розвинених країн;
- інтелектуальний продукт досліджень є першоосновою виробничих інновацій;
- сформувався вид товару як результат інтелектуальної діяльності;
- розвивається ринок технологій і ліцензій;
- система охорони промислової діяльності є обов'язковим атрибутом розвинених держав;
- виробничо-технологічний сектор світової економіки та промисловість, особливо у сфері високих технологій, стають за своїм змістом глобальними.
- найбільш актуальна тематика наукових досліджень представлена розробками у сфері інформаційних технологій (ІТ) та захисту навколишнього середовища (важливе місце відведено дослідженням у сфері живої матерії, включаючи медичну тематику, і технологіям розробки альтернативних джерел енергії та енергозбереження);
- прогрес у технологіях переробки інформації, системах телекомунікацій та фінансових технологій веде за собою формування єдиного світового ринку товарів, капіталу та праці. Становище країни в геополітичній конкуренції у XXI ст. визначає освіта і здоров'я населення, розвиток науки, можливості інформаційного середовища, розвиток ключових виробничо-технологічних систем новітнього технологічного укладу, здатність господарського механізму генерувати високу інноваційну активність, стан системи освіти і охорони здоров'я.

До тенденцій, які можна спостерігати сьогодні в розвитку глобальних та макроекономічних умов, що сприяють технологічному прогресу і будуть дієвими протягом найближчих десятиріч, відносять наступні: постійне зростання продуктивності праці, оскільки конкуренція сприяє нововведенням; послаблення обмеження дій ринкових сил; зниження ступеня державного регулювання; подальша лібералізація світової торгівлі, розвиток практики зарубіжних інвестицій та міжнародного обміну технологіями; інтеграція зростаючої кількості країн, у тому числі й тих, що мають великі внутрішні ринки, в світову економіку. При цьому потрібно враховувати той факт, що наявність даних тенденцій не може автоматично призвести до широкого розповсюдження в економіці України наукоємного виробництва та високих технологій. Для цього необхідні створення та всебічна підтримка механізму науково-технологічного розвитку як системи взаємовідносин між державою, науково-технологічною сферою та ринковими силами, покликаних забезпечити постійне вдосконалення та оновлення технологічної бази виробництва.

Важливе значення для країни та її населення мають інновації у споживчому секторі економіки, який слугує задоволенню потреб населення в товарах та послугах. Саме тут проявляється соціально-економічна ефективність господарської та інноваційної діяльності, її кінцевий результат.

Проведені науковцями дослідження дозволяють виявити певні закономірності розвитку споживчого сектора:

1) він відіграє провідну роль у структурі економіки – забезпечує відтворення людського капіталу і споживає основну частину ВВП;

2) у ньому відображається взаємодія всіх рівнів відтворення, галузей економіки, форм власності, ринкового і неринкового секторів економіки;

3) цей сектор став першоджерелом економічного зростання, розширеного відтворення;

4) динаміка споживчого сектора здійснюється закономірно нерівномірно, циклічно: періоди швидкого зростання змінюються періодами стагнації і навіть скороченням під час економічної кризи та природних катаклізмів;

5) він є першоджерелом інноваційного оновлення економіки;

6) спадковий генотип споживчого сектора є стійким, зберігається протягом тисячоліть, постійно розширюючись від покоління до покоління;

7) здатний модифікуватися при зміні технологічних та економічних засобів виробництва, технологічних укладів, поколінь техніки та технологій;

8) у ньому здійснюється інтенсивний відбір товарів і послуг.

При прогнозуванні і визначенні інноваційної стратегії розвитку туризму, проведенні маркетингових досліджень ринку туристичних послуг необхідно враховувати як дію вищезазначених закономірностей розвитку споживчого ринку, так і тенденції його інноваційного оновлення, а саме – характеристики трьох хвиль базових інновацій в ХХ ст., які радикально змінили структуру ринку та пов'язані із засвоєнням і розповсюдженням технологічних укладів. Дані хвилі чітко виражені в країнах Заходу та в Японії. Початок бурхливого розвитку індустрії туризму припадає на третю хвилю базових інновацій – 80-90-і роки ХХ ст., і пов'язаний він із освоєнням п'ятого технологічного укладу (домашні комп'ютери, Інтернет, мобільний зв'язок, біотехнології, генетично модифіковані продукти, лікарські препарати, розвиток туристичних послуг).

