

УДК 338.48

JEL Z32

DOI 10.31375/2226-1915-2019-3-97-107

А.М. Іванов

к.е.н., доцент кафедри «Підприємництво і туризм»

andriy5555@i.ua

ORCID 0000-0002-7691-3012

Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ МОРСЬКОГО КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Анотація. У статті розглянуті інституційні засади функціонування морського круїзного туризму, який поєднує багатьох учасників ринку. Для ефективного розвитку круїзного туризму слід інтегрувати учасників шляхом упровадження нових організаційно-правових форм бізнесу. Однією з таких форм може бути модель кластеризації, яка б поєднала навколо круїзів різних суб'єктів підприємницької діяльності на основі маркетингової, інвестиційної, організаційно-виробничої та інноваційної діяльності.

У процесі формування морського туристичного кластера потрібною є його активна державна підтримка, основним напрямком якої має бути формування та контроль дотримання положень законодавчої бази у сфері регулювання морського круїзного туризму, стимулювання інвестицій, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності елементів кластера.

Морський туристичний кластер має об'єднати органи державного управління (постійні комісії, комітети, департаменти), морський бізнес (правління, асоціації, керівництва портів) та громадські організації (громадські ради, комітети, окремі організації) тощо.

З розвитком морського туристичного кластера мають відбуватися зміни, які приводять до росту конкурентних переваг як окремих підприємств, так і територій і національної економіки в цілому.

Ключові слова: морський туризм, морський круїзний туризм, туристичний кластер, конкурентоспроможність, круїзний бізнес.

УДК 338.48

JEL Z32

DOI 10.31375/2226-1915-2019-3-97-107

А.Н. Іванов

к.э.н., доцент кафедры «Предпринимательство и туризм»

andriy5555@i.ua

Одесский национальный морской университет, г. Одесса, Украина

ІНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА МОРСКОГО КРУИЗНОГО ТУРИЗМА

Аннотация. В статье рассмотрены институциональные основы функционирования морского круизного туризма, который объединяет многих участников рынка. Для эффективного развития круизного туризма следует интегрировать участников путем внедрения новых организационно-правовых форм бизнеса. Одной из таких форм может стать модель кластеризации, которая объединила бы вокруг круизов разные субъекты предпринимательской деятельности на основе маркетинговой, организационно-производственной и инновационной деятельности.

В процессе формирования морского туристического кластера необходима его активная поддержка, основным направлением которой может быть формирование и контроль за соблюдением положений законодательной базы в сфере регулирования морского круизного туризма, стимулирование инвестиций, что позволит повысить уровень конкурентоспособности элементов кластера.

Морской туристический кластер должен объединить органы государственного управления (постоянные комиссии, комитеты, департаменты), морской бизнес (правления, ассоциации, руководства портов) и общественные организации (общественные советы, комитеты, отдельные организации).

С развитием морского туристического кластера должны произойти изменения, которые приведут к росту конкурентных преимуществ как отдельных предприятий, так и территорий и национальной экономики в целом.

Ключевые слова: морской туризм, морской круизный туризм, туристический кластер, конкурентоспособность, круизный бизнес.

UDC 338.48

JEL Z32

DOI 10.31375/2226-1915-2019-3-97-107

A. Ivanov

PhD in Economics, Associate Professor of the Department
of Entrepreneurship and Tourism

andriy5555@i.ua

ORCID 0000-0002-7691-3012

Odessa National Maritime University, Odessa, Ukraine

INSTITUTIONAL BASES OF INTERACTION OF SEA CRUISE TOURISM MARKET SUBJECTS

Abstract. *The article deals with the institutional principles of the operation of sea cruise tourism, which brings together many market participants. Cruise tourism brings together many market players who need to be integrated through the introduction of new business forms. One such form could be a clustering model that would bring together different business entities around cruises on the basis of marketing investment, organizational production and innovation.*

Effective formation of a maritime tourist cluster can be influenced by a number of factors: socio-economic, technical, technological, natural, historical, cultural and institutional. They can be divided into main, ancillary and related.

