ec-3-4_12.qxp 17.05.2012 9:06 Page 19

орієнтація фармацевтичних корпорацій США на внутрішній ринок (43% світового), швидке накопичення капіталу та інтенсивна інноваційна політика стали поштовхом до швидкого зростання фармацевтичної промисловості США.

Висновки. Постійне нарощування масштабів діяльності та активів, наявність інтелектуальних ресурсів, інші переваги, які отримують ТНК як суб'єкти світової економіки формують передумови їх лідерства у створенні інновацій. Державні замовлення на інноваційну продукцію, повне або часткове фінансування державою науково-дослідних робіт, особливо в періоди економічного спаду, виконують стабілізуючу функцію в діяльності потужних національних компаній, забезпечуючи їх інноваційний розвиток.

ТНК впроваджують стратегії відповідно до поставлених цілей та можливостей корпорацій. З метою отримання науково-технічних знань і досвіду компанії формують стратегічні альянси. Міжнародна науково-технічна кооперація сприяє підвищенню ефективності використання часу та витрат на проведення наукових розробок.

Досить агресивна інноваційна політика, про що свідчать значні щорічні витрати на проведення НДДКР, впливає на формування ринкових позицій компаній, особливо це характерно для фармацевтичної промисловості. Останнім часом посилюється роль процесів злиття і поглинання у забезпеченні ринкових та інноваційних переваг міжнародних корпорацій.

Література

1. Гохберг Л. М. Новая инновационная система для «новой экономики» / Л. М. Гохберг. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 254 с.
2. Occasional Note. UNCTAD Survey on the Internationalization of R&D // United Nations Conference on Trade and Development, 12 December, 2005 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.unctad.org
3. Lockheed Martin. Awarded $789.8 Million THAAD Production Contract [Electronic resource]. – Access mode : http://www.lockheedmartin.com
4. Будкін В. Інноваційна модель розвитку національних економік / В. Будкін // Економіка України. – 2010. – № 6. – С. 67–78.
5. Twelve Huge M&A Deals For 2010: [The Stuff That Dreams Are Made off [Electronic resource]. – Access mode : http://247wallst.com/2009/12/14/twelve-huge-ma-deals-for-2010-the-stuff-that-dreams-are-made-of/
6. UNCTAD Training Manual on Statistics for FDI and the Operations of TNCs. V.II. Statistics on the Operations of Transnational Corporations, 2009 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.unctad.org
8. Top 50 venture – funded companies. Dr. Diane Hamilton. Improving your lifetime potential [Electronic resource]. – Access mode : http://drdianehamilton.wordpress.com/2011/03/10/top-50-venture-funded-companies-for-2011/
9. The year 2001 will Stand Out in Any Histirical Acounting [Electronic resource]. – Access mode : http://www.pharmexec.compharmexec/data/articlelong//pharmexec/182002/17966/article.pdf
10. The Tool between Two Storms 12th Annual Pharm Exec 50 [Electronic resource]. – Access mode : http://topforeignstocks.com/wp-content/uploads/2011/08/Top-Pharama-Companies-2011-RPT.pdf
11. The World Top 50 Pharmaceutical Companies [Electronic resource]. – Access mode : http://www.pharmexec.com/pharmexec/data/articlestandard//pharmexec/182006/323799/article.pdf

Стаття надійшла до редакції 15 лютого 2012 року

УДК 339.9(4)+339.137.2+338.48

М. П. Бондаренко,
аспірантка Інституту світової економіки
і міжнародних відносин НАН України

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

У статті досліджено теоретико-методологічний базис індустрії туризму. Розглянуто в історичній ретроспективі етимологію понять «туризм», «турист». Досліджено понятійні категорії «туристична послуга», «туристичний ринок» та «індустрія туризму».

