

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

3

економічної теорії

на тему:

**«Аналіз стану і тенденції розвитку сфери туристичних послуг
(національний аспект)»**

Студентки 2 курсу групи ПТБД-21

Поліщук Юлії

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, викладач

Вірковська Анастасія Андріївна

Національна шкала_____

Кількість балів_____

Оцінка ECTS_____

Тернопіль – 2018

Зміст

Вступ.....	3
1. Теоретичні основи ринку туристичних послуг.....	4
2. Аналіз стану і тенденції ринку туристичних послуг в Україні (2000-2018 рр.).....	8
3. Проблеми та перспективи ринку туристичних послуг на основі досвіду країн ЄС.....	13
Висновки.....	17
Список використаної літератури	19

Вступ

Актуальність теми дослідження. Під категорією ринку прийнято розуміти місце, де відбуваються сукупні відносини з приводу купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів. Виділяють такі основні види ринку як: ринок послуг, ринок споживчих товарів, ринок праці, фінансовий ринок та інші.

Але досліджуючи це питання, слід виділити ринок туристичних послуг, який задовольняє потреби населення в послугах пов'язаних із відпочинком, змістовним проведенням дозвілля і подорожей.

Туристична індустрія є однією із провідних галузей в світовому господарстві, яка розвивається в досить швидких темпах. Туризм відноситься до трьох найбільш експортних галузей, поступаючись тільки автомобілебудуванню і нафтовидобувній промисловості, і на даний час є найрентабельнішою сферою світового господарства.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг.

Предметом даного дослідження виступають тенденції розвитку та регулювання ринку туристичних послуг в господарській системі України.

Метою курсової роботи є дослідження стану ринку туристичних послуг, проблеми та перспективи розвитку.

Досягнення поставленої мети передбачає наступні **завдання**:

1. Розкрити теоретичні основи ринку туристичних послуг .
2. Проаналізувати динаміку ринку туристичних послуг в господарській системі України.
3. З'ясувати вплив туристичних послуг на економіку країни.
4. Дослідити стан ринку туристичних послуг в країнах ЄС.
5. Визначити шляхи вдосконалення ринку туристичних послуг в Україні.

1. Теоретичні основи ринку туристичних послуг

Досліджуючи ринок туристичних послуг можна виділити два основних підходи. Перший підхід зазвичай носить філософський і політико-економічний характер, його суть полягає в дослідженні ринку як організації суспільного виробництва та способу мислення і поведінки. Розглядаючи другий підхід ринок, як явище, має більш конкретний і збалансований економічний зміст, еластичний попит та пропозицію товарів і послуг. Головним підґрунтям утворення ринку туристичних послуг є збільшення і урізноманітнення потреб населення, також він є основною сферою задоволення потреб споживачів в послугах, які відносяться до подорожей, відпочинку та змістовного проведення дозвілля.

Туристичні послуги характеризується такими основними рисами:

- мобільність (визначається як обов'язкове переміщення суб'єктів туристичних послуг);
- комплексність (включає в себе комплекс товарів і послуг, який передбачає послуги харчування, розміщення, екскурсійного обслуговування подорожі та інше);
- ритмічність (відображає характер діяльності ринку, регулювання попиту і пропозиції населення, які зацікавлені у діяльності туристичних послуг);
- безперервність в процесі обслуговування [2,с.97-102].

Туристичні послуги – це послуги суб'єктів туристичної діяльності, щодо задоволення потреб населення, які зацікавлені в туризмі. Туристичний агент, як керівник туристичних послуг, зобов'язаний організувати основну подорож і всі додаткові послуги.

Ринок туристичних послуг – це відкрита система, яка містить різні види послуг, що пов'язані з відпочинком та проведенням дозвілля у подорожі.

Національний туристичний ринок поділяються на такі типи:

1. Високоінтенсивні – притаманні країнам з високим рівнем економічного розвитку, які є домінантами в сфері міжнародного туризму (таких як, Велика Британія, Німеччина, Скандинавські країни).

2. Стабілізовані – характерні для країн, які мають середній рівень економіки і зазвичай приймають туристів (Греція, Кіпр, Іспанія).

3. Реформовані – притаманні для країн з перехідним рівнем економіки (Росія, Україна).

4. Акумуляуючі – характерні для країн з низьким рівнем економічного розвитку (Туніс, Індія, Єгипет).

