

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА»

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Науково-виробничий журнал

Випуск 2 (41) 2017

м. Херсон

2017

Редакційна рада:

Білоусова С.В. – доктор економічних наук, професор; **Левківський К.М.** – кандидат історичних наук, доцент; **Шапошніков К.С.** – доктор економічних наук, професор; **Ненько С.С.** – кандидат юридичних наук, доцент.

Головний редактор:

Жуйков Геннадій Євгенович – доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора:

Дога Валерій Семенович – доктор економічних наук, професор.

Відповідальний секретар:

Імшеницька Ірина Георгіївна.

Редакційна колегія:

Дикий Олександр Віталійович – доктор економічних наук, професор;

Руснак Алла Валентинівна – доктор економічних наук, професор;

Сахацький Микола Павлович – доктор економічних наук, професор;

Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент;

Ботвіна Наталія Олександрівна – доктор економічних наук, професор;

Щаслива Ганна Петрівна – кандидат економічних наук, доцент;

Морозова Олена Сергіївна – кандидат економічних наук;

Хельмут Шрайнер – академія права і справедливості, Німеччина;

Райнер Шамбергер – доктор економіки, Німеччина;

Христіан Херрманн – доктор економіки, Німеччина.

У журналі подаються результати наукових досліджень з питань економіки та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а також економіки природокористування та охорони навколишнього середовища. Рекомендовано для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців у галузі економіки, управління, права державних і місцевих органів самоврядування. Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора або редакції. При передрукуванні посилатися на «Бізнес-навігатор». Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

**Видання входить до «Переліку друкованих фахових видань,
в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук»
на підставі Наказу МОН України від 21 грудня 2015 № 1328.**

**Рекомендовано до друку Вченою радою
Міжнародного університету бізнесу і права
(протокол № 2 від 20.09.17 р.)**

Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»
зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15586-4058ПР від 03.09.2009 року)

© Редакційна колегія, 2017

© Автори статей, 2017

ISSN 2522-4751

© ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2017

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**Зайцев О.В., Захаркіна Л.С.**ОСОБИСТА ТА СУСПІЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЧЕНОГО І ПРОБЛЕМА СТАВЛЕННЯ
ДО РОЗВИТКУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО ВІНАХОДІВ ТА ТЕОРІЙ..... 7ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**Борецька Н.П.**

СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД..... 15

Власова К.В.

ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРИ – ОСНОВА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... 19

Жуйков Г.Є., Імшеницька І.Г.ПРОБЛЕМИ І ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОМУ ВИРОБНИЦТВІ УКРАЇНИ..... 24**Кушнір Т.М.**

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО РОЗУМІННЯ МАРКЕТИНГУ..... 32

Орленко О.В., Жуйков Г.Є.ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ПОСЛУГ
ТА НОВІ РЕСТОРАННІ ТРЕНДИ..... 38**Фокіна-Мезенцева К.В.**ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ
В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 43

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Обозна В.В.МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 49**Салун М.М., Паляничка Є.М.**АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ТЕОРЕТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 56**Сигида Л.О., Сигида Н.О.**

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ..... 63

Станкевич І.В.КВАЛІМЕТРИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ОСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ МЕТОДОМ ПАРЕТО..... 70**Старинець О.Г.**ПОБУДОВА СИСТЕМИ ПРЕВЕНТИВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ
В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 79РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**Нещадим Л.М., Тимчук С.В.**ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ
ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ..... 84**Петренко Н.О.**

ІННОВАЦІЙНІ ОРІЄНТИРИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ..... 89

Приходченко Т.А.

СЕЛЕКТИВНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТИ..... 95

**ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Морозова О.С., Морозов О.В., Бабушкіна Р.О.

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ

У СФЕРІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....101

Нижеголенко К.С.

ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЗБАЛАНСУВАННЯ

СОЦІО-ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ.....106

**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

Смутчак З.В.

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ.....114

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Піддубна В.Г.

МАРКЕТИНГ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

БАНКІВ УКРАЇНИ.....120

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Ковбаса Т.А.

