

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Давиденко І.В.
“04” червня 2020 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм»

за темою:

Підвищення якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві (на прикладі турфірми «Офіс туризму»)

Виконавець

студентка Факультету Міжнародної Економіки

Мартинова Анна Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Назаренко Ольга Василівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2020

Анотація
Мартінова А.М.

«Підвищення якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві (на прикладі турфірми «Офіс туризму»)»

випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242
Туризм Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів; містить 26 таблиць, 16 рисунків, 2 додатка, висновки і пропозиції. Список літератури складається з 55 найменувань.

Об'єктом дослідження є процес підвищення якості обслуговування на туристичних підприємствах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань з підвищення якості обслуговування у туристичній фірмі «Офіс туризму».

У першому розділі «НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ» представленні науково-методичні аспекти дослідження якості обслуговування та лояльності клієнтів.

У другому розділі «АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ І ПРАВОВИХ АСПЕКТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОФІС ТУРИЗМУ»» представлено комплексна характеристика діяльності підприємства та проведено аналіз лояльності клієнтів ТОВ «Офіс туризму»

У третьому розділі «ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТУРФІРМИ ТОВ «ОФІС ТУРИЗМУ»» представлені шляхи щодо підвищення якості обслуговування клієнтів та проведено розрахунок інвестиційних витрат на реалізацію цих заходів.

Ключові слова: туризм, якість обслуговування, якість послуг, конкурентоспроможність, лояльність клієнтів.

Annotation
Martynova A.M.

"Improving the quality of customer service at a tourism enterprise (on the example of the travel agency "Tourism Office")"

final work for a bachelor's degree in 242 Tourism Odessa National
University of Economics, Odessa, 2020

Qualification work consists of three sections; contains 26 tables, 16 figures, 2 appendices, conclusions and suggestions. The list of literature consists of 55 items.

The object of work - a tour operator LLC "Office of Tourism".

The subject of research - the organization of customer service quality of LLC "Office of Tourism".

The first section "SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF IMPROVING THE QUALITY OF TOURIST SERVICES IN THE TOURIST MARKET" presents scientific and methodological aspects of researching the quality of service and customer loyalty.

The second section "ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND LEGAL ASPECTS OF ACTIVITIES OF TOURISM LLC" presents a comprehensive description of the company's activities and analyzes the customer loyalty of Tourism Office LLC

In the third section "TOOLS OF IMPROVING THE QUALITY OF TOURIST SERVICES OF THE TRAVEL COMPANY LLC" TOURISM OFFICE "presents ways to improve the quality of customer service and calculates the investment costs for the implementation of these measures.

Key words: tourism, quality of service, quality of services, competitiveness, customer loyalty.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ	6
1.1. Наукові основи забезпечення якості послуг на туристичному підприємстві.....	6
1.2. Управління якістю туристичних послуг.....	14
1.3. Програми лояльності та дисконтно-акційна діяльність як інструмент підвищення якості туристичних послуг.....	36
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ І ПРАВОВИХ АСПЕКТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОФІС ТУРИЗМУ»	50
2.1. Організаційна структура управління туристичного підприємства ТОВ «Офіс туризму»	50
2.2. Загальна характеристика та основні економічних результатів діяльності ТОВ «Офіс туризму».....	54
2.3. Аналіз лояльності клієнтів ТОВ «Офіс туризму»	73
РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТУРФІРМИ ТОВ «ОФІС ТУРИЗМУ»	80
3.1. Напрями удосконалення системи управління якістю надання туристичних послуг ТОВ «Офіс туризму».....	80
3.2 Проект впровадження програм лояльності у діяльність туристичної фірми ТОВ «Офіс туризму»	93
ВИСНОВКИ	98
Список використаних джерел	101
Додатки	108

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туристична галузь є однією з найбільших, найрізноманітніших, визнана прибутковою та найшвидше зростаючою галуззю світу та туризмом діяльність, що має велике економічне значення. Очевидно, що туризм є привабливою галуззю зі збільшенням зростання та прибутковості. Однак успіх у цій галузі тісно пов'язано із задовільним рівнем обслуговування клієнтів, що, своєю чергою, функціонує управлінським вкладам, таких як бенчмаркінг, інновації, використання інформаційних технологій та інші.

Турбота про добрі та тривалі відносини з клієнтами трактується як один із важливих нематеріальних факторів, що лежать в основі розвитку організацій, що надають послуги, та підвищення їх вартості. Основна передумова для побудови позитивних відносин із клієнтами з організацією – це задоволення їхніх вимог та очікувань шляхом надання високоякісних послуг. Сучасне суспільство надає все більшого значення таким цінностям, як: молодість, здоров'я, гарний зовнішній вигляд, фізичний стан, екологія.