Функціонування ринку туристичних послуг, формуються під впливом певних умов та чинників. Об'єктивними умовами, що утворюють туристичний попит є:

1. Економічні
2. Урбаністичні
3. Політичні
4. Соціально культурні
5. Політичні

Суб'єктивні чинники, що створюють туристичний попит :

1. Вік і стать
2. Сімейний стан
3. Професія і посада
4. Наявність вільного часу
5. Мода

Основними принципами функціонування ринку туристичних послуг є:

- 1) Вільна конкуренція виробників.
- 2) Особливості ринку збуту туристичного блага.
- 3) Наявність вільного споживчого ринку.
- 4) Забезпечення контролю якості продукту , що випускається.
- 5) Кожен туристичний продукт має обґрунтовану ціну[7,с.56-58].

Суб'єктами ринку туристичних послуг виступають юридичні та фізичні особи, що займаються виготовленням, просуванням та реалізацією туристичного продукту, а також фізичні та юридичні особи, що безпосередньо надають послуги з розміщення, харчування, перевезення та ін.

Найчастіше на туристичному ринку пропонують наступні види послуг: по оформленню туристам віз та закордонних паспортів; по перевезенню туристів; по розміщенню туристів; по забезпеченню туристів харчуванням; по задоволенню культурних потреб туристів; торгові послуги, що стосуються придбання сувенірів та інших предметів.

Ринок туристичних послуг в Україні має дві частини: ринок внутрішнього та міжнародного туризму. Функціонування національного ринку туристичних послуг залежить від багатьох чинників:

1. Юридичних – це закони, підзаконні акти, укази та постанови органів державної влади про сферу туризму;
2. Демографічних – характеристика відомостей про чисельність, вік, стать та рівень життя населення.
3. Етнічні – прагнення кожної нації зберегти свої етнічні особливості, традиції та культуру;
4. Макроекономічні – забезпечення за допомогою туризму зростання обсягу ВВП та економіки країни в цілому.

Формування туру – це складання взаємопоз'язаності з термінами, цілями і вартістю послідовних робіт та послуг, також укладання договорів і бронювання і резервування. Туроператор – це юридична чи фізична особа, яка виконує роботу з формування і проектування туристичного продукту, та реалізовує його на ринку послуг. Туристичний оператор виконує роботи з розробки туристичних маршрутів, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів, пропонує їх турагенту для наступної реалізації туристам. Розрізняють такі види туроператорів за типом діяльності:

- виїзні оператори (працюють на зарубіжні країни),
- місцеві оператори(орієнтуються в межах країни),
- оператори на прийомі(обслуговують іноземних туристів для інших операторів і агентів) [6,с.75-76].

Туроперейтинг поділяє туроператорів на ініціативних і рецептивних. Ініціативні туроператори – це оператори, які відправляють туристів за межі країни, або в інші регіони, згідно домовленостям з туристичними підприємствами. Рецептивні туроператори- це туроператори, які обслуговують споживачів за допомогою комплектуючих турів та програм обслуговування, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг. Основні завдання турагенств- повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подороже по турах, а також просування цієї інформації за допомогою реклами, та інших сучасних методів просування.

Отже, можна зробити висновок, що туристичні послуги є основою туризму будь-якої країни. Ринок виступає економічною основою розвитку сфери туристичних послуг , тому що сприяє зростанню економіки країни, збільшенню демографічного потенціалу, збереженню етнічних особливостей нації, відповідно до законодавства держави.

2. Аналіз стану і тенденції ринку туристичних послуг в Україні (2000-2018рр.)

В наш час сучасних технологій туризм став невід'ємною і важливою складовою в галузі світової економіки. За даними міжнародної Туристичної організації в сфері туристичних послуг близько 240 мільйона осіб, а частка в світовому ВВП складає більш ніж 10%. На сьогоднішній день сфера туризму є однією з найбільш перспективніших галузей економіки. Про свідчить поповнення державного бюджету за рахунок податків та відвідуванням України іноземними туристами, розвиток галузей, які мають відношення до туристичних послуг, також підвищення рівня економіки за рахунок надання нових робочих місць.