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....128

CONTENTS

ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Zaitsev O.V., Zakharkina L.S.

THE PERSONAL AND SOCIAL CHARACTERISTICS OF THE SCIENTIST AND THE PROBLEM
OF THE ATTITUDE TO THE DEVELOPMENT AND USE OF HIS INVENTIONS AND THEORIES.....7

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Boretska N.P.

SOCIAL ECONOMY AS A FACTOR OF REGIONAL DEVELOPMENT: WORLD EXPERIENCE..... 15

Vlasova E.V.

INNOVATIVE CLUSTERS A BASIS OF DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY..... 19

Zhyukov G.E., Imshenitska I.G.

PROBLEMS AND PECULIARITIES OF MARKETING ACTIVITIES IN THE WINE-GROWING
AND WINEMAKING INDUSTRY OF UKRAINE..... 24

Kushnir T.M.

A FUNCTIONAL APPROACH TO UNDERSTANDING OF MARKETING..... 32

Orlenko O.V., Zhuikov G.E.

ECONOMIC PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF THE MARKET
FOR GASTRONOMIC SERVICES AND NEW RESTAURANT TRENDS..... 38

Fokina-Mezentseva K.V.

FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE
IN THE PROCESS OF GLOBALIZATION..... 43

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Obozna V.V.

METHODICAL ASPECTS OF EVALUATING THE EFFECTIVENESS
OF MANAGEMENT SALE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES..... 49

Salun M.M., Palyanychka Y.M.

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF THE THEORETICAL STUDY
OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS..... 56

Syhyda L.O., Sygyda N.O.

SUPPLY CHAINS EFFICIENCY EVALUATION: METHODOLOGICAL ASPECT..... 63

Stankevych I.V.

A QUALIMETRIC APPROACH TO ASSESSING THE QUALITY OF THE ACTIVITY
OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION BY THE PARETO'S METHOD..... 70

Starynets O.G.

BUILDING A SYSTEM OF PREVENTIVE ANTI - CRISIS MANAGEMENT
IN THE TELECOMMUNICATION ENTERPRISES..... 79

PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Neshchadym L.M., Tumchyk S.V.

INNOVATIVE METHODS OF ECONOMIC ANALYSIS OF TOURISM ENTERPRISES IN UKRAINE..... 84

Petrenko N.A.

INNOVATIVE BENCHMARKS OF STRATEGIC DEVELOPMENT
OF THE AGRARIAN SECTOR OF UKRAINE..... 89

Prykhodchenko T.A.

SELECTIVE REGIONAL POLICY: ESSENCE, TYPES, PRINCIPLES, INSTRUMENTS..... 95

ECONOMY OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ENVIRONMENTAL DEFENCE

Morozova O.S., Morozov O.V., Babushkina R.O.

STATE ADMINISTRATION OF LAND RESOURCES IN THE FIELD OF REGIONAL DEVELOPMENT..... 101

Nizhegolenko K.S.

THEORETICAL APPROACH TO BALANCING SOCIO-ECOLOGICAL
AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL REGION.....106

**DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS,
SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS**

Smutchak Z.V.

LABOUR MIGRATION AND ITS IMPACT ON THE DEMOGRAPHIC POTENTIAL OF UKRAINE.....114

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Poddybna V.G.

MARKETING OF BANKING INNOVATIONS IN ENSURING FINANCIAL STABILITY
OF UKRAINIAN BANKS.....120

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Kovbasa T.A.

THE ESSENCE AND TYPES OF REPORTING OF FOREST ENTERPRISES.....128

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.48

Нещадим Л.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва

Тимчук С.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Інноваційні методи економічного аналізу діяльності туристичних підприємств в Україні. У статті запропоновано застосування інноваційних методів економічного аналізу діяльності туристичних підприємств. Основні дані проаналізовано за допомогою бізнес-аналітичної платформи Deductor. У процесі дослідження база даних була розбита на групи для спрощення роботи з даними. Після групування були застосовані інші методи і для кожної зі сформованих груп побудована окрема модель. У результаті обробки даних програмою Deductor було побудовано п'ять кластерів.

