

УДК 338.48

К. Г. Бриль,  
викладач кафедри туризму,  
Чернігівський державний інститут економіки і управління

## ВИЗНАЧЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

*Визначено особливості України, які вказують на потенційну можливість інтенсивного розвитку туристичної галузі, запропоновано шляхи скорочення тривалого "мертвого сезону" та розглянуто перспективи створення диверсифікованих структур туристичної галузі з іншими галузями економіки. Надається перелік фінансових, законодавчих та організаційних заходів, які було б доцільно використати з метою швидкої розбудови мережі туристичних центрів. Вказано на необхідність встановлення тісних зв'язків туристичних центрів з підприємствами-виробниками очисного обладнання, замкнених систем очистки води, розведення диких тварин і рослин в штучних умовах.*

*The article defines Ukraine's specific features that provide the potential for the intensive development of the touristic branch, and suggests the ways of shortening the long "dead season". The perspectives of creating the diversified structures of the touristic branch combined with the other branches of economy are discussed. The list of the financial, legislative and organizing measures recommended for using for quick development of the touristic centers net is given. The necessity of the close liaisons between the touristic centers and the enterprises producing the purifying equipment the closed systems of the water filtering, breeding of the wild animals and plants in the controlled environment is proved.*

*Ключові слова: туристичний центр, туристична галузь, особливості, інтенсивний розвиток, скорочення тривалості, "мертвий сезон", диверсифікація.*

### **АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Попри величезний природно-рекреаційний потенціал в Україні не спостерігається динамічного розвитку туристичної галузі. Це викликано не лише складністю економічної ситуації та недосконалістю правового поля, але й відсутністю стратегічного бачення перспектив розвитку, пов'язаних з тими можливостями, які надає для цього зовнішнє оточення країни. У даний час відсутня єдина точка зору щодо можливостей використання природно-географічних та соціокультурних особливостей України для розбудови конкурентоздатної туристичної галузі.

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ**

Необхідність визначення особливостей країни, які сприятимуть зростанню внеску туризму в порівнянні з іншими галузями, виникла у зв'язку з відсутністю цілісного бачення перспектив його розвитку і, як наслідок, неможливості означення зв'язків з іншими галузями.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Доцільність передбачення певного резерву інвестиційних ресурсів та обігових коштів при проектуванні фінансових стратегій, необхід-

ність стеження за використанням джерел фінансування інвестицій на кожному етапі створення туристичних центрів розглянуті в роботі Казачковської Г.В. [5]. Про необхідність врахування окремих аспектів процесу інвестування інноваційних проектів, інвестування інновацій як систему взаємопов'язаних, ієрархічно підлеглих складових частин, йдеться в роботі Івеніної А.В. [4].

Складові підвищення рівня самоокупності туристичних центрів, які обрали інноваційний підхід до екологізації туристичної сфери і до складу яких входять території природно-заповідного фонду, стимулювання розвитку їхньої діяльності з пріоритетною орієнтацією на екологічний показаний в роботі Павліха Н.В., Скороход І.С. [8]. Комплекс маркетингу в сфері послуг та особливості його застосування у сільському зеленому туризмі розглянуті у монографії Матюхіна В.О., Кобзєвої О.В. [7].

Показники ефективності технології надання туристичних послуг і діяльності туристичних підприємств наведені у роботах Гринькевич О.С. [1; 2]. Виявлення і структурування основних складових сфери розваг та їх аналіз у контексті поняття "якість життя" здійснено у статті Древицької І.Ю. [3]. Особливості послуг розваг, які доцільно враховувати і використовувати під час розробки атракційної складової діяльності туристичного центру, наведені у Леонової Г.Д. та Гузь Н.Г. [6].

#### НЕРОЗКРИТІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ

Проте, разом з тим, залишаються осторонь такі актуальні аспекти, як:

- аналіз особливостей України та її оточення, які б сприяли формуванню розгалуженої мережі ефективно працюючих туристичних центрів, спираючись на яку, можливо, було б розбудувати потужну туристичну галузь;

- можливість суттєвого скорочення "мертвого сезону", вирівнювання надходжень від надання туристичних послуг у літній та зимовий період, використовуючи для цього екологічно безпечні, технічно доступні і водночас цікаві види туризму;

- напрями взаємодії підприємств туристичної галузі з високотехнологічними підприємствами інших галузей і можливості створення диверсифікованих структур з ними.

#### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є аналіз тих природних, географічних, соціальних особливостей України та її країн-сусідів, які сприяли б розвитку туристичної галузі, спираючись на мережу ефек-

тивно працюючих туристичних центрів, а також визначення відповідних шляхів подовження туристичного сезону через розширення асортименту туристичних послуг.

#### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкурентоспроможність туристичної галузі складається з конкурентоспроможності окремих туристичних центрів. Її можна досягти за умови здатності кожного туристичного центру до управління своїми конкурентними перевагами, раціонального й ефективного розміщення фахівців, забезпечення стійкого фінансового і економічного становища. Показниками досягнення такого становища є одержання максимальної вигоди, досягнення стратегічної мети на умовах самостійності та самофінансування туристичних центрів.

Підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі України можливе лише за умови формування розгалуженої мережі туристичних центрів, яка вкриве більшість рівномірно всю її територію. На можливість формування такої мережі вказують певні особливості України та країн, які її оточують, зокрема:

- схожість природно-кліматичних умов з іншими частинами Європи;

- розвиненість екологічних видів туризму в Європі;

- усталена розгалужена мережа туристичних маршрутів;

- розташування країни на перехресті шляхів "Схід — Захід" та "Північ — Південь" та ін.;

- формування "середнього" класу в суспільстві;

- досвід співпраці вітчизняних туристичних підприємств з іноземними партнерами;

- зростання рівня кваліфікації вітчизняних працівників туристичної галузі та налагоджена мережа закладів освіти, які їх готують;

- високий рівень розвитку промисловості;

- наявність діючих туристичних центрів у традиційно "туристичних" регіонах (Крим, Карпати);

- велика кількість мисливських угідь, національних парків, озер, річок, заповідників;

- вичерпаність напрямів інвестування зі швидкими темпами прибутковості;

- "пересиченість першої хвилі" українських туристів іноземними курортами;

- наявність певних категорій заможних громадян, які бажають відпочивати недалеко від місць постійного проживання невеликими групами і одночасно вирішувати бізнесові пи-

тання;

— намагання іноземних транснаціональних туристичних корпорацій проникати на територію України.

Розглянемо кожну з цих особливостей більш детально.

Схожість природно-кліматичних умов України з умовами інших територій Європи сприятиме розвитку туристичних центрів у декількох напрямках у разі вирішення спільної проблеми — короткого туристичного сезону та тривалого "мертвого", який набагато перевищує перший. Така тривалість "мертвого" сезону робить невигідним вкладання коштів у розбудову туристичних центрів за традиційною схемою, яка ґрунтується лише на природних перевагах — тривалому теплому періоді (Єгипет, Турція, Таїланд та ін.). Але ж туристичні центри таких традиційно привабливих країн мають і свої вади, зокрема недорозвиненість атракціонів, довготривалі екскурсії, вартість яких не включена до вартості туру. Отже, українські туристичні центри, на відміну від іноземних, вимушені внаслідок природних умов, розвивати сферу розваг (чим екстремальніше — тим краще) для вирівнювання прибутковості під час "мертвого" та туристичного сезонів. Це, в свою чергу, підвищить їх конкурентоспроможність на ринку турпослуг та дозволить урізноманітнити перелік послуг, що надаються. Аналогічні заходи розробляються й іноземними туристичними центрами, які будують вкриті аквапарки, дельфінарії, штучні льодові катки, снігові доріжки та ін.

Розвиненість екологічно орієнтованих видів туризму (сільського, зеленого, агротуризм) в Європі говорить про певні вподобання переважної більшості населення, яке намагається відпочивати відокремлено, поза великими туристичними центрами, на теренах природи. Розбудова туристичних центрів, які складатимуться із мережі невеличких садиб, маєтків, відбудованих історичних пам'яток, тематичних ресторанів-музеїв є, на нашу думку, найбільш прийнятним шляхом на початкових етапах будівництва туристичних центрів. Невеликі туристичні підприємства швидко окуповуватимуться, і частину їхнього прибутку можна буде використовувати для будівництва інших, можливо, більших за розмірами туристичних підприємств. Таким шляхом, можливо, буде надання поштовху "роїнню" туристичних центрів, зі спеціалізацією на екологічно орієнтованих видах туризму з наданням доступних розваг, що не обтяжують оточуюче середовище. Технічні засоби для них доступні. Так, комплект

обладнання для створення штучного снігового покриття коштує приблизно 20 тис. дол., що є зіставним з переобладнанням селянської садиби відповідно до сучасних вимог.

