

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“ ___ ” _____ 20__ р.

КАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та організація туристичної діяльності»

за темою « Розробка стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства ТОВ "Вилкове-Пелікан-Тур"».

Виконавець

студент **58 групи, ФМЕ**

Александрочкіна Поліна Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов Сергій Георгійович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

АНОТАЦІЯ

Александрочкіна П. О. «Розробка стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства ТОВ "Вилкове-Пелікан-Тур"»,
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм» за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси розробки стратегії диверсифікації на туристичному підприємстві «Вилкове-Пелікан-Тур».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства. Розглянуто поняття та види стратегії диверсифікації послуг. Виокремлено наукові підходи щодо диверсифікації бізнесу на туристичних підприємствах. Надано загальну характеристику туристичного оператора ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур». Проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур», структуру доходу та продажу послуг на підприємстві. Проведено діагностику конкурентоспроможності підприємства методами: PEST-аналізу, SWOT-аналізу та визначено конкурентні переваги. Запропоновано заходи формування стратегії диверсифікації послуг щодо зменшення впливу фактору сезонності на діяльність оператора. Рекомендовано напрями розробки нового туристичного продукту освітнього туризму та запропоновано заходи щодо підвищення ефективності рекламної політики на туристичному підприємстві. Проведено обґрунтування економічної доцільності запропонованих заходів.

Ключові слова: стратегія диверсифікації туристичних послуг, туристичний оператор, підприємство, туристичний продукт, конкурентоспроможність, цінова політика маркетингу.

ANNOTATION

Aleksandrochkina P.O. "Development of the strategy of diversifying the services of the tourist enterprise" Vilkovo-Pelican-Tour "Ltd."

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism" under the master's program «Economics and organization of tourism activity». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2018.

Master's qualification work consists of three sections. The object of the study is the development of a diversification strategy at the Vilkovo-Pelican-Tour tourist enterprise.

The theoretical aspects of the strategy of diversification of tourist enterprise services are considered in the paper. Concepts and types of services diversification strategy are considered. The scientific approaches to diversification of business at tourist enterprises are singled out. The general description of the tourist operator "Vilkov-Pelican-Tour" Ltd. is given. The financial-economic activity of "Vilkov-Pelican-Tur" Ltd., the structure of income and sales of services at the enterprise is analyzed. The diagnostics of enterprise competitiveness are carried out by methods: PEST-analysis, SWOT-analysis and competitive advantages. The measures of formation of the strategy of diversification of services for reducing the influence of seasonal factors on the activity of the operator are proposed. The directions of development of a new tourism product of educational tourism are recommended, and measures are proposed to increase the effectiveness of advertising policies at a tourist enterprise. The substantiation of the economic expediency of the proposed measures has been carried out.

Keywords: strategy of diversification of tourist services, tourist operator, enterprise, tourist product, competitiveness, price policy of marketing.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Науково-теоретичні основи розробки стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства.....	6
1.1. Теоретичне підґрунтя розробки стратегії диверсифікації послуг підприємства.....	6
1.2. Поняття та види стратегії диверсифікації послуг.....	13
1.3. Наукові підходи щодо диверсифікація бізнесу на туристичних підприємствах	20
Розділ 2. Аналіз фінансово-організаційної діяльності підприємства «Вілково-Пелікан-Тур».....	26
2.1. Оцінка економічної діяльності туристичного підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур».....	26
2.2. Аналіз структури доходу та продажу послуг підприємства.....	35
2.3. Діагностика конкурентоспроможності підприємства.....	47
Розділ 3. Розробка стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур».....	56
3.1. Обґрунтування основних напрямів стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур».....	56
3.2. Розробка заходів щодо просування послуг туристичного підприємства в Інтернет мережі.....	60
3.3. Оцінка ефективності запропонованих маркетингових заходів.....	68
Висновки.....	80
Список використаних джерел.....	83

ВСТУП

Позитивна тенденція розвитку індустрії туризму зберігається в останні роки на світовому рівні. Успішне функціонування туризму, як галузі, впливає на усі ключові сектори економіки в багатьох країнах світу. Галузь туризму стимулює економічний прогрес як в країнах, що розвиваються, так і розвинених країнах і, що ще більш важливо, створює необхідні робочі місця. Розвиток міжнародного і внутрішнього туризму надає стимулюючий вплив на такі ключові сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і, з урахуванням мультиплікативного ефекту, становить одне з найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки. Збільшення обсягів капітальних інвестицій в туризм також свідчить про економічне значення цієї області на світовому рівні.