Ключові слова: туризм, кластер, підприємство, прибуток, туристична діяльність.

Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Инновационные методы экономического анализа деятельности туристических предприятий в Украине. В статье предложено использование инновационных методов экономического анализа деятельности туристических предприятий. Основные данные были проанализированы с помощью бизнес-аналитической платформы Deductor. В процессе исследования база данных была разбита на группы для упрощения работы с данными. После группирования были применены другие методы и для каждой из сформированных групп построена отдельная модель. В результате обработки данных программой Deductor было построено пять кластеров.

Ключевые слова: туризм, кластер, предприятие, прибыль, туристическая деятельность.

Neshchadym L.M., Tumchyk S.V. Innovative methods of economic analysis of tourism enterprises in Ukraine. The article proposes the application of innovative methods of economic analysis of the activity of tourist enterprises of Ukraine. Key data was analyzed using the Deductor Business Analytic Platform. In the process of research, the database was divided into groups, to facilitate data work. After grouping, other methods were used and a separate model was built for each of the formed groups. As a result of data processing, the Deductor program built five clusters.

Key words: tourism, cluster, enterprise, profit, tourism activity.

Постановка проблеми. Міжнародні економічні тенденції розвитку туризму в сучасних умовах вимагають використання інноваційних методів аналізу господарської діяльності та формування нових економічних умов економічних відносин. Одним із найбільш перспективних напрямів інноваційного економічного розвитку України зарубіжні та вітчизняні експерти відзначають

кластерний підхід до структурування економіки, вивчення стратегій національної та регіональної економічної політики та підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг. Упровадження європейської стратегії соціально-економічного розвитку України спрямоване на створення конкурентних переваг країни в усіх сферах економічної діяльності, включаючи туристичну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості формування та розвитку туристичних груп досліджено такими вченими, як М. Войнаренко, Д. Стеченко, А. Крайник, М. Заверчич, Д. Бугаліс, А. Крайнович.

Формулювання цілей статті. Розвиток кластерів як тенденція підвищення національної та регіональної конкурентоспроможності є одним із складників сучасної інноваційної економіки. Світова практика показує, що кластеризація має вирішальний вплив на процес зміцнення конкурентоспроможності та прискорення інновацій.

Виклад основного матеріалу. Одним із найважливіших завдань соціально-економічного розвитку України є пошук шляхів підвищення ефективності туризму, що формує добробут усіх показників. Одним зі шляхів ефективної організації туризму та отримання конкурентних переваг на ринку є групування територіальних та галузевих асоціацій.

Добровільне територіальне та галузеве об'єднання підприємств формується для здійснення узгодженої фінансової та економічної діяльності, в якому співпрацюють усі члени кластеру. Метою групування є забезпечення економічного розвитку та конкурентоспроможності продукції або послуг своїм учасникам на ринках. Туристичний кластер – це система інтенсивного виробництва та інформаційної співпраці туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, спрямованих на створення спільного туристичного продукту [1].

Для реалізації кластерної моделі в туристичній індустрії повинні бути такі елементи: виробник туристичних послуг; достатній розвиток спеціалістів транспортної та комунальної інфраструктури відповідної системи кваліфікаційного управління; туристичні ресурси; природні ресурси; біосоціальні ресурси; історичні та архітектурні ресурси; техногенні ресурси; ресурси події; освітні, культурні та дослідницькі установи [3].

Проаналізовано статистичні дані діяльності суб'єктів туристичної діяльності за 2016 р. в розрізі областей України. Для проведення аналізу та побудови кластерів використано показники кількості суб'єктів туристичної діяльності та в розрахунку на одне туристичне підприємство: дохід від надання туристичних послуг, сума комісійних, агентських та інших винагород, операційні витрати, витрати на послуги сторонніх організацій [2].