Розвинута мережа туристичних маршрутів дозволяє гнучко формувати індивідуальні "пакетні тури", які останнім часом набувають все більшої популярності в світі. Розвиненість маршрутів дозволяє вбудовувати в туристичний пакет відвідування DESTИНАЦІЙ різними видами транспорту, зокрема такими суто туристичними, як повітряні кулі, дирижаблі, малорозмірні літаки, паровози, підводні човни. Розвиненість туристичної мережі діалектично пов'язана із розвитком нетрадиційних видів транспорту: досягнення певних туристичних DESTИНАЦІЙ можливе лише за допомогою спеціальних засобів (верхівки гір — на дирижаблі, дно морів або водосховищ — підводними човнами, ближнього космосу — туристичними шатлами) а розвиток подібних транспортних засобів вимагатиме пошуку відповідних DESTИНАЦІЙ. Досвід використання такого транспорту в туризмі свідчить, по-перше, про наявність платоспроможного сегмента туристичного ринку, по-друге, про взаємозв'язок туристичних центрів з високотехнологічними промисловими підприємствами, здатними виготовляти складну техніку. Ми вважаємо, що цей досвід доцільно було б поширювати і на теренах України, що дасть змогу формувати туристичні продукти з унікальними властивостями, враховуючи вподобання найбільш примхливої частини туристів.

Така особливість України, як розташування на шляхах сполучення між Західною Європою та Близьким Сходом, Росією та країнами Чорномор'я також сприятиме розвитку туристичних центрів, які будуть спеціалізуватися на наданні послуг водіям вантажівок, автотуристам, мандрівникам автостопом та іншими видами автодорожнього та залізничного транспорту. Така спеціалізація дозволить відродити систему туристичних потягів, створити мережу розваг для прихильників екстремального водіння авто, мотоциклів та ін. Цей сегмент ринку складається переважно з молоді, яка невимоглива в побуті, але прагне отримувати екстремальні розваги. Великий туристопотік через територію України має певну негативну для її бюджету рису — туристи не затримуються на тривалий час на відпочинок. В'їзний туризм країни має екскурсійний характер. Для переорієнтування його на відпочинковий ми пропонуємо першочергову увагу приділяти тим DESTИНАЦІЯМ, які розташовані вздовж авто- та залізничних шляхів, включати в туристичний обіг



тематичні кафе, ресторани, музеї, присвячені міфічним або історичним особам місцевого масштабу. Кожна місцевість має своїх "героїв", які могли б стати джерелами для тематичного оформлення туристичних об'єктів і стати емблемами туристичних центрів.

Формування "середнього" класу в Україні відбувається вельми повільно, але, зважаючи на все більшу включеність її в глобалізаційні процеси, такий заможний прошарок з'являється і у нас. Із зіставлення аналогічних суспільних процесів у інших країнах ми можемо прогнозувати прагнення його представників відпочивати декілька разів на рік або працювати в комфортних умовах, керуючи бізнесом з невеличких готелів. Вартість відпочинку за кордоном не дозволить багатьом особам часто відпочивати на іноземних курортах. Отже, за відповідній стратегії ціноутворення українських туристичних центрів вони зможуть вести конкурентну боротьбу з іноземними туристичними центрами. Невдала цінова стратегія діючих туристичних центрів України викликана, по-перше, їхньою монополією на природні туристичні ресурси; по-друге, орієнтацією на іноземних туристів Західної Європи та Росії, які піднімають ціни на туристичні послуги через свою платоспроможність. Це призводить до вирівнювання цін відпочинку в них з цінами іноземних курортів, внаслідок чого відштовхується значна частина менш заможних туристів, які вимушені накопичувати кошти більш тривалий час для відпочинку за кордоном. Тобто більшість українських туристів обирають відпочинок за кордоном не стільки через високий рівень сервісу, скільки через бажання за такі ж ціни, як в Україні, подивитись екзотику.

