

УДК 338.488.2:640.4(477)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

DOI 10.30838/ P.ES.2224.290818.33.207

**Ложачевська О. М., д.е.н., проф.
Щербань В. І.***Національний транспортний університет*

У даній статті проведено аналіз сучасного стану готельних послуг України та розглянуто перспективи розвитку іноземних готельних мереж в Україні. Метою статті є визначення можливостей розвитку іноземних готельних мереж в Україні. Таким чином, у ході аналізу визначено, що значущість розвитку готельних мереж для України визначається такими чинниками: наявність значного різноманітного туристичного потенціалу; тісний зв'язок готельних мереж із багатьма іншими галузями економіки, що дає можливість отримати мультиплікативний ефект; приближення до європейських та світових стандартів якості товарів та послуг і покращення комфортності життя для значних верств населення; збільшення валютних надходжень до країни, поповнення державного та місцевих бюджетів коштами, необхідними для подальшого розвитку національного господарства. У статті було визначено, що для того, щоб привабливість готельної індустрії України для міжнародних інвесторів зросла, стратегічними цілями інвестиційної політики у туризмі та готельному господарстві в Україні мають бути: формування сприятливого інвестиційного клімату, стимулювання припливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних чотири- та п'ятизіркових готелів відповідно до міжнародних вимог та стандартів; інвестиційне забезпечення структурної перебудови готельного господарства за типізацією підприємств, місцем розташування; мобілізація всіх джерел інвестиційних ресурсів та їх ефективне використання, створення умов для нарощування внутрішніх інвестиційних ресурсів; організація туристичних та спортивних центрів та гірських баз, облаштування гірськолижних трас і підйомників на територіях пріоритетного розвитку туризму, у спеціальних економічних зонах, а також створення мотелів, кемпінгів упродовж транспортних коридорів; забезпечення розвитку промислової індустрії з випуску сувенірних виробів, рекламних проспектів, каталогів, путівників, туристичних атласів і карт, планів міст, календарів, плакатів та іншої рекламної продукції.

Ключові слова: готель, готельна мережа, туризм, інвестиції, готельна послуга, готельний оператор

UDC 338.488.2:640.4(477)

PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF FOREIGN HOTEL CHAINS IN UKRAINE

DOI 10.30838/ P.ES.2224.290818.33.207

**Lozhachevska O. M., Doctor in Economics, Prof.
Shcherban V. I.***National Transport University*

This article analyzes the current state of hotel services in Ukraine and looks at the prospects for the development of foreign hotel chains in Ukraine. The aim of this article is to identify the development abilities of foreign hotel chains in Ukraine. Thus, during the analysis it has been determined that the importance of the development of hotel chains for Ukraine is determined by the following factors: the presence of a large variety of tourism potential; the close connection of hotel chains with many other branches of the economy, which makes it possible to get a multiplicative effect; approximation to European and world standards of the quality of goods and services and improvement of the comfort of life for significant segments of the population; increasing currency revenues to the country, replenishing state and local budgets with the funds necessary for further development of the national economy. It has been stated that in order to increase the attractiveness of the hotel industry of Ukraine for international investors, the strategic objectives of the investment policy in tourism and hotel industry in Ukraine should be: the formation of a favorable investment climate, stimulation of the inflow of capital investments in reconstruction and construction of modern four and n 's-star hotels in accordance with international requirements and standards; investment support for the structural adjustment of the hotel industry by typing the enterprises, location; mobilization of all sources of investment resources and their effective use, creation of conditions for the growth of domestic investment resources; the organization of tourist and sports centers and mountain bases, the arrangement of ski slopes and lifts in the territories of priority tourism development, in special economic zones, as well as the creation of motels, campsites along the transport corridors; ensuring the development of the industry industry for the production of souvenirs, advertising brochures, catalogs, guides, tourist atlases and maps, city plans, calendars, posters and other promotional products.

