

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Давиденко І.В.

“ ___ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм
за освітньою програмою туризм

за темою:

«Удосконалення якості послуг туристичного підприємства (на прикладі турагенції «TOURS&TICKETS»)»

Виконавець

Студент факультету міжнародної економіки

Білянська Владлена Віталіївна

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

Науковий керівник

к.е.н.

(науковий ступінь, вчене звання)

Нєчева Наталя Валеріївна

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

Одеса 2020

АНОТАЦІЯ

Білянська В.В. «Удосконалення якості послуг туристичного підприємства (на прикладі турагенції «TOURS&TICKETS»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «242 туризм» за освітньою програмою «Туризм». Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі досліджено теоретичні основи якості послуг у туристичній сфері. Досліджено оцінку якості у туристичних підприємствах, вивчено специфіку формування системи управління якістю послуг у сфері туризму.

Охарактеризовано діяльність турагенції «TOURS&TICKETS», проаналізовані фінансово-економічні показники діяльності турагенції «TOURS&TICKETS», оцінено якість послуг та конкурентних позицій турагенції «TOURS&TICKETS».

Розроблено загальні рекомендації щодо удосконалення якості послуг у підприємстві, стратегію підвищення якості послуг у турагенції та мотиваційні заходи персоналу для покращення якості послуг.

Ключові слова: якість послуг, туризм, туристичні послуги, управління якістю послуг, турагенція, персонал туристичного підприємства.

ANNOTATION

Bilianska V. V. " improving the quality of services of a tourist enterprise (for the example of the travel Agency "TOURS&TICKETS")

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty "242 tourism" in the educational program "Tourism".

Odessa national economic University – Odessa, 2020.

The paperwork examines the theoretical foundations of the quality of services in the tourism sector. Quality assessment in tourism enterprises is studied, and the specifics of forming a quality management system for services in the tourism sector are studied.

The article describes the activities of the travel Agency "TOURS&TICKETS", analyzes the financial and economic indicators of the travel Agency "TOURS&TICKETS", assesses the quality of services and competitive positions of the tour Agency"TOURS&TICKETS".

General recommendations for improving the quality of services in the company, a strategy for improving the quality of services in the travel Agency and motivational measures for staff to improve the quality of services were developed.

Keywords: quality of services, tourism, tourist services, quality management of services, travel Agency, staff of a tourist enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ.....	8
1.1. Сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга»	8
1.2. Оцінка якості послуг у підприємствах сфери туризму.....	16
1.3 Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму...	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У ТУРАГЕНЦІЇ «TOURS&TICKETS».....	32
2.1. Загальна характеристика діяльності турагенції «TOURS&TICKETS».....	32
2.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності тур агенції «TOURS&TICKETS».....	35
2.3. Оцінка якості послуг турагенції «TOURS&TICKETS.....	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ТУРАГЕНЦІЇ «TOURS&TICKETS».....	54
3.1 Розробка рекомендацій щодо удосконалення якості туристичного підприємства.....	54
3.2. Розробка стратегії підвищення якості туристичних послуг у турагенції «TOURS&TICKETS».....	59
3.3. Впровадження оцінки та заходів мотивації персоналу як фактор підвищення якості послуг.....	66
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Україна є однією з найбільших європейських держав, геополітичне розташування, природні та антропогенні ресурси якої сприяють розвитку національного туризму. Успішний розвиток туризму в державі здійснює вагомий вплив на головні сектори національної економіки, надає значні можливості для зайнятості населення за рахунок створення нових робочих місць. Завдяки туризму розвиваються об'єкти інфраструктури, в яких враховуються місцеві культурні, політичні та історичні традиції. Національний туризм сприяє покращенню збалансованості економіки, являє собою сильний об'єднуючий фактор, який допомагає забезпечувати взаєморозуміння між різними мовними, релігійними і національними групами, сприяє укріпленню національної єдності та культурної інтеграції.

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 всіх підприємств сфери туризму. З метою вдосконалення організації туристичної діяльності більшість країн світу застосовує спеціальні механізми впливу на суб'єктів підприємництва, які виявляються у запровадженні процедури стандартизації, сертифікації туристичних послуг, ліцензування туристичної діяльності.

