

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІ СФЕРІ, ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

7. Нісімчук А.С. Сучасні педагогічні технології: Навч. посібник / Нісімчук А.С., Падалка О.С., Шпак О.Т. – К.: Просвіта, 2000. – 368 с.
8. Пономарев Л.Н. Экономическая культура (сущность, направления развития): монография / Л.Н. Пономарев, В.Д. Попов, А.П. Чичканов – М.: Мысль, 1987. – 269 с.
9. Производительный труд // Большая советская энциклопедия / Гл. ред. М.П. Прахоров. – Т. 21. – М.: Советская энциклопедия, 1975. – 640 с.
10. Сасова И.А. Теория и практика экономической подготовки школьников к труду в новых условиях хозяйствования: Автореф. дис. док. пед. наук: 13.00.01 НИИ ТОПО АПН СССР / И.А. Сасова. – М., 1989. – 36 с.
11. Слетухов М. Сумнівні аксіоми радянської педагогіки / М. Слетухов // Шлях освіти. – 1999. – № 9. – С. 15–16.
12. Экономическая теория в школе / Под ред. Л.А. Гусева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 544 с.
13. Экономическое воспитание и образование молодежи / [Составители: А.В. Антоноук, В.А. Мельченко]. – К.: Молодь, 1986. – 184 с.
14. Экономическое образование и воспитание учащихся / Н.И. Горлач, И.Ф. Прокопенко, В.К. Розов и др. / под ред. Н.И. Горлача. – К.: Радянська школа, 1989. – 336 с.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2013

УДК 338.48

Ірина Перішко, здобувач Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІ СФЕРІ, ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

У статті висвітлено аспекти теоретичних, методичних і практичних засад підготовки менеджерів туристичної діяльності до іншомовного спілкування обдарованої учнівської молоді, та розвитку туристичної галузі. Організації проведення турів для іноземних туристів на іншомовному спілкуванні, надання сервісу в готельному бізнесі та сфері послуг харчування.

Ключові слова: туризм, професійні компетентності, іншомовне спілкування, туристичний сервіс, готелі, діяльність, підготовка менеджерів до іншомовного спілкування, туристична індустрія.

Табл. 3. Літ. 15.

Ірина Перішко, соискатель Дрогобычского государственного педагогического университета имени Ивана Франка

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ, И ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

В статье рассматриваются аспекты теоретических, методических и практических основ подготовки менеджеров туристической деятельности к иноязычному общению одаренной ученической молодежи, и развития туристической отрасли. Организации проведения туров для иностранных туристов на иноязычном общении, предоставление сервиса в гостиничном бизнесе и сфере услуг питания.

Ключевые слова: туризм, профессиональные компетентности, иноязычное общение, туристический сервис, гостиницы, деятельность, подготовка менеджеров к иноязычному общению, туристическая индустрия.

Iryna Perishko, Postgraduate Drohobych State Pedagogical University
by I. Franko

EVALUATION OF MANAGER'S ACTIVITY EFFICIENCY IN THE TOURISM SECTOR AND DESCRIPTION OF BUSINESS ACTIVITIES OF MANAGER

Aspects of theoretical, methodical and practical foundations of training tourism managers to foreign communication of talented youth and development of tourism are highlighted in the article. Organization of tours for foreign tourists on foreign communication basis, providing service in the hotel business and food service industry.

Keywords: tourism, professional competences, foreign communication, tourism service, hotels, activity, training managers for foreign communication, tourism industry.

Актуальність проблеми. Слід зазначити, що туризм як галузь економіки характеризується відповідними економічними показниками, як визначають ефективність діяльності маркетолога туристичної сфери діяльності, а також показують кількісну і якісну характеристику втілення туристичних послуг для споживача, як зазначає Н.Л. Жукова

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ,
ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА**

серед різноманітності підприємницького процесу галузі туризму, який проводиться менеджером. Серед стадій підприємницької діяльності в галузі туризму, слід відмітити вміння іншомовного спілкування менеджерів туризму із іноземними туристами під час проведення турів, поселення в готелях та надання сервісу у сфері харчування. До цієї діяльності слід готувати учнівську молодь в системі безперервної освіти, із знаннями іноземних мов та ділового спілкування. Така система освіти сприяє попередній орієнтації на певну діяльність. Конкретизація виду діяльності менеджера туризму вимагає строгого визначення, оскільки мова йде про те, що любить менеджер – працювати з речами чи із людьми, працювати в команді чи особно, а це значною мірою залежить як від характеру та вміння людини, так і від реальних можливостей реалізації самої ідеї, та ефективності діяльності менеджера туристичної сфери [6].