Keywords: hotel, hotel network, tourism, investments, hotel service, hotel operator

Постановка проблеми. Готельний бізнес наразі є основною складовою туристичної галузі України. Сектор готельної індустрії - найбільш динамічний сектор економіки України. У сучасних умовах розвитку туризму особливої актуальності набувають питання розвитку готельної індустрії. Особливості готельного бізнесу полягають в тому, що ця галузь формує обсяг робіт для туризму, транспорту, роздрібно торгівлі, суспільного харчування, страхування, культури та мистецтва,

архітектури та проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії. Активний розвиток цієї сфери надасть нові робочі місця, додаткові надходження до бюджету, дозволить сформувати позитивний туристичний імідж окремих регіонів та країни в цілому, тому визначення перспектив розвитку готельного господарства України є актуальним для сьогодення.

Існують такі проблеми, через які українські готелі стають неконкурентоспроможними, якщо порівняти їх з західними засобами розташування. Однією з найважливіших причин даних проблем є те, що в готельному бізнесі відсутні національні готельні мережі, які були б в змозі виробляти єдину бізнес-стратегію і задовольняти існуючий в цій сфері попит. На сьогоднішній день готелі змушені боротися за належне місце на ринку, а за наявності можливості - прагнути до розширення свого бізнесу. Підприємства готельного господарства України розвиваються нестабільно, зі значним ступенем ризику для свого функціонування. А це відбувається тому, що туристичний попит носить сезонний характер, ціни на послуги з кожним роком ростуть, а самі послуги змінюються і вдосконалюються, що вимагає швидкої реакції від суб'єктів готельного бізнесу та залучення додаткових коштів. Тож це обумовлює необхідність дослідити дане питання й можливі перспективи розвитку серед національних та міжнародних готельних мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку готельного бізнесу в умовах формування готельних мереж і прискорення розвитку туристичних кластерів, аналізуються як у закордонній, так і у вітчизняній літературі. Різні аспекти цих процесів аналізуються в роботах І. Мейтланда, М. Мендельсона, М. Г. Пивоварова, Дж. Стенворта, Ф. Хоя, Л. ван дер Вагената та ін. Дослідженню питань організаційно-правового механізму формування готельних мереж і систем франчайзингу присвячені роботи І. Арбузової, Г. Андрощук, Г. Муніна, С. Нечепуренко, Т. Степанової, В. Татарінова, А. Цират та ін. Незважаючи на велику кількість праць вітчизняних і зарубіжних науковців, питання надання рекомендацій і пропозицій щодо покращення інвестиційної політики сфери туризму та готельного господарства України залишається відкритим і потребує подальшого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Туризм за останні роки перетворився на потужну галузь світової економіки. Україна ж використовує свої туристичні ресурси лише

незначною мірою. Сучасні статистичні дослідження доводять, що туристична індустрія становить 10,9 % світового валового продукту та значну частину ВВП багатьох країн світу. Це цілком справедливо тому, що основною складовою туристичної індустрії є готельне господарство. Тому ця сфера є дуже важливим елементом туристичної галузі. Важливим чинником розвитку туризму є розвиток саме сучасних готельних мереж, які стають фактором, що створює структуру економіки багатьох як розвинених держав, так і таких, що розвиваються. Тому необхідно дослідити розвиток міжнародних готельних мереж, досвід для України та проблеми, які виникають під час розвитку цих мереж.

Мета статті. Основною метою написання статті є визначення можливостей та виявлення перспектив розвитку іноземних готельних мереж в Україні.

Виклад основного матеріалу. Одним із ключових моментів глобалізації у сфері гостинності є поява готельних мереж, оскільки, як показує практика, саме вони дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування.

Готельна мережа - це об'єднання декількох готельних підприємств, що належать одному власнику, мають загальне управління і які виступають під одним фірмовим знаком. Ще одним визначенням готельної мережі є те, що вона представляє собою складну багаторівневу систему, яка складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їхнім стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи. У наш час значення поняття «готельна мережа» ототожнюють зі значенням «готельний ланцюг», який також означає форму об'єднання готельних підприємств для забезпечення економічної ефективності діяльності та конкурентоздатності на ринку послуг за рахунок високої якості обслуговування [2,с.76].