Ключові слова: *туризм, турист, туристична послуга, туристичний ринок, індустрія туризму.*

М. П. Бондаренко
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

В статье исследован теоретико-методологический базис индустрии туризма. Рассмотрена в исторической ретроспективе этимология понятий «туризм», «турист». Исследованы понятийные категории «туристическая услуга», «туристический рынок» и «индустрия туризма».

Ключевые слова: *туризм, турист, туристическая услуга, туристический рынок, индустрия туризма.*

M. P. Bondarenko
THEORETICAL BACKGROUND OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT

The article researches theoretical-methodological basis of tourism industry. It covers etymology of «tourism», «tourist» meanings in historical retrospective. Such conceptual categories as «tourist service», «tourism market» and «tourism industry» are explored.

Key words: *tourism, tourist, tourist service, tourism market, tourism industry.*

Постановка проблеми. Індустрія туризму відіграє важливу роль в економіці країни та справляє відчутний вплив на світове господарство: розвиває національні економіки та економіки інтеграційних об'єднань, сприяє формуванню іміджу регіону, дозволяє загострити увагу на проблемах розвитку суспільства. Світова криза останніх років обумовила необхідність кардинального перегляду акцентів у формуванні туристичних послуг, що насамперед вимагає ґрунтовного аналізу категоріального апарату і методологічних концепцій. Незважаючи на те, що історія розвитку туризму бере свій початок від давніх часів, питання теоретико-методологічного базису неодноразово піднімалося в наукових колах й викликало чимало дискусій у розрізі географії, економіки, соціології, філософії, медицини, екології. Складність чіткого визначення методико-понятійного апарату індустрії туризму спричинено його поліфункціональністю та роллю в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження теоретико-методологічного базису індустрії туризму займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г. Алейнікова, А. Александрова, І. Балабанов, А. Бівер, М. Біржаков, В. Герасименко, Л. Гонтаржевська, В. Данильчук, О. Дмитрук, Л. Дядечко, Е. Левицька, О. Любіцева, М. Мальська, В. Новиков, В. Пазенок, Н. Покровський, В. Стафійчук, Д. Стеченко, В. Теобальд, Т. Ткаченко, Л. Устименко, В. Федорченко, В. Хунцікер, Дж. Холловей, Н. Чорненька. Основні теоретичні детермінанти визначення стратегічних концепцій міжнародної конкурентоспро-

ec-3-4_12.qxp 17.05.2012 9:06 Page 20

можності індустрії туризму передбачають вивчення таких складових теоретико-методологічного базису, як: туризм, турист, туристична послуга, туристичний ринок та індустрія туризму. На жаль, доводиться констатувати той факт, що на відміну від російської наукової школи туризму в Україні за деяким винятком майже відсутні фундаментальні дослідження в галузі теоретичних засад туризмології.

Мета статті: дослідити теоретико-методологічний базис індустрії туризму, розглянути в історичній ретроспективі етимологію понять «туризм», «турист», дослідити понятійні категорії «туристична послуга», «туристичний ринок» та «індустрія туризму».

Основні результати дослідження. Розкриття сутності туризму, його функцій та ролі в суспільстві вимагає ґрунтовного аналізу і звернення до історичних витоків. Вивчення понятійного апарату доречно розпочати з дослідження терміну «туризм». Дефініція «туризм» не має одностайного визначення серед науковців через надто широкий спектр діяльності та множинність функцій, що покладаються на туризм у суспільстві. Як зазначає науковець О. Любіцева, туризм має поліфункціональний характер [1, с. 8]. Крім того, А. Александрова вважає, що «робочі дефініції, обмежені вузькогалузевими рамками, не розкривають всього розмаїття внутрішніх та зовнішніх зв'язків цього суспільно-економічного явища. Тому виникає потреба концептуального, чи сутнісного, визначення туризму» [2, с. 16]. Ретроспектива визначення поняття фіксує декілька офіційних версій, що з часом доповнювалися функціональною складовою та обмежилися часовими рамками перебування.