In the process of forming a marine tourism cluster, its active state support is required, the main direction of which should be the formation and control of compliance with the legislative framework in the field of regulation of maritime cruise tourism, stimulating investment, which will increase the level of competitiveness of the cluster elements.

The marine tourism cluster should unite public administration (standing commissions, committees, departments), maritime business (boards, associations, port authorities) and public organizations (community councils, committees, individual organizations).

During the formation of the maritime tourism cluster, the role of the state is to form favorable organizational and legal and institutional foundations for development, to support the resources of its main participants. The state must act as a regulator, and during its functioning – a real partner. In the process of further development of the

cluster, state levers of indirect regulation should prevail.

The mechanism of state regulation of tourism cluster development in the field of maritime tourism for Ukraine is a vertical and horizontal combination of external and internal factors: economic (tax, investment, credit policy), organizational (licensing and certification, personnel, environmental and social policy) and motivational (education development), formation of the state information infrastructure, promotion of innovation development, legal guarantees of the subjects of the maritime tourism industry).

With the development of the marine tourism cluster, changes must occur that lead to an increase in the competitive advantages of both individual enterprises and territories and the national economy as a whole.

Keywords: *sea tourism, sea cruise tourism, tourist cluster, competitiveness, cruise business.*

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку світового круїзного туризму свідчать про важливий його вплив на розвиток національної економіки. Морський туризм є конкурентоспроможною складовою економіки лише в тих країнах, в яких має місце ефективне державне регулювання ним. В Україні, яка є морською державою, володіє унікальним природно-рекреаційним потенціалом та висококваліфікованими трудовими ресурсами [1], морський круїзний туризм недостатньо розвинутий. Головною причиною цього є неефективна реалізація державної політики, починаючи з 1991 року. Тому питання розробки інструментів регуляторної політики на рівні держави, що сприяють розвитку морського круїзного туризму в Україні, є актуальними та невідкладними. Сьогодні вкрай необхідно провести всебічне комплексне дослідження та чітко визначити форми реалізації державних ініціатив щодо розвитку морського круїзного туризму в Україні.

Огляд останніх досліджень та літератури. Питання сучасного стану та перспектив розвитку морського круїзного туризму розглянуто в працях українських та зарубіж-

них учених: В.Г. Герасименка [2; 3], І.А. Голубкової [4], В.В. Жихаревої [5], О.С. Ляховської [6], С.Г. Нездойминова [7], П. Уайльда [8].

Незважаючи на доволі вагомий внесок науковців у проблематику розвитку морського круїзного туризму, і, як складової наукової діяльності – захисту дисертацій з цього питання в останні роки М.О. Ковиліної, Н.А. Логунової, Ю.В. Михайлової, К.С. Нестерової [9-12] та ін., в українській науці недостатньо розробленими залишаються питання удосконалення державної регуляторної політики у сфері морського круїзного туризму.

Постановка задачі. Метою статті є розробка ефективного механізму взаємодії суб'єктів морського круїзного туризму у формі туристичного кластера.

Основний матеріал дослідження. Круїзний туризм поєднує багатьох учасників ринку, серед яких судноплавні компанії, туристичні оператори, туристичні агенти, інші суб'єкти підприємницької діяльності, які задіяні в круїзному бізнесі. Ці суб'єкти можуть вести власний бізнес як окремо, так і у поєднанні між собою. Ефективність та результатив-

ність цієї діяльності залежить від суб'єктивних та об'єктивних причин [13].

Інтеграція суб'єктів, задіяних в морському туризмі, є ефективною на довгостроковий період із впровадженням нових організаційно-правових форм бізнесу. Однією з таких форм може бути модель кластеризації, яка б поєднала навколо круїзу(ів) різних суб'єктів підприємницької діяльності. Відносини між основними учасниками круїзного бізнесу здійснюються на основі маркетингової діяльності, інвестиційної, організаційно-виробничої та інноваційної. Кожна з цих складових, поєднуючись навколо ядра кластера (порт, пасажирський термінал, ВНЗ, НДІ), утворює повноцінний круїзний кластер туристичного спрямування різних форм взаємодії – від простих до складних багаторівневих утворень на національному, регіональному та муніципальному рівнях [14].