Туристично-рекреаційна сфера як важлива складова національної економіки набуває все більшого значення та швидко інтегрується у світову туристичну індустрію. Її розвиток впливає на такі сфери економіки як транспорт, сільське господарство, торгівля, зв'язок, будівництво і є одним з найбільш перспективних напрямків структурної переорієнтації економіки. Збільшення ролі туризму в житті сучасного суспільства пов'язано з перерозподілом виробництва, перенасиченням ринку товарами повсякденного попиту, підвищенням рівня життя населення, чітким виділенням середнього класу суспільства і вивільненням у населення часу, який можна витратити на дозвілля.

Зацікавленість країн у розвитку туризму пов'язана з наступними особливостями:

- менша, порівняно з сучасними промисловими галузями, капіталоемність;
- здатність забезпечувати нові робочі місця, підвищуючи зайнятість населення;
- задовільний вплив на економіку регіонів; приплив іноземної валюти і, відповідно, задовільний вплив на сальдо платіжного балансу та інше.

Є ряд причин відставання та недосконалого функціонування туристичної галузі в Україні:

- відсутність механізмів регулювання українського ринку туристичних послуг, застосування різних форм стимулювання туристичної діяльності суб'єктів підприємництва;
- відсутність програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів.

На нашу думку, основними перешкодами для інновацій у туристичному бізнесі є небажання знизити опір інноваціям всередині самих організацій та непорушність комунікаційних бар'єрів між вченими та управлінцями.

Для організацій у сфері туризму продуктова інновація є визначальною і часто первинною, яка викликає в циклі інноваційних перетворень необхідність проведення технологічних та інших нововведень. Продуктова інновація – нова продукція, яка споживається у сфері виробництва (у вигляді засобів праці) або у сфері споживання (як предмет споживання чи праці).

Можна виділити два основні типи інновацій, які відносять до туристичної сфери:

- 1) поліпшуючі, при яких проходить оновлення окремих параметрів туристичного продукту, не змінюючи його сутності;
- 2) проривні, які спричиняють перехід на новий, більш високий рівень розробки і виробництва.

Інноваційність продукту надає йому додаткову цінність в очах споживачів, оскільки додаткові споживчі властивості, які відповідають очікуванням споживачів, стають важливим ціновим чинником, здатним принести додаткову вигоду бізнесу, котрий випускає даний продукт на ринок.

Показниками успіху інновацій у туризмі є наступні:

- 1) необхідність співробітництва вчених та керівництва туристичних компаній у процесі розроблення та впровадження інновацій та об'єктивний відбір інноваційних програм;
- 2) ефективна кадрова політика;
- 3) готовність до практичного використання інновацій.

Обов'язковою складовою успіху в діяльності туристичної компанії повинен бути також процес планування науково-технологічної роботи, який повинен включати:

- встановлення конкретних цілей наукових досліджень;
- узгодження їх організації з головними довгостроковими технологічними небезпеками та перспективами;
- розробка загальної ділової стратегії, частиною якої є наукові дослідження;
- розробка процедури оцінки науково-дослідницьких проектів у світлі цілей та можливостей компанії;
- організація наукових досліджень і виробництва таким чином, щоб забезпечити максимальне переміщення технології із сфери наукових досліджень у практику.

Досліджуючи стан розвитку туризму в Україні, робимо висновок, що стратегічним інноваційним пріоритетом у даній сфері має бути технологічне перетворення внутрішнього та міжнародного туризму, яке забезпечить більш повне використання вітчизняного туристичного потенціалу і притік коштів для соціокультурної сфери та розвитку регіонів.

Потрібна довгострокова цільова державна інноваційна програма та відповідні регіональні програми щодо модернізації технологічної бази міжнародного і внутрішнього туризму, виконання якої дозволить:

- побудувати чи модернізувати мережу готелів, ресторанів;
- розвивати туристично-транспортні маршрути;
- розбудувати річковий туристичний флот;
- забезпечити маршрути сучасними засобами зв'язку, транспортного обслуговування;

- поліпшити якість доріг та дорожнього сервісу для автотуристів;
- підвищити безпеку перебування іноземних туристів у країні;
- створити портали і сайти Інтернету, мультимедійні диски туристичних маршрутів, культурно-історичних центрів, природних ландшафтів, заповідників та інше.