Під терміном готельний ланцюг розуміється також об'єднання кількох готельних підприємств, які підпорядковуються єдиному керівництву, а також використовують спільну торгову марку та концепцію просування товару на ринок, у колективний бізнес [1,с.231].

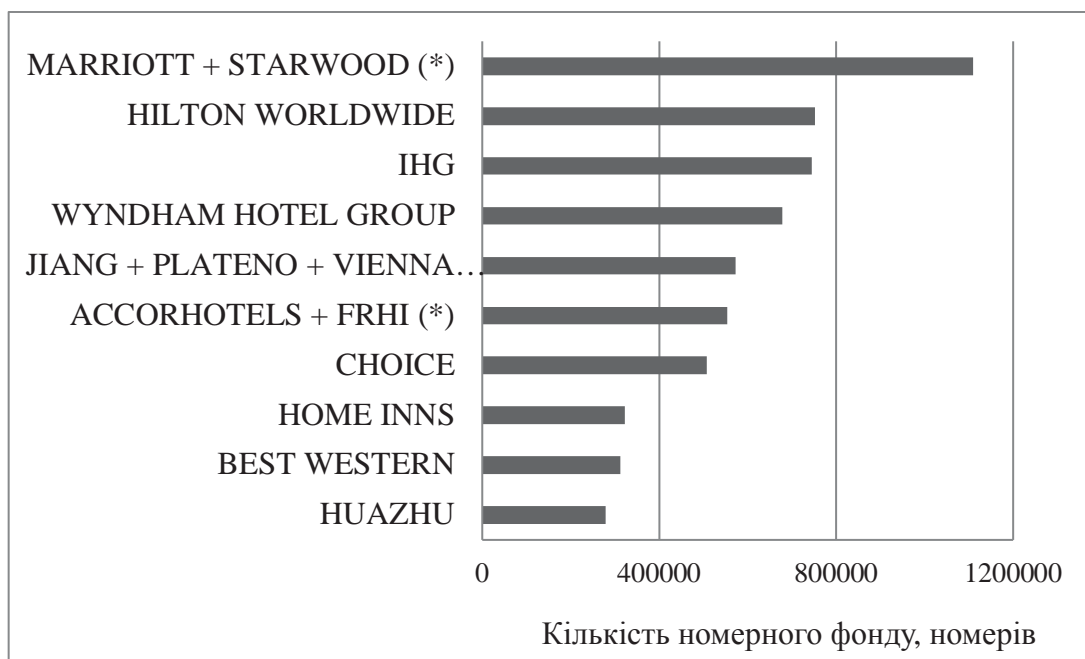
В останні десятиліття міжнародний туризм зробив гігантський ривок, перетворившись в одну з найбільших і високоприбуткових галузей світового господарства. На туризм припадає близько 12% загальносвітового валового продукту і 7% світових інвестицій.

Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг зайнято понад 260 млн. осіб, що становить 10% працюючих [9,с. 57].

Сьогодні готельні ланцюги охоплюють 30 % готельного ринку світу, понад 200 корпорацій, з яких 25 - найбільші і контролюють 25 % світового профільного ринку. За кількістю готелів, об'єднаних у готельні групи, у Європі лідирує Велика Британія, де розташовано 15% готельних груп. У Франції зосереджено 10% таких груп, в Іспанії - 5%, у Швейцарії - 5% усіх готельних мереж світу. Практика ведення бізнесу свідчить, що готелі, які входять у мережу, мають на 60% більше прибутку, ніж незалежні готелі [10,с.98].