На ефективне формування морського туристичного кластера можуть впливати ряд факторів:

1. Соціально-економічні: попит на послуги круїзного туризму та високий рівень платоспроможності населення, високий рівень маркетингової політики, розвинута інфраструктура: підприємства тимчасового розміщення, ресторанного бізнесу, магазини, медичні заклади, розважальні заклади тощо.

2. Техніко-технологічні: розвинута інфраструктура гостинності, транспортна інфраструктура, високий рівень безпеки туристичних послуг до та під час здійснення круїзів.

3. Природні та історико-культурні: наявність природних та антропогенних об'єктів та територій.

4. Інституційні: наявність нормативно-правової бази, високий рівень супутніх галузей, ефективне співробітництво кластера з органами влади [15] та ін.

Маркетингова діяльність впливає на обізнаність клієнтів про круїз, а також формує прямі та непрямі канали збуту послуги. Ефективна продаж круїзного туру можлива лише при умові одночасного поєднання маркетингових послуг із заходу круїзного лайнера до порту та судноплавних компаній щодо реалізації туру.

Інвестиційна складова відносин між суб'єктами ринку послуг морського туризму – це знаходження інвестора, який готовий спрямувати власний капітал на будівництво нового порту, реконструкцію старого, удосконалення інфраструктури, будівництво та реконструкція окремих об'єктів, які є, чи можуть бути привабливими для туристів. Інвестору слід встановити оптимальні ціни на портові послуги, що може збільшити не тільки прибутки судноплавної компанії, але й кількість заходів суден до портів, які привабливі для туристів.

Організаційно-виробнича діяльність проявляється у спільній роботі всіх учасників кластера – від туриста до керівництва порту, чи судноплавної компанії, окремих закладів туристичної привабливості в географічних межах кластера (церква, маяк, банк та ін.) та митного терміналу, паркувальної зони та ін.

Інноваційна діяльність – впровадження в діяльність суб'єктів підприємницької діяльності нових форм, методів господарювання.

На сьогодні в Україні відносини між учасниками досліджуваного

ринку реалізуються окремо одна від одної, що знижує ефективність туристичного попиту. Саме тому впровадження кластерного механізму співпраці між учасниками ринку круїзних послуг є вкрай актуальним.

Досвід останніх років довів, що процес кластеризації є доволі ефективним. Така форма співпраці між учасниками надає безліч переваг, починаючи від спеціалізації праці

до цільового навчання. Не зважаючи на розповсюдження таких кластерів, практично відсутня систематизація інформації щодо механізму взаємодії між учасниками транспортно-туристичних кластерів.

Основні елементи кластера у сфері морського туристичного кластера наведено на рис. 1.



Рис. 1. Основні складові елементи кластера у сфері морського туризму
Джерело: розробка автора на основі [9]

Як бачимо з рис. 1, до складу кластера віднесено основні елементи: послуги тимчасового розміщення, транспортно-логістичні та суто морські. До допоміжних елементів – державні інституції, наукові та науково-дослідні організації, а також компанії, які є головними розробниками реклами та просування.

Проміжними елементами, які поєднують основні та допоміжні елементи, є додаткові послуги – харчування, гостинності, банки, страхові компанії, заклади, які займаються впровадженням інновацій та інвестицій.

Морський туристичний кластер має об'єднати органи державного

управління (постійні комісії, комітети, департаменти), морський бізнес (правління, асоціації) та громадські організації (громадські ради, комітети, окремі організації) і здатний підвищити конкурентоспроможність учасників та конкурентну ситуацію шляхом збільшення кількості учасників кластера, стимулювання збільшення інвестицій, стимулювання розвитку нових бізнес-стратегій та моделей [16].

Не існує єдиного підходу до оптимальної кількості та розміру підприємств-учасників кластера: від 10-15 компаній до 6-7 тисяч (Індія, Китай). Щодо географічного розташування доцільно ініціювати ство-

рення туристичного кластера на території портів комплексів. Структура кластера має бути простою, зрозумілою і складатися з 2-х основних складових: основні послуги та супутні. Обов'язково у складі цього утворення мають бути наукові та науково-дослідні організації.