Остання фінансова криза згубно вплинула на усі сфері економіки України. Туризм не став винятком. Зменшення об'ємів продажів і як наслідок недоотримання прибутку призвело до банкрутства ряду туристичних операторів. Низький рівень платоспроможності споживачів і їх недовіра до туроператорів і агентств ускладнює діяльність останніх. Зараз туристичний ринок в Україні характеризується великою нестабільністю. Це зумовлено негативним впливом політичних, економічних, екологічних, соціальних та інших факторів. Одним із напрямів покращення даної ситуації є створення великих туристичних підприємств чи об'єднань, для забезпечення ефективної економічної діяльності та контролю на ринках. Використання стратегії диверсифікації бізнесу дасть можливість бути більш конкурентоспроможним туристичному підприємству на сучасному ринку.

Актуальність теми обумовлена тим, що в сучасних умовах успішне функціонування будь-якого підприємства не можливе без впровадження стратегії. Використання саме стратегії диверсифікації на туристичних підприємствах зазвичай має позитивні результати.

Дослідженням проблем використання стратегії диверсифікації на туристичних підприємствах присвячені праці: Антонюк К., Вітковський О. С., Гоцелюк А., Герасименко В., Давиденко І. В., Дишлюк Н., Нездоймінова С. Г., Ткачук В., Цибух В., С.М. Попова, Н.І. Степаненко, М.Й. Хорунжий та ін.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка основних напрямів стратегії диверсифікації послуг на туристичному підприємстві.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- визначити науково-теоретичні основи розробки стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства;
- визначити поняття та види стратегії диверсифікації послуг;
- проаналізувати наукові підходи щодо диверсифікація бізнесу на туристичних підприємствах;
- оцінити економічну діяльність туристичного оператора «Вилкове-Пелікан-Тур»;
- проаналізувати структуру доходів та продажу послуг підприємства;
- визначити стан конкурентоспроможності підприємства;
- провести обґрунтування основних напрямів стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур»;
- сформулювати заходи щодо просування послуг туристичного підприємства в Інтернет мережі;
- провести оцінювання ефективності запропонованих маркетингових заходів.

Об'єкт дослідження — процеси розробки стратегії диверсифікації на туристичному підприємстві «Вилкове-Пелікан-Тур».

Предмет дослідження — сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів формування стратегії диверсифікації туристичних послуг.

Методи дослідження. Методологічною основою кваліфікаційної роботи є науково-теоретичні положення щодо формування стратегії диверсифікації туристичних послуг.

При здійсненні даного дослідження були використані методи теоретичного узагальнення, системного та статистичного аналізу, прийоми порівняльного аналізу, методи прогнозування. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційною базою дослідження є звіти ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур», Закони України та інші нормативно-правові документи, монографічна та наукова література, данні державної статистики, Інтернет-джерела.

Практичне значення результатів, які одержані в результаті виконання кваліфікаційної роботи полягають у можливості використання їх керівництвом ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» для формування стратегії диверсифікації.

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлено у публікаціях на II студентської науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» у м. Одеса 11 квітня 2018 р., III Міжнародній науково-практичній конференції «Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті» 11-12 жовтня 2018 року, м. Одеса, у науковій статті «Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму» електронного фахового видання «Економіка та суспільство», випуск № 18, 2018 р.

Структура й обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків. Повний обсяг роботи складає 89 сторінок, у тому числі 18 таблиць та 14 рисунків, список використаних джерел із 63 найменувань.

ВИСНОВКИ

Результати проведених в роботі досліджень вказують, що розробка нових напрямів туристичних маршрутів та послуг їх забезпечення є одним з видів диверсифікації господарської діяльності і може бути реалізовано на засадах маркетингових підходів.

1. У роботі доведено, що для успішного функціонування підприємства необхідне здійснювати заходи стратегічного управління. Зараз цей вид управління є найважливішим фактором для здобуття більш конкурентних переваг підприємства на ринку серед інших учасників.

2. Виявлено, що для розвитку підприємницької діяльності в сфері туризму, в більшості випадків характерна висока ступінь конкуренції. Крім того, через призму взаємовідносин між підприємцями туристичного бізнесу найбільш швидко і чітко проявляються зміни, що відбуваються на ринку, так як саме суперництво є основним двигуном ринкових процесів.