Як бачимо, найчастіше масштаб готельної групи визначається кількістю готельних номерів. Згідно з цим критерієм на світовому ринку сьогодні домінують американські компанії. Вісім із десяти найбільших компаній розташовані в США, тут також знаходиться більше половини з п'ятдесяти найбільших готельних ланцюгів. Крім США, найбільшими готельними ланцюгами володіє Великобританія та Франція.

Завдяки придбанню компанією Marriott International американської групи Starwood Hotels & Resorts 23 вересня 2016 року у світі виникла нова найбільша готельна мережа. Ця покупка стала ще одним доповненням до списку M&As після провідних груп гостинності, таких як Accor hotels і Jin Jiang. Як виглядає топ-10 готельних мереж світу станом на січень 2017 року зображено на рис. 1 [11].



*Рис. 1 Топ-10 груп готелів по всьому світу на 2017 рік
Джерело: [11]*

Таким чином, британський оператор InterContinental Hotels Group який раніше займав перше місце був знижений до третьої позиції. Нині готельній мережі IHG належить понад 710 тис. номерів у готелях світу. Щороку їх кількість збільшується на 6%, в основному завдяки зростанню кількості готелів Crowne Plaza, Staybridge Suites і Indigo boutique та розширенню марки Holiday Inn Express.

Американська група Hilton Worldwide станом на січень 2017 року лідирувала з 751 350 номерів. Мережа демонструє найбільший приріст номерного фонду - 9,3%. У портфелі компанії з'явилися нові бренди - Doubletree, Homewood Suites, Hilton Garden Inn і Hampton Inn [11].

Marriott International посідав друге місце, розширюючи свої поставки з 44 624 додаткових номерів весь 2016 рік щоб досягти в цілому 746 523 одиниць станом на січень 2017 року. 74% готелів компанії знаходяться на території лише двох країн Північної Америки - США та Канади. 9,7% готелів розташовані в Азії та островах Тихого океану. У Європі функціонує 8,7% споруджень мережі Marriott/Starwood. Компанія «Marriott International» формально придбала 11 нових брендів «Starwood Hotels&Resorts» та додала до існуючих 19. Зараз корпорація об'єднує 30 брендів які діють в ланцюзі "Marriott/Starwood", покликані відповідати потребам і запитам тієї або іншої групи споживачів [11].

Інші операції M&As також змінили позиції членів ранжированної Топ-10. У 2017 році китайська група Jin Jiang піднялася вгору на 5 позицію після поглинання місцевих груп Plateno і Vienna Hotels Group, ці операції принесли додатково 275 637 номерів у портфель мережі. Французька група Accor hotels посідає 6 місце, Accor Group має у своєму розпорядженні понад 500 тис. номерів і зростає на 3,7% щороку. Група продовжує експансію своїх брендів – Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure, Suite Hotel, All Seasons, Ibis, Etap, Motel 6, Formula 1. Втрачення позицій американських груп Choice Hotels і Best Western було викликано також швидким темпом росту китайських груп Home Inns (+25 727 номера) і Huazhu, яка увійшла до Топ-10 нещодавно. Готельна мережа Choice Hotels об'єднує близько 6 тис. готелів - таких брендів, як Quality Inn, Choice Hotels, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality, Sleep Inn та ін.і щороку збільшує активи на 4,5%.

Готельна мережа Best Western International є прикладом одного із найбільш успішних підприємств у готельній індустрії, що користується

великою популярністю в Європі, й особливо у Франції. Сьогодні під назвою Best Western працюють понад 4 тис. готелів у 80 країнах світу, загальний номерний фонд яких перевищує 300 тис. номерів.

Мережа Starwood Hotels Resorts, яка відома такими своїми брендами, як Sheraton Hotels Resorts, Westin Hotels Resorts, The Luxury Collection, St. Regis, W Hotel, Four Points Hotels by Sheraton, Le Meridian, Aloft налічує 150 тис. номерів, і за останній рік він зріс на 2%. Готельна мережа Global Hyatt, яка концентрує свою увагу на сегменті вищого класу включає готелі у 45 країнах світу. Окрім цього, у стадії будівництва знаходяться ще 38 готелів. Усі вони працюють під брендами: Hyatt, Hyatt Regency, Grand Hyatt, Park Hyatt, Hyatt Place, Hyatt Summerfield Suites.