У процесі формування морського туристичного кластера потрібно є його активна державна підтримка, основним напрямком якої має бути формування та контроль дотримання положень законодавчої бази у сфері регулювання морського круїзного туризму, стимулювання інвестицій, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності елементів кластера (рис. 2).

У період формування морського туристичного кластера роль держави полягає у формуванні сприятливих організаційно-правових та інституційних засад розвитку, підтримці ресурсного забезпечення його основних учасників. Держава повинна виконувати роль регулятора, а в період його функціонування – реального партнера. В процесі подальшого розвитку кластера мають переважати державні важелі регулювання непрямого характеру.

З розвитком морського туристичного кластера мають відбуватися зміни у державних важелях кадрової політики: створення науково-освітніх центрів, основним завданням яких може бути підготовка та перепідготовка висококваліфікованих кадрів.

Формування морських туристичних кластерів в Україні має пройти 3 етапи:

1. Формування ініціативної групи та обґрунтування доцільності його створення з урахуванням ресурс-

ної бази.

2. Розробка програми дій з урахуванням потреб та можливостей усіх потенційних учасників кластера в умовах певного економічного стану.

3. Розробка організаційно-правової структури та формування системи управління.

В Одеському регіоні на сьогоднішній час майже не поєднані 2 складові кластера – наука та морський бізнес, не дивлячись на існуючу потужну наукову базу, яка формувалася історично в регіоні десятиліттями.

Саме тому рівень використання потенціалу галузевих факторів складає 67 %, регіональні фактори – 42 %. Макроекономічні фактори мають найнижчий рівень реалізації потенціалу – 27 %.

Кластер обумовлює набуття його учасниками конкурентних переваг визначає взаємовигідну співпрацю приватного і державного секторів, національних та іноземних суб'єктів ринку, формуючи новий формат морського бізнесу в країні [17].

Таким чином, кластерний механізм взаємодії учасників є перспективним інструментом розвитку морського бізнесу в Україні. Він створює умови набуття конкурентних переваг як окремими підприємствами, територіями, національною економікою тощо.

Це проявляється у:

1. Збільшенні потоку туристів.

2. Зростанні економіки території, де функціонує кластер.

3. Посиленні конкурентоспроможності учасників кластера.