3. У роботі визначено, що такий стратегічний вектор як диверсифікація послуг буде ефективним, коли на підприємстві здійснюються маркетингові дослідження, аналізуються економічні ризики. Результатом цього є отримання конкурентоспроможності, економічної безпеки. Зміни потреб ринку, зменшення або неотримання прибутку від основного виробництва, неповне використання ресурсів, зростання конкуренції можуть спонукати підприємства до розробки стратегії диверсифікації. Від диверсифікації послуг туристичні підприємства можуть отримувати ряд переваг, постійно отримувати доходи, адаптуватись до потреб ринку, зменшувати ризики, використовувати наявні резерви.

4. Проаналізовано стан фінансово-господарської діяльності туристичного оператора «Вилкове-Пелікан-Тур». Результат аналізу показав, що підприємство є рентабельним, тобто покриває свої витрати. Коефіцієнт автономії свідчить, що у 2015 році 98% джерел формування активів займав власний капітал, у 2016 – 100%, а у 2017 – 99%. Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, що

у 2015 році 35% власного капіталу займали власні обігові кошти, у 2016 році показник знизився до 33%, а на 2017 рік вже склав 35 %.

5. Проведено аналіз структури доходу та продажу послуг на підприємстві, що аналізується. Слід відмітити, що структурі виручки більшу частину складає внутрішній туризм, це є результатом того, що основною діяльністю оператора є організація турів в м. Вилкове і обслуговування туристів там. В структурі продажів переважають тури вихідного дня, і складають в 2017 році — 75 %. В структурі витрат, більшу частину становлять витрати на заробітну плату — 61 %.

6. Було проведено діагностику конкурентоспроможності підприємства «Вилково-Пелікан-Тур» за допомогою таких методів, як PEST-аналіз, профіль конкурентів, багатокутник конкурентоспроможності, SWOT-аналіз. дослідження конкурентоспроможності серед найближчих конкурентів, зокрема туристичних підприємств «Ганеж», «Вилково-Тур», «Веселка». Аналіз показав, що туристичний оператор «Вилкове-Пелікан-Тур» потребує диверсифікації своєї туристичної діяльності та ринкової пропозиції, а також підвищення своїх позицій в конкурентному середовищі на туристичному ринку м. Одеси. За результатами PEST – аналізу можна зроблено висновок щодо готовності підприємства реагувати на поточні і прогнозовані фактори зовнішнього середовища. Підприємству необхідно поліпшити і закріпити свої конкурентні позиції шляхом розвитку асортименту туристичних послуг, що пропонуються оператором та підвищенням якості обслуговування туристів.

7. Основними напрямками стратегії диверсифікації послуг туристичного підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур» пропонуються такі. По-перше, це удосконалення рекламної політики, створення відділу маркетингу, який забезпечить активізацію рекламної діяльності. По-друге, це розширення пропозицій оператора, зокрема створення нового туристичного напрямку — навчальний туризм та створення нових туристичних пропозицій для корпоративних клієнтів.

8. Серед заходів, які необхідно застосовувати для просування послуг туристичного оператора в Інтернет мережі слід виокремити оновлення існуючого Web-сайту компанії та активний розвиток аккаунтів в соціальних мережах FACEBOOK та INSTAGRAM, а також розробка і впровадження банерної реклами. Важливим заходом є проведення інфо-турів для партнерів оператора.

9. Запропоновано алгоритм формування маркетингової стратегії туристичного підприємства. Обґрунтовано політику диференціації цін та вибору цінової стратегії підприємства. Впровадження запропонованих маркетингових заходів позитивно відобразиться на збільшенні виручки від реалізації туристичних послуг на 20%, порівняно з 2017 роком та складе 475,8 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарика, 1998, с.296.
2. Чагарбиев С. Н. Диверсификация как стратегия устойчивого развития предприятия / С. Н. Чагарбиев. // «Молодой вчений». – 2018. – №10 (196). – С. 108–111.
3. Диверсификация деятельности предприятия: стратегия, методы, эффективность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kazatu.kz/assets/i/science/sf10_eproblem_117.pdf. – Назва з екрану.
4. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной компании): Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 288 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Изд-во "Питер", 1999. – 416 с.
6. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : навч. посібн. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : Видво "Економічна думка", 2007. – 352 с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 360 с.
8. Економічний словник-довідник / С. В. Мочерний. – К.: Феміна, 1995. – 368с.
9. Богачевська К.В. Теоретичні підходи до визначення поняття «диверсифікація підприємства» як економічної категорії / К.В. Богачевська // Вісник Криворізького національного університету. – 2012. - №33. – С.261-263
10. Белоущенко Я.А. Диверсифікація діяльності підприємств, які забезпечують розвиток риболовецького туризму [Текст]: автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук / Я. А. Белоущенко // Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського. – Сімферополь, 2010. – 19 с.