Із наукової праці Л. Устименко та І. Афанасьєва випливає, що термін «туризм» уперше з'явився у Франції у 18 столітті та в перекладі з французької означає «мандрівка заради задоволення; а турист – це людина, яка здійснює мандрівку» [3, с. 10]. Проте можна зафіксувати розбіжності в етимології поняття: не існує чіткої визначеності країни походження та часових рамок щодо цього терміну. За переконанням окремих дослідників, термін «туризм» має англосаксонське походження і вперше з'являється на початку 19 століття з виходом у 1811 р. друкованого британського видання «*Anecdotes of English language*». У 1816 р. слово «туризм» було офіційно включено у словник французької мови. Використання терміну в літературних виданнях Франції та Англії кінця 18-го – початку 19 ст. дає право припускати, що у повсякденному вжитку цей термін використовувався ще на початку 18 століття, а, за даними Етимологічного словника, вживання терміну «*tour*» у значенні «подорож навкруги/мандрівка» було зафіксовано ще у 1640 р. [4].

Цікавою у цьому питанні є наукова робота британця В. Теобальда *(William Theobald),* який у своїй праці «Глобальний туризм» дуже ґрунтовно підійшов до питання вивчення етимології слова «туризм». За його переконанням, «туризм» походить від англо-французького слова «*tourn*», що, своєю чергою, походить від латинського «*tornare*» та грецького «*tornos*», які в перекладі відповідно означають «обертання/коло» і «рух навколо своєї осі». Таким чином, туризм, подібно до кола, відображає дію від'їзду й повернення, спровоковану необхідністю чи бажанням до подорожі [5, с. 6–7].

За офіційною версією ООН, що була прийнята Генеральною Асамблеєю в 1954 році, туризм – це активний відпочинок, який впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток, пов'язаний із переміщенням за межі постійного місця проживання. Англійська туристична спілка *(Tourism Society of England)* в 1976 р. запропонувала визначати туризм «як тимчасове, короткострокове переміщення людей поза межі звичного місця роботи, проживання та іншої діяльності протягом перебування у країні відвідування. Таке переміщення може здійснюватися з будь-якою метою» [6]. У 1980 р. на Всесвітній конференції з туризму, що проходила під егідою ЮНВТО в Манілі (Філіппіни), поняття «туризм» було зафіксовано як діяльність, що має важливе значення у житті народів у силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав та їх міжнародні відносини. Розвиток туризму пов'язаний із соціально-економічним розвитком націй і залежить від доступу людини до активного відпочинку та його волі подорожувати в рамках вільного часу і розваг, глибокий гуманітарний характер яких він підкреслює.

Швейцарські дослідники В. Хунцікер *(Walter Hunziker)* та К. Краф *(Kurt Krapf)* розширили визначення, запропоноване Міжнародною асоціацією науковців у галузі туризму *(International Association of Scientific Experts in Tourism/AIST),* давши йому таке трактування: туризм – це «сукупність феномену і взаємовідносин, що виникають у процесі подорожі та перебування нерезидентів у такий спосіб, що не передбачає постійного проживання та отримання доходу в результаті такого сполучення» [7].

Консолідоване визначення туризму запропоновано науковцем М. Біржаковим на основі рекомендацій ЮНВТО із статистичного обліку туризму [8, с. 14]: «Туризм – тимчасові виїзди (подорожі) людей в іншу країну чи місцевість, відмінну від міста постійного проживання на строк від 24 годин до 6 місяців протягом одного календарного року чи із здійсненням не менше однієї ночівлі в розважальних, оздоровчих, спортивних, гостьових, релігійних та інших цілях без заняття діяльністю, що оплачується з місцевого джерела» [9, с. 37].

Не можна не погодитися з науковцями А. Клейменовим і Б. Сергеєвим, що пропонують розрізняти поняття «туризм» відносно суб'єкта дослідження: «…У вузькому розумінні це форма активного відпочинку (подорожі, екскурсії, походи, спортивні заходи). У широкому – галузь економіки (забезпечення зайнятості населення, збільшення фінансових надходжень, формування туристичного ринку)» [10, с. 65].