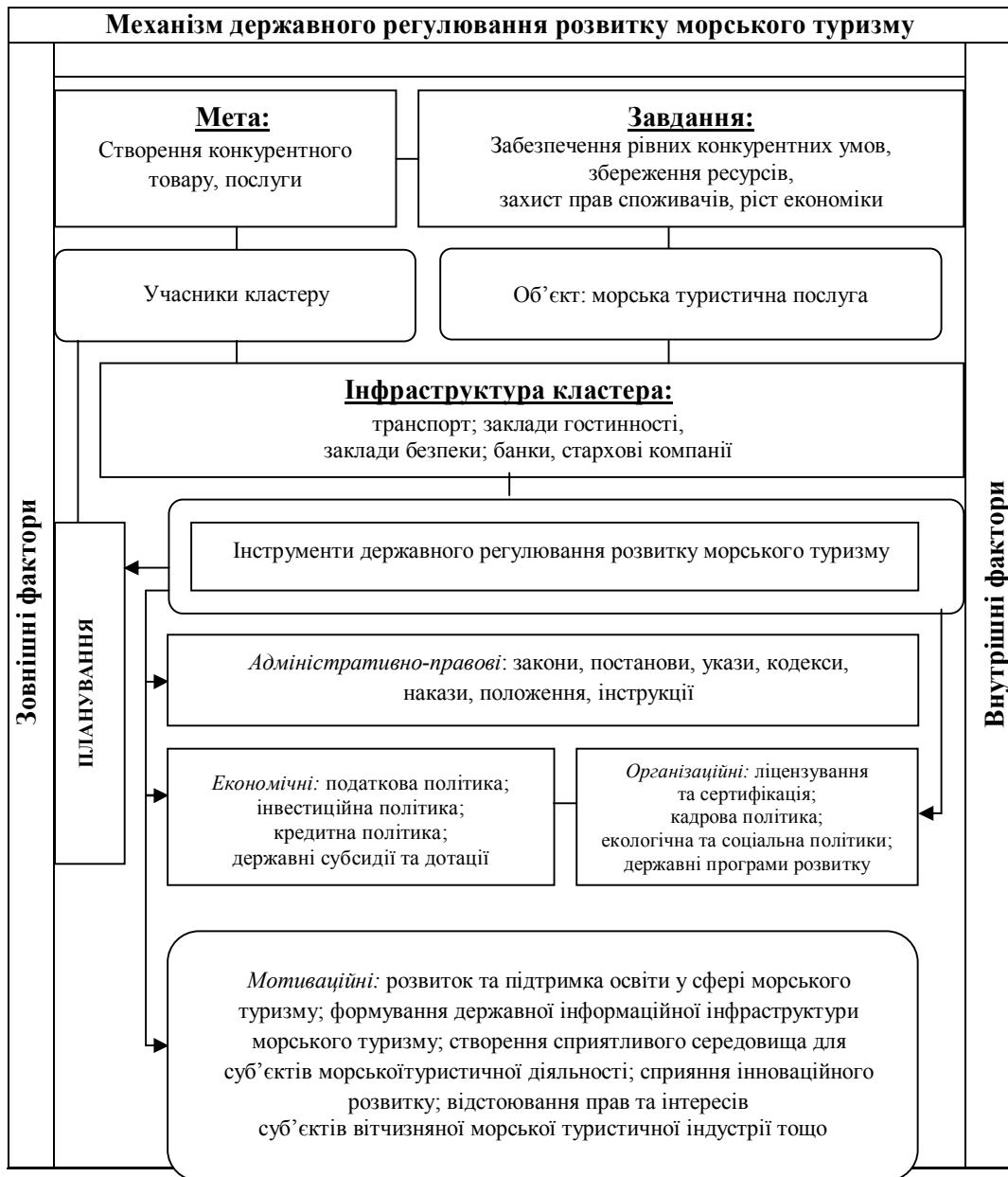


Рис. 2. Механізм державного регулювання розвитку туристичного кластера в сфері морського туризму

Джерело: розробка автора

4. Вирішенні соціальних проблем.

5. Активізації інноваційної діяльності.

6. Посиленні потоків ідей та інформації.

7. Забезпеченні стратегій розвитку окремих підприємств приморської території та розвитку портового господарства України.

Висновки. Таким чином, запропонований механізм взаємодії

суб'єктів морського круїзного туризму у формі туристичного кластера дозволить удосконалити організацію морського туризму в Україні, сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності елементів кластера, забезпечить ефективне використання ресурсів, але не може вирішити усіх проблем, які існують в регіоні. Він є сучасним механізмом для реалізації конкретних цілей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Kibik O., Khaiminova Iu., Kotlubay V., Redina I. & Belous E. *Development potential of Ukrainian maritime enterprises*. URL: <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19917>. Doi 10.14419/ijet.v7i4.3.19917
2. Герасименко В.Г. *Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: Монографія / Заг. ред. професора В.Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 335 с.*
3. Герасименко В.Г. *Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: Монографія / Під ред. В.Г. Герасименка, О.Л. Михайлюка. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.*
4. Golubkova I. *Innovations in cruise tourism // Економічні інновації: Зб. наук. праць. Одеса: ІПРЕД НАН України, 2012. Вип. 50. С. 266-274.*
5. Жихарева В.В. *Круизный рынок: современные тенденции развития. 2012. URL: http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynok-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html*
6. Ляховська О.С. *Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку ХХІ століття // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 19. Т. II. Рівне, 2013. С. 85-91.*
7. Нездоймінов С.Г., Андрєєва Н.М. *Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України // Механізм регулювання економіки. 2013. № 4. С. 100-110.*
8. Уайльд П. *Тенденції в розвитку круїзного ринка. Одеса, 2012. URL: http://portsukraine.com/node/2580.*
9. Ковиліна М.О. *Державне регулювання розвитку морського туризму в Україні: автореферат дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.03: дата захисту 22.02.2019 / Марія Олександрівна Ковиліна; Чернігівський національний технологічний університет. Чернігів, 2019. 23 с. URL: 195.69.76.76/bitstream*

