

Науково-практичний журнал

# ЕКОНОМІЧНІ

СТУДІЇ

2(15)

2017

# ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науково-практичний економічний журнал

2 (15) квітень 2017

**Засновники журналу:**

Львівська економічна фундація

**Про журнал:**

Економічні студії  
(Economics studies)

**Періодичність виходу:**

шість разів на рік.

**Мова видання:**

українська

ISSN: 2311-9306

**Свідоцтво про реєстрацію ЗМІ:**

КВ № 20515-10315

від 20 грудня 2013 р.

**Адреса для листування:**

Науково-практичний журнал

«Економічні студії»

а/с 341, м. Львів, 79000

[www.lef.lviv.ua](http://www.lef.lviv.ua)

[info@lef.lviv.ua](mailto:info@lef.lviv.ua)

Тел: +38 (063) 204 34 31

Науково-практичний журнал «Економічні студії» присвячений актуальним проблемам розвитку сучасної економіки та пропонує своїм читачам розмаїття високоякісної інформації в галузі економічної науки.

Видання має тематичну спрямованість в межах таких наукових спеціальностей, як світове господарство і міжнародні економічні відносини; економіка та управління національним господарством; економіка та управління підприємствами; розвиток продуктивних сил та регіональна економіка; економіка природокористування; гроші, фінанси і кредит; демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика та інші галузі економічної науки.

Цільова аудиторія журналу: вчені, викладачі, докторанти, аспіранти, студенти, економісти, бухгалтери, державні службовці та всі, кого цікавить економічна тематика.

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назви підприємств, організацій, установ та за порушення прав інтелектуальної власності інших осіб несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Передруки і переклади дозволяються лише за згодою автора та редакції журналу. Автори зберігають за собою всі авторські права і одночасно надають журналу право першої публікації, що дозволяє поширювати даний матеріал із зазначенням авторства та первинної публікації в даному журналі.

Редактор, коректор – Ю.С. Павленко

Комп'ютерна верстка – С.Ю. Калабухова

Віддруковано:

ГО «Львівська економічна фундація»,  
79000, м. Львів,

просп. В'ячеслава Чорновола, 67-г

Телефон +38 (063) 204 34 31

E-mail: [info@lef.lviv.ua](mailto:info@lef.lviv.ua)

Підписано до друку 28.04.2017.

Формат 70x100 1/16. Папір офсетний.

Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Обл.-вид. арк. 12,39. Ум.-друк. арк. 13,95.

Наклад 100 прим.

Замовлення № 3204/17.

## ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ Аврамчук Л.А., Герасимчук А.В.....	7
ДОСЛІДЖЕННЯ КОНФЛІКТУ ІНТЕРЕСІВ: АНАЛІЗ ПРИВАТНОГО ІНТЕРЕСУ, ПРИКЛАДИ І МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ Біляк Ю.В.....	11
КЛАСИФІКАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАГУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ МІГРАЦІЇ В ЄС Бушук Ю.О.....	15
МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІОННОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛА ПРОМЬШЛЕННОГО ПРІДПРИЯТТЯ Волкова Л.А.....	19
СУЧАСНІ НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ Давиденко І.В.....	23
РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА Довбенко В.І.....	28
АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ Доронін С.А., Соловійова К.С.....	33
НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ Дяченко Т.О.....	41
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ Ткаліч Т.І., Загоруйко Ю.Р.....	46
ПРИНЦИПИ ТА ФАКТОРИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ Заячківська О.В.....	50
СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ Івінська В.А., Ярова Ю.О., Заволока Л.О.....	54
БАНКІВСЬКІ КРЕДИТИ ТА КОРПОРАТИВНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛА БОРГОВОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ Лапутько А.П., Грищенко Т.В.....	60
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В ПРОЦЕСІ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ Левицька І.В., Британська Н.Н.....	64
МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНО-ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ Мурзабулатова О.В., Костін Ю.Д.....	72
СТРУКТУРА ВЛАСНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ДВОЄДИНОЇ АГЕНТСЬКОЇ ПРОБЛЕМИ Пасько О.В., Мартей Е.М.....	76
ПРОБЛЕМАТИКА ОТБОРА И СОГЛАСОВАНИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ Персий Ю.А.....	82
ОБґРУНТУВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ Полятикіна Л.І.....	87
СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ВНУТРІШНЬОГРУПОВИХ ОПЕРАЦІЙ Солодка Н.В.....	91
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ: ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД Халіман О.В.....	97