Якість послуг стає однією з визначальних факторів якості життя. З точки зору організації, якість послуг – це гарантія рентабельності в довгостроковій перспективі шляхом умов задоволення, лояльності клієнтів та зниження витрат. Утримувати лояльного клієнта дешевше, ніж придбати нового, а також лояльний клієнт менш чутливий до зміни цін. Якість обслуговування дедалі більше впливає на рішення клієнтів, а спроба компенсувати відсутність якості зазвичай викликає поглиблення негативного враження, втрату довіри до організації та розчарування.

Умови роботи організацій сфери послуг в галузі туризму та відпочинку визначаються такими чинниками:

- глобалізація та інтернаціоналізація організацій, що надають послуги;
- підвищення міжнародної мобільності послуг та можливості їх експорту;
- підвищення важливості знань та інформації в процесі обслуговування;

- збільшення інновацій;
- постійна та тимчасова залежність надання послуг від зовнішніх факторів, таких як погодні умови, епідеміологічні загрози, формальні та правові норми;
- динаміка змін вимог та сподівань клієнтів через вплив моди, технічних інновацій тощо;
- чутливість до змін, що відбуваються в середовищі організації, соціальних змін та змін у галузі технічної інфраструктури.

Динаміка змін факторів розвитку сучасного ринку туристичних та рекреаційних послуг означає, що нові управлінські концепції постійно прагнуть розмежувати організацію та її послуги на ринку, отримуючи тим самим конкурентну перевагу.

Сучасні менеджери, які працюють в галузі туризму та відпочинку, повинні мати професійні знання в галузі сучасних методів управління, що дозволяють їм підвищити конкурентоспроможність, прибутковість організації та підвищити задоволеність працівників та клієнтів.

Туристичні організації, які мають чітке управління якістю, зосереджують свої дослідження на вимірюванні якості послуг та виявленні ефективних шляхів підвищення якості. Саме тому тема «Підвищення якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві (на прикладі турфірми ТОВ «Офіс туризму»)» дипломної роботи дуже актуальна.

Мета дослідження – надання знань про сучасні методи, заходи та інструменти управління якістю, які корисні в роботі організацій та підвищують якість обслуговування клієнтів.

Завдання роботи:

1. Дослідити характеристику сучасних методів дослідження організації обслуговування клієнтів в туризмі.
2. Представити обґрунтування інформаційної бази дослідження.
3. Дослідити загальну характеристику діяльності туристичного підприємства ТОВ «Офіс туризму».

4. Провести аналіз організації обслуговування клієнтів на прикладі ТОВ «Офіс туризму».

5. Представити характеристику пропозицій і рекомендацій щодо підвищення якості обслуговування клієнтів.

6. Розрахувати вартість впровадження інновацій.

Об'єктом дослідження є процес підвищення якості обслуговування на туристичних підприємствах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань з підвищення якості обслуговування у туристичній фірмі «Офіс туризму».

Методи дослідження – аналіз, оцінка, інструменти управління якістю послуг.

Робота містить вступ, три розділи та висновок. У першому розділі представлені у сфері туризму. У другому розділі представлено комплексний аналіз діяльності ТОВ «Офіс туризму». У третьому розділі представлені шляхи щодо підвищення якості обслуговування клієнтів ТОВ «Офіс туризму».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів; містить 26 таблиць, 16 рисунків, 2 додатка, висновки і пропозиції. Список літератури складається з 52 найменувань.

Публікація: Мартинова А.М. Підвищення якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві. – Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» Том 2 від 15 квітня 2020 року. – м. Одеса. – С. 56-57.

ВИСНОВКИ

Висока мінливість ринкового середовища в галузі туризму та рекреації змушує організації шукати нові концепції діяльності, що дозволяють не тільки вижити, але перш за все досягти успіху та розвитку ринку.

На українському ринку туристичних та рекреаційних послуг зростає роль якості як чинника, що відрізняє організацію від конкуренції. Основою для змін є зміна поведінки клієнтів у напрямку активного пошуку якості та цінової пропозиції.

До якісних проблем, з якими стикаються українські сервісні організації, належать: відсутність досвіду, погана внутрішня комунікація, обмеження системи ІТ, проблеми з телекомунікаціями, погані знання клієнтів, вузький асортимент продукції, відсутність можливостей навчання, труднощі в оцінці витрат на виробництво туристичних послуг.