Становлення ринкової економіки і поява в Україні високодохідних верств населення зумовило інтерес до підвищення якості туристичних послуг. Крім того, туризм у багатьох країнах відіграє велику роль у формуванні валового внутрішнього продукту, в забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить також величезний вплив на розвиток різних ключових галузей економіки і є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Тому так необхідно у нашій країні розвиток даної галузі прискореними темпами.

Актуальність кваліфікаційної роботи обумовлюється проблемою якості обслуговування в туризмі – одна з найактуальніших у розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найсильніша зброя в конкурентній боротьбі. Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах певних країн, стають їх активними пропагандистами. Вони часто відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію вподобаним їм туристичним районам. Якість обслуговування в кінцевому рахунку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму.

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю.

При управлінні якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами управління виступають процеси, що зумовлюють якість кожної послуги. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників, які обумовлюють надання якісного туристичного продукту, розглядається як важлива складова програми управління якістю туристичних послуг.

Значним внеском у дослідження теоретичних і практичних проблем якості послуг у туристичній сфері стали праці вчених Герасименко В.Г., Галасюк С.С., Семенова В.Ф., Бедрадіної Г. К., Ільєнкової С.Д., Карсекіна В.І., Качанова В.С., Квартальнова В.О., Кифяк В.Ф., Кочерги О.І., Мальська М.П., Окрепилова В.В., Папирян Г.А., Пуцентейло П.Р., Роглева Х.Й., Сидоренко І.О., Смирнов І.Г., Чорненька Н.В., Шаповалова О., Швець І.Ю., Школи І.М. та ін. Серед західних вчених подібна проблематика є також

актуальною. Вона зустрічається в працях Дж. Кендемпаллі, Б. А. Спаркс, Б. Предау, Дж. Москадо, Е. Лоуз, М. Мекаві та інших.

Метою дослідження є вивчення процесу вдосконалення якості послуг туристичних підприємств на прикладі тур агенції «TOURS&TICKETS»

Практична цінність кваліфікаційної роботи полягає у можливості застосування її результатів і рекомендацій для аналізу якості послуг будь-яких туристичних підприємств міста. У відповідності з поставленою метою в даній роботі вирішуються наступні **завдання**:

- визначити сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга»;
- дослідити оцінку якості у туристичних підприємствах;
- вивчити специфіку формування системи управління якості послуг у сфері туризму;
- охарактеризувати діяльність турагенції «TOURS&TICKETS» ;
- проаналізувати фінансово-економічну діяльність турагенції «TOURS&TICKETS»;
- оцінити якість послуг та конкурентних позицій тур агенції «TOURS&TICKETS»;
- розробити загальні рекомендації щодо удосконалення якості послуг у підприємстві;
- розробити стратегію підвищення якості послуг у турагенції;
- розробити мотиваційні заходи персоналу для покращення якості послуг.

Об'єктом дослідження є процес управління якістю послуг на туристичних підприємствах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних положень організаційно-економічного характеру, спрямованих на процес удосконалення якості послуг у турагенції «TOURS&TICKETS»

Теоретико-методологічну основу даної роботи склали концептуальний апарат, теоретичні положення і наукові принципи,

розроблені вітчизняними та зарубіжними спеціалістами в сфері якості туристичних послуг та економіки туристичних підприємств. Нормативно-правова та інформаційно-емпірична база дослідження була сформована на основі нормативно-законодавчих актів, статистичних матеріалів, розробок вітчизняних та закордонних вчених, а також результатів власних досліджень.

Методи дослідження. Основний методологічний прийом кваліфікаційної роботи – системно-структурний підхід, що дозволяє найбільш ефективно організувати дослідження для виконання поставлених завдань. В роботі використані загальнонаукові методи узагальнення та систематизації (для визначення сутності понять «туристична послуга», «якість послуг»); системного і комплексного аналізу (для визначення тенденції розвитку якості послуг у туристичному підприємстві); розрахунково-аналітичні та порівняльні методи (для дослідження характеристики та аналізу якості послуг у досліджуваному туристичному підприємстві); метод системного аналізу та синтезу (для розробки стратегії покращення якості послуг у туристичному підприємстві); графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Робота складається зі вступу, трьох розділів, що об'єднують вісім підрозділів, висновків, списку використаної літератури і додатків.