На нашу думку, необхідно використовувати вагому частку доходів від туризму для розвитку інфраструктури туризму, підтримки закладів культури, збереження і реставрації культурно-історичних пам'яток.

Одним із стратегічних напрямів розвитку туристичної сфери України є формування туристично-рекреаційного комплексу регіонів. Туристично-рекреаційний комплекс об'єднує систему туристично-рекреаційних закладів, підприємства, що їх обслуговують, інфраструктури та інші галузі, які мають тісні виробничі та економічні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та інших потреб населення.

На сьогодні перед науковцями постають наступні завдання: розробка регіональних програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів; формування системи стимулювання господарської діяльності суб'єктів підприємництва; розробка методичного інструментарію для застосування при аналізі передумов, можливостей і доцільності створення та функціонування суб'єктів господарювання туристично-рекреаційного спрямування; визначення пріоритетних напрямів вдосконалення механізму державного регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери.

Одним з напрямків реалізації стратегії повинно стати інформаційне забезпечення цивілізованого туризму (історичного, культурного, екологічного та освітнього) та вміння застосовувати інструменти інноваційного маркетингу. Система маркетингу може ґрунтуватися на ставленні до того, що означає здійснення ділової угоди; здійснення кожної нової ділової угоди сприяє добробуту суспільства, а конкретному бізнесу приносить прибуток; ідея конкуренції у сучасному господарському житті стає вже перешкодою для розвитку.

Концепція сучасного інноваційного маркетинг-менеджменту відображає дотримання компанією теорії і практики суверенітету споживача: пропонувати і забезпечувати те, що потрібно споживачу та отримувати прибуток за рахунок якнайповнішого задоволення його потреб. Менеджер туристичної компанії, який діє за принципами сучасного інноваційного маркетинг-менеджменту, досягає поставлених перед організацією цілей шляхом якнайповнішого задоволення комерційних цілей і потреб через гармонізацію відносин між туристами (споживачами) та турагентами з орієнтацією на пріоритети споживача. Основна мета інноваційного-маркетингових операцій – отримати високі комерційні результати, певний прибуток за певний час у межах наявних ресурсів і виробничих можливостей, завоювати заплановану частку ринку тощо.

Інноваційний маркетинг-менеджмент у системі організації туристичної компанії повинен спрямовуватися на залучення споживачів і збереження їхньої лояльності у довгостроковому періоді. Звідси реальним завданням маркетинг-менеджменту мають бути такі:

- визначення цільових ринків, які зумовлюються рівнем платоспроможності попиту і спроможністю організації щодо обслуговування;
- маркетингові дослідження з метою отримання й аналізу інформації про існуючі та потенційні потреби клієнтів на обраних ринках;
- розробка послуг, які задовольнятимуть потреби та бажання;
- планування маркетинг-міксу з метою пропозиції клієнтам комплексу послуг;
- спостереження для забезпечення стійкого інформаційного каналу за ступенем задоволення клієнтів та постійним удосконаленням послуг і маркетинг-міксу відповідно до зміни потреб споживачів і конкурентного середовища.

Світова практика показує, що в сфері туризму держава виділяє кошти передусім на

фінансування рекламно-інформаційної діяльності: проведення виставок, ярмарків, видання буклетів, журналів та газет, розвиток послуг туристичних електронних мереж.

І має з цього зиск.

Професіонали в галузі маркетингу та реклами туристичної сфери шукають можливість захоплення нових інформаційно-реklamних ринків. Електронний канал маркетингу та збуту – занадто загальне поняття. У сітках присутній цілий ряд служб, які дозволяють його реалізувати. Одна з них – WWW – стрімко завойовує популярність у цілому світі. Головна перевага WWW полягає у високій швидкості розповсюдження інформації будь-якого типу (текстового, графічного, аудіо, відео) та відсутності додаткових витрат на виготовлення друкованої продукції та сплату міжміських та міжнародних поштових чи транспортних тарифів.

При організації роботи з продуктовими інноваціями слід також направляти зусилля на вирішення проблем управління технологічними інноваціями в туризмі, серед яких виділяють наступні:

- вплив технологічних нововведень на ефективність туристичного бізнесу;
- проблеми управління в умовах технологічних інновацій;
- стратегії розвитку бізнесу на базі нових технологій;
- дослідження і розробки у сфері розвитку світового туристичного бізнесу;
- проблеми і перспективи управління проектами.