Проблема якості обслуговування в туризмі - одна з найактуальніших у розвитку цієї галузі народного господарства. На ринку туристичних послуг якість обслуговування - найсильніша зброя в конкурентній боротьбі. Якість обслуговування в значній мірі сприяє підвищенню економічної ефективності діяльності туристичних підприємств.

Туристичне обслуговування - це складний, комплексний, тривалий і різний за часом і місцем процес виробництва, пропозиції і продажу різних послуг і товарів. Це багатоплановий процес, в якому створюється новий продукт, що відрізняється за своєю специфічною споживчої вартості і задовольняє особливий рід потреб.

Тому заходи з підвищення якості повинні бути комплексними, охоплюючи як зміни якості на організаційному рівні, так і рішення в національному масштабі, щоб максимально скористатися зростаючим попитом на туристичні та рекреаційні послуги.

В даній роботі представлено теоретичне і практичне дослідження процесу вдосконалення якості обслуговування клієнтів в ТОВ «Офіс туризму». Кожне підприємство прагне утримати свої позиції на ринку,

завоювати певний сегмент споживачів, сформувати лояльність клієнтів до компанії. Це неможливо зробити без якісного сервісу.

В ході теоретичного аналізу наукової література з проблеми дослідження були зроблені наступні висновки. Процес обслуговування є невід'ємною частиною сервісу. Під обслуговуванням розуміється система корисних дій, трудових операцій, спрямованих на задоволення потреб клієнтів.

Якість послуги - це сукупність характеристик послуги, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживача. Удосконалення якості обслуговування є одним із важливих завдань підприємства сервісу.

Об'єктом дослідження виступило туристичне підприємство ТОВ «Офіс туризму». В ході організаційно-економічної характеристики підприємства було виявлено наступне. ТОВ «Офіс туризму» займається тільки виїзним туризмом і обсяги реалізованих послуг досить невеликі. Спостерігається тенденція до збільшення частки туристів, що від'їжджають на відпочинок та навчання/бізнес-туристи, а також зменшення частки тих, хто здійснює поїздки з метою лікування та спортивного туризму. Також, можна зазначити, що виїзний потік туристів збільшився у 2019 році в порівнянні з 2017 на 9 осіб, у порівнянні з 2018 роком – на 43 особи; спостерігається тенденція до зростання кількості реалізованих турів та як наслідок, збільшення вартості реалізованих послуг у період з 2018 по 2019 рік. Це показує успішну роботу досліджуваного підприємства.

Основні економічні показники діяльності туристичного підприємства показали, що дохід підприємства у 2019 році більший ніж у 2018 р. і складає 1511,34 тисячі гривень, що більше, ніж у попередньому 2018 році на 478,56 тис. грн. Витрати підприємства, своєю чергою, також збільшилися на 218,21 тис. грн шляхом збільшення матеріальних витрат на 531,44 тис. грн, проте зменшилися витрати на оплату праці на 16,75 тис. грн, зменшилися амортизаційні відрахування на 9,89 тис. грн та відрахування на соціальні

заходи на 7,24 тис. грн. Аналіз динаміки та структури прибутку показав, що за аналізований період чистий фінансовий результат підприємства збільшився на 3,41 тис. грн або на 47,23%, активи підприємства збільшилися на 381,77 тис. грн, спостерігається поступове збільшення використання підприємством залучених коштів та достатньо низький рівень платоспроможності підприємства

Аналіз лояльності клієнтів підприємства, проведений методом NPS показав, що з загальної кількості опитаних клієнтів 15,93% є критиками, 49,56% – нейтралами та 34,51% – промоутерами. Таким чином NPS дорівнює 18,58% або 19 балів. Цей означає, що у підприємства промоутерів більше, ніж критиків, проте показник 19 балів зі 100 не є досконалим. Це свідчить, що туристичному підприємстві «Офіс туризму» потрібно багато працювати, над підвищенням цього показника. Не дивлячись на низький показник, більше 80% опитаних все ж залишаються задоволені якістю обслуговування на підприємстві ТОВ «Офіс туризму» і є його постійними клієнтами.

В якості пропозицій і рекомендацій з вирішення виявлених проблем в організації обслуговування ТОВ «Офіс туризму» пропонується реалізувати наступні інструменти підвищення якості:

- впровадження програмного забезпечення mLoyalty: доповнення та удосконалення інтернет-сайту, розробка мобільного додатку;
- розробка чат-боту;
- розробка кобрендингових карт;
- кваліфікаційні курси з освоєння програми лояльності для співробітників агенції.