Кластеризація, або так звана сегментація, являє собою виділення з вибраної множини даних груп об'єктів зі схожими властивостями й є першим кроком під час аналізу даних. Розбиття на групи дає змогу спростити роботу з даними, після клас-

теризації застосовуються інші методи і для кожної зі сформованих груп будується окрема модель. Результати проведеної кластеризації за введеними групами показників діяльності туристичних підприємств у розрізі областей України наведено на рисунку. Для проведення дослідження таблиці збережено у форматі *.txt та імпортовано в бізнес-аналітичну платформу Deductor. Призначення стовпчиків таблиці для аналізу було таким: Україна – інформаційне поле, решта – вхідні поля. Кількість кластерів вибиралася вручну, рівною п'яти, тому що за автоматичного вибору числа кластерів отримано результати з числом кластерів, які були рівними 30 і навіть більшими.

Переваги використання карти Кохонена полягає у такому: дає змогу зручно візуалізувати розміщення об'єктів, які мають багато характеристик; принцип побудови карти Кохонена зручний та відповідає звичайній рельєфній географічній карті. Даний обробник дає змогу відшукати закономірності у великих обсягах даних (рис. 1).

Слід зауважити, що під час кластеризації, як правило, будується за кожним атрибутом, зокрема карта Кохонена + декілька загальних карт. Важливо зрозуміти, що на кожній із карт кожен об'єкт має одне й те ж положення (точку), однак різний колір (рис. 2).

Оскільки процес кластеризації є суб'єктивним і результати її залежать від вихідних даних, процес оцінки якості проведеної кластеризації залежить від поставлених цілей. Під час кластеризації областей України на п'ять кластерів отримуються стабільні та відтворювані результати. У цьому дослідженні карти Кохонена, які приведені на рис. 1, можуть використовуватися для більш точної та зваженої оцінки результатів кластеризації основних показників діяльності туристичних показників у розрізі областей України.

Візуальний вигляд профілів побудованих кластерів розглянемо на рис. 2.

У результаті обробки даних програмою «Дедуктор» побудовано п'ять кластерів. До першого кластеру увійшли Житомирська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Чернігівська області, до другого – Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська та Хмельницька області, до третього – Донецька, Київська, Кіровоградська, Херсонська, до четвертого – Тернопільська, Харківська, Чернівецька, до п'ятого – Вінницька, Рівненська та Черкаська.

На рис. 3 представлено профілі кластерів, які дають можливість оцінити вплив кожного з показників усередині кластера по показнику «Значимість». Причому менші значення відповідають меншому впливу показника. Таким чином, під час аналізу профілів кластерів можна вибрати най-