Досвід співпраці вітчизняних туристичних центрів з іноземними також сприятиме розвитку туристичної мережі через обмін досвідом, включення в конкурентну боротьбу, усвідомлення того факту, що одержання великих прибутків можливе лише через великі капітальні вкладення в розвиток туристичних центрів. Для визначення цілей вкладання коштів вважаємо за доцільне звернути увагу на недоліки в розбудові іноземних туристичних центрів, зокрема акцентуванні уваги на системі "все включено", в яку насправді включений лише великий асортимент кулінарних страв, що створює в українських туристів ілюзію "земного раю". Але в цю вартість екскурсії або не включаються зовсім, або включаються екскурсії на невелику відстань у межах прилеглих територій. Для перехоплення конкурентної переваги ми пропонуємо включати в цю систему і вартість

розваг на територіях туристичних центрів.

Зростання рівня кваліфікації працівників туристичної галузі також відбувається завдяки співпраці з іноземними туристичними центрами. Це, на нашу думку, також є суттєвою особливістю України, яка в перспективі дасть змогу вибудувати розгалужену туристичну мережу. Наявність певної кількості фахівців з туризму, під впливом діалектичного закону переходу кількості в якість, призведе до появи підприємців, здатних одержувати надприбутки від туристичного бізнесу і використовувати для цього всі наявні ресурси і можливості. Відсутність таких фахівців на даний час, на нашу думку, пояснюється тим, що переважна більшість підприємців перейшла в туристичну галузь з інших сфер господарювання, і вони не можуть швидко орієнтуватися в широкому колі питань, як того вимагає управління туристичними центрами. Тому ми пропонуємо ширше залучати керівників туристичної галузі до освітнього процесу у відповідних навчальних закладах та використовувати діючі туристичні центри як базу виробничої практики для майбутніх туризмознавців.

Високий рівень розвитку промисловості є конкурентною перевагою України на ринку туристичних послуг з декількох причин. По-перше, спроможність промисловості виробляти всі види конструкційних матеріалів дозволяє будувати споруди складного інженерного дизайну на будь-яких територіях. Такі споруди, будівлі, туристичні центри і окремі їх складові вже самі по собі здатні стати туристичними дестинаціями. По-друге, розвинута промисловість надасть туристичним центрам таку техніку для перевезення туристів, яку з незначними доробками можна було б використати в інших галузях господарства. По-третє, науково-технічні розробки для туристичної галузі можуть стати джерелами створення обслуговуючої мережі (заправки, ремонту, зберігання) по всій країні. Отже, тісна співпраця промислових підприємств з туристичною галуззю, на нашу думку, полегшить створення туристичних центрів з різноманітними наборами розваг і, як наслідок, ексклюзивними туристичними продуктами.

Наявність діючих туристичних центрів у традиційно туристичних регіонах (Причорномор'є, Карпати), особливо тих, які спеціалізуються на лікувально-оздоровчих послугах, дозволить ефективно під'єднати їх до майбутньої мережі туристичних центрів у якості джерел унікальних за своїми властивостями туристичних послуг з відпрацьованими методика-

ми. Крім того, неопрацьованість природних дестинацій на цих курортно-рекреаційних територіях дає змогу вибудувати на їх основі інфраструктуру для нових видів туризму. В Карпатах і в АР Крим ми пропонуємо відновити планерний та парашутний туризм, на морському узбережжі та в гирлах Дунаю і Дніпра — підводне полювання та оглядові підводні човни. Зважаючи на можливості вітчизняної суднобудівної промисловості вважаємо за доцільне будувати туристичні підводні човни, зіставні за своїми характеристиками з тими, які будувались для флоту але з високим рівнем комфорту.