10. Логунова Н.А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма: дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.03: дата защиты: 24.12.14 / Наталья Анатольевна Логунова; Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. Симферополь, 2014. 439 с. (русс.).
11. Михайлова Ю.В. Забезпечення стійкого функціонування судноплавних підприємств на круїзному ринку, що формується у Чорноморському регіоні: автореферат дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.04, дата захисту: 26.11. 2009 / Юлія Валеріївна Михайлова; Національна академія наук України. Ін-т ринку та економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2009. 19 с.
12. Нестерова К.С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні: автореферат дис... канд. экон. наук: спец. 08.00.03, дата захисту: 28.03. 2016 / Катерина Сергіївна Нестерова; Національна академія наук України. Ін-т ринку та економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2016. URL: <http://www.impeer.od.ua/images/Avtoreferaty>
13. Іванов А.М. Особливості управління рекреаційно-оздоровчими підприємствами в системі туристичного кластеру // *Економіка пищевой промышленности*. 2013. 4 (20). С. 12-17.
14. Іванов А.М. Перспективи функціонування морського круїзного туризму // *Бізнес-навігатор*. 2015. № 1 (36). С. 145-151.
15. Іванов А.М. Економічні аспекти інституціонального забезпечення державної політики України в сфері туризму // *Вісник Одеського національного університету: Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 1 (66). С. 77-81.
16. Іванов А.М. Управління конкурентоспроможністю рекреаційно-оздоровчого землекористування: Монографія / За ред. д-ра экон. наук проф. В.Г. В'юна. Миколаїв: В-во «Дизайн та Поліграфія», 2012. 248 с.
17. Іванов А.М. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: Монографія / За заг. ред. проф. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. 514 с.

REFERENCES

1. Kibik, O., Khaiminova, Iu., Kotlubay, V., Redina, I. & Belous, E. (2018). *Development potential of Ukrainian maritime enterprises*. Retrieved from <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19917>
2. Gerasimenko, V.G. (2013). *Rinki turistichnikh poslug: stan i tendentsii rozvitku: monografiya* [Tourist services markets: the state and trends of development]. Odesa: Astroprint, 335 [in Ukrainian].
3. Gerasimenko, V.G. (2019). *Derzhavne reguluvannya sferi turizmu Ukraini v konteksti protsesiv yevrointegratsii: monografiya* [State regulation of tourism in Ukraine in the context of European integration processes]. Kiiv: FOP Gulyaeva V.M., 332 [in Ukrainian].