Після прийняття Україною незалежності стан туристичного ринку був не в досить стабільному та розвиненому рівні, причинами цього стали:

- Низький рівень кваліфікації працівників галузі, що зумовило не якісний і не професійний рівень обслуговування.
- Відсутність грамотної системи дій, яка б вивела б туристичний рівень України на світовий рівень.
- Технологічна відсутність ефективних туристичних нововведень[11].

Головними зовнішніми показниками, що стримували розвиток туристичних послуг стали нові економічні реформи, які були несприятливими для будування і розвитку туристичного бізнесу, недосконалість умов і правил перетину кордону туристів з іноземних країн і незначна кількість інвестицій для розвитку галузі. Усі ці чинники стали причиною значного відставання України від провідних туристичних країн, але дали поштовх почати нову економічну політику, яка завдяки вжитим заходам, припинила негативні тенденції у розвитку туристичних послуг і надала поштовх початку реформ пов'язаний з розвитком у цій галузі.

Основні статистичні показники розвитку туризму за 2000 р. показує зменшення спаду туристичної активності, який характеризував 2001 та 2002 рр.

**Основні статистичні показники розвитку туристичної галузі в
1999 – 2004рр.**

Показники	2000	2001	2002	2003	2004
Кількість туристів які в'їхали в Україну млн. осіб	7,6	6	4,2	4,4	5,8
Кількість туристів які виїхали з України млн. осіб	10,5	8,6	7,4	8,7	9,4
Кількість внутрішніх туристів, млн. осіб	5,7	5,7	6,4	6,6	6,9
Загальний обсяг туристичних потоків, млн. осіб	23,8	20,5	18,0	19,7	22,7
Приріст до попереднього року, %	10,19	-13,9	-12,2	9,44	12,18

Але на даний час Україна займає одне з провідних місць за рівнем забезпеченості культурними і природними ресурсами. З 1997 р. Україна є в числі членів Всесвітньої туристичної організації, але на жаль вона не змогла піднятися до рівня таких країн як США, Франція, Німеччина, Іспанія та інші. Хоча за даними Держстату у 2013 р. Україною було обслуговано найбільшу кількість туристів, з яких 9853 – це іноземні туристи, 1856445- туристи-громадяни України, які виїхали за межі країни, та 227179- внутрішні туристи. Але протягом наступних двох років кількість туристів зменшилась на 345686 порівняно з 2013 р., це було зумовлено політичними та воєнними конфліктами, які почались на території України.

Загалом проаналізувавши загальну кількість туристів, можна сказати, що у 2012р. Україну відвідано іноземними туристами найбільшу кількість раз- 123607, туристів, що мають українське громадянство найбільше виїхало у 2013 році- 1855499, а внутрішніх туристів у 2014 році було обслуговано- 55468[4,с.26-29].