УДК 338

**Заячківська Оксана Василівна**

кандидат економічних наук, доцент

Національного університету водного господарства та природокористування

м. Рівне

**Заячквивская Оксана Васильевна**

кандидат экономических наук, доцент

Национального университета водного хозяйства и природопользования

г. Ривне

**Zayachkivska O.V.**

Ph.D. in economics

*National University of Water and Environmental Engineering,*

*Rivne*

**ПРИНЦИПИ ТА ФАКТОРИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИЗМІ**  
**ПРИНЦИПЫ И ФАКТОРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ**  
**PRINCIPLES AND PRICING FACTORS IN TOURISM**

**Анотація.** У статті визначено принципи та фактори, які мають вплив на формування цін на туристичні послуги. Зроблений акцент на тому, що єдиним шляхом розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів – є стратегічно орієнтована державна політика, яка може регулювати ціни на туристичну продукцію. Для покращення діяльності держави у даній сфері, була схвалена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, метою якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому.

**Ключові слова:** принципи ціноутворення, фактори ціноутворення, особливості формування цін на туристичні послуги

**Анотація.** В статті определены принципы и факторы, оказывающие влияние на формирование цен на туристические услуги. Сделан акцент на том, что единственным путем решения системных проблем в сфере туризма и курортов является – стратегически ориентирована государственная политика, которая может регулировать цены на туристическую продукцию. Для улучшения деятельности государства в данной сфере, была одобрена Стратегия развития туризма и курортов на период до 2026 года, целью которой является формирование благоприятных условий для активизации развития сферы туризма и курортов в соответствии с международными стандартами качества и с учетом европейских ценностей, превращения ее в высокорентабельную, интегрированную в мировой рынок конкурентоспособную сферу, которая обеспечит ускорение социально-экономического развития регионов и государства в целом.

**Ключевые слова:** принципа ціноутворення, фактори ціноутворення, особливості формування цін на туристичні послуги

**Abstract.** The article defines the principles and factors that influence the formation of prices for tourist services. Focuses on the fact that the only way to solve systemic problems in the tourism and resorts - are strategically focused public policy that can regulate the prices of tourism products. For improvement of the state in this area was approved strategy of development of tourism and resorts in the period up to 2026, which aims at creating an enabling environment conducive to the development of tourism and resorts according to international quality standards and with European values, transforming it into a highly profitable, integrated into the global competitive market sector, providing accelerate socio-economic development and the state as a whole.

**Keywords:** principles of pricing, pricing factors, especially the formation of prices for tourist services

**Постановка проблеми.** Туризм є однією з найбільш перспективних галузей обслуговування населення в Україні. Він розширює світогляд людини та допомагає їй сформуванню власне враження про оточуючий світ. Завдяки розвинутій інфраструктурі туристична галузь набуває значних перспектив розвитку у майбутньому. Сьогодні ж вітчизняний туризм потребує значних інвестицій в розвиток сфери розташування та перевезень. Однак необхідно відмітити, що туризм в Україні має великий потенціал завдяки багатим природним ресурсам, мальовничим краєвидам та великій кількості міст і місцевостей, відомих значними історичними подіями не тільки в масштабі України, але й у світі. В таких умовах узгодження інтересів туристичного підприємства та його клієнтів здійснюється при допомозі інструментів цінової політики від якої залежать показники доходу та прибутковості будь-якої компанії.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням різних аспектів розвитку туристичного ринку в цілому і процесів ціноутворення, зокрема, присвячено праці Р.І. Балашової [1], Л.П. Дядечко [2], О.М. Кальченко [3], О.О. Любіцевої [4], М.П. Мальської, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич [5], І.В. Свиди [6], Т.І. Ткаченко [7], А.М. Трамova [8], І.М. Школи [9] та інших. Крім того, туристична діяльність в Україні регулюється такими законодавчими актами, як: Законом України «Про туризм» [10], Національним стандартом України «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», ДСТУ 4268:2003 [11], Національним стандартом України «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4269:2003 [12], Державним стандартом України «Управління якістю та елементи системи якості. Частина II. Настанови щодо послуг», ДСТУ ISO 9004-2-96 [13]. Не дивлячись на існування нормативної бази, на даний час одним із проблемних питань забезпечення економічної ефективності функціонування