Економічну ефективність діяльності туристичного підприємства можна визначити за наступними напрямками, а саме:

- організація туризму в масштабах країни;
- туристичне обслуговування населення в регіоні;
- процес обслуговування туристичного підприємства.

Ефективність парці менеджера в нинішніх умовах інтеграції України в Європейський освітній простір та входження до європейського союзу туристичної діяльності, певною мірою залежить

що окремі аспекти становлення та розвитку туристичної індустрії досліджувалися і висвітлені в науково навчальних роботах авторами: А.О. Аветісова [1], І.Т. Балабанов, А.И. Балабанов [2], М.В. Вачевський [3], Ю.П. Гуменюк [4], Е.Л. Драчева [5], Г.М. Зайчук [7], В.Ф. Кифяк [8], О.О. Любіцева [9], М.П. Мальська [10], Л.О. Малик [11], Н.М. Примаченко [12], В.Б. Сапрунова [13], Л.М. Устименко [14], В.К. Федорченко [15].

Метою статті є нова методика навчання у майбутніх менеджерів туристичної діяльності іншомовного спілкування, та формування відповідного рівня професійних компетентностей новітніх педагогічних технологій майбутнього фахівця для ринку праці.

Виклад основного матеріалу. Ефективність праці менеджера туризму розглядується із погляду системного підходу, що передбачає встановлення різних показників для різних рівнів управління туристичною діяльністю. У відповідності із даними рівнями можна визначити ієрархію мети із підпорядкованими їм критеріями ефективності [11].

Законодавство проголошує свободу у виборі підприємницької діяльності. Зокрема, підприємець та його діяльність включає: будь-які види виробничої діяльності, різноманітні види торговельної діяльності, надання послуг, комерційне посередництво, торгово-закупівельну діяльність, діяльність в сфері будівництва, інноваційну діяльність та інші види, які в таблиці 1.

Таблиця 1.

Види підприємницької діяльності менеджера в галузі туризму

Виробнича	Комерційна	Фінансова	Консалтингово комерційна	Зовнішньо економічна	Агробізнес
Інноваційна	Торговельна	Банківська	Менеджмент консалтинг	Науково технік. коп.	Вироб. прод. перероб. с/г
Виробництво Товарів	Торгово-закупівельна	Страхова	Інвестиційне проектування	Експорт імпорт	Збутова діяльність
Надання послуг	Торгово посередні	Лізингова	Аудиторська діяльність	Лізингові операції	Селекційна діяльність
Готельні послуги	Державні, приватні	Національна, іноземна валюти	Приватна та державна діяльність	Міжнародні тури	Зелений туризм
Сфера послуг	Приватні	Ринкові ціни	Рекламна діяльність	Міжнародні тури	Національна кухня
Проведення турів	Державні, приватні	Ціни пропозиції	Спец. послуги	Внутрішні і міжнародні	Сфера харчування

від професійної компетентності знань іноземних мов, що є складовою частиною економічної ефективності туризму і її слід визначити відповідними критеріями і показниками.

Аналіз останніх публікацій. Слід відзначити,

Таке різноманіття видів менеджерської діяльності вимагає відповідної кваліфікації менеджера за певними ознаками, як показано в табл. 2.

А в галузі туризму залучення до подорожей

Таблиця 2.

Види діяльності менеджера в сфері туризму

Менеджер за функціональним характером	Виробництво продукції
	Заняття торгівлею туристичними товарами
	Надання послуг (харчування, готелі, транспорт, тури)
	Виконання робіт (за попитом споживачів)
Менеджер за ступенем обмеження законом	Вільна діяльність
	Дозвільна (ліцензійна) діяльність
	Державна діяльність
Менеджер за фазами діяльності	Виробниче підприємництво туризму
	Комерційне підприємництво туризму
	Фінансове підприємництво туризму

іноземних туристів, які своїм туристичними походами, готельними послугами та сферою харчування, поповнюють державний бюджет іноземною валютою, та зменшують безробіття у тих рекреаційних регіонах, де відсутні промислові підприємства – Карпатський регіон.

За функціональними властивостями підприємницька діяльність менеджера в сфері туризму поділяється на чотири види:

- виробництво продукції – туристичні товари для різних видів турів (спорядження, одяг, палатки і т. ін.);
- виконання робіт – проведення турів, надання готелів, транспорту, сфери харчування;
- надання послуг – у всіх видах туристичної діяльності;
- торгівельна діяльність – реалізація вітчизняних товарів сувенірів, та всіх видів товарів, які виробляються в країні, що стимулює виробництво вітчизняного виробника.