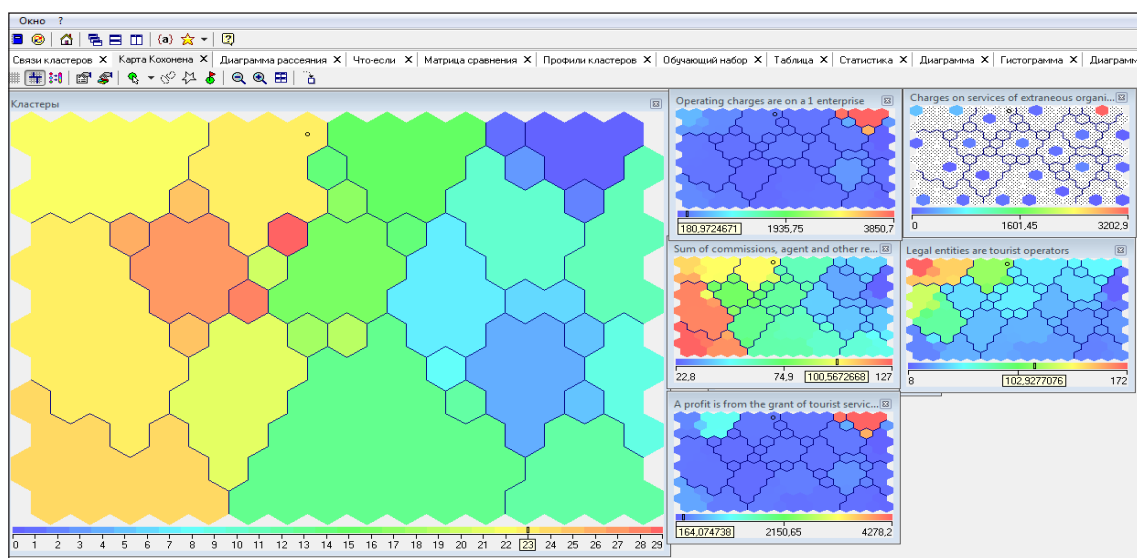


Рис. 1. Карти Кохонена

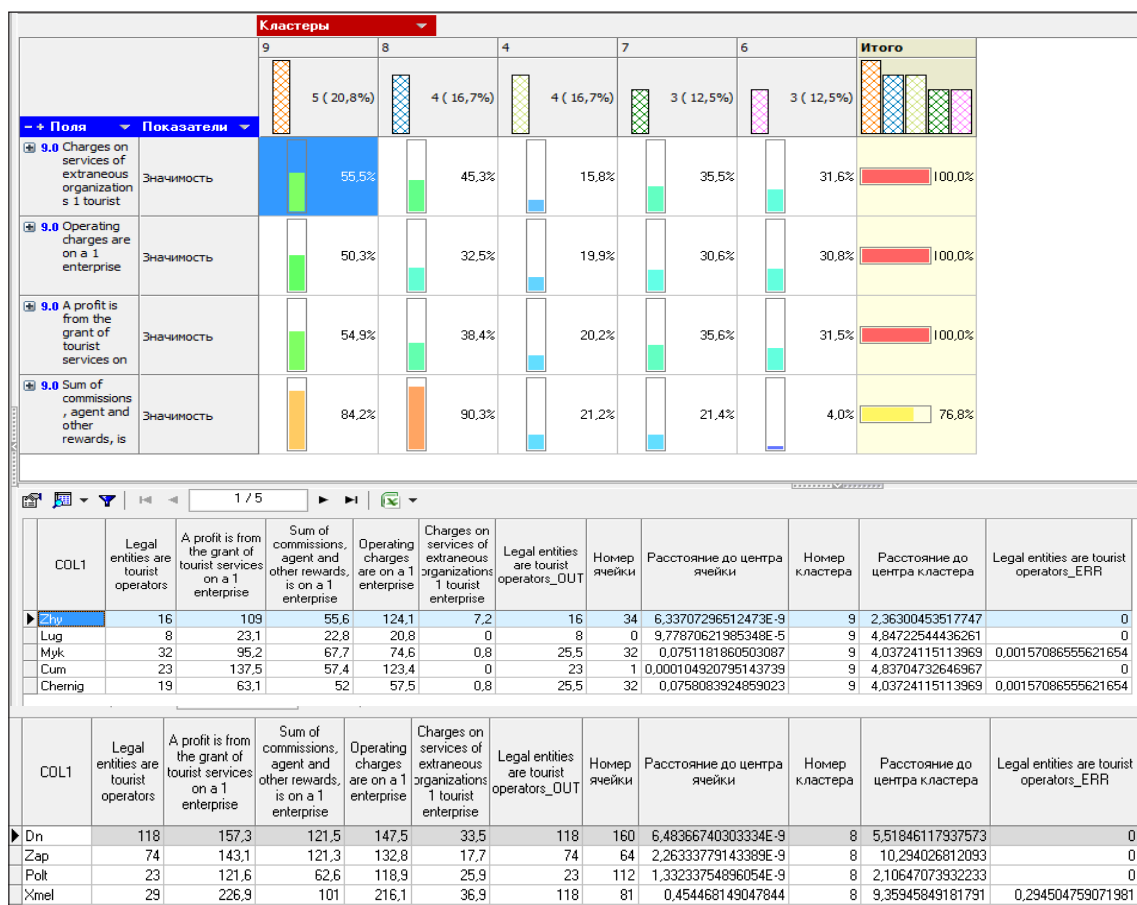


Рис. 2. Візуальний вигляд «профілів кластерів» за основними показниками діяльності туристичних підприємств України

більш оптимальний розподіл регіонів у кластерах.

