

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри туристичного та  
готельно-ресторанного бізнесу  
к.е.н., проф. Герасименко В.Г.

---

(підпис)

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 року

**ВИПУСКНА РОБОТА**

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр

за спеціальністю 242 «Туризм»

на тему

**«ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО  
СТАРТАПУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ»**

Виконавець:

Студентка ЦЗФН

Саламатіна Аліна Сергіївна

---

(підпис дипломника)

Керівник:

к.е.н., доцент Іванов А.М.

---

(підпис керівника)

Одеса 2018 р.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ</b>	
1.1. Історичний розвиток туризму як форми суспільного споживання.....	7
1.2. Особливості внутрішнього та в'їзного туризму в Україні.....	10
1.3. Сучасний стан ринку туристичних послуг в Україні .....	17
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b>	
2.1. Переваги Одеського регіону для ведення туристичної діяльності .....	25
2.2. Аналіз зовнішнього середовища ТОВ «Атлас».....	35
<b>РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ ТОВ "АТЛАС"</b>	
3.1. Загальна характеристика туристичного підприємства ТОВ «Атлас».....	44
3.2. Формування витрат на функціонування ТОВ «Атлас».....	55
3.3. Прогнозування прибутку від реалізації послуг ТОВ «Атлас».....	59
3.4. Розрахунок основних показників економічної ефективності ТОВ «Атлас».....	64
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	67
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	69
<b>ДОДАТКИ</b> .....	75

## ВСТУП

*Актуальність теми.* На сучасному етапі Україна знаходиться у глибокій політичній, суспільній та економічній кризі. Процес переходу від соціалістичної формації до ринкових відносин, розпочатий наприкінці ХХ сторіччя, привів національну економіку у глухий кут. Заходи, що впроваджує Верховна Рада, Уряд та Президент України, не впливають суттєво на стабілізацію економіки. Швидкого поліпшення у соціально-економічному житті, нажаль, очікувати найближчим часом не слід.

Наслідком руйнації економіки є високий рівень безробіття та знецінення вартості труда. Тисячі молодих людей, які отримали університетську освіту, не знаходять роботи з гідною оплатою праці. Одним із виходів з такої ситуації є розвиток малого бізнесу, тобто відкриття власної справи.

У кризовий період особливо загострюється попит на різноманітні розваги. Це пов'язано із тим, що у людини виникає бажання відволіктися від проблем, які її оточують, від сірих буднів і повсякдення, і, хоча б на деякий час, опинитися в атмосфері романтичності, спілкування, відпочинку.

Стрімке падіння курсу гривні значно скоротило можливості для більшої частини українського суспільства. Тому, замість відпочинку за кордоном, багато українців обирає тури в межах України. Великі туристичні оператори, що працюють на вітчизняному ринку, віддають перевагу виїзному туризму, а ринок в'їзного та місцевого туризму залишився поза їх увагою. Незважаючи на складне суспільно-політичне становище, інтерес до України з боку іноземних громадян не зменшився. Перелічені вище особливості дозволяють дійти висновку, що надання туристичних послуг внутрішнього та в'їзного туризму є вигідною бізнес-ідеєю.

Аналіз туристичних потоків в Україні підтверджує розвиток внутрішнього туризму. У 2016 році порівняно із 2015 кількість українців, що віддали перевагу внутрішньому туризму, зростає на 96534 особи. В Одеській області цей показник значно вище: 10399 осіб у 2015 році і 117615 – у 2016, тобто відбулось зростання кількості туристів майже вдвічі.

Варто відмітити, що Одеська область, володіючи унікальними рекреаційними, історичними та культурними ресурсами, займає одне з провідних місць в рейтингу регіонів України за основними показниками туристичної діяльності. За вартістю перебування туристів у колективних засобах розміщення Одеська область у 2016 році вийшла на третє місце в Україні (940559,1 тис. грн.), що свідчить про привабливість туристичних послуг у нашому регіоні.