туристичної сфери залишається побудова основ ціноутворення на туристичних підприємствах [14; 15; 16].

**Мета дослідження.** Метою статті є аналіз принципів та факторів, які мають вплив на формування цін на туристичні послуги.

**Виклад основного матеріалу.** Для одержання максимальної вигоди від туризму кожна держава розробляє туристичну політику, що є одним з видів соціально-економічної політики держави. Оскільки сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки та зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як «гаряча точка».

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної

діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального та ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів – це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України. Для цього Кабінетом Міністрів України була схвалена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [17], метою якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі. Також у даній Стратегії передбачено стратегічні цілі розвитку сфери туризму (рис. 1).

Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного



<p>створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів</p>
<p>забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій</p>
<p>системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення</p>
<p>удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності</p>
<p>забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів</p>
<p>організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів</p>

Рис. 1. Стратегічні цілі розвитку сфери туризму та курортів України [17]

регулювання розвитку сфери туризму та курортів (рис. 2).



Рис. 2. Механізм державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів [17]

Аналізуючи рис. 1 та 2, можна зробити висновок про те, що Стратегія від впровадження даних цілей та механізму розвитку сфери туризму та курортів України очікує такі результати як:

підвищення конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;

підвищення якості життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

створення нових робочих місць, розширення можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;

створення сучасної туристичної інформаційної інфраструктури, а також забезпечення поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Але на жаль, дана Стратегія не передбачає процесу формування ефективного механізму ціноутворення на туристичних підприємствах. Цей процес був би дуже важливим для будь-якого підприємства. Тому підприємство повинно мати впорядковану методику встановлення ціни на вироблену ним продукцію чи послуги.

Визначаючи ціну послуг туризму, слід виходити з таких принципів:

– ціна повинна відшкодувати туристичній фірмі витрати на виробництво, реалізацію, організацію споживання послуг туризму і забезпечити такий розмір прибутку, який дозволив би їй функціонувати на принципах самофінансування;

– ціна повинна відповідати попиту на дані послуги, який багато в чому визначається сезонністю туризму;

– ціна повинна бути гнучкою, тобто володіти маневреністю та динамічністю.

Важливим моментом в процесі ціноутворення є те, що ціни на тур-пакет формуються під впливом різних факторів, визначальними серед яких є:

– вартість (собівартість) пакета турпослуг, включаючи нормативний дохід турфірми;

– рівень і динаміка конкурентних цін;

– співвідношення попиту на турпослуги та їх пропозиції на ринку.

Найбільш загальний алгоритм методики розрахунку ціни можна представити таким чином:

1) постановка задач ціноутворення обумовлена тим, що фірма повинна, передусім, визначити, яких цілей вона хоче досягти за допомогою продажу цього продукту за відповідною ціною;

2) визначення попиту на туристичний продукт та послуги, який визначає верхній рівень ціни. Мінімальний рівень ціни окреслюють загальні витрати підприємств;

3) оцінка витрат, здійснюється за допомогою розрахунку прямих змінних витрат та розподілу непрямих умовно-постійних витрат на окремі види турів;

4) аналіз цін і витрат конкурентів – ціна туристичного продукту визначається із врахуванням трьох головних груп чинників: витрат виробництва та збуту; туристичного попиту і пропозиції; рівня конкуренції на туристичному ринку;

5) вибір методів ціноутворення – на основі витрат; з орієнтацією на попит; з орієнтацією на конкуренцію; міжнародних порівнянь; порівняння змінної вартості;

6) встановлення остаточної ціни, яка визначається методом нормативної калькуляції.