Візуальний вигляд зв'язків побудованих кластерів та їх силу наведено на рис. 3.

Карту Кохонена і кластеризацію алгоритмом k-means із бізнес-аналітичної платформи Deductor

можна застосовувати для кластеризації областей України за основними показниками роботи туристичних підприємств. Під час кластеризації на два та три кластери розподіл регіонів у кластерах не залежить від алгоритму кластеризації. Під час клас-

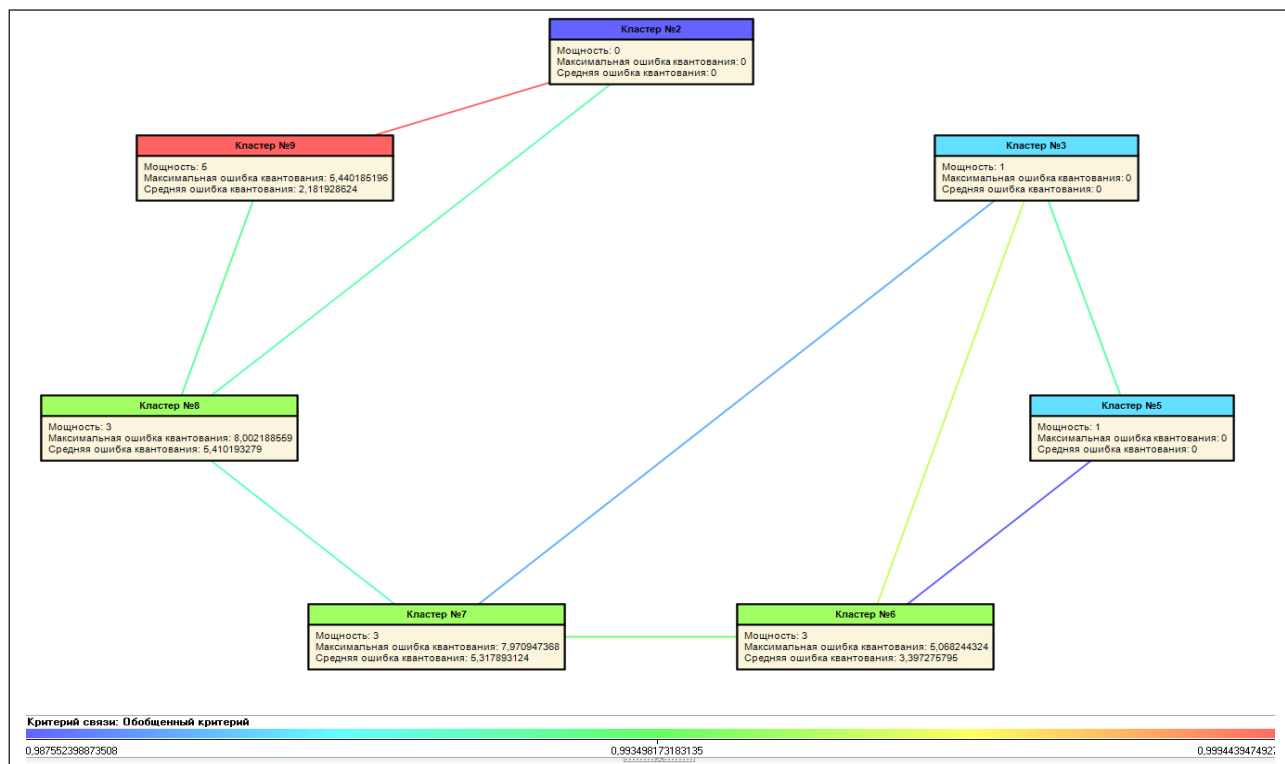


Рис. 3. Візуалізація зв'язків побудованих кластерів

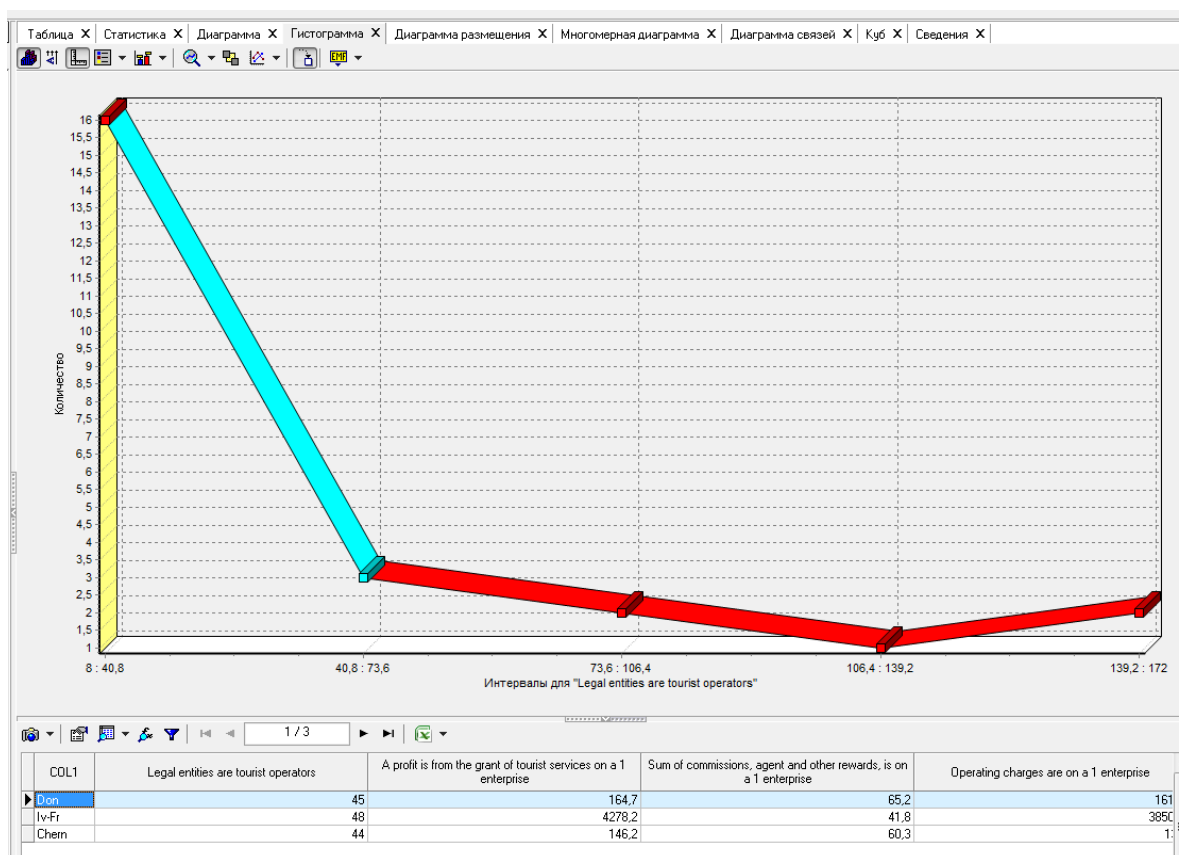


Рис. 4. Гістограма групування областей України за кількістю туристичних підприємств

теризації на п'ять кластерів результати розподілу регіонів у кластерах залежать від алгоритму класифікації та вибору даних. У цьому разі запропоновано для прийняття рішення про віднесення того чи іншого регіону до відповідного кластера скористатися обробником «профілі кластерів» (рис. 4).

Гістограма дає змогу наочно побачити розподіл показників на найбільші групи. Візуалізація оцінки розподілення даних у відсотках до загальної кількості даних указує на формування п'яти основних груп.