На Одещині працюють 164 туристичні фірми, та лише 24 з них мають ліцензію на здійснення тур операторської діяльності. Зважаючи на жорстку конкуренцію, для заснування нової туристичної фірми потрібен дійсно інноваційний стартап. Головним в його роботі повинні стати наступні пріоритети: 1) побудова нового інноваційного продукту; 2) могутня інформаційна медійна підтримка проекту; 3) інноваційне просування товару в мережових комунікаціях; 3) ефективне використання фінансових та людських ресурсів; 4) наукове планування кожного етапу діяльності з метою максимізації прибутків та мінімізації ризиків.

За зразок ефективної роботи можна обрати український туристичний стартап «Tripudream», який отримав перемогу на конкурсі стартапів у швейцарській Лозанні (2016 р.) і отримав 500 тисяч доларів інвестицій для розширення бізнесу.

Перелічені вище особливості свідчать про те, що відкриття туристичного підприємства у сфері внутрішнього та в'їзного туризму по території України є перспективним направленням розвитку бізнесу. Особливо привабливим є Одеський регіон, де є тенденція розвитку як і внутрішньому, так і в'їзному туризму, а потенціал використовується недостатньо.

*Мета та завдання дослідження.* Основною метою є розробка і обґрунтування практичних рекомендацій проекту по створенню туристичного підприємства ТОВ «Атлас».

Планування діяльності сприяє вирішенню головного завдання будь-якого бізнесу - досягнення максимуму прибутку при мінімумі витрат.

Для досягнення мети вирішено наступні завдання: - приділено увагу чинним нормативно-правовим документам, які відносяться до сфери внутрішнього та в'їзного туризму; - вивчено специфіку надання послуг туристичної фірми як туроператора; - проведено детальний аналіз попиту та пропозиції на ринку внутрішнього та в'їзного туризму; - проаналізовано інвестиційний проект, визначено доцільність відкриття стартапу та економічно обґрунтовано недоліки та переваги туристичного бізнесу.

*Об'єкт і предмет дослідження.* Об'єктом дослідження в дипломній роботі виступає стартап, а саме туристичне підприємство ТОВ «Атлас», а предметом дослідження є бізнес-план по створенню підприємства у сфері туризму. Метою розроблення бізнес-плану виступає планування господарської діяльності підприємства на найближчий і віддалений періоди відповідно до потреб ринку і можливостей отримання необхідних ресурсів для стартапу.

*Методи дослідження.* Абстрактно-логічний (формулювання висновків), графічний, порівняльний, метод аналізу, економіко-статистичний метод, PEST-аналіз, SWOT-аналіз. Для розрахунку показників, дослідження тенденцій були використані програмні продукти „Project Expert” і „MS Excel”.

*Інформаційну базу дослідження* склали наукові публікації і монографічні видавництва вітчизняних і зарубіжних вчених - Бейдик О.О., Бондаренко М.П., Галасюк С.С., Кузьменко Г.В., Нездоймінов С.Г., Пилипенко В.Н., Телетов С.О., Хижняк М.О. та інших, нормативно-правові акти України про туризм, аналітичні дані звітності ПП «Марком», статистичні бюлетені Державної Служби Статистики України «Туристична діяльність в Україні», «Колективні засоби розміщування в Україні» та Одеського відділення Державної Служби Статистики України, матеріали маркетингових досліджень консалтингових фірм і т.д.

## ВИСНОВКИ

Аналіз літературних джерел дає підставу визначити основні етапи розвитку туризму – пізнавально-торговельний, освітньо-виховний, організаційний, радянський, сучасний. Сучасний етап розвитку туризму пов'язаний зі створенням незалежних, самостійних держав колишнього Радянського Союзу, відповідним розформуванням організаційно-управлінських структур.

До 2013 року в Україні спостерігалась стала тенденція збільшення чисельності іноземних туристів. Революція Гідності 2014 року негативно позначилась на кількості іноземних туристів, що відвідують Україну. Анексія Кримського півострова та воєнні дії на сході відвернули увагу іноземних туристичних агенцій від українських пам'яток та дивовижних місць. В той же час інтерес до України у світі не згас. Поліпшення політичного становища, надання гарантій безпеки відвідувачам нашої країни обов'язково приведе до значного збільшення чисельності туристів із різних кутків земної кулі.