За ступенем обмеження законодавством підприємницька діяльність в галузі туризму поділяється на три види: вільну, дозвільну (ліцензійну) і державну.

Вільна підприємницька діяльність проголошена в ст. 3 Закону України “Про підприємництво” і характеризується тим, що менеджер туристичної галузі, має право без обмежень здійснювати самостійно діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

Дозвільна підприємницька діяльність умовно поділяється на 4 групи (вона певною мірою відноситься і до туристичної діяльності).

Перша група стосується виготовлення і реалізації певних продуктів і речовин:

- виготовлення лікєро-горілочних та тютюнових виробів;
- торгівлі алкогольними напоями;
- виготовлення та реалізація ветеринарних медикаментів і препаратів;

- виготовлення та реалізація медикаментів і хімічних речовин.

Ліцензування цієї групи видів діяльності обов’язкове, оскільки вони пов’язані з потенційною безпекою для здоров’я людини.

Друга група стосується транспорту і зв’язку:

- міжнародні та внутрішні перевезення пасажирів і вантажів всіма видами транспорту;
- будівництво та технічне обслуговування загальнодержавних мереж передач та документального зв’язку;
- міжнародні та міжміські поштові перевезення;
- обробка поштової кореспонденції, видача і прийняття грошових переказів.

Третя група складає перелік спеціальних робіт:

- пошук та експлуатація родовищ корисних копалин, лікувальних джерел;
- виробництво, ремонт і реалізація спортивної, мисливської, вогнепальної зброї та боєприпасів до неї, а також холодної зброї;
- виготовлення цінних паперів, та рекламної продукції

Четверту групу складають обмеження, що стосуються надання населенню специфічних послуг:

- медична, ветеринарна і юридична практика;
- створення та утримання гральних автоматів; організація азартних ігор; посередницька діяльність із приватизаційними паперами;
- монтаж, ремонт і профілактичне обслуговування засобів охоронної сигналізації;
- аудиторська діяльність; страхова діяльність;
- надання послуг з охорони державної, колективної та приватної власності;
- діяльність пов’язана з організацією іноземного і зарубіжного туризму.

Загальний порядок видачі ліцензій туристичної діяльності регулюється Законом України “Про підприємництва”.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ, ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Ліцензія для туристичної діяльності видається за заявою суб'єкта підприємницької діяльності.

До заяви додаються:

- підприємцем-громадянином – копії документів, що засвідчують рівень його освіти і кваліфікації в галузі туризму, необхідний для проведення туристичних турів відповідного виду діяльності, копії свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;

- підприємцем туристичної діяльності – юридичною особою – копії установочних документів і копії свідоцтва про державну реєстрацію, документ про внесення плати за видачу ліцензії.

Рішення про видачу ліцензії для здійснення туристичної діяльності або відмова у її видачі приймається в термін не пізніше 30 днів з дня одержання заяви та необхідних документів.

Орган, що видає ліцензії для здійснення туристичної діяльності, визначає необхідність погодження питання про її видачу з державними органами, в функції яких входить нагляд за додержанням установлених правил під час здійснення окремих видів туристичної діяльності.

Як показує практика багатьох країн, туризм безпосередньо приймає участь у створенні національного прибутку країни. Наприклад, частка туризму в національному прибутку Німеччини складає 4,6%, а у Швеції біля 10%, зазначає В.Б. Сапрунова [13].

Слід розрізняти прямий і побічний вклад туризму в економіку країни. Прямий вклад – це безпосередній прибуток від продажу послуг і товарів туристам. Побічний вплив – це процес включення грошових надходжень від іноземних туристів, внаслідок витрачених у місцях перебування, на розвиток економії, стимулювання попиту на товари і послуги. Ефект повторення витрат туристів на купівлю послуг і товарів у визначений час і у певному місці називають “ефект мультиплікації” або “мультиплікатор”. Ефект мультиплікації визначають наступним відношенням:

$$M = \frac{\Delta C}{\Delta I}$$

де M – мультиплікатор;

C – приріст чистого національного продукту від туризму;

I – приріст інвестицій, скерованих на розвиток туристичної діяльності, грн.

За оцінкою швейцарських вчених мультиплікатор прибутку від виробництва послуг туризму суттєво

збільшується у залежності від країни або регіону і складає від 1,2 до 4, 0¹.

