

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Козак Ю.Г.

“ ___ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 6.05052 Міжнародні економічні відносини

за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

на тему: «**УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ З НАДАННЯ**
МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ
БЮРО ПОДОРОЖЕЙ «СІМ'Я»»

Виконавець:

студентка ФМЕ, гр. 43

Кантеладзе Софія Гіглаївна

/підпис/

Науковий керівник:

канд. економ. наук, доцент кафедри МEB

Уханова Інна Олегівна

/підпис/

АНОТАЦІЯ

Кантеладзе С.Г., «Удосконалення діяльності з надання міжнародних туристичних послуг (на прикладі ТОВ Бюро подорожей «Сім'я»)), кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.05052 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка», - Одеський національний економічний університет – Одеса, 2020 рік.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є діяльність з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я». У роботі розглядаються теоретичні аспекти здійснення діяльності з надання послуг міжнародного туризму на зарубіжних ринках, визначається вплив внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність з надання послуг міжнародного туризму підприємства та методи її оцінки.

Проаналізовано діяльність ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» з надання міжнародних туристичних послуг, здійснено SWOT-аналіз чинників, що сприяють та перешкоджають здійсненню діяльності з надання послуг міжнародного туризму. Проведено PEST-аналіз чинників зовнішнього середовища. Розраховано економічні показники діяльності з надання туристичних послуг.

Запропоновано напрями вдосконалення діяльності з надання послуг міжнародного туризму підприємства, розроблено рекламні заходи як чинник додаткового залучення цільових груп і проект ділового туру як чинник диференціації діяльності з надання міжнародних туристичних послуг.

Ключові слова: діяльність з надання міжнародних туристичних послуг, удосконалення діяльності, зовнішнє середовище, експорт, рекламні заходи, туризм, ефективність, MICE-туризм, ТОВ Бюро подорожей «Сім'я»

ANNOTATION

Kanteladze S.G., «Improvement activity with provision of the international tourism services (on the example of LLC «Family»)), Qualification work for the Bachelor's Degree in specialty 6.05052 "International Economic Relations" under the program "International Economics", - Odessa National University of Economics - Odessa, 2020.

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of the study is the activity of providing international tourism services to the Travel Agency "Family". The paper considers the theoretical aspects of the implementation of activities for the provision of international tourism services in foreign markets, determines the impact of internal and external environment on the activities for the provision of international tourism services of the enterprise and methods of its evaluation.

The activity of the Family Travel Bureau LLC on the provision of international tourist services was analyzed, the SWOT-analysis of the factors that promote and hinder the activity on the provision of international tourism services was carried out. PEST-analysis of environmental factors was performed. The economic indicators of activity on rendering of tourist services are calculated.

The directions of improvement of activity on rendering of services of international tourism of the enterprise are offered, advertising actions as the factor of additional attraction of target groups and the project of business tour as the factor of differentiation of activity on rendering of international tourist services are developed.

Keywords: activity in rendering of international tourist services, improvement of activity, environment, export, promotional events, tourism, efficiency, MICE-tourism, LLC Travel Bureau "Family"

ЗМІСТ

	Стор
ВСТУП	4
Розділ 1 Теоретико-методичні основи дослідження діяльності з надання послуг міжнародного туризму	7
1.1. Поняття діяльності та класифікація послуг в галузі міжнародного туризму	7
1.2. Чинники, що впливають на діяльність фірм в галузі міжнародних туристичних послуг	13
1.3. Підходи до оцінки показників діяльності з надання міжнародних туристичних послуг	20
Висновки до розділу 1.....	24
Розділ 2. Аналіз діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».....	26
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».....	26
2.2. Аналіз чинників, що впливають на діяльність з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я»	38
2.3. Аналіз показників діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».....	47
Висновки до розділу 2.....	54
Розділ 3 Напрямки удосконалення діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».....	56
3.1. Розробка рекламних заходів як чинник додаткового залучення цільових груп ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».....	56
3.2. Розробка проекту ділового туру як чинник диференціації діяльності ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» з міжнародних туристичних послуг	61
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи бакалавра. Міжнародні аспекти туристичної діяльності актуалізуються завдяки розвитку міжнародної торгівлі, міжнародного поділу праці, глобалізації світової економіки і стрімкій інтеграції фінансово-економічних систем. Розвиток туристичного бізнесу в Україні буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики і поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг.