Аналізуючи динаміку внутрішніх потоків на території України (дані Державної служби статистики), то порівняно з 2000, у 2015 році кількість туристів зменшилася на 40, 25%. В той же час, скрутне економічне становище громадян дещо прискорило розвиток внутрішнього туризму. У 2015 році порівняно із 2014 кількість українців, що віддали перевагу внутрішньому туризму, зросла на 34281 особу.

Аналіз показників роботи суб'єктів туристичної діяльності України за 2015-й рік показав, що за кількістю суб'єктів туристичної діяльності, Одеська область займала 2 місце (164 од.) після Києва. Проте, за сумою доходів від надання туристичних послуг, Одеська область займала лише 4 місце після Івано-Франківської області, Львівської, Києва, що вказує на суттєві недоліки у роботі місцевих туроператорів і турагентів, а також на існуючий потенціал у розвитку туристичної сфери. Саме тому відкриття туристичного підприємства ТОВ «Атлас» є перспективним у цьому регіоні.

ТОВ «Атлас» буде орієнтуватися на в'їзний та внутрішній туризм і буде являтися самостійним виробником туристичного продукту – туроператором. Щодо маркетингової стратегії, ТОВ «Атлас» орієнтоване на низькі витрати і диференціацію туристичних послуг, тому нам актуально використовувати стратегію оптимальних витрат разом зі стратегією максимізації прибутку. Такий конкурентний підхід є ефективним на ринках, де покупця цікавлять і цінність товару, і його ціна. Фірми, що реалізують стратегію оптимальних витрат, можуть пропонувати товар середнього класу за ціною нижче середньої чи товар доброї якості за середньою ціною.

Аналіз конкурентів проводився на основі зовнішнього бенчмаркінгу. Мета бенчмаркінгу – підвищення ефективності власної діяльності і завоювання конкурентних переваг. Предметом бенчмаркінгу є технологія, виробничі процеси, методи організації виробництва і збуту продукції. Це дало змогу зрозуміти, яким аспектам ТОВ «Атлас» потрібно привернути більшу увагу.

Аналіз результатів пошуку оптимального портфелю туристичних послуг показує, що найменш прибутковою операцією є спортивний туризм. Це пов'язано з суттєвим впливом природних умов на цей вид відпочинку: відсутність снігу взимку, похолодання влітку тощо. Виходом є або зменшення частки спортивного туризму, або страхування ризику, інші економічні важелі. Натомість потрібно значно збільшити частку туристичного продукту в Одеському регіоні, кількість паломницьких турів.

Показники ефективності проекту:

$$NPV = 354013 \text{ грн}, IRR = 127\%, IP = 5,55.$$

Саме цей набір показників (NPV, PI, IRR) наводиться в резюме бізнес-плану інвестиційного проекту та використовується зацікавленими сторонами для оцінки комерційної привабливості інвестиційної ідеї. По всіх критеріях аналізуючи економічну ефективність проекту ТОВ «Атлас», можна сказати що проект є економічно доцільним для відкриття і ведення бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України “Про туризм” від 15.09.1995 № 324/95-ВР
2. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/581/2011/paran77#n77>
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-IV // Відомості Верховної Ради України, 2004 р., № 13.
4. Закон України «Про охорону праці» (ВВР), 1992, № 49, ст.668.
5. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Концепція розвитку туризму в м. Одесі на 2015 – 2020 роки: Рішення Одеської міської ради від 4 липня 2015 р. № 1395-V [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http:// www.misto.odessa.ua](http://www.misto.odessa.ua).
7. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності. Затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України 12.11.2003 р. № 142/394 // [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)
8. Про розвиток рекреації в Одеській області [за редакцією Котвицької Л.Е.] - Головне управління статистики в Одеській області. – 2015. – 25 с.
9. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області на період до 2020 року: Рішення Одеської обласної ради від 9 листопада 2015 р. № 347-V [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.oda.odessa.gov.ua>.
10. Туристичний сайт Одеської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.touregion.od.ua/?category=48>
11. Андрушів Б.М., Кузьмин О.Є. Основи менеджменту. – Львів., «Світ», 2001. – 255 с.
12. Бардин К. Б. Азбука туризма / К. Б. Бардин. – М. : Просвещение, 1972. – 120 с.