Прямий ефект від розвитку туризму характеризується системою показників, як відзначають автори Т. Балабанов, А. Балабанов [2], а саме:

- обсяг туристичного потоку;

- стан і розвиток матеріально-технічної бази туристичного підприємства чи організації;

Показники фінансово-економічної діяльності туристичного підприємства;

- показники розвитку міжнародного туризму (залучення іноземних туристів).

Туристичний потік – це постійне перебування туристів у країну чи окремий регіон (наприклад) Трускавецький курортно-лікувальний комплекс (Нафтуся та інші лікувальні води). Для цієї характеристики користуються наступними показниками:

- загальна кількість туристів, в тому числі організованих і самостійних;

Кількість туристичних днів (кількість ночівель, ліжко-днів); середня тривалість перебування туристів в країні, або в окремому регіоні.

Кількість туристичних днів визначається таким чином:

$$D = \left(\sum_{i=1}^n K_i + \sum_{j=1}^m K_j \right) \cdot t_{ch}$$

де D – кількість туристичних днів, людино днів;
 K_i – кількість організованих туристів в i -й туристичній групі, люд.;

N – кількість туристичних груп за досліджуваний період;

K_j – кількість самостійних туристів за j -й період;
 m – кількість розділених досліджуваних періодів на умовні часові періоди;

t_{cp} – середній термін перебування одного туриста у даному регіоні, днів.

Туристичний потік – це не стабільне явище. Для характеристики нестабільності туристичного потоку можна використовувати коефіцієнт нестабільності за формулою:

$$K_n = \frac{D_{mas}}{D_z} \cdot 100\%$$

де K_n – коефіцієнт нестабільності туристичного потоку, %;

D_{max} – кількість туристичних днів в місяць максимального туристичного потоку, людино днів;

D_z – кількість туристичних днів, які визначаються у місяць найменшого туристичного потоку ($D_z \Leftrightarrow D_{min}$), або за річною кількістю туристичних днів

D ($D_z \Leftrightarrow D_{год}$), або за середньо місячній кількості туристичних днів

¹ Там же – С. 36.

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ,
ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА**

$(D_z \Rightarrow D_{avn})$ людино днів.

$$\text{При тому } D_{avn} = \frac{D_{god}}{12}$$

Показники, які характеризують стан і розвиток матеріально-технічної бази туристичної діяльності, визначаються за потужністю у даній країні (регіоні). До цього відносять:

- ліжковий фонд будинків відпочинку, пансіонатів, туристичних баз, готелів, санаторіїв і т.ін.;

- кількість ліжок, які надаються місцевим населенням;

Кількість місць на підприємствах харчування для туристів;

- кількість місць у театрах, відведених для туристів;

Кількість Ван у водолікувальних закладах, відведених для туристів і т.ін.

Спроможність показників визначається за формулою:

$$M = K_g \times 365 + K_s \times t_s,$$

де, M – загальна кількість місць різного користування (за видами);

K_g – кількість місць круглорічного використання, од.;

K_s – кількість місць сезонного використання, од.;

T_s – кількість днів сезонної діяльності туристичних підприємств, що використовують наступні показники:

1. Обсяг реалізації послуг туризму визначається кількістю туристичних днів.

2. Фондовіддача F_o = обсяг реалізації товарів (послуг)/ на середню вартість основних засобів в звітному періоді;

3. Обіг овість обігових засобів K_{ooz} обсяг продажу (виручки від реалізації)/ на обігові засоби;

4. Собівартість послуг туристичної діяльності

$$C_{пт} = T + V_{п} + V_{х} + V_{кп} + V_{тв} + V_{вм} + V_{мс} + V_{ое} + V_{омт}$$

де, T транспортні витрати під час туристичних поїздок;

$V_{п}$ – витрати на проживання;

$V_{х}$ – витрати на харчування;

$V_{кп}$ – витрати комунальних послуг;

$V_{тв}$ – транспортні витрати до станції призначення і зворотню;

$V_{вм}$ – витрати на медичний огляд;

$V_{мс}$ – витрати на медичне страхування;

$V_{ое}$ – витрати оплати екскурсій;

$V_{омп}$ – витрати оплати менеджерів туризму.

Прибуток від реалізації послуг туристичної діяльності визначається

$$P_r = VD - C_{пт}$$

де Валовий дохід туристичної діяльності;

$C_{пт}$ – собівартість послуг туристичних.

6. Рентабельність визначається :

7. Платоспроможність

$$P = \frac{P_p}{\text{обсяг продажу}} * 100$$

$P_{пс}$ = Власний капітал/ запозичений капітал;

8. Ліквідність L = Обігові засоби