Таким чином, з огляду на стабільну позитивну динаміку туристичної галузі експерти ВТО зробили прогноз про те, що ця сфера економіки вже в найближче десятиліття вийде на перше місце за питомою вагою в обсязі світового експорту. Найбільш відвідуваними країнами світу до 2020 року стануть, за прогнозами фахівців, Китай, США, Франція, Іспанія [11].

Сфера готельного бізнесу в Україні зараз переживає складний період. Протягом 2013-2017 рр. кількість підприємств готельного типу в Україні скоротилась з 3162 до 2478 закладів, або на 22,6 %. На сьогодні загальна кількість колективних засобів розміщування в Україні налічує понад 4,3 тис. закладів, у яких може бути розміщено понад 4,2 млн. осіб [11].

В Україні частка готелів національних мереж у загальній їх кількості займає лише 1,5 % від загальної кількості, а міжнародних - усього 0,5 %, при тому, що в США цей показник складає 70 %, Великобританії - 15 %, у Франції - 10 %. Це свідчить про недостатній їх розвиток, що є наслідком як внутрішніх, так і зовнішніх проблем. Незважаючи на це, український готельний ринок останнім часом стає досить привабливим для іноземних інвесторів, оскільки окупність проекту складає близько 8 років, що на порядок нижче, ніж у країнах Європи [11].

Міжнародні готельні оператори увійшли на український ринок готельних послуг у 2005р. Першими були Rixos, Puykarpattya та готельний оператор Rezidor Hotel Group у 2006р. У 2007р. на національний ринок готельних послуг увійшов американський готельний оператор Hyatt. Оператор IHG увійшов на ринок у 2009 році із готелями класу люкс InterContinental Kiev. Wyndham Hotel Group представив готелі у м. Львів

та м. Київ, бельгійський оператор Rezidor Hotel Group увів на ринок Radisson Blu Resort у Івано-Франківській області.

Міжнародні готельні мережі, які функціонують в Україні, відображено в табл. 1 [13]. До готельних ланцюгів входять здебільшого п'яти- та чотирьохзіркові готелі, які розташовані в основному в м. Київ.

Таблиця 1 - Міжнародні готельні мережі в Україні станом на 2018 рік

Бренд	Зірковість	Місткість готелю, номерів	Місце знаходження
Rixos, PRYKARPATTYA	5	769	м. Трускавець, Львівська обл.
Interkontinental, Interkontinental Kiev	5	272	м. Київ
Hyatt, Hyatt Regency Kiev	5	234	м. Київ
Rezidor, Radisson SAS Kyiv	4	255	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Resort, Bukovel	4	252	Івано-Франківська обл.
Accor, IBIS	3	212	м. Київ
Wyndham Hotel Group, Ramada Lviv	3	103	м. Львів
Wyndham Hotel Group, Ramada Encore Kiev	2	264	м. Київ
IHG, Holiday Inn Kiev	4	208	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Hotel Kiev Podil	4	164	м. Київ
Fairmont Raffles International, Fairmont Grand Hotel Kyiv	5	258	м. Київ

Джерело: [13]

За умовою збереження тенденції, кількість підприємств готельного господарства України надалі збільшуватиметься. У Києві до кінця 2018 р. заплановано відкрити дев'ять комфортабельних готелів. Кількість номерного фонду готельного господарства складатиме приблизно 66 159 номерів на 2018 р. [5, с.89].

Міжнародна практика свідчить, що об'єднане ведення господарської діяльності у готельному бізнесі більш економічно ефективніше, ніж управління незалежними готелями. Об'єднання готелів під єдиним управлінням зрештою дає значний ефект як власникам об'єктів, так і їх операторам. Головною перевагою, яку отримує готель, що входить до ланцюга є зниження загальних витрат, а це дозволяє готельним ланцюгам підвищувати свою конкурентоспроможність та інтенсивно проникати на міжнародні ринки. Дослідження, проведені британськими фахівцями

показали, що при об'єднанні готелів у ланцюги, прибутковість одного номера стає в середньому в 7 разів вище, ніж у незалежних готелях.