Розвиток міжнародної туристичної діяльності підприємств унаслідок процесу міжнародної інтеграції передбачає безперервну активну роботу на світовому ринку на різних етапах просування послуг до споживача. Підприємства змушені функціонувати в умовах які постійно змінюються та зустрічають при виході на світовий ринок жорстоку конкурентну боротьбу. Тому у сучасних умовах ведення туристичного бізнесу багато уваги необхідно приділяти виконанню комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розроблення дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшення роботи підприємств сфери туризму.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи бакалавра визначена стрімким розвитком ринку туристичних послуг, характерними рисами якого на сьогоднішній день є динамічні зміни попиту і пропозиції. В умовах сучасного ринку туризму важлива роль відводиться удосконаленню діяльності з надання міжнародних туристичних послуг.

Широке висвітлення означених питань в роботі стало можливим при використанні наукових розробок таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Т.В. Харитонова, П.Р. Пуцентейло, М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич, С.П. Кузик, А.Я. Дубенюк та інших.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи бакалавра. Головною метою дослідження є аналіз діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» та розробка заходів щодо її вдосконалення.

Для реалізації поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань**:

- розкрити сутність поняття діяльності з надання послуг міжнародного туризму підприємства;
- виявити чинники, що визначають діяльність з надання послуг міжнародного туризму підприємства на зовнішніх ринках;
- проаналізувати методи та підходи до оцінювання діяльності з надання послуг міжнародного туризму підприємства;
- визначити фактори, що впливають на діяльність з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я»;
- проаналізувати діяльність з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» та визначити перспективи її розвитку;
- розробити рекомендації та конкретні заходи вдосконалення діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».

Об'єктом дослідження є діяльність з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».

Предметом дослідження є теоретико-методичні рішення та практичні засади здійснення та удосконалення діяльності з надання послуг міжнародного туризму.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі було застосовано такі методи дослідження, як табличний та графічний методи, порівняння і прогнозування, узагальнення, методи математичної статистики.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи було використано такі джерела інформації як навчальні посібники, підручники, монографії, публікації у періодичних виданнях, матеріали звітності підприємств, матеріали науково-практичних конференцій, електронні ресурси. Інформаційно-довідковою базою є нормативно-правові акти України,

матеріали наукових конференцій, звіти зарубіжних компаній, аналітичні та статистичні матеріали ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано статтю на тему «Чинники, що впливають на діяльність фірм в галузі міжнародних туристичних послуг в сучасних умовах розвитку світової економіки» на науковій студентській конференції Факультету міжнародної економіки ОНЕУ (м. Одеса, 2020 р.), обсяг 0,5 авт. арк.

Практична значимість кваліфікаційної роботи бакалавра полягає в розробці заходів, спрямованих на удосконалення діяльності з надання послуг міжнародного туризму ТОВ Бюро подорожей «Сім'я».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Робота має 77 сторінок, основний зміст роботи викладено на 75 сторінках.

ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведення у кваліфікаційній роботі бакалавра досліджень можна дійти наступних висновків:

1. Міжнародний туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування за межі країни. Під міжнародними туристичними послугами слід вважати вид діяльності, який спрямований на створення умов, які необхідні для здійснення операцій з іноземного туризму.

2. Для сучасного міжнародного туризму характерна значна територіальна нерівномірність: на економічно розвинені країни припадає 57% туристських прибутків, на країни, що розвиваються, - 30 %, на країни з перехідною економікою - 13 %. Згідно з довгостроковим прогнозом ЮНВТО очікується, що до 2030 року число міжнародних туристів досягне 1,8 мільярда. Очікується, що прибуття до країн що розвиваються збільшиться вдвічі швидше, ніж в країнах з розвинутою економікою (4,4% проти 2,2% щорічно, відповідно).

3. Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення та фактори диференціації попиту. З точки зору механізму впливу на розвиток туризму можна визначити фактори об'єктивні, що вже сформовані історичним розвитком суспільства, і такі, що цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність.

4. Для виявлення фінансового стану турфірми необхідно прорахувати ключові інтегральні фінансові показники діяльності підприємства, якими вважаються три типи показників: ліквідності, активності та прибутковості.

5. ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» є підприємством, яке займається внутрішнім та зовнішнім туризмом. Підприємство пропонує широкий вибір туристичних послуг, які задовольняють потреби найвимогливіших клієнтів, при цьому гарантуючи високоякісне обслуговування своїх клієнтів. Були

проведені дослідження, спрямовані на формування "портрета" споживача фірми, найбільшу питому вагу в структурі споживачів турагентства займають люди у віці від 19 до 30 років - 45% від загальної кількості опитаних. Найпопулярнішими поїздками є поїздки тривалістю до двох тижнів. Велика частина опитаних обирає пляжно-купальний відпочинок -40%. Велика частина опитаних (40%) вважають за краще витратити 10-18 тис. грн. на людину при покупці туру.

6. Виручка від реалізації в 2019 р склала 3717,32 тис. гривень, обсяг продажів в базисних цінах склав 3232,51 тис. гривень. З урахуванням цього зміна обсягу продажів за аналізований період склала 98,7%, тобто відбулося зниження обсягу реалізованої продукції на 1,3%. За рахунок зниження обсягу продажу продукції прибуток від продажу продукції, робіт, послуг знизилася на 14,62 тис. гривень. Собівартість реалізованої продукції збільшилася, отже, прибуток від продажу продукції знизилася на ту ж суму.

7. Вплив зміни комерційних і управлінських витрат на прибуток компанії визначимо шляхом зіставлення їх величини в звітному і базисному періодах. За рахунок зниження розміру управлінських витрат прибуток виріс на 1,08 тис. гривень, а за рахунок комерційних витрат зниження розміру - на 1,8 тис. гривень.

8. Аналізуючи макросередовище, можна сказати що Бюро подорожей має велику змогу розвиватися, оскільки природно-кліматичний потенціал України є досить широким. Однак, у зв'язку з останніми подіями в світі, а саме епідемії коронавірусу, міжнародні туристичні приїзди та виїзди туристів тимчасово призупинено. В ході дослідження методом PEST-аналізу виявлено, що економічні та політичні чинники роблять негативний вплив на діяльність компанії. Технологічні і соціальні чинники позитивно впливають на розвиток галузі. Дії постачальників є вираженою загрозою, для ТОВ Бюро подорожей «Сім'я», так як несумлінне ставлення може зіпсувати репутацію фірми.

9. З матриці SWOT-аналізу видно, що компанії необхідно заявляти про себе, вивчити запити клієнтів і розробити тури за новими напрямками, нові туристичні продукти, залучати нових клієнтів, оновити рекламні проекти, велику увагу приділяти підвищенню якості послуг. Були виявлені наступні переваги: великий професіоналізм і досвід співробітників; широкий діапазон цін; диференційований підхід до формування турпродукту та пошуку цільової аудиторії. Одночасно були виявлені й недоліки: не достатньо ефективно проходить рекламна кампанія; відсутність виразної стратегії маркетингу; недостатньо активне просування турпродукту на ринок. Також виділено можливості турфірми: завоювання власної частки ринку і її розширення в порівнянні з конкурентами; можливість розширення діяльності та її диференціації за рахунок виходу на нові сегменти ринку. На сьогоднішній день підприємство має загрози: наявність в одному сегменті ринку значного числа конкурентів; економічний спад; зменшення доходу споживачів; пандемія коронавірусу.

10. Виручка підприємства в 2019 р склала 3717,39 тис грн, що на 13,5% більше, ніж в 2018 р., собівартість виросла на 13,5%, валовий прибуток зріс на 154%, комерційні витрати зросли на 36,8%. Прибуток збільшився більш ніж в два рази. У 2019 коефіцієнт ліквідності склав 1,92, це означає, що у підприємства є можливість покрити всі свої короткострокові заборгованості при раціональному використанні власних коштів. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує можливість погашення короткострокової заборгованості компанії за рахунок грошових коштів на 86%

11. Виручка від реалізації товарів підприємства в 2019 р склала 3717,32 тис. гривень, обсяг продажів в базисних цінах склав 3232,51 тис. гривень. З урахуванням цього зміна обсягу продажів за аналізований період склало 98,7%, тобто відбулося зниження обсягу реалізованих послуг на 1,3%. За рахунок зниження обсягу продажу продукції прибуток від продажу послуг знизилася на 14,62 тис. гривень. Собівартість реалізованих послуг збільшилася, отже, прибуток від продажу продукції знизилася на ту ж суму. За

рахунок зниження розміру управлінських витрат прибуток виріс на 1,08 тис. гривень (15,46 - 16,54), а за рахунок комерційних витрат зниження розміру - на 1,8 тис. гривень (3,96 - 5,75).