Інвестиційні витрати на реалізацію запропонованих заходів складуть 189,2 тис. грн. Проте, за підрахунками, з введенням програми лояльності в роботу підприємства очікується, що у 2020 році прогнозована кількість клієнтів збільшиться на 40%, а кількість клієнтів, що звернулися до туристичного агентства 2 і більше разів буде становити 30% від загальної кількості клієнтів.

Проведений розрахунок і економічне обґрунтування запропонованих заходів підтвердили необхідність їх впровадження. Заходи спрямовані на вдосконалення якості обслуговування, вони дозволяють не тільки підвищити лояльність, утримати клієнтів, залучити нових й мати з ними постійний контакт, сформувати попит і стимулювання збуту, зміцнити імідж, підвищити обізнаність бренду, а також збільшити прибутковість підприємства, що є економічно ефективним з точки зору інвестиційного об'єкта. Таким чином, для підвищення якості обслуговування і конкурентоспроможності ТОВ «Офіс туризму» рекомендується розширити асортимент послуг.

Таким чином, мета дослідження досягнута, всі намічені завдання виконані.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз моделей сприйняття якості послуг на основі гармонізації інтересів зацікавлених сторін [Текст]: Монографія / [О. Іванків]. – УДК 332.8:658.15 – 24 с. – Розділ III. Економіка та управління підприємствами.
2. 9 способів утримання B2B клієнтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ngmsys.com/blog/b2b-retention-tactics>
3. Сприйняття і оцінка гостем якісного обслуговування/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1566021260361/turizm/spriynnyattya_otsinka_gostem_yakisnogo_obsługovuvannya
4. Анкета задоволення клієнтів турфірми "Офіс туризму" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forms.gle/sCSK5szSUnkycEP9>
5. Аракелова, І.В. Маркетинг лояльності - нова концепція маркетингу в споживчій економіці / І.В. Аракелова // Известия Волгоградського державного технічного університету. - 2014. - т.19. - № 11. - С. 32-36.
6. Бедрікова Н.А. Інноваційні програми лояльності клієнтів / Н.А. Бедрікова, Ю.В. Корокошко // Збірники конференцій НДЦ Соціосфера. - 2013. - № 15. - С. 84-86.
7. Бенчмаркінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B3>
8. Відстеження вашого NPS: чому це важливо і як це робиться [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hotjar.com/net-promoter-score/tracking/>
9. В'їзний, виїзний і внутрішній туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-sxemy-buxgalterskix-provodok-30-vezdnoj-vyezdnoj-i-vnutrennij-turizm>

10. Влияние качественного обслуживания на развитие туристической отрасли [Текст]: Монографія / [Я.В. Кацемир]. – УДК 338.462 – 86-89 с. – Вісник Хмельницького національного університету 2015, № 3, Т. 3
11. Вступ до NPS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hotjar.com/net-promoter-score/>
12. Географія туризму: Навчальний посібник / За ред. В. Ф. Семенова / Одеса, - ОНЕУ, 2016 р. – 415 с.
13. Действительно ли работают программы лояльности для путешественников? США, Великобритания, страны Азиатско-Тихоокеанского региона [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.criteo.com/ru/insights>
14. Для чого слід вимірювати задоволеність та лояльність клієнтів (індекс NPS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtp-global.com/uk/dlya-chego-sleduet-izmeryat-udovletvorennost-i-loyalnost-klientov-indeks-nps/>
15. Для чого слід вимірювати задоволеність та лояльність клієнтів (індекс NPS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtp-global.com/uk/dlya-chego-sleduet-izmeryat-udovletvorennost-i-loyalnost-klientov-indeks-nps/>
16. Дослідження якості туристичних послуг: вимірювання та оцінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-23324-1_48
17. Єфремова, М.В. Аналіз програм лояльності як складова ефективного туристського менеджменту / М.В. Єфремова, Д.І. Боронина // Економічний аналіз: теорія і практика. - 2013. - № 16. - С. 15-22.
18. Звіти про фінансові результати туристичного підприємства «Офіс туризму» 2018-2019 рр.
19. Індекс NPS: як висловити любов клієнтів в цифрах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.carrotquest.io/blog/index-nps/>