Сьогодні галузі індустрії гостинності, серед яких треба окремо виділити такі, що забезпечують розміщення туристів і прирівняних до них інших категорій користувачів послугами готелів, поступово набувають статусу галузей національного порятунку та є одними з найефективніших і найперспективніших галузей національного господарства. Досвід таких розвинених країн із ринковою економікою, як Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Греція та інших, підтверджує такий висновок [11]. Згідно з дослідженнями WTTC такий статус індустрії гостинності збережеться і надалі. Так, за даними WTTC, прямі доходи від туризму у 2016 р. склали більше 2200,0 млрд. дол. США, що складає близько 3,1 % від світового ВВП та майже в чотири рази перевищує цей показник 2000 р., а прогноз до 2023 р. дає цифру до 3249,2 млрд. дол. США (3,1 % від ВВП) [12].

Для України, яка стоїть на шляху розвитку ринкової економіки, розвиток індустрії гостинності та її складових сьогодні є важливим чинником як внутрішньої стабілізації соціально-економічної становища у державі, так і її зовнішньоекономічній діяльності. Так, на сьогодні близько 15 % робочої сили в Україні зайнято в галузях індустрії гостинності [6, с.78]. На наш погляд, значущість розвитку готельних мереж для України визначається такими чинниками: наявність значного різноманітного туристичного потенціалу; тісний зв'язок готельних мереж із багатьма іншими галузями економіки, що дає можливість отримати мультиплікативний ефект; приближення до європейських та світових стандартів якості товарів та послуг і покращення комфортності життя для значних верств населення; збільшення валютних надходжень до країни, поповнення державного та місцевих бюджетів коштами, необхідними для подальшого розвитку національного господарства.

Зрозуміло, що приєднання України до низки передових туристичних держав світу є завданням комплексним і вимагає системних зусиль від усіх гілок влади. Для цього необхідно вирішити певні законодавчі проблеми, узгодити роботу усіх суб'єктів туристичного ринку та через системне фінансування, політичну та ідеологічну підтримку забезпечити сталий розвиток туризму. Здійснення повною мірою вищезгаданих заходів не тільки допоможе розвитку готельної галузі, але й сприятиме

зміцненню економіки всієї країни, а значить, і підвищенню добробуту українців.

В умовах фінансової кризи, яка сьогодні має значне поширення, будівництво нових готелів та створення готельних мереж відповідного стану до наявного рівня соціально-економічного розвитку країни, являє собою менш ризиковану з економічної точки зору сферу інвестиційних інтересів держави і являє собою реальне джерело зростання ВВП та надходжень до бюджету. Розвиток галузі готельних послуг в Україні дозволить створити тисячі робочих місць, що має особливе значення з огляду на наслідки економічної кризи.

Наразі в Україні туристична діяльність перебуває у стадії реформування та розвитку. Наявні туристичні ресурси використовуються неповністю, проте динаміка туристичного ринку України свідчить про наявність достатньо стабільного розподілу прибутків від внутрішнього та іноземного туризму: витрати внутрішніх туристів створюють 52,3 % прямих доходів від подорожей та туризму України, а іноземні - 47,7 %. За оцінками WTTC, внутрішні витрати на послуги індустрії туризму складатимуть 87,9 млрд. грн. у 2023 р., що порівняно з сучасним періодом є значним зростанням [7, с.83].