Публікації за темою кваліфікаційної роботи: За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано статті:

Білянська В.В. Дослідження якості послуг туристичних підприємств. / В.В. Білянська / матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», Одеса, ОНЕУ, 15 квітня 2020 р.

ВИСНОВКИ

1. Визначено сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга». Таким чином, з економічної точки зору туристичний продукт – це сукупність речовинних (фізичних товарів) і нематеріальних (у формі послуг) споживних вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, що виникли в період його подорожі. туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів. Туристичну послугу в умовах товарно-грошових відносин необхідно розглядати як продукт людської праці, призначений для обміну або продажу. Таким чином, будь-яка туристична послуга повинна володіти двома властивостями: мати споживну вартість – тобто бути корисною для туриста і здатною задовольнити його певні потреби; мати мінову вартість – тобто обмінюватися у певній пропорції на інші товари або послуги.

2. Досліджено оцінку якості послуг у туристичних підприємствах. З'ясовано, що оцінка якості пов'язується з порівнянням. У випадку оцінювання відповідності пропонованого до очікуваного продукту порівняння стосується ознак певного продукту і ознак взірця чи ідеалу. Про якість продукту засвідчує якість усіх наданих послуг, які входять до його складу. Незадовільна якість однієї з послуг зумовлює низьку оцінку продукту загалом. До основних параметрів оцінки якості та споживчої цінності туристичних послуг належать показники, що визначають технічну, функціональну та етичну цінність окремих видів послуг і комплексного туристичного продукту та показники їхньої суспільно необхідної вартості.

3. Вивчено специфіку формування системи управління якістю послуг у туризмі. Система контролю якості сервісу має забезпечувати контроль на всіх етапах технологічного циклу і за всіма параметрами (кожної хвилини). Крім того, функція контролю має забезпечувати пряму гнучкість і коригування всіх інших дій по забезпеченню якості послуг. Таким чином, можна виділити два основні критерії системи якості: вона повинна забезпечувати високий рівень якості, його відповідність стандартам і

потребам туриста, а також служити інструментом для створення спеціальних технологій з раціонального управління підприємством.

4. Охарактеризована діяльність тургенції «TOURS&TICKETS». Турагенція «TOURS&TICKETS» одна із провідних туристичних фірм України та є оператором з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму. Виїзний туризм включає індивідуальні і групові тури за такими провідними напрямками як Польща, Словаччина, Чорногорія, Туреччина, Болгарія, Хорватія, Сербія, Чехія, Угорщина, Румунія, Грузія, Єгипет, Таїланд; а також бронювання готелів і приватних апартаментів, трансфери, оренда автотранспорту, організація екскурсій.

В'їзний туризм включає наступні послуги: індивідуальні та групові тури, візова підтримка, бронювання готелів, відпочинок на Чорному та Азовському морях, морські круїзи, гірськолижні курорти, екскурсійні тури містами України, лікування на вітчизняних курортах (Трускавець, Моршин, Східниця та інші).

Внутрішній туризм – це насамперед відпочинок на курортах Карпат: Славське, Яремча, Ворохта, Буковель, Драгобрат; лікування та відпочинок на курортах Трускавця, Моршина та Східниці; організація святкових відпочинкових турів і їх проведення у автентичній обстановці; екскурсійні програми по Івано-Франківську, Львову, замках Західної України, а також тури по всій Україні.

У турагенції «TOURS&TICKETS» працюють висококваліфіковані працівники, які закінчили вищі навчальні заклади, постійно проходять стажування як в Україні, так і закордоном, беруть участь у щорічних конференціях, на яких обмінюються досвідом з працівниками інших турагенцій України.

5. Проаналізовані фінансово-економічні показники діяльності досліджуваного підприємства. Фінансові показники діяльності турагенції «TOURS&TICKETS» покращилися порівняно з 2016 р. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції зріс на 87,77%, а величина прибутку на 105,66%.

Внаслідок зростання прибутку від операційної діяльності та звичайної діяльності, величина чистого прибутку турагенції «TOURS&TICKETS» збільшилася на 166,36%. Проте одночасно відбулося і зростання собівартості реалізованої продукції на 73,62%. З усіх складових витрат найбільше зросли матеріальні витрати (на 190,85%), амортизація (на 139,85%) та інші операційні витрати (на 77,46%).