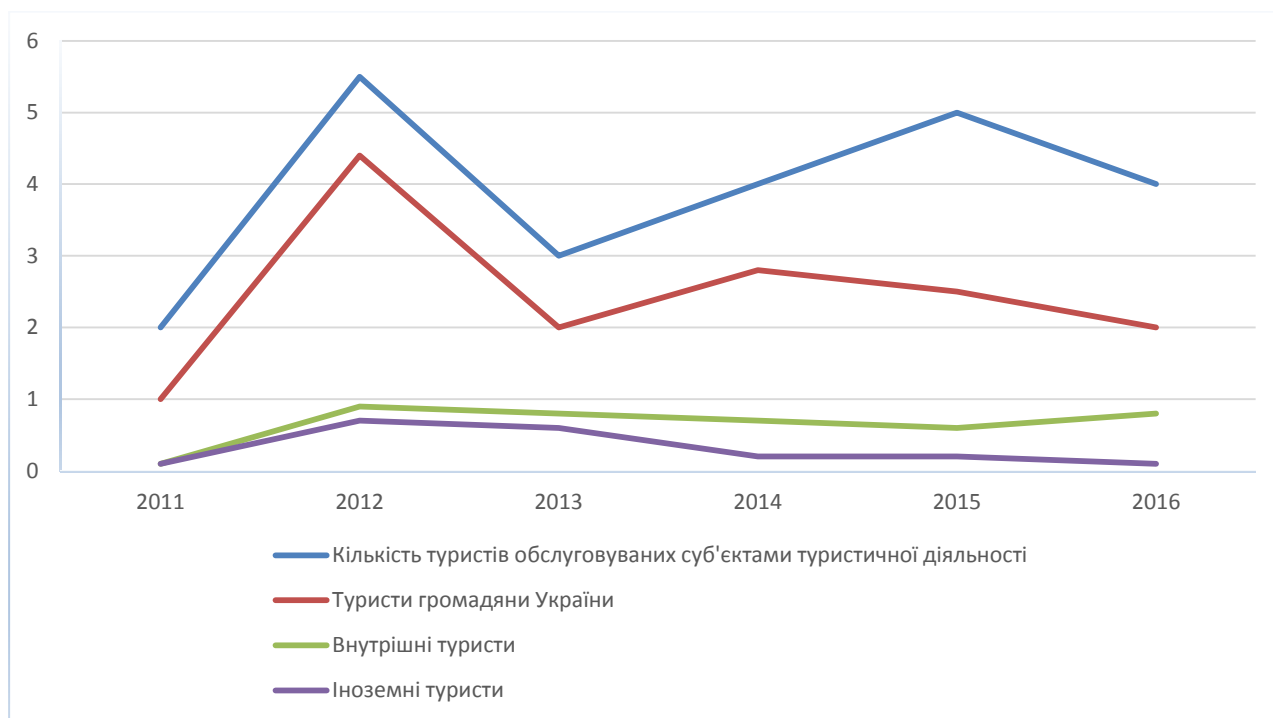


Рис. 2.1 Аналіз туристичних потоків в Україні (2011-2016рр.)

Одним з найголовніших завдань кожної держави є збір даних про плинність туристів, для аналізу і збору відомостей про розмір внесків в економіку держави, кількість робочих місць, інвестицій та інше. Також це дає можливість порівняти власні результати в туристичній сфері та результати діяльності інших країн, для того щоб знайти найефективніші заходи щодо залучення туристів в конкретний період часу.

На даний час головною тенденцією в розвитку сучасності вважається інтернаціоналізація всесвітніх господарських зв'язків. Одним із проявів глобалізації світової економіки можна вважати стрімкий розвиток міжнародних ринків послуг, зокрема туристичних. Туризм на сьогоднішній день є сферою соціального та економічного комплексу, який розвивається в швидких темпах. За дослідженнями щорічно на туристах, бізнес має прибуток близько 800 млрд. доларів, і згідно прогнозів у 2020 році це числа мало б збільшитись у кілька разів. Але сферу туристичних послуг суттєво підкосила економічна криза 2008 року. Безумовно криза також вплинула на український ринок цієї сфери послуг, що протягом останніх років збільшувався на 20-30 %. Але подолання труднощів в

умовах конкуренції передбачає введення нових іновацій. Іноваційна діяльність на ринку туристичних послуг відображається в розробці нових тенденцій в сфері продуктів, готельних та інших послуг, впровадження нових сучасних інформаційних технологій, сучасних форм і методів діяльності[4,с.100-105].

Ще одним із напрямків використання інформаційно- іноваційних технологій є співпраця туристичного підприємства з різними видами діяльності такими, як транспортні та страхові компанії, з закладами харчування та готельними комплексами з метою створення різних туристичних продуктів і послуг. Результати проведення дослідження показали що іновації в туристичній діяльності дають змогу виділити два основних напрямки:

- виготовлення іноваційних продуктів
- застосування іноваційних послуг

Кожен з цих напрямків формує нові, цікаві тенденції у сфері туризму, які цілком відрізняються від традиційних і застарілих товарів і послуг. Прикладом таких іновацій можуть бути:

- космічні тури, які дають можливість приватних космічних польотів;
- тури каналізаційними каналами різних країн;
- використання корпоративних споруд для екстремального туризму

На державному рівні проводиться адаптація вітчизняного туристичного законодавства до міжнародних норм. На сьогодні укладено близько 40 міжнародних угод про співробітництво в галузі культури та туризму. Розвиваються міжнародні туристичні відносини через укладання двосторонніх договорів та співпрацю з провідними міжнародними інституціональними установами. За ініціативи низки міжнародних організацій на території України реалізуються спільні міжнародні проекти з метою збереження довкілля, поглиблення співробітництва, покращення економіко-соціального розвитку потенційно привабливих у туристичному плані регіонів.