Отже, широкі можливості розвитку міжнародних готельних мереж в Україні стримує низка негативних факторів: недостатня законодавча і правова база у питаннях захисту інтересів туристичних підприємств та високий рівень податків; невідповідність матеріальної бази і якості послуг туризму міжнародним вимогам, особливо у сфері готельного господарства і транспортного обслуговування; відсутність ефективного і гарантованого механізму фінансування об'єктів галузі вітчизняними та іноземними інвесторами із недержавних джерел; недостатня організація системи аквізиції туристів в Україні рекламно-інформаційного забезпечення, системи захисту прав подорожуючих; низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг; недостатня кількість кваліфікованих фахівців у галузі управління підприємствами готельного господарства; важливим для України є також об'єднання зусиль працівників туризму і наукових працівників різних профілів з метою створення програмного матеріалу для подальшого розвитку інфраструктури туризму в країні.

Таким чином, розвиток національних та міжнародних готельних мереж в Україні знаходиться на початковій стадії. Існує ряд проблем, які потребують негайного вирішення шляхом збільшення обсягів в'їзного туризму, надання готельних послуг на рівні сучасних міжнародних стандартів, підтримки підприємств готельних мереж, кваліфікованих фахівців у сфері готельного господарства, стабілізації економічної та політичної ситуації в країні.

Висновки. Отже, вирішуючи проблему можливостей розвитку міжнародних готельних мереж в Україні можна дійти висновку, що подальший розвиток цих мереж в Україні значною мірою залежить від створення сприятливих умов щодо залучення інвестицій для будівництва нових і реконструкції старих будівель. Також необхідна розробка стратегії готельного господарства, у якій максимально враховуватимуть всі запити споживачів готельних послуг. Таким чином, український готельний ринок має великі прерогативи і є одним із самих перспективних у Східній Європі, але за всього потенціалу розвитку готельного бізнесу в Україні, кількість наявних готелів недостатня для країни з високою інвестиційною привабливістю, багатим історичним минулим і великими туристичними можливостями.

Для вирішення проблем подальшого інноваційного шляху розвитку готельних мереж в Україні необхідно розробити стратегію та політику його розвитку, де були б визначені найбільш важливі завдання галузі та необхідний для цього механізм та інструментарій. Інноваційна стратегія розвитку готельного сектору повинна бути спрямована на розробку ефективних шляхів реалізації нововведень з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів і наявних ресурсів. Інноваційна політика держави повинна включати в себе комплекс заходів щодо створення сприятливих умов розвитку індустрії готельного бізнесу і всебічного задоволення потреб туристів, нових конкурентоспроможних продуктів і послуг, впровадження сучасних технологій управління в секторі розміщення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Кузьмін О. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень / О. Кузьмін, В. Жежуха // Економіст. – 2017. – № 2. – С. 14-23.

3. Лук'янова Л. Г. Уніфіковані технології готельних послуг : навч. посібник / Л. Г. Лук'янова, І. М. Мінич, Т. Т. Дорошенко ; за ред. В. К. Федорченка. – К. : Вища школа, 2016. – 258 с.
4. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. – 2015. – № 10. – С. 31–35.
5. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт. ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с.
6. Шимакова В. Є. Розвиток туристичного бізнесу в регіонах / В. Є. Шимакова // Культура народів Причерномор'я: научний журнал. – 2016. – № 137. – С. 62–66.
7. Gumilar V. Methodology for R&D driven cluster development in construction sector / V. Gumilar. – ASM (Poland), 2010. – 121 p.
8. Danko N. I. Creation of the tourist cluster as a way of increase of investment attractiveness of a region / N. I. Danko, G. V. Dovhal // Проблеми економіки = The Problems of Economy. – 2013. – № 4. – С. 212–218.
9. Nordin Sara. Tourism Clustering & Innovation – Paths of Economic growth and development / Sara Nordin // ETOUR (European Tourism Research Institute Mid-Sweden University) SE-831 25. – Osterson, Sweden, 2010. – 90 p.
10. Porter M. E. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy / M. E. Porter // Economic Development Quarterly. – 2000. – № 14 (1). – P. 98–118.
11. Офіційний сайт Всесвітньої організації подорожей та туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>