Варто звернути увагу, що у структурі активів турагенції TOURS&TICKETS найбільше зростання відбулося по таких статтях як дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом, виробничі запаси, інша поточна заборгованість та основні засоби. Загалом активи у 2017 р. порівняно з попереднім 2016 р. зросли на 55,60%.

б. Оцінені якість послуг та конкурентні позиції тур агенції «TOURS&TICKETS». Був проведений SNW-аналіз діяльності тур агенції. Результати аналізу показали, що найбільш сильними сторонами турагенції «TOURS&TICKETS» є якість послуг, що надаються, цінова політика, психологічний клімат в колективі та умови праці. Слабкими сторонами – плінність кадрів, стратегія, організація маркетингу та обсяг реалізації послуг.

Аналіз мікросередовища досліджуваного підприємства показав, що найбільш впливовими факторами мікросередовища є високий ступінь прихильності покупців до послуг турагенції «TOURS&TICKETS» надання посередниками вигідних для фірми форм оплати та умов отримання послуг, низький рівень інформованості покупців про товари, невідповідність асортименту (якості) послуг вимогам покупців, висока чутливість покупців до ціни.

Також в ході дослідження було опитано 100 відвідувачів турагенції TOURS&TICKETS і кожному з них запропоновано оцінити вагу (значущість) кожного обраного показника з використанням 5-ти бальної шкали. Кожний бал від 1 до 5 відповідав певній якісній оцінці. Дані табл. 2.12 свідчать, що найбільша задоволеність клієнтів якістю обслуговування спостерігається за

показниками «середній час надання послуг»- 4,4, «уміння працівників фірми завершати бесіду і спонукати до повторного звернення» - 4,3. Найгірший стан справ спостерігається за показником «уміння персоналу надавати кваліфіковану інформацію про туристичний продукт».

7. Розроблені рекомендації щодо удосконалення якості туристичного підприємства. Для покращення якості роботи в туристичних фірмах необхідно забезпечити підприємство такими факторами: - наявністю цивілізованих умов перетину кордону та сприятливий візовий режим для іноземних туристів; - забезпеченість розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном; - упровадження нових інформаційних технологій; - податкове законодавство, яке б сприяло вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму.

Діяльність щодо поліпшення рівня якості має бути направлена на досягнення як термінових, так і перспективних завдань поліпшення якості, і має включати: - визначення того, які дані підлягають збиранню; - аналіз даних і приділення першочергової уваги видам діяльності, які чинять найбільш негативний вплив на якість туристських послуг; - передачу результатів аналізу за допомогою зворотного зв'язку оперативному керівництву з рекомендаціями щодо невідкладного поліпшення якості; - періодичне інформування вищого керівництва для аналізу рекомендацій щодо перспектив поліпшення якості.

Співробітники різних підрозділів організації, яка надає туристські послуги, що працюють разом, здатні висувати плідні ідеї щодо поліпшення якості і зниження витрат. Керівництву слід заохочувати персонал всіх ланок роботи свій внесок у програми поліпшення якості, відзначаючи їхні зусилля і участь якій викладені загальні методи маркетингового впливу на формування ринкового попиту, визначення конкурентної позиції підприємства.

8. Розроблена стратегія підвищення якості туристичних послуг у турагенції «TOURS&TICKETS». Рекомендації щодо вдосконалення системи

менеджменту якості на турагенції «TOURS&TICKETS» припускають впровадження наступних заходів: в організаційну структуру управління турагенції «TOURS&TICKETS» ввести посаду відповідального за контролінг менеджменту якості (контролера якості); впровадити моніторинг якості; проводити «Дні якості»; впровадити систему зворотного зв'язку зі споживачами.

9. Запропоновано додати новий вид оцінювання персоналу та мотивації персоналу як фактора підвищення якості послуг у підприємстві. Найпоширеніший метод, який рекомендується використовувати, - метод «360 градусів». Ця оцінка включає у себе не тільки аналіз діяльності з боку безпосереднього керівника співробітника, але й отримання розширеного оціночного зворотного зв'язку від його найближчого оточення – колег, підлеглих, а в окремих випадках – і зовнішніх клієнтів даного співробітника, з якими він веде безпосередню взаємодію.