Проте заради відновлення історичної справедливості, як показують дослідження інформаційного простору, термін «турист» з'явився раніше терміну «туризм». Перше офіційне вживання терміну «турист» було зафіксовано в 1772 р. у праці Р. Гріффітса *(Ralf Griffiths)* «Подорож Чемпіонського знамені землями Шотландії в 1769» [11]. В. Теобальд визначає туриста як особу, що виконує дію від'їзду та повернення, спровоковану необхідністю чи бажанням до подорожі [5, с. 6–7]. У 1936 р. Ліга Націй визначила, що «іноземний турист» – це «…особа, яка подорожує за кордон на період не менш ніж 24 години» [5, с. 6–7]. Пізніше, у 1945 році, саме це визначення було взято ООН за основу детермінації поняття з обмеженням максимального перебування до 6 місяців [5, с. 6–7]. Фахівці ЮНВТО в методологічному довіднику зі статистики туризму в 1995 р. запропонували більш чітке визначення поняття «турист»: «Туристи – особи, що подорожують чи перебувають у місцях за межами їх звичного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль із метою відпочинку, бізнесу та ін.» [8].

Різноманітність відтінків у визначенні туризму та поліфункціональність явища потребують певної класифікації цього поняття за функціональними ознаками і вектором спрямованості. Диференціація поняття «туризм» уперше була представлена Міжнародною асоціацією науковців у галузі туризму (*AIST/International Association of Scientific Experts in Tourism)* у 1981 р., що розрізняла туризм за преференційними видами відпочинку. Пізніше в Рекомендаціях із туристичної статистики (1994 р.) ООН представила класифікацію туризму, яка мала три форми [12, с. 5]: 1) домашній туризм, коли резиденти визначеної країни подорожують лише в межах своєї країни; 2) в'їзний туризм, коли нерезиденти подорожують до визначеної країни; 3) виїзний туризм, коли резиденти подорожують до іншої країни. Наведені форми туризму є стандартними і застосовуються відповідно до контексту досліджень. Окрім того, у наукових працях (переважно російських та зарубіжних авторів) можна знайти диференційні види зазначених форм туризму, а саме [14, с. 36; 19]: а) соціальний, коли компенсації соціального характеру (як державні, так і приватні) повністю чи частково покривають витрати

ec-3-4_12.qxp 17.05.2012 9:06 Page 21

на подорож; б) ад'єктивний, що відноситься до численної ніші форм подорожування, які з'явилися за останні роки з метою задоволення різних цілей подорожі (деталізовані терміни формуються за напрямками здійснення подорожі, кожний зі своїм власним прикметником).

Слід відзначити, що в наукових колах немає помітних розходжень відносно визначення функцій, які виконує туризм. Їх зазвичай поділяють на п'ять найважливіших [1, с. 8–10]: рекреаційна, культурна, соціальна, екологічна, економічна.

Особливий інтерес викликає класифікація видів туризму, серед яких виділяють два основні: рекреаційний та діловий [1]. Розмаїття туризму за формами і видами, постійне створення нових тенденцій та зміна туристичних уподобань практично унеможливлює деталізовану класифікацію видів туризму. Основні характеристики і класифікація туризму за ознаками мети, форми організації, сезоном та терміном перебування, класом обслуговування, способом подорожування, формою розрахунків, територіальною спрямованістю представлено в наукових роботах вітчизняних і зарубіжних учених: О. Любіцевої [1, с. 101–104], В. Герасименка [15], А. Александрової [2, с. 19–29], В. Квартальнова [13, с. 34–35].

На основі вивчених досліджень ми пропонуємо узагальнене бачення класифікації видів туризму *(рис. 1)*.