Велика кількість мисливських угідь, національних парків, озер, заповідних територій в Україні може стати потужним підґрунтям для розбудови цілої мережі туристичних центрів, які спеціалізуються на таких популярних видах туризму, як сафари та підводне полювання. За оптимального спрямування діяльності таких туристичних центрів можливо досягти умов, за яких вони зможуть не лише споживати рекреаційні ресурси, але й відновлювати їх. З цією метою ми вважаємо за доцільне скоротити площу мисливських угідь шляхом надання їм статусу заповідників, природоохоронних територій, а також на законодавчому рівні для туристичних центрів, які будуть розташовані на них, замінити орендну плату на обов'язкові витрати на відновлення природного середовища. Ми вважаємо, що контроль за процесом відновлення туристичними центрами природного середовища доцільно покласти на відповідні державні контролюючі органи. Це дало б змогу спрямувати необхідні ресурси, з одного боку, на підтримку рекреаційного потенціалу, а з іншого — до необхідності включення в цей процес підприємств, які займаються розробкою і впровадженням природозберігаючих технологій.

Вичерпаність напрямів інвестування зі швидкими темпами прибутковості неминуче призведе до спрямування фінансових потоків в інші сфери, такі як туризм, який є прибутковим за умови первинних вкладень. Саме цього етапу вкладання стартового капіталу, коли необхідно вкладати кошти в розбудову туристичних центрів і чекати досягнення ними прибутковості, бояться інвестори через відсутність дієвого механізму страхування інвестицій. Тому ми пропонуємо ввести диференційовані ставки державного страхування інвестицій в об'єкти туристичної інфраструктури. Особливу складність на цьому етапі становитиме отримання кредитів у банках, які не схильні до

надання багатомільйонних сум "в одні руки", особливо якщо йдеться про об'єкти з тривалим терміном окупності, до яких відносяться туристичні центри. Для виправлення ситуації ми пропонуємо створити банківську установу з монопольним правом інвестування туристичної галузі допоки надходження від туризму в бюджет не досягнуть певної величини.

"Пересиченість" вітчизняних туристів послугами іноземних курортів, на нашу думку, також буде мати місце в недалекому майбутньому (через 5—7 років). Поштовх виїзному туризму України був наданий старшими поколіннями людей, які мали кошти, але не прагнули видовищних розваг, екстремального туризму. Однак сучасна молодь хоче саме цього, в той час як більшість з іноземних туристичних центрів не можуть надавати розважальні послуги, які вимагають потужного складного обладнання, кваліфікованого обслуговуючого персоналу, специфічної інфраструктури. Тому ми пропонуємо обернути падіння популярності традиційних туристичних країн на користь вітчизняного туризму, перетворивши цей процес на стратегічну перевагу. Україна має шанс перехопити ініціативу саме завдяки розвитку "внесезонних" видів туризму. Туристичні центри, які будуть спеціалізуватися на таких видах туризму або поєднувати декілька видів зимових та літніх розваг, опиняться у більш вигідному становищі через відсутність необхідності у потенційних клієнтів підлаштовувати час відпустки під "сезон" надання певних туристичних послуг.

Наявність різноманітних категорій заможних громадян, які бажають відпочивати невеличкими групами і одночасно вирішувати бізнесові питання, також є особливістю, яку потрібно враховувати при відтворенні туристичних центрів. Цей контингент відпочивальників можна умовно розділити на дві категорії. До першої відносяться дрібні бізнесмени, які їдуть відпочивати недалеко від місць постійного проживання. До другої — крупні бізнесмени, які мають змогу організувати "бізнес-відпочинок" за кордоном. Для привернення зазначених категорій необхідно передбачити умови відпочинку, які дозволять оперативно керувати будь-якими видами бізнесу: номери, під'єднані до супутникового зв'язку, комп'ютерних баз даних бірж і банків, провідних статистичних, маркетингових, економіко-аналітичних сайтів. Для іноземних туристів ми пропонуємо на законодавчому рівні ввести можливість одержання українського громадянства на час проживання на території туристичних центрів. Це, на

нашу думку, сприятиме більш широкому залученню заможних іноземних громадян в Україну, полегшить ведення бізнесу між іноземними та вітчизняними діловими колами.