Подальший розвиток туризму в Україні потребує застосування нетрадиційних іноваційних підходів до організації управління галуззю як на державному рівні, так і на рівні підприємства. Для забезпечення сталого розвитку

туристичної галузі України в умовах посилення конкуренції, збільшення попиту як на міжнародні, так й на внутрішні туристичні продукти, зростання вимог споживачів до наповнення, різноманітності та якості туристично-рекреаційних послуг дедалі більшого значення для суб'єктів туристичної діяльності набуває необхідність розробки науково-обґрунтованої маркетингової стратегії.

3. Проблеми та перспективи ринку туристичних послуг на основі досвіду країн ЄС

Європейський союз завжди діяв як єдина система, тому він є прикладом ефективного введення туристичного бізнесу для багатьох інших країн. Головними

принципами вирішення проблем для забезпечення розвитку та ефективності туристичної діяльності в країнах ЄС є:

- захист соціальних прав, допомога в страхуванні, захист в переміщенні туристів;
- розвиток кожних регіонів, з метою підвищення ефективності ринку туризму, для покращення туристичних послуг;
- додаткова політика в сфері туризму, для підвищення кваліфікації дипломованих спеціалістів[1,с.25-26].

Розвиток туризму в Україні значно впливає на різні галузі економіки такі як, торгівля, сільське господарство, транспорт, виробництво різних надлишкових товарів, і є найбільш перспективним напрямком для підвищення ефективності і перебудови економіки країни в цілому. В Україні темпи розвитку туризму не такі швидкі і перспективні, як в інших країнах ЄС. Але слід визнати, що країна має всі передумови, для ведення інтенсивного туристичного бізнесу: вигідне географічне положення та рельєф, помірний клімат, велика кількість природних ресурсів та культурно- історичних пам'яток.

Туристичний потенціал України на сьогоднішній день неповністю розкрито, про це свідчить 1,5-2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. Головними перепонами, що на даний час перешкоджають розвитку туристичного сектора в Україні, виступають такі чинники як, економічного, військового та політичного характеру. І упродовж останніх років частка туристичної галузі залишається достатньо низькою, це може свідчити про те, що потенціал України у цій галузі на низькому рівні.