В умовах формування нової економіки все більшого впливу набувають інформаційні технології в управлінні туризмом. Інтернет дозволяє не лише продавати туристичні послуги, але й значно спрощує саму процедуру пошуку та організації мандрівки (маршрути, стикування, порівняння різних варіантів, зв'язок і бронювання). Це свідчить, що вже найближчим часом споживач буде відчувати потребу лише в посереднику-організаторові, який допоможе зекономити час пошуку, тоді як на сьогоднішній пошук і пропозиція різних варіантів є ноу-хау туристичних фірм.

Всесвітня комп'ютерна мережа Internet розвивається настільки стрімко, що щорічно число її користувачів та об'єм інформаційних ресурсів практично подвоюються. Не залишається і осторонь туристичний бізнес. Автоматизація та широке застосування електронної техніки стають одним з найбільш актуальних завдань в галузі туризму. Створення потужних комп'ютерних систем бронювання засобів розміщення та транспорту, екскурсійного та культурно-оздоровчого обслуговування, впровадження новітньої технології у сфері туризму, інформація про наявність і доступність тих чи інших видів поїздок, маршрутів, туристичного потенціалу країн та регіонів.

Постачальниками туристичних послуг використовується ряд комунікаційних технологій, здатних забезпечити пряме супутникове висвітлення міжнародних подій, ведення бізнесу шляхом телеконференцій з рухомих засобів оповіщення (наприклад, можливість зробити дзвінок у будь-яку частину світу з борта літака). Для отримання інформації про місце перебування, його розважальні особливості також необхідні різноманітні відеозасоби. У результаті застосування інформаційних технологій зростають безпека та якість туристичних послуг.

Інформаційні технології забезпечують діяльність авіакомпаній. У процесі організації, управління та контролю авіаоперацій величезну роль відіграють електронні системи, які допомагають при плануванні маршрутів, контролі та аналізі проходження польотів, управлінні персоналом в бухгалтерському обліку та перспективному плануванні. Вони включають, наприклад, систему передачі та направлення повідомлень, супутникову систему збирання та передачі інформації для повітряного транспорту, інерційні навігаційні системи, систему контролю за повітряними перевезеннями, систему продажу авіаційних білетів.

Забезпечення високого рівня обслуговування готелів у сучасних умовах неможливо досягнути без застосування нових технологій. Нова технологія передбачає автоматизацію багатьох готельних процесів, електронне резервування, введення технологій, які сприяють

покращенню якості обслуговування одночасно при скороченні персоналу. Автоматизовані системи направлені на підвищення продуктивності праці, підняття рівня знань у вищих управлінських працівників.

Комп'ютери широко використовують у центральних інформаційно-обчислювальних центрах готелів. За їх допомогою відбувається управління резервуванням, облік відвідувачів, розподіл кімнат, облік інвентарю та контроль за постачанням харчування.

Поряд з цим багато туристичних компаній Європи вбачають у широкому розповсюдженні Internet загрозу своєму бізнесу. Відкриття в Internet систем бронювання готелів, авіаквитків та інших складових туру дозволить клієнтам самостійно організовувати свій відпочинок, не звертаючись до послуг туристичних агентств.

Однак конкуренція з глобальними комп'ютерними сітками загрожує не тільки туристичним агентствам, але й ведучим комп'ютерним системам бронювання.

Сьогодні практично не існує туристичних фірм, які не використовують комп'ютерні технології у повсякденній діяльності. Вони активно освоюють новітні інформаційні технології – наприклад, відкривають власні сайти у мережі Internet, через котрі клієнт одержує змогу не тільки переглянути інформацію, що його зацікавила, але й відразу відправити замовлення на бронювання туристичного продукту, що сподобався. Замовлення відразу надходить менеджерів з продажу. Отже, сьогодні, коли інформаційні технології дають широкі можливості для ефективнішого розвитку бізнесу, менеджерам потрібно використовувати їх як трамплін на вищі рівні бізнесу.