Намагання іноземних транснаціональних туристичних корпорацій проникати на український туристичний ринок, на нашу думку, також можна використати на користь держави, у разі відтворення мережі прибуткових туристичних центрів. Вони отримають можливість надавати туристичні послуги, використовуючи для цього відомі бренди, спрощений доступ до валютних фінансових ресурсів, передовий досвід організації туристичного бізнесу, безперешкодне створення диверсифікованих структур з іншими галузями, що, нарешті, дозволить українським туристичним центрам більш оперативно реагувати на потреби окремих сегментів споживачів.

Перераховані особливості України, які, на нашу думку, сприяють вибудовуванню прибуткової туристичної галузі, неодмінно мають спиратися на мережу туристичних центрів, діяльність яких спрямована на підвищення інноваційно-інвестиційної привабливості, оскільки лише інвестиційно привабливі туристичні центри матимуть перспективи щодо під'єднання до світової мережі туристичних підприємств, а отже, і скористатися перевагами, які нададуть ємні туристичні ринки розвинутих країн.

### ВИСНОВКИ

Для вирішення проблеми визначення можливостей інтенсивного розвитку туристичної галузі в статті проводиться аналіз природно-географічних та соціальних особливостей України, які, попри очевидні негаразди, вказують на потенційні можливості розвитку прибутково працюючих туристичних центрів. Показано, що необхідною умовою для цього є чітке бачення місії вітчизняних туристичних центрів як таких, що спроможні надавати туристичні послуги цілорічно, тобто шляхом формування такого набору туристичних послуг, який вирівнював би надходження коштів у літній та зимовий періоди.

Для практичного використання проаналізованих особливостей України пропонуються певні заходи. Зокрема, створення туристичних центрів, які складатимуться із певної кількості невеликих садиб, використання комбінації із декількох видів зимових та літніх розваг, на законодавчому рівні — введення диференційованої ставки страхування об'єктів туристичної галузі і створення бан-

ківської установи з пільговим правом кредитування об'єктів туристичної галузі. Доведено, що в разі переорієнтування вітчизняного туризму з переважно екскурсійного на обслуговування відпочивальників, особливу увагу потрібно буде звернути на відтворення природно-рекреаційного потенціалу. Для цього туристичним центрам знадобиться тісний зв'язок з підприємствами-виробниками очисного обладнання, замкнених систем очистки води, розведення диких тварин і рослин в штучних умовах та ін.

Означено перелік напрямів співпраці для всіх туристичних центрів, які обиратимуть шлях створення диверсифікованих структур з підприємствами інших галузей, зокрема з іноземними туристичними підприємствами.

### Література:

1. Гринькевич О.С. Про систему показників стратегічного аналізу середовища туристичної організації / О.С. Гринькевич, М.М. Біль, Б.Б. Уманців // Вісник ДІТБ. — 2008. — № 12. — С. 177—183.
  2. Гринькевич О.С. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону / О.С. Гринькевич, М.М. Біль // Регіональна економіка. — 2009. — № 4. — С. 40—46.
  3. Древицкая И.Ю. Сфера развлечений как составляющая качества жизни / И.Ю. Древицкая // Вісник ДІТБ. — 2007. — № 11. — С. 205—208.
  4. Ивенина А.В. Эффективность современных инновационных технологий в стратегическом управлении туристскими предприятиями / А.В. Ивенина // Экономика Крыма. — 2009. — № 29. — С. 77—79.
  5. Казачковская Г.В. Повышение эффективности управления курортно-рекреационным комплексом / Г.В. Казачковская // Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины. — Донецк ИЭП НАН Украины, 2000. — Т.2. — С. 222—226.
  6. Леонова Г.Д. Классификация услуг развлечений / Г.Д. Леонова, Н.Г. Гузь // Вісник ДІТБ. — 2008. — № 12. — С. 219—223.
  7. Матюхін В.О. Сфера розваг як складова маркетингової стратегії туристичного бізнесу / В.О. Матюхін, О.В. Кобзева // Вісник ДІТБ. — 2007. — № 11. — С. 182—186.
  8. Павліха Н.В. Екологізація туристичної сфери: інноваційний підхід / Н.В. Павліха, І.С. Скороход // Вісник ДІТБ. — 2005. — № 9. — С. 185—189.
- Стаття надійшла до редакції 08.12.2010 р.*