13. Бергман А. Е. Юный турист /А. Е. Бергман. – М.: ФиС, 1977. –240 с.
14. Бондаренко М.П. «Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи» Економіка і прогнозування / науковий журнал ; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. – 2011. – № 1. – 160 с. – ISSN 1605–7988 с 104 – 119 с.
15. Вахлис К. И. Спутник туриста / К. И. Вахлис. – Киев : Здоровье, 1983. – 282 с.
16. Верба И. А. Туризм в школе / И. А. Верба, С. М. Голицин, В. М. Куликов, Е. Г. Рябов. – М. :ФиС, 1983. –160 с.
17. Ганопольский И. В. Туризм и спортивное ориентирование / И. В. Ганопольский. – М. : ФиС, 1987. – 238 с.
18. Галасюк С. С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С. С. Галасюк ; Одес. держ. екон. ун-т. - О. : Астропринт, 2015. - 208 с.
19. Гандзюк М.П. Основи охорони праці - К., 2014. – 359с.
20. География туризма: Учеб. пособие. / М.В. Асташкина, О.Н. Козырева, А.С. Кусков, А.А. Санинская.– М.: Альфа – М.: ИНФРА-М, 2014. – 432с
21. Гранильщикова Ю. В. Семейный туризм / Ю. В. Гранильщикова. – М. : ФиС, 1983. – 240 с.
22. Довбня С.Б., А.О. Найдовська, М.М. Хитько. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2015. – 71 с.
23. Державне агентство України з туризму та курортів «Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни». – XIII Міжнародний економічний форум. – Трускавець. - 11 жовтня, 2015 р.
24. Державний реєстр міжгалузевих і галузевих нормативних актів про охорону праці (Реєстр ДНАОП). Видання офіційне. - К., 2015. - 222 с.
25. Дурович А.П., Маркетинг у туризмі: Учеб. посібник / А.П. Дурович-3-е вид., Стереотип .- Мн.: Нове знання, 2003 .- 496с.

26. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу, К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
27. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг: Підручник. 2-е вид. – К.: Знання України, 2009. – 280 с.
28. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту Підручник. - К: Кондор, 2009. - 394 с.
29. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик. – К.: Знання, 2011. – 271 с.
30. Кузьменко Г.В., Бейдик О.О. «Євро-2012»: Туристське партнерство України та Польщі // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу.– 2011.– №15. – С. 72–77.
31. Жданова О. М. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму / О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковський, І. В. Котова. – Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2000. – 228 с.
32. Жидецький В.М., В. С. Джигирей, О. В. Мельников — Вид. 4-е, стереотипне. — Львів: Афіша, 2008. — 348 с.
33. Історичний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Історичний\\_туризм](http://uk.wikipedia.org/wiki/Історичний_туризм)
34. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. – К.: КНЕУ, 2015.- 227 с.
35. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: Монографія/ С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра, 2016. – 344 с.
36. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Одеській області [за редакцією Котвицької Л.Е.] - Головне управління статистики в Одеській області. – 2010. – 120 с.
37. Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень. Державні санітарні норми. ДСН 3.3.6.042-99. - К., 1999. - 15 с.

38. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник для ВНЗ (рек. МОН України) / А.Ю.Парфіненко - Х. Бурун Книга, 2009.- 288с.
39. Пилипенко В.Н. Проблема вибору// Туризм: практика, проблеми, перспективи. – К., 2014. - №2. – 58 с.
40. Пушка Р.М., Н.П.Тарнавська. "Менеджмент: теорія і практика", Вид. "Карт-Бланш" Підручник.,- Тернопіль , 2013
41. Топчієв О.Г.Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методика: Навч. посібн. – Одеса: Астропринт, 2005. – 632 с.
42. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії/ За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. - 662 с.
43. Федотов Ю. Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков. – М. : [б. и.], 2012. – 357 с.
44. Єдиний соціальний внесок 2016 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.buhoblik.org.ua/nalogi/edinyj-soczialnyj-vznos/586-dinij-soczialnij-vnesok-2016.html>
45. Київська міська державна адміністрація [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://kievcity.gov.ua/news/14249.html>
46. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/kyfjak.htm](http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm).
47. Міністерство культури і туризму України «Підсумки туристичного сезону 2015 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/225433;jsessionid=0D83FF45195E032487951CE94852260C>
48. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article>
49. Мінімальна заробітна плата 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.buhoblik.org.ua/kadry-zarplata/oplata-truda/1133-minimalna-zarobitna-plata.html>

50. ООН: Україна - серед лідерів за кількістю туристів [Електронний ресурс]. Режим доступу:  
[http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2015/08/130805\\_tourism\\_ukraine\\_un\\_vc.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2015/08/130805_tourism_ukraine_un_vc.shtml)
51. Оценка бизнеса и анализ эффективности проектов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://piter-consult.ru/home/Articles/business-planning-articles/business-estimation.html>
52. Офіційний туристичний сайт міста Львів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lviv.travel/>
53. Офіційний сайт Державного комітету України з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду (Держгірпромнагляду)
54. Посольство України в Турецькій Республіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://turkey.mfa.gov.ua/ua/press-center/news-from-ukraine/696-u-2015-roci-ukrajnu-vidvidali-ponad-26-mln-turistiv-shho-na-15-mln-bilyshe-nizh-u-2015-rocio-vilkul>
55. Показатели эффективности инвестиционного проекта (инвестиций) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mathhelpplanet.com/static.php?p=pokazateli-effektivnosti-investitsionnogo-proekta>
56. Соціологічна група «Рейтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ratinggroup.com.ua>
57. Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО на Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org>
58. Статистичний щорічник України за 2015 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.gov.ua/druk/katalog/kat\\_u/2015/11\\_2012/sz\\_Ukr\\_2011.zip](http://ukrstat.gov.ua/druk/katalog/kat_u/2015/11_2012/sz_Ukr_2011.zip)
59. Так що ж таке туристичний бізнес і як його організувати? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://neoplan.com.ua/statiy/16211-Tak\\_chno\\_zhe\\_takoe\\_turisticheskiiy\\_biznes\\_i\\_kak\\_ego\\_organizovat.html](http://neoplan.com.ua/statiy/16211-Tak_chno_zhe_takoe_turisticheskiiy_biznes_i_kak_ego_organizovat.html)

60. Україна з року в рік приваблює все більше і більше туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurolux.dn.ua/get-news/112/>
61. Україна: Подорожі та туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uitt-kiev.com/ua/>
62. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art\\_id=246397941](http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246397941)
63. Україна як terra incognita для іноземців вабить все більше туристів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/journal/1540476-korrespondent-zagadka-dlya-evropejziv-ukrayina-yak-terra-incognita-dlya-inozemciv-vabit-vse-bilshe-tu>
64. Штембуляк Д.О., Буслаєва Г.В., Кусик Н.Л., Одеська область як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/>
65. Як відпочивають українці, або чотири особливості нинішнього сезону [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://m.day.kiev.ua/uk/article/ekonomika-litnya-shkola-zhurnalistiki/yak-vidpochivayut-ukrayinci-abo-chotiri-osoblivosti>
66. Has Ukraine's time come? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fdiintelligence.com/Special-Reports/Has-Ukraine-s-time-come>
67. Markowitz H. M. Portfolio Selection // Journal of Finance. – 1952. – № 7. – P. 77–92.
68. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Ukraine / World Travel & Tourism Council / London 2015 / 24 с.
69. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2014 World Economic Forum / Geneva / 501 с ISBN-13: 978-92-95044-96-8