При цьому варто мати на увазі наступні особливості ціноутворення на туристичних фірмах:

1. Туристичний продукт у більшості випадків являє собою пакет послуг, розрахований на групу людей. До неї входять як туристи, так і особи, що супроводжують цю групу на конкретному маршруті (гід-перекладач, груповод тощо).

2. Ціни на певні види послуг туризму (екскурсії, фотопослуги тощо) можуть не входити у вартість турпакета.

3. Ціна тура на одну людину залежить від кількості туроднів.

4. При груповому турі ціна тура на одну людину залежить від чисельності туристів у групі.

5. Ціна тура залежить від вікового складу туристів, тому що на багато послуг туризму (проживання в готелі, екскурсії) дітям і школярам надаються знижки із ціни.

**Висновки.** Отже, попит на туристичні послуги є головним регулятором рівня цін, тому його прогнозування повинно стати найважливішою умовою вироблення ефективних цін. Усі зазначені вище ціноутворюючі фактори та принципи повинні враховуватися в методах формування цін на туристичні послуги, а саме:

- врахування собівартості і маржинальної націнки – визначається як витратний метод;
- врахування рівня конкуруючих цін – розглядається як конкурентний метод;
- врахування співвідношення попиту та пропозиції – вважається кон'юктурним методом.

У практичній роботі з формування цін варто використовувати три зазначені методи, бо відмова від одного з них може привести до значних втрат. У той час їх максимальне використання дозволить туристичній фірмі проводити ефективну цінову політику.

### **Література:**

1. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства : теорія та практика : монографія / Р.І. Балашова; Донецький інститут туристичного бізнесу. – Донецьк : видавництво «Вебер», 2009. – 343 с.

2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К. : Центр навч. літератури, 2007. – 224 с.

3. Кальченко О.М. Проблеми формування інвестиційної політики в туристичній галузі / О.М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – Чернігів : ЧНТУ, 2009. – № 38.

4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2006. – 436 с.
5. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
6. Свида І.В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І.В. Свида // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – № 28(3). – С. 64– 69.
7. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
8. Трамова А.М. Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг : [Электронный ресурс] / А.М. Трамова // Сетевой электронный научный журнал «Системотехника». – 2010. – № 8. – Режим доступа : <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm>.
9. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Школи І.М. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2007. – 292 с.
10. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р., за № 324/95-ВР, із змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
11. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги». ДСТУ 4268:2003. К. : Держспоживстандарт України. – 2004.
12. Національний стандарт України «Послуги туристичні. Класифікація готелів». ДСТУ 4269:2003. К. : Держспоживстандарт України. – 2004.
13. ДСТУ ISO 9004-2-96. Державний стандарт України. Управління якістю та елементи системи якості. Частина II. Настанови щодо послуг // Послуги в Україні. Нормативні документи : Довідник / За заг. ред. В.Л. Іванова. – Львів : НІЦ «Леонорм» 1999. – С. 275-294.

14. Сагалакова Н.О. Функціональний та процесний підходи до формування ціни туристичного продукту / Н.О. Сагалакова // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – 2016. – Т. 21, Вип. 3. – С. 96-100. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu\\_econ\\_2016\\_21\\_3\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_3_23)

15. Егорова М.С. Методы, факторы, стратегии и принципы ценообразования в туризме / М.С. Егорова, Т.Х. Чан // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 642-644.

16. Кірко́ва Н.П. Концепція моделювання системи ціноутворення послуг на підприємствах санаторно-курортної сфери / Н.П. Кірко́ва // Новое в экономической кибернетике : сб. науч. ст. – Донецк : ДонНУ2007. – № 3. – С. 71-77.

17. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 р., за № 168-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.gov.ua/News/Detail?id=89204206-6311-4f1e-b04f-eb0eaf21505f>