11. Литвиненко Т. М. Диверсифікація ділової активності в умовах макроекономічних викликів / Т. М. Литвиненко // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць – К. : Київський університет, 2010. – Вип. 23. – С. 61-68.
12. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
13. Коноплицкий В. Это – бизнес. Толковый словарь экономических терминов / В. Коноплицкий, А. Филина // К.: Альтерпрес, 1996. – С. 70
14. Нездоймінов С. Концептуальні засади формування стратегії диверсифікації на підприємствах туристичного бізнесу / С. Нездоймінов, Н. Андрєєва // Вісник економічної науки України. — 2013. — № 2 (24). — С. 108–112.
15. Нездоймінов С.Г. Напрями і форми розвитку рекреації та туризму в регіоні на засадах активізації підприємницької діяльності: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / С.Г. Нездоймінов.- Одеса: 2010.- 21 с.
16. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: монографія/ С.Г. Нездоймінов.- Одеса: Пальміра, 2011.- 344 с.
17. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід. – Одеса: Астропринт, 2009. — 30 с.
18. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред.. професора В.Г. Герасименка; авт. кол.: В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов, І.В. Давиденко [та ін.]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
19. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.

20. Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.

21. Варналій З.С. Законодавче забезпечення розвитку підприємництва в Україні: проблеми та перспективи / З.С. Варналій // Підприємництво і право: Зб. наук, праць. — К.: Ін-т приват. права і підприємництва АПрН України, 1998. — С. 55—58.

22. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) : наук. розробка / М. Біль, Г. Третяк, О. Крайник. - К. : НАДУ, 2009. - 40 с.

23. Петров А.Н. Стратегический менеджмент: СПб.: Питер, 2005. – 496 с.

24. Стратегия конгломеративной диверсификации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zhazhda.biz/base/strategiya-konglomerativnoj-diversifikacii>. – Назва з екрану.

25. Горизонтальная диверсификация [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zhazhda.biz/base/gorizontalnaya-diversifikaciya>. – Назва з екрану.

26. Концентрическая диверсификация [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ipiooo.me/other/kontsentrisheskaya-diversifikatsiya-predstavlyayet-soboj.html>. – Назва з екрану.

27. Горелов Д.О. Стратегія підприємства / Д.О. Горелов , С.Ф. Большенко. - Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.

28. Алексеева Н. І. Класифікація базових стратегій зростання підприємства / Н. І. Алексеева // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. — 2012. — № 3 (13). — С. 71–80.

29. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой [Текст] / Н.К. Моисеева. — М.: Финансы и статистика, 2011. — 503 с.

30. Нещадим Л. М. Перспективні напрями диверсифікації туристичної діяльності в Україні / Л. М. Нещадим, С. В. Тимчук // Журнал Молодий вчений. — 2016. — № 8 (35). — С. 27–30.

31. Кужель В. В. Інноваційні інструменти розвитку підприємств сільського (зеленого) туризму в Україні / В. В. Кужель // «Ефективна економіка». Науковий журнал. – 2015. – № 5. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=6&y=2015>

32. Веденін Ю. А. Динаміка територіальних рекреаційних систем / Ю. А. Веденін // – М.: Наука, 2006. – 190 с.

33. Навчальний посібник з дисципліни: «Основи підприємницької управлінської діяльності» для студентів вищих навчальних закладів освіти I, II рівнів акредитації / Аветисова А. О., Пупченко Л. І., Юрченко Ю. Ю. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2009 — 184 с.

34. Господарський кодекс [Електронний ресурс] : Кодекс України, затверджений Верховною Радою України від 2003. — Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>.

35. Навчальний посібник з дисципліни «Економіка підприємства» / Урманов Ф. Ш. — Житомир: ІПСТ, 2001 — 153 с.

36. Про стандартизацію : Закон України : чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 02 груд. 2012 р. - Режим доступу : zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14.

37. Кошарний В. О. Державно-приватне партнерство в системі інвестиційної підтримки розвитку туристичної галузі України [Текст] / В. О. Кошарний, О. М. Кошарний // Вісник Національного транспортного університету. - 2013. - № 33. - С. 159—163.

38. Кошарний В. О. Сутність механізму державно-приватного партнерства та його місце у підтримці розвитку туризму в Україні [Текст] / В. О. Кошарний, Н. М. Бондар // Економіка та управління на транспорті. - К.:НТУ, 2015. - Вип. 1. - С. 30—34.