За рівнем доходу від надання туристичних послуг (без ПДА, акцизів та аналогічних обов'язкових платежів) сформовано три групи. До першої (91,67%) увійшли туристичні підприємства Вінницької, Волинської, Донецької, Житомирської, Закарпатської, Запорізької, Київської, Кіровоградської, Луганської, Миколаївської, Одеської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Тернопільської, Харківської, Херсонської, Хмельницької, Черкаської, Чернівецької та Чернігівської областей. До другої групи (4,17%) – Львівська, до п'ятої (4,17%) – Івано-Франківська області.

За рівнем операційних витрат сформовано дві групи. Найменша становить 4,17% (Івано-Франківська область), до першої найбільшої – решта областей, 95,83%. За рівнем витрат на послуги сторонніх організацій також сформовано дві групи: найменша (4,17%) – Івано-Франківська, найбільша (95,83%) – решта областей.

Висновки. Основними перевагами кластерного моделювання туризму як інноваційного методу економічного аналізу діяльності туристичних підприємств є: підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності спільних заходів, об'єднаних у туристичний кластер, відносно відокремлено від діяльності; зменшення витрат на обслуговування через розподіл туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення конкуруючих постачальників та споживачів туристичних послуг, співробітництво в галузі розвитку, контрактна спеціалізація; стимулювання інноваційного розвитку, доступ до інновацій шляхом збільшення потоку ідей та інформації між компаніями; формування місцевої галузі ринку праці.

Список використаних джерел:

1. Українські кластери [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikhresursiv/klasteri-vodnogo-turizmu-ta-sanatorno-rekreacijnogo-vidpochinku>.
2. Войнаренко М.П. Механізми кластерних моделей адаптації до політичних і економічних реалій України / М.П. Войнаренко // Міжнародний і вітчизняний досвід впровадження нових виробничих систем (кластерів) для областей економічного розвитку. – К. : Асоціація економістів України, 2001. – С. 25–33.
3. Стеченко Д.М. Наукове та інформаційне забезпечення створення регіональних кластерів курорту і відпочинку / Д.М. Стеченко // Матеріали наук. практ. конф. «Інформаційні технології в управлінні туристичного та курортно-рекреаційного господарства». – Бердянськ : Бердянський видавничий центр, 2006. – С. 10–15.
4. Світовий та національний досвід у формуванні інноваційних кластерів: IV Національний форум із питань регіонального розвитку «Стратегії регіонів в умовах глобалізації: український і зарубіжний досвід». – Київ, 2008.
5. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.old.niss.gov.ua; www.tourlib.gov.ua.
6. Заверич М.М. Бізнес аналітична платформа як інструмент для кластеризації регіонів України / М.М. Заверич / Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 3. – Т. 3. – С. 57–62.
7. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future / D. Buhalis// *Tourism Management*. – 2000. – Vol. 21. – str. 97–116.
8. Krajnović A., Čičin-Šain D., Predovan M. Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice / A. Krajnović // *Oeconomica Jadertina* Vol. – 2011. – str. 30–45.
9. Michael E.J. Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism / E. Michael // *Advances in Tourism Research Series*. – 2007.
10. Hall D., Mitchell, M. and Roberts, L. Tourism and the Countryside: Dynamic Relationship / D. Hall // *New Directions in Rural Tourism*, Aldershot, —2005. – P. 3–18.

Науково-виробничий журнал

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Випуск 2 (41) 2017

Коректура • *Наталья Пирогівська*

Комп'ютерна верстка • *Світлана Калабухова*

Засновник і видавець:

Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний університет бізнесу і права».
Адреса редакції: 73039, Україна місто Херсон, вулиця 49 Гвардійської Дивізії 37-А
E-mail редакції: editor@business-navigator.ks.ua; Web site: www.business-navigator.ks.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 15,58

Підписано до друку: 29.09.2017 р. Замов. № 02.10/17. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.