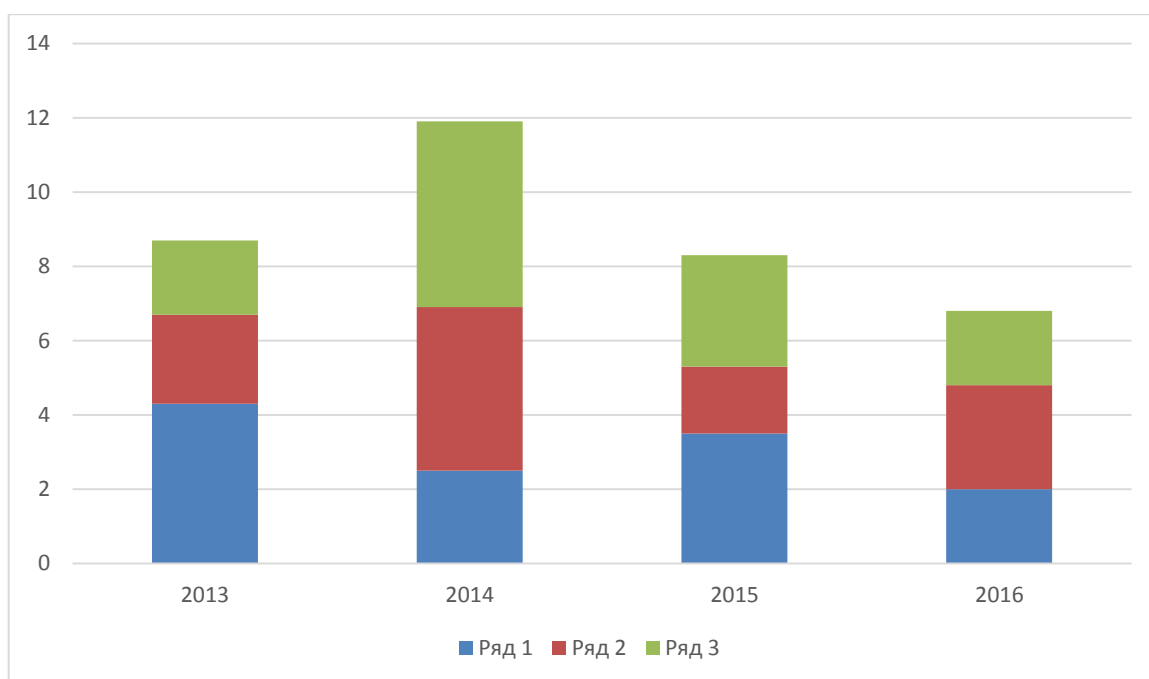


Рис. 3.1 Частка від прямих надходжень туристичної сфери до ВВП України

Брак інформації про Україну, є однією з найголовніших проблем низького розвитку туризму. Покращити ситуацію може тільки розповсюдження відомостей про Україну на різних закордонних виставках і конференція туристичних агенств. Тому в минулому році уряд вперше профінансував презентацію України на міжнародній виставці туристичних послуг в Стокгольмі.

Складна соціально-економічна ситуація в країні, також є важливою причиною низького розвитку туризму, тому що відсутність ефективної політики значною мірою впливає на розвиток галузі на різних національних рівнях. В функціонуванні туристичного бізнесу виділяють наступні проблеми, що стримують її розвиток, такі як:

- проблема тіньової економіки;
- відсутність сприятливого візового режиму для перетину кордону іноземними туристами;
- недоліки в системі національного регулювання;
- податкове законодавство, яке не підтримує вкладення інвестицій в туристичну галузь країни;
- відсутність інформаційно- рекламного забезпечення.

Незважаючи на всі проблем, що пов'язані з не ефективним введенням туристичного бізнесу, за останні роки рівень розвитку туризму в Україні активізувався. Так, в 2017 році, порівняно з 2012р. кількість туристів, що обслуговувалась Україною зросла з 4,2 млн. до 5,1 млн. осіб, туристів з іноземних країн стало більше з 1,4 до 2,2 млн. осіб. А внутрішніх туристів відповідно, - з 1,9 млн. до 2,5 млн. осіб.

Країни які є учасниками ЄС мають великий успіх в на ринку туристичних послуг світу. Це зумовлено тим, в кожній з цих країн проводиться активна, ефективна і продуктивна політика держави з просуванням послуг, продуктів і благ у цій сфері. У кожній з них створено Національні Туристичні Адміністрації, які займаються рекламою та просуванням своїх товарів і послуг на міжнародному туристичному ринку. Організації підпорядковуються і координуються Міністерством туризму чи економіки, які фінансують багато проектів пов'язаних з просуванням. Також в даній адміністрації існують відділи маркетингу та відділи дослідження туристичного продукту[8,с.33-38].

В кожній країні-учасниці ЄС є міжнародні представники з НТА, які упорядковують роботу на місцях, організовують рекламу для іміджу певної країни, просувають туристичні продукти і послуги та займаються дослідницькою та інформаційною роботою. Також має місце інвестиційний відділ у представництві, яке займається пошуком і залученням коштів інвесторів у сфері розвитку туризму. Відділ проводить конференції та переговори з інвесторами, створює різні привілеї для більших інвестицій. З кожним роком практика НТА показує досить дієві і ефективні результати у конкурентній боротьбі за залучення коштів.

Країни Європейського союзу у розвитку своїх національних представництв поєднує в собі особливості культури і різних традицій, які проживають в регіоні, вони не нав'язують застарілі норми і правила, а тільки створюють нове і вносять зміни. Хоча ЄС представляє себе Єдина система, але туризм представляють 27 зовсім різних країн, які мають різне бачення сучасності і протягом багатьох років ведуть запеклу конкуренцію за більшу кількість туристів.

Але ЄС підтримує і надає юридичну та фінансову допомогу, щодо вирішення питань у сфері туристичних послуг. Політика Європейського Союзу базується на самостійному виборі напрямку розвитку індустрії туризму, не нав'язуючи загальноєвропейських правил. Вони займаються у сфері підвищення конкурентоспроможності продукції і допомагають країнам, які мають проблеми у галузі туризму[10,с.89-92].

На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що незважаючи на значний потенціал, туристична галузь України має цілий ряд проблем, нагальне вирішення яких покращить перспективи її розвитку вже найближчим часом. Аналізуючи перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, насамперед необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично усі галузі. Саме це і повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені.