Туристичний бізнес – це, по суті, декілька видів бізнесу, оскільки він включає: оформлення віз, бронювання квитків, бронювання готелів, організацію трансферів, екскурсій та культурної програми, забезпечення мандрівників медичною страховкою.

**Висновки.** Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України вцілому. Україна має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Велика кількість відпочинкових зон властива далеко не кожній країні. Але цей потенціал використовується все ще не на повну силу.

Туристична сфера в Україні має всі передумови для потужного розвитку та входження в цивілізований світовий ринок послуг за умови врахування тенденцій та принципів інноваційного розвитку. Для цього на рівні окремих туристичних компаній необхідно формувати інноваційні стратегії розвитку, використовуючи сучасні технології та залучаючи науку до реформування та технологічного перетворення внутрішнього та міжнародного туризму, яке забезпечить повніше використання вітчизняного туристичного потенціалу і притік коштів для соціокультурної сфери та для розвитку регіонів.

### *Література.*

1. Дурович А. П. Реклама в туризме. – Ми.: БГЗУ, 2001.
2. Иванова Н. Инновационная сфера: контуры будущего // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – №8. – С. 54-60.
3. Мельниченко С. В., Мельниченко Л. В. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери // Фінанси України – 2004. – №11. – С. 55-62.
4. О роли туризма в экономике // Экономическое обозрение. – 2005. – №6. – С. 13-18.
5. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні. К: Музична Україна – 2002. – 256 с.
6. Сорокин П. А. Главные тенденции нашего времени. – М.: Наука, 1997.
7. Федуллова Л.І. Інноваційна економіка: Підручник. – К: Либідь. 2006. – 480 с.
8. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
9. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2005. – 608 с.

10. Цигилик І.І., Крпельницька С.О., Мозіль О.І., Ткачук І.Г. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К: Центр навчальної літератури, 2004. – 128с.
11. Щепанський Е.В. Світовий досвід організації туристично-рекреаційної діяльності // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – №4. – Хмельницький, 2002. – С. 153-160.

#### REFERENCES

1. Durovych A. P. Advertising in Tourism [Peklama v tyrizme]. Minsk, BGZU, 2001.
2. Ivanova N. Innovation: the contours of the future [Innovatsionnaya sfera: kontury budushchego]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya – Journal of World Economy and International Relations*, 2000, No. 8, pp. 54-60.
3. Melnychenko S. V., Melnychenko L. V. Government regulation of business tourism [Derzhavne rehulyuvannya diyal'nosti pidpryyemstv turystychnoyi sfery]. *Finansy Ukrainy - Finance of Ukraine*, 2004, No. 11, pp. 55-62.
4. The role of tourism in the economy [O roli turizma v ekonomike]. *Ekonomicheskoe obozrenie - Economic Review*, 2005, No. 6, pp. 13-18.
5. Sokol T. G. The organization of tourism in Ukraine [Orhanizatsiya turystychnoyi diyal'nosti v Ukraini]. Kyiv, Musik Ukraine Publ., 2002, 256 p.
6. Sorokin P. A. The main trends of our time [Glavnye tendentsii nashego vremeni]. Moscow, Science Publ., 1997.
7. Fedulova L.I. Innovation Economy [Innovatsiyina ekonomika]. Kyiv, Lybid Publ., 2006, 480 p.
8. Fomenko N.V. Recreational Resources and Resorts [Rekreatsiyini resursy ta kurortolohiya]. Kyiv, Center for Educational Literature Publ., 2007, 312 p.
9. Khmil F.I. Principles of Management [Osnovy menedzhmentu: Pidruchnyk]. Kyiv, Akademy Publ., 2005, 608 p.
10. Tsyhylyk I.I., Kropelnytska S.O., Mozil O.I., Tkachuk I.H. Organization of innovation [Ekonomika y orhanizatsiya innovatsiyynoyi diyal'nosti: Navchal'nyy posibnyk]. Kyiv, Center for Educational Literature Publ., 2004, 128 p.
11. Shchepanskyi E.V. World experience of tourism and recreational activities [Svitovyy dosvid orhanizatsiyi turystychno-rekreatsiyynoyi diyal'nosti]. *Visnyk Khmel'nyts'koho instytutu rehional'noho upravlinnya ta prava - Bulletin of the Khmelnytsky Institute of Regional Management and Law*, No. 4, Khmelnytsky, 2002, pp. 153-160.