12. Ми пропонуємо компанії розробити такі послуги, як надання на сайті компанії інформації про майбутні виставки, семінари, форуми в Одесі; прийом і розміщення, організація ознайомлювальних екскурсій; організація майданчиків для проведення різних заходів (ділових зустрічей, прес-конференцій, презентацій і невеликих виставок); організація спільного короткочасного відпочинку груп партнерів.

13. Розроблено конкретні заходи по збільшенню числа клієнтів. На нашу думку найбільш перспективною цільовою групою є студенти. Необхідно розробити рекламну компанію, яка не просто розповіла б споживачеві про дану туристичну фірму, але і створила їй певний імідж, більше популярності, тим самим допомогла подолати страхи і чітко визначитися з вибором туристичної фірми.

14. На підставі проведеного аналізу діяльності туристичної фірми ТОВ Бюро подорожей «Сім'я» з виїзного туризму, нами було виявлено, що у турфірми достатню кількість пропозицій з виїзного туризму для корпоративних клієнтів, але при цьому не заявлені програми з в'їзного туризму, варто приділяти увагу в'їзного ринку сфери MICE- туризму. При розробці ділового туру, перед нами стояло питання вибору категорії бізнес-туристів. Ми порахували, що наша пропозиція буде актуальним для групи фахівців менеджменту з Китаю. Разом вартість становить: на 1 людину – 14400 грн або 535 \$, на групу з 5 осіб - 72 000 грн або 2675\$. Актуальність організацій інсентив-турів полягає в необхідності повноцінного функціонування туристичних комплексів і об'єктів. Новий продукт, орієнтований на масштабні заходи, дозволить по-новому поглянути на організацію туризму в цілому в нашій країні. Це відіграє важливу роль в позитивній маркетинговій компанії для просування вітчизняного турпродукту.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ТОВ Бюро подорожей «Сім'я». [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://turodessa.com.ua/>
2. Офіційний сайт Booking.com. Booking Holdings Inc. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.booking.com/>
3. Michael E. Porter. The Five Competitive Forces that Shape Strategy, Harvard Business Review, January, 2008, p.86.
4. Бобер Н. М. Правові засади співробітництва України та Італії в галузі туризму [Електронний ресурс] / Н. М. Бобер // Географія та туризм. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_7_4.
5. Бородин В.А. Стратегическое планирование: учебное пособие / В.А. Бородин. – 3-е изд., перераб. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2015. – 105 с.
6. Буйленко В. Ф. Туризм / В. Ф. Буйленко. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. — 416 с.
7. Вишневський В. І. Екологічний туризм. — К.: Інтерпрес ЛТД, 2015. — 140 с.
8. Всесвітня туристична організація Об'єднаних Націй (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.world-tourism.org>.
9. Дехтярь Г.М. Индустрия туризма. Правовые акты. Туристическая деятельность / Дехтярь Г.М.. – М: ФиС, 2005. – 288 с.
10. Дехтярь Н.А. Тенденции развития мирового рынка делового туризма // Проблемы экономики. - вып. № 1, 2014. - С.43 - 51.
11. Дубенюк Я. А. Розвиток світового ринку туристичних послуг : автореф. дис...к. е. наук : 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Донецьк, 2008. – 22 с.
12. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.

13. Жохова, В.В., Римская, Т.Г.. Туроперейтинг [текст] : учебно-методическое пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. - 144 с.. 2014, с.32;
14. Забелин П.В. Основы стратегического управления. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2013. — 451 с.
15. Закон України "Про туризм" [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2015. – № 23. – с. 158. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
16. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов ; Рос. междунар. акад. туризма. - Москва : Финансы и статистика, 2000. - 364 с.
17. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. Учебник. Издательство «Финансы и статистика». 2003 - 288 с.- С 56-57
18. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник для студентов вузов туристского профиля / Е. Н. Ильина ; Рос. международ. акад. туризма. – М. : Финансы и статистика, 2007. - 250 с.
19. Квартальнов В. А. Туризм : учебник для образовательных учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов. - Изд. 2-е, перераб. - Москва : Финансы и статистика, 2007. - 335 с.
20. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С.42.
21. Кнышова Е. Н. Маркетинг туризма : учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования / Е. Н. Кнышова. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2010. - 351 с.
22. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. 6-те вид. перероб. та доп. Навчальний посібник / За ред. Козак Ю.Г., Сукач О.О., Бурлаченко Д.М. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 268 с.
23. Козак Ю.Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: кредитно-модульний курс: навч. посібник / Ю. Г. Козак, І. Ю.