Запропоновано шляхи мотивації персоналу. Достатнє матеріальне забезпечення виводить на перше місце соціальні мотиви – реалізацію творчого потенціалу, професійне зростання та забезпечення прозорості і дружніх стосунків у колективі.

Основний ефект який досягається до допомогою нематеріальної мотивації - це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

З метою підвищення ефективності мотиваційних заходів необхідно дотримуватись певних правил: розвивати і підтримувати почуття самоповаги у працівників, надавати їм більше можливостей відчуття самостійності і контролю ситуації, заохочення за досягнення проміжних цілей, прояв постійної уваги з боку керівництва, підтримання розумної внутрішньої конкуренції та надання можливості співробітникам відчуття себе переможцями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: монографія / Л.Г. Агафонова. К. : «Знання України», 2012. 360 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / Анна Юрьевна Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 470 с.
3. Апилат Е.В. Информационно-поисковая система «Турист» как фактор качественного обслуживания туристов / Е.В. Апилат, Е.Д. Пятигорская // Вісник Харківського політехнічного університету. №6. – 2016. – С. 67–70.
4. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно- термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпресс, 2008. – 288 с.
5. Белявцев М. І. Маркетинг [Текст] : навчальний посібник / М. І. Белявцев, Л. М. Іваненко ; Мін-во освіти і науки України, Донецький національний університет. К.: ЦНЛ, 2015. 328 с.
6. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Науки: економіка, політологія, історія. - 2011. -№20(145). - С. 50-59
7. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Экономика Крыма. - 2010. - №1 (30). - С. 178-183.
8. Богданова Ж.А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект / Ж.А. Богданова // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – №. 1(19).

– С. 59–64.

9. Бондарєва Ю. Г. Маркетингова стратегія підприємства [Текст] / Бондарєва Ю. Г. // Науковий вісник ЛНАУ – 2016. – № 16. – С. 77-81.

10. Брич В.Я., Мазур В.С. Управління якістю туристичних послуг в сучасних умовах господарювання / В.Я. Брич, В.С. Мазур // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – С. 161–179.

11. Вендров А.М. Проектування програмного забезпечення економічних інформаційних систем / А.М. Вендров. К .: Фінанси і статистика, 2013. 544 с.

12. Гарбера О.Є. Організація туристичної діяльності в системі світового ринку послуг / О.Є. Гарбера // Економіка та держава. – 2010. - № 10. – С. 86– 89.

13. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 242 с.

14. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк . — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. — 332 с.

15. Горбылева З.М. Экономика предприятий туризма: [учеб.-метод. Пособие] / З.М. Горбылева. – Минск : РИПО, 2014. – 226 с.

16. Готельний і туристичний бізнес: Посібник / Під ред. Чудновського А.Д. . К .: ЦНЛ, 2012. 351 с.

17. Гривківська О.В. Оцінка існуючих підходів до бізнес-планування господарської діяльності туристичних підприємств / О.В. Гривківська // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №9 (трав.). – С. 47–49.

18. Гринько Т.В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т. В. Гринько // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – №5. – С. 13–15.

19. Гудима М.М. Туристична послуга: проблеми визначення поняття / М.М. Гудима // Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства

України. – 2010. – Вип. 23. – С. 126–132.

20. 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.

21. Давиденко І. В. Питання визначення якості готельних послуг / І. В. Давиденко, А. В. Ушатова // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпро: НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 78-81.

22. Davydenko I., Shykina O., Gudz P., Tovkan O., Yakymyshyn L., Golovchenko O. (2019). Support system of solutions for planning sales activities in the tourism industry. International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT) ISSN: 2249 – 8958, Volume-8 Issue-6, August, 2019 P. 3979–3983.

23. Даниленко-Кульчицька В. Особливості договірних взаємовідносин між туроператором, турагентом і туристом / В. Даниленко-Кульчицька // Галицький економічний вісник. – 2014. – № 1. – С. 87–93.

24. Данільєва Ю.Г., Резвіна Є.В. Міжнародні моделі реалізації туристичної політики. Наукові вісті Далівського університету. 2013. №9.