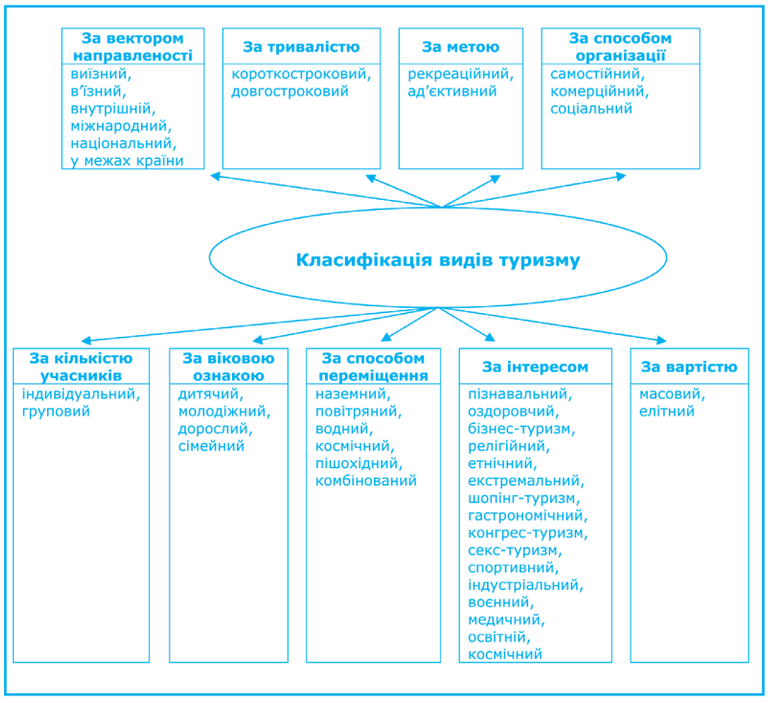

Рис. 1. **Класифікація видів туризму**
Джерело: Розробка автора

Забезпечення туристичної діяльності потребує таких обов'язкових елементів, як туристична послуга та ринок туристичних послуг. Розмаїття туристичних послуг і сфер їх застосування викликає необхідність класифікації цих послуг за певними ознаками. Ми пропонуємо виділяти туристичні послуги за такими класифікаційними ознаками: за формою (матеріальні, нематеріальні); за характером (духовні, комерційні); за способом оплати (платні, соціальні); за територією (локальні, регіональні, міжнародні); за спеціалізацією (освітні, юридичні, фінансові, туристичні, транспортні, страхування, культурні, розміщення, харчування, рекреації та ін.); за формою організації (державні, приватні); за тривалістю (безстрокові, строкові); за частотою (разові, періодичні); за сегментом (стандартні, елітні); за способом надання (мобільні, стаціонарні).

Характерною ознакою туристичних послуг є комплексність [1, с. 37]. На нашу думку, найбільш науковий та узагальнений характер дефініції ринку туристичних послуг запропоновано О. Любіцевою: «Ринок туристичних послуг – система багатоаспектна, поліструктурна, поліформна і багаторівнева, що функціонує за законом врівноваження попиту та пропозиції, який відтворює об'єктивно обумовлену необхідність відповідності у часі й просторі вартісних та натурально-речових форм платоспроможного попиту і товарної пропозиції та діє на основі коливань виробництва і споживання турпродукту» [16, с. 58].

Градація дослідження ринку туристичних послуг є стандартною та включає три основні рівні: внутрішній ринок, національний ринок, міжнародний ринок. Ми пропонуємо розглядати сутність поняття «ринок туристичних послуг» як сукупність соціально-економічних взаємовідносин з метою задоволення потреб туристичного потоку і реалізації потенціалу ланцюга туристичної пропозиції у процесі трансформації туристичного продукту в грошовий еквівалент та інтеграції у світовий простір.

Вивчення сукупності туристичних послуг підводить до необхідності дослідження причинно-наслідкових зв'язків, що охоплюються поняттям «індустрія». Воно все частіше використовується науковцями для опису сучасних економічних процесів відокремлено від промисловості, на відміну від того, як це було прийнято в епоху індустріалізації. Туризм – це складна система взаємовідносин, що історично склалися в результаті організації та здійснення туристичної діяльності.