4. Golubkova, I. (2012). *Innovations in cruise tourism. Ekonomichni innovatsiyi: Zb. nauk. pr., Odesa, IPREED NAN Ukrayiny, no. 50, pp. 266-274 [in Ukrainian].*
5. Zhihareva, V.V. (2012). *Kruiznyj rynek: sovremennye tendencii razvitija [The cruise market: current trends]. Retrieved from <http://hotelodessa.info/kruiznyj-turizm/13-kruiznyj-rynek-sovremennye-tendentsii-razvitiya.html> [in Russian].*
6. Lyakhovs'ka, O.S. (2013). *Stan ta perspektyvy rozvytku kruiznoho turizmu v Ukrayini pochatku XXI stolittya [Status and prospects of development of cruise tourism in Ukraine in XXI century]. Ukrayins'ka kul'tura: mynule, suchasne, shlyakhy rozvytku, no 19, Rivne, Naukovi zapysky Rivnens'koho derzhavnoho humanitarnoho universytetu, vol. 2, pp 85-91 [in Ukrainian].*
7. Nezdoymynov, S.G. & Andryeva, N.M. (2013). *Kruizniy turizm v konteksti Morskoï doktrini Ukraïni [Cruise tourism in the context of the Maritime Doctrine of Ukraine]. Mekhanizm regulyuvannya ekonomiki – The mechanism of regulation of the economy. № 4, 100-110. [in Ukrainian].*
8. Uayld, P. (2012). *Tendentsii v razvitii kruiznogo rynku. Retrieved from <http://portsukraine.com/node/2580>. [in Russian].*
9. Kovilina, M.O. (2019). *Derzhavne regulyuvannya rozvytku morskogo turizmu v Ukraïni [State regulation of the development of maritime tourism in Ukraine]. Avtoreferat dis... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.03. Chernigiv: Chernigivskiy natsionalniy tekhnologichniy universitet, 23. Retrieved from 195.69.76.76/bitstream [in Ukrainian].*
10. Logunova, N.A. (2014). *Teoretiko-metodologicheskie osnovy strategicheskogo razvitija kruiznogo turizma [Theoretical and methodological foundations of the strategic development of the cruise tourism]. Tavricheskij nacional'nyj universitetim. V.I. Vernadskogo, Simferopol', 439 [in Russian].*
11. Mikhaylova Yu.V. (2009). *Zabezpechennya stiykogo funktsionuvannya sudnoplavnikh pidpriemstv na kruiznomu rinku, shcho formuyetsya u Chernomorskomu regioni [Ensuring sustainable functioning of shipping companies in the cruise market emerging in the Black Sea region]. Avtoreferat dis... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04. Odesa: Natsionalna akademiya nauk Ukrayini. In-t rinku ta ekonomiko-ekologichnikh doslidzhen, 19 [in Ukrainian].*
12. Nesterova K.S. (2016). *Derzhavna regulyatorna politika spriyannya rozvytku morskogo turizmu v Ukraïni [State regulatory policy to promote the development of maritime tourism in Ukraine]. Avtoreferat dis... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.03, Odesa: Natsionalna akademiya nauk Ukrayini. Retrieved from <http://www.impeer.od.ua/images/Avtoreferaty> [in Ukrainian].*
13. Ivanov A.M. (2013). *Osoblivosti upravlinnya rekreatsinyo-ozdorovchimi pidpriemstvami v sistemi turistichnogo klasteru [Features of management of recreational and recreational enterprises in the tourist cluster system]. Ekonomika pishchevoy promyshlennosti – Food Economics. 4 (20), 12-17. [in Ukrainian].*

14. Ivanov, A.M. (2015). *Perspektivi funktsionuvannya morskogo kruiznogo turizmu [Prospects for the operation of sea cruise tourism]. Biznes-navigator. №1 (36), 145-151 [in Ukrainian].*
15. Ivanov, A.M. (2018). *Yekonomichni aspekti institutsionalnogo zabezpechennya derzhavnoi politiki Ukraini v sferi turizmu [Economic aspects of institutional support of state policy of Ukraine in the sphere of tourism]. Visnik Odeskogo natsionalnogo universitetu. Ekonomika – Bulletin of the Odessa National University. Economy. Tom 23. Vipusk 1 (66), 77-81 [in Ukrainian].*
16. Ivanov, A.M. (2012). *Upravlinnyi konkurentospromozhnistyu rekreatsinyo-ozdorovchogo zemlekoristuvannya [Management of the competitiveness of recreational and land use]: monografiya / za red. d-ra ekon. nauk prof. V.G. V'yuna. Mikolaiv: V-vo «Dizayn ta Poligrafiya», 248 [in Ukrainian].*
17. Ivanov, A.M. (2017). *Teoretichni, metodologichni ta praktichni aspekti konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Theoretical, methodological and practical aspects of enterprise competitiveness]: monografiya / za zagalnoyu redaktsiyu prof. Yankovogo. Odesa, Atlant, 514 [in Ukrainian].*

Стаття надійшла до редакції 20.09.2019

Посилання на статтю: Іванов А.М. Інституційні засади взаємодії суб'єктів ринку морського круїзного туризму // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць, 2019. № 3. С. 97-107. DOI 10.31375/2226-1915-2019-3-97-107.

Received 20.09.2019

Reference a JournalArtic: Ivanov, A.M. (2019). Institutional bases of interaction of sea cruise tourism market subjects. Development of management and entrepreneurship methods on transport, 97-107. DOI 10.31375/2226-1915-2019-3-97-107.