- Сіваченко, Н. С. Логвінова [та інші] / за ред. І. Ю. Сіваченко, Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. – 3-тє видання, перероблене та доповнене. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.
24. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пров. з англ.. під ред.. Л.А. Волкової, Ю.Н. Каптуревського/ Ф. Котлер., - Петербург: - СПб. Пітер, 2009. – с. 752
25. Котлер Ф., Боуен Дж., Мей-кенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / пер. с англ.; под ред. Р.Б. Ноздревой. - М.: ЮНИТИ, 1998. 405 с., -С. 101
26. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід : [Монографія] / С.П. Кузик. – Львів : Навчальна книга. – 2010. – 254 с.
27. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич ; М-во освіти і науки та ін. – К. : Знання, 2008. – 664 с.
28. Манильская декларация по мировому туризму от 10 октября 1980 г. Принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года // Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И. Правовое обеспечение туризма "Изд-во Михайлова". – 2005
29. Матковський С. О., Гринькевич О. С., Сорочак О. З., Гальків Л. І., Прокопович-Павлюк І. В. Статистика підприємств : навчальний посібник / За ред. С. О . Матковського. – 3-тє вид., стереотипне – К., Алерта, 2017. – 560 с.
30. Гуляев В. Г. Организация туристических перевозок. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 512 с.
31. Внутрішня звітність ТОВ Бюро подорожей «Сім'я»
32. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/tyr/tyr_u/vig2011_u.html
33. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шакурин В. Г. Рекламная деятельность. – М.: ИЦВ “Маркетинг”, 1998. Страниці?

34. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 344 с.
35. Ткачук Л.М. Еногастрономічний туризм: особливості розвитку в південно-східній Азії на прикладі Таїланду [Електронний ресурс] / Л.М. Ткачук, Т.Ю. Примак – Режим доступу до ресурсу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/enohastronomichnyi-turyzm:-osoblyvosti-rozvytku-v-pivdenno-skhidnii-azii-na-prykladi-tailandu>.
36. Туризм и устойчивое развитие регионов. Материалы второй Всероссийской научно-практической конференции.: ТвГУ, 2013. - С.188-191. (не хватает автора)
37. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2016. – 641с.
38. Харитоновна Т.В. Организационно-экономические аспекты предпринимательства в сфере туризма / Т.В. Харитоновна, Т.М. Кривошеева, Л.Ф. Ксенитова, Е.Ш. Танеева и др. - М., 2012. - 225 с.
39. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії / Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.
40. Иностранцы стали чаще посещать Украину в целях туризма [Електронний ресурс] // delo.ua. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://delo.ua/ukraine/kolichestvo-inostrannyh-turistov-v-ukraine-vyroslo-na9-za-god-334468>
41. Туристичні потоки [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2017-2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
42. Кравцова А. В. Модель державно-приватного партнерства в сфері українського туризму [Текст] / А. В. Кравцова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі (серія «Економічні науки»). – 2016. – № 1 (72). – С. 70–76.

43. Ковальчук С.В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування / С.В. Ковальчук, В.В. Миколишина // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія: Економічні науки.– 2011.– №6, Т. 4. – С. 60–65.
44. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар, Н. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. - №2 (176), С. 115-125
45. Фролова Г.І. Організаційні засади маркетингових досліджень у сфері туризму / Г.І. Фролова, В.Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014.– №3. – С. 52–56. 9.
46. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи / В.М. Пестушко // Географія та основи економіки. – 2015. - № 7. – С. 257 -265.
47. UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/barometer>
48. Українська маркетингова група [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.umg.ua/>
49. Ляшкевич П. Туризм в Україні: Сучасний стан та пріоритети розвитку / П. Ляшкевич // Освіта України. – 2014. – №85. - С. 178.