Різновекторність видів туризму дає змогу констатувати, що у процесі цієї діяльності відбувається активний і тісний взаємозв'язок усіх сфер соціально-економічного життя, консолідація зусиль та ресурсів усіх учасників процесу, що перетворює туризм в індустрію туризму.

У наукових колах триває дискусія щодо компонентів індустрії туризму. Науковці ряду європейських країн діяльність у сфері туризму поділяють на індустрію туризму та індустрію гостинності. Згідно з таким поділом, індустрія туризму складається із підприємств з організації і збуту туристичних продуктів, екскурсійних бюро, індустрії розваг. До індустрії гостинності відносяться послуги з розміщення, харчування тощо [18]. Іншими словами, до індустрії гостинності належать ті галузі, діяльність яких спрямована на надання послуг, супутніх з організацією подорожі. Представник російської наукової думки В. Квартальнов до індустрії туризму відносить сукупність діяльності туроператорів і турагенств, які своєю діяльністю приводять у дію інші фактори виробництва в туризмі, пов'язані з сектором перевезень, розміщення, харчування та розваг [13, с. 44].

Досліджені джерела дають підставу констатувати, що українські вчені основний акцент роблять на комплексності та інтегральній міжгалузевій взаємодії. Нами виокремлено три підходи до визначення туристичної індустрії *(табл.)*.

Вивчення різних підходів вітчизняних та зарубіжних науковців до дослідження суті індустрії туризму дозволило нам глибше поглянути на проблематику поняття і сформувати власне бачення структури туристичної індустрії. Роботи в напрямі дослідження рекреалогії дозволяють виокремити лікувально-оздоровчий аспект в окремий компонент структури, а комплексність поняття фіксує тісні взаємозв'язки всіх сфер соціально-економічного життя. Схематичне зображення узагальненої структури індустрії туризму наведено на *рис. 2.*

ec-3-4_12.qxp 17.05.2012 9:06 Page 22

Таблиця

Підходи до визначення туристичної індустрії

Підхід	Представник	Визначення
Комплексний	О. Любіцева [1, с. 60], Л. Дядечко [17, с. 16], Н. Чорненька [19, с. 5]	«Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні турпродукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення в проведенні дозвілля в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення» (О. О. Любіцева) [1, с. 60]
Інтегральний	В. Бушуєв [20, с. 180–181]	Індустрія туризму – це „складна інтегральна система взаємодії рекреаційних потреб суб'єкта і рекреаційних можливостей природно-економічного потенціалу території» (В. В. Бушуєв [20, с. 181])
Геопросторовий	Н. Чорненька [19, с. 6], В. Бушуєв [20, с. 181]	«Компонентна структура туристичної індустрії – це сукупність туристичних галузей, окремих секторів і видів рекреаційної діяльності, які розкривають особливості її функціонування та розвитку в межах певного географічного простору» (Н. В. Чорненька [19, с. 6]) «Індустрія туризму являє собою не тільки сукупність підприємств виробничої та невиробничої сфери, що надають туристські послуги та виготовляють товари туристичного попиту, а й є однією з форм освоєння території» (В. В. Бушуєв [20, с. 181])

Джерело: Складено автором на основі [9; 10; 11]