39. Экономика туризма: Украина и СЕЕ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://cushmanwakefield.com.ua/sites/default/files/2017-06/2017-06%20Cushman%26Wakefield%20-%20Hospitality%20Market%20-%20RU_0.pdf.

40. Герасименко В. Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк // Вісн. ДІТБ / голов. ред. : д.е.н., проф., академік АЕН України М. М. Туріянська ; Донец. ін-т турист. бізнесу. - 2008. - № 12. - С. 19-24. - (Серія “Економіка, організація і управління підприємствами” (в туристичній сфері)).

41. Гуменюк Ю. П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області) : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.10.01 “Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка” / Ю. П. Гуменюк. - Львів, 2005. - С. 9.

42. Козловський Є. В. Державне регулювання в галузі туризму: становлення та розвиток в Україні : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 “Механізми державного управління” / Є. В. Козловський. - К., 2008. - С. 7-8.

43. Малиновський В. Я. Державне управління : навч. посіб. / В. Я. Малиновський. - Вид. 2-ге, доп. та перероб. - К. : Атіка, 2003. - 576 с.

44. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / І. М. Школа ; за ред. проф. І. М. Школи. - Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - С. 224.

45. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ/За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.

46. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017.- №2 (15) – С. 23-27

47. Павлоцький В. Я. Комплексна оцінка стану регіонального ринку як зовнішня складова конкурентоспроможності туристичних підприємств / В. Я. Павлоцький // Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. - Луганськ, 2012. – С. 59–64.

48. Сахно, І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 385–390.

49. Менеджмент туризма. Основы менеджмента: Учеб. для студентов вузов турист. профиля / Л.И. Лукичева, В.А. Квартальнов, В.А. Исаев и др.; Междунар. каф. ЮНЕСКО по культур. туризму в целях мира и развития, Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 351с.

50. Менеджмент туризма. Туризм как объект управления: Учеб. для студентов вузов турист. профиля / Н.И. Волошин, Н.В. Исаева, Е.Н. Ильина и др.; Междунар. каф. ЮНЕСКО по культур. туризму в целях мира и развития, Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 301с.

51. Морохова В.О., Соловей О.М. Системний підхід до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. URL: file:///D:/Downloads/ecnem_2013_10_20.pdf.

52. Чала Ю.В. Оцінка ефективності маркетингової діяльності ТНК. URL: file:///D:/Downloads/pprbsu_2014_38_30.pdf.

53. Яшина І.М. Вибір стратегій формування комплексу маркетингу сільськогосподарського підприємства малого бізнесу. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2016. Випуск 6(48). Том 21. С. 121–125.

54. Ларіна Я.С. Основні елементи маркетингової товарної політики підприємств АПК. Таврійський науковий вісник: збірник наукових праць. Херсон: Айлант, 2012. № 2. С. 297–306.

55. Семенов В.Ф., Білега О.В. Механізм, інструменти і важелі забезпечення ефективного розвитку малого підприємництва в національній економіці України:[монографія]. Одеса: ОДАБА. 2014. – 214 с.

56. Семенов В. Ф. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник / В. Ф. Семенов, В. Г. Герасименко, Г. П. Горбань / за ред. В. Ф. Семенова. – Одеса–Сімферополь: ВД "АРІАЛ", 2011. – 225 с.

57. Хумарова Н.И. Формирование конкурентоспособных услуг в туристическом секторе рекреационной деятельности [Электронный ресурс] / Н.И. Хумарова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 233-236. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>

58. Александрочкіна П. О. Державно-приватне партнерство як вектор розвитку регіонального туризму // П. О. Александрочкіна, С. Г. Нездоймінов / Електронне фахове видання Економіка та суспільство, випуск № 18, 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18>.

59. Александрочкіна П. Маркетингова оцінка діяльності «Бюро подорожей «Сім'я». // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – С. 298–301.

60. Александрочкіна П., Нездоймінов С.Г. Регіональні проекти розвитку туризму на засадах державно - приватного партнерства. // III Міжнародна науково-практична конференція «Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті» (11-12 жовтня 2018 року м. Одеса). – Одеса: ОДАБА, 2018. – С. 198–202.

61. Nezdoyminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities. – 2016. - № 1 (1). – P. 12-18. С.14.

62. Кулешова Н.В. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2008. - №12. - С.214-219.

63. Фінансові звіти підприємства «Вилкове-Пелікан-Тур» за 2015-2017 роки.