20. Інструменти підвищення якості туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op>
21. Кокшарова, Н.Б. Споживча лояльність як основну конкурентну перевагу сучасних компаній / Н.Б. Кокшарова // Економіка і підприємництво. - 2014. - № 12-4. - С. 500-503.
22. Конкурентні переваги організації і їх використання в забезпеченні її економічної безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5795026/page:9/>
23. Концептуальні засади менеджменту якості в сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/baev.htm
24. Концептуальні засади менеджменту якості в сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/baev.htm
25. Лояльність клієнтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.hubspot.com/service/customer-loyalty#>
26. Модель Українського національного конкурсу з якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=261
27. Обслуговування клієнтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opentextbc.ca/introtourism/chapter/chapter-9-customer-service/>
28. Обслуговування клієнтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opentextbc.ca/introtourism/chapter/chapter-9-customer-service/>
29. Оголошено 20-й Український національний конкурс якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.uaq.org.ua/index.php/uk/ukrajinskij-natsionalnij-konkurs-yakosti/2-uncategorised/9-konkurs-kachestva>
30. Одне число, яке потрібно виростити [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>

31. Оптимальний контроль якості роботи персоналу в турфірмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://service.yaware.com.ua/blog/optymalnyj-kontrol-yakosti-roboty-personalu-v-turfirmi/>
32. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах [Текст]: Монографія / [Папп В.В., Бошота Н.В.]. – УДК 338.48(477) – 437-443 с. – Випуск # 15 / 2018
33. Підвищення якості послуг в певній сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studbooks.net/1474788/menedzhment/povyshenie_kachestva_uslug_opredelennoy_sfere_turizma#40
34. Планування обсягу і якості сервісних послуг, що надаються промисловим підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/137707/marketing/planuvannya_obsyagu_yakosti_servisnih_poslug_nadayutsya_promislovim_pidpriyemstvom
35. Поняття якості послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/roglev12-2.htm
36. Проблема брендингу туристичних територій / О. В. Басюк // Науковий вісник : зб. наук. праць. Вип. 2 (222). – Одеса : ОНЕУ, 2015. – 224 с. (с. 6-14).
37. Проблема підвищення якості туристичного продукту [Текст]: Монографія / [О.О. Холодова]. – УДК 64.018:338.48(045) – 25-31 с.
38. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах [Текст]: Монографія / [Т.С. Незвещук-Козут]. – УДК: 658.56:338 – Ефективна економіка № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3995>
39. Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://bstudy.net/604128/turizm/programmy_loyalnosti_skidochno_aktsionnaya_deyatelnost_rol_stimulirovanii_prodazh_turfirm

40. Сергійко В.Ф. Фактори підвищення якості послуг в готельній індустрії [Текст] / В.Ф. Сергійко // Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету. – 2016.
41. Способи й методи оцінки якості у туристичному підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1534122043729/turizm/sposobi_metodi_otsinki_yakosti_turistichnomu_pidpriyemstvi
42. Сучасні наукові підходи до управління туристичними підприємствами [Текст]: Монографія / [Я. Є. Москвяк]. – УДК 331.101.37 – Ефективна економіка № 5, 2016
43. Теоретичні та практичні аспекти обслуговування споживачів та діяльності персоналу на підприємстві за сучасних умов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/8152749/>
44. Управління податковими платежами на туристичному підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bestreferat.ru/referat-192410.html>
45. Управління якістю туристичних послуг в умовах конкурентного середовища [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/aref_tourism/sydorenko.htm
46. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/denysenko.htm
47. Формування споживчої лояльності на ринку туристичних послуг Закарпатської області [Текст]: Монографія / [С.М. Кайлюк, О.С. Салтанова]. – УДК 338.48 – 35-38 с. – ISSN 0869-1231

48. Характеристика комплексного туристичного продукту та послуг гостинності, як специфічних товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/24278/>
49. Хумарова Н.І. Розвиток туристичної галузі в контексті реалізації міжнародних проектів [Текст] / Хумарова Н.І., Голікова О.С.// Економічні інновації: збірник наукових праць. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2015. - Випуск 60. – Т. 3. – С. 216-226.
50. Що таке показник чистого промоутера (NPS)? Визначення та приклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/customer/net-promoter>
51. Що таке чистий промоутер? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.netpromoter.com/know/>
52. Як аналізувати відкриті запитання в 5 кроків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hotjar.com/blog/analyze-open-ended-questions/>
53. Як Обчисліть Чистий промоутер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://customergauge.com/blog/how-to-calculate-the-net-promoter-score>
54. Якість туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/14940511/turizm/yakist_turistichnih_poslug
55. Якість туристичних послуг: особливості та чинники впливу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/gorbach.htm
56. Якість туристичного обслуговування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-referat.com>