Висновки

Туристичний ринок є однією з найважливіших складових сфери послуг в господарській системі України. Функціонування національного ринку туристичних послуг залежить від низки чинників: макроекономічних, юридичних, культурних, демографічних і соціальних. Туристичний ринок є джерелом економічного зростання, збільшення демографічного потенціалу населення, збереження етнічних і культурних особливостей нації, відповідно до законодавства України.

Проаналізувавши ринок туристичних послуг в господарській системі України, можна зробити висновок, що його динаміка розвитку за останні шість років є спадаючою. На ринок туристичних послуг впливають безліч чинників, які зумовлюють його проблеми та спадну динаміку.

Отже, за результатами дослідження, можна зробити висновок, що розвиток ринку туристичних послуг в Україні має багато позитивних рис та недоліків.

Таким чином до позитивних тенденцій функціонування ринку послуг можна віднести:

- надання переваги більшості регіонів розвитку в'їзного туризму;
- поступове збільшення обсягу частки реалізації внутрішнього туристичного продукту та вирівнювання диспропорцій у співвідношенні підприємств та регіонального розподілу туристичних продуктів;
- нарощення обсягів реалізованого обсягу асортименту продукції.

Поміж негативних тенденцій можна виділити такі:

- зменшення кількості туристів із розрахунку на одиницю суб'єкта господарювання туристичної сфери України;
- незначна частка організованих туристів;
- на території України існує не рівномірний розподіл продажу туристичної продукції.

На жаль, ринок туристичних послуг в Україні має більше проблем, ніж успіху. Тому потрібно розробити чіткий механізм вдосконалення туристичної сфери, він має орієнтуватися на механізм регулювання туризму в країнах ЄС.

Я вважаю, що європейські країни мають значний успіх у сфері туристичних послуг. Тому, що країни-учасниці ЄС мають чітке і послідовне державне регулювання у даній сфері, що сприяє збільшенню попиту на туристичний продукт та послуги. Саме завдяки заохоченню держави туризм в даних країнах розвивається швидше, ніж в нашій державі.

На мою думку, державні органи України повинні розробити чіткий план вдосконалення політики на ринку туристичних послуг. Вона має включати велику кількість повноважень для органів місцевого самоврядування, чітко розроблений Податковий кодекс, велику кількість заохочень для працівників цієї сфери. І звичайно, туризм повинен бути доступним, не бути обмеженим і відповідати європейським стандартам.

Туристичні послуги мають відповідати культурним звичаям та традиціям нашої держави та приваблювати майбутніх споживачів туристичної продукції.

Список використаної літератури

1. Бондаренко М. П. Проблеми розвитку туристичних ринків /М. П. Бондаренко// Інвестиції: практика та досвід. -2012. -№7. С. 87-91
2. Васильчак С. В. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки/ С. В. Васильчак, С. С. Семак //Економічний вісник Донбасу. -2014. - № 3. - С. 61-64.
3. Гайда Ю. Аналіз ринку готельно-туристичних послуг з позиції сезонних коливань попиту / Юрій Гайда, Юлія Новак // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2015. – Вип. 20. – С. 9-16.
4. Гуменюк В. В. Сучасні тенденції міжнародного туризму та їх вплив на розвиток курортно-рекреаційної сфери/Володимир Гуменюк // Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: Збірник тез доповідей (І частина). – Миколаїв: ВП «МФ КНУКіМ», 2015.–217 с.
5. Гур'єва І. М. Розвиток туризму в Україні: проблеми й перспективи/ Ірина Гур'єва, Світлана Хитяних// Фінансовий контроль. – 2011. - №1. – С. 17- 22.
6. Гусаковська Т. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні/ Т. О. Гусаковська, М. О. Джаман// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011.- № 5 (50). – С. 18-29.
7. Єрмаченко В. Є. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг/Володимир Єрмачов// Глобальні та національні проблеми економіки.- 2015. - №4. – С. 62-64.
8. Забуранна Л. В., Сіренко К. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: Монографія. – К.: Видавництво Ліра-К, 2014.- 152 с.
9. Кифяк В.Ф. Організація туризму в Україні: Навчальний посібник.- Чернівці: Книги-XXI, 2011. - 344 с.

10. Король У. М. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні / У. М. Король // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 3. – С. 133-139. 34

11. Режим доступу [Електронний ресурс]:
<http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=538&lang=1>

12. Режим доступу [Електронний ресурс]: <http://www.ukrstat.gov.ua/>