25. Данько Н.І. Управління якістю на підприємствах України// Економіка та управління підприємствами. – 2011. - № 1. – с. 67-72

26. ДСТУ ISO 9000:2015. Основоположні поняття та принципи управління якістю. Вимоги: чин. від 21.12.2015 р. – Київ: Держстандарт України, 2015.

27. . ДСТУ 9000-2007 “Системи Управління Якістю. Основні положення та словник”. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: document.ua/sistemi-upravlinnja-jakistyuu.-osnovni-polozhennja-ta-slovnik-nor14237.html

28. ДСТУ 9001-2009 “Системи Управління Якістю. Вимоги”. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-12-13-16-36/63-2009-02-

12-08-27-01/122-2009-02-19-13-37-47

29. ISO 9001:2008 Quality management systems — Requirements. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=46486

30. ISO 9004:2009 Managing for the sustained success of an organization. A quality management approach. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=41014

31. Нечева Н. В. Концептуальні розробки ефективного механізму управління трудовими ресурсами підприємств санаторно-курортного комплексу / Н. В. Нечева // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. Харків. нац. автомобілі.-дорож. ун-ту. – Х.: ХНАДУ, 2015. – № 1 (8). – Т. 2. – С. 39-43.

32. Нечева Н. В. Управління трудовими ресурсами як складова системи якості у підприємствах санаторно-курортного комплексу / Н. В. Нечева // Розвиток національної економіки: теорія і практика: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 3-4 квіт. 2015 р. – Івано-Франківськ: ПНУіВСб Видавництво «Крок», 2015. – Ч. 2. – С. 220.

33. Нечева Н.В. Теоретичні аспекти механізму управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери в умовах кризи // Н.В. Нечева // Сучасний стан та перспективи розвитку туризму: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 2-4 травня 2018 року, Чернівці – Сучава 2018, Видавець: Технодрук 2018, 287 с, С. 114-116.

34. Нечева Н. В. Тенденції розвитку трудових ресурсів у туристичній сфері / Н. В. Нечева // Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство: матеріали III всеукр. науч.-практ. конф. студ. та молодих учених, Бердянськ, 10-11 квіт. 2014 р. – Бердянськ: Донецьк «Донбас», 2014. – С. 252-253.

35. Нездойминов С. Г. Туристический поток – фактор конкурентоспособности региона / С. Г. Нездойминов // *Ars Administrandi*. – 2014. - № 3. – С. 78-83

36. 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

37. Павлоцький В. Я. Використання багатofакторної моделі компанії “Дюпон” для аналізу ефективності управління туристичними підприємствами / В. Я. Павлоцький // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка". - 2011. - Випуск 5/3. - С. 187-195.

38. Павлоцький В. Я. Аналіз залежності рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств від контрольованої ними ринкової частки / В. Я. Павлоцький // Економіка і управління. – 2013. - №5. – С. 24-30.

39. Семенов В. Ф. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: монографія / В.Ф. Семенов, Н.В. Нечева. – Бондаренко М.О., 2019. – 258 с.

40. Семенов В. Ф. Дослідження процесів управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: термінологічні уточнення / В. Ф. Семенов, Н. В. Нечева // Вісн. соц.-екон. дослідж.: зб. наук. пр. – О.: ОНЕУ, 2015. – С.214-220.

41. Семенов В. Ф. Ефективне управління трудовими ресурсами підприємств санаторно-курортного комплексу / В. Ф. Семенов, Н. В. Нечева // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали Четвер. міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 18 верес. 2015 р. – О.: Атлант, 2015. – С. 180-183.

42. Iaromenko S.G., Shykina O.V., Niecheva N.V. Wooden sacral architecture as an object of cultural tourism in Ukraine // Journal Geology, Geography and Geocology, 2019, 28(4), P. 661-672.

43. Шикіна О. В. Основні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств готельного господарства / О. В. Шикіна, Р. С. Козловський // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – №6 (17). – С. 429-433.

44. Шикіна О.В. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку / О. В. Шикіна, С. Г. Нездоймінов // «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global», conferinta internationala știintifico-practica (2016 ; Chisinau). Conferinta internationala știintifico-practica «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice întrun mediu competitiv la nivel global», 29 februar. 2016, Chisinau. – Chisinau, 2016. – 167-171 p.