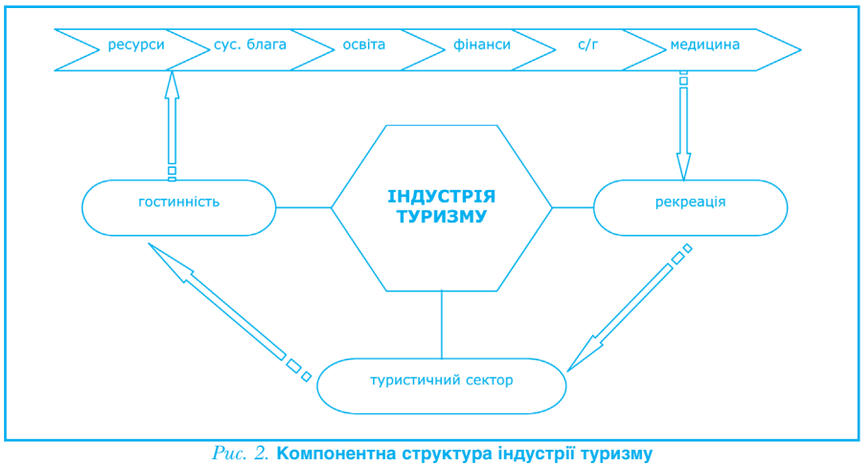

Рис. 2. **Компонентна структура індустрії туризму**
Джерело: Розробка автора

Як видно зі схематичного зображення на *рис. 2,* індустрія туризму абсорбує в себе здобутки інших індустрій. Інтегральна взаємодія індустрії туризму із соціальними та виробничими сферами робить туризм каталізатором суспільно-економічних процесів.

Висновки. Поліфункціональність туризму і його тісний взаємозв'язок з іншими секторами економіки приводить до того, що дослідження теоретично-праксеологічного базису туризму відбувається із використанням різних підходів та методик. Це, з одного боку, дозволяє краще вивчити умови, причини, рушійні сили, механізми і закономірності функціонування туризму, а з другого – ускладнює відображення загальних тенденцій та змісту індустрії туризму на ґрунтовній теоретичній основі. Індустрія туризму – це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів. Перспективним у подальшому дослідженні заданої тематики є поглиблене вивчення теоретико-понятійного апарату, що утворюється на межі суміжних галузей.

Література

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
3. Устименко Л. М. Історія туризму / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.
4. Harper D. Online etymology dictionary [Electronic resource] / D. Harper. – Access mode : http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=tour&searchmode=none
5. Theobald W. Global tourism / W. Theobald. – Oxford : Butterworht-Heinemann, 1998. – P. 6–7.
6. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology / A. Baever. – Wallingford : CAB International, 2002. – P. 313.
7. Hunziker W. Grundris Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre / W. Hunziker, K. Krapf // Schriftenreihe des Seminars fur Fremdenverkehr an der Handels. – Zurich : Polygraph, 1942. – № 1. – 392 p.
8. UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics. – Madrid : World Tourism Organization, 1995. – P. 14.
9. Биржаков М. Б. Введение в туризм : учеб. пособ. – СПб. : Издательский дом Герда, 2004. – С. 37.
10. Клейменов А. М. Инновационные процессы в развитии туризма / А. М. Клейменов, Б. И. Сергеев // Культура народов Причерноморья. – 2004. – Т. 2. – № 52. – С. 62–66.
11. Griffiths R.Griffiths, G. E. Pennant's Tour in Scotland in 1769 / R. Griffiths, G. Griffiths // Literary Joulnal. – London : Printed for R. Griffiths, 1972. – 150 p.
12. Recommendations on Tourism Statistics // Statistical Papers. – New York : United Nations, 1994. – № (83):54. – P. 5.
13. Квартальнов В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
14. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности : учеб. пособ. / В. Г. Гуляев. – М. : Нолидж, 1996. – С. 36.
15. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одеса : Черноморье, 1997. – 160 с.
16. Яценко Б. П. Мегатренди світового господарства // Український географічний журнал. – 1998. – № 4. – С. 3–7.
17. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
18. Ваген Л. Гостиничный бизнес / Линн ван дер Ваген. – Ростов-на-Дону : Фенікс, 2001. – 416 с.
19. Бушуев В. В. О дефиниции «индустрия туризма» / В. В. Бушуев // Культура Народів Причорномор'я. – 2001. – № 25. – С. 179–182.
20. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.

Стаття надійшла до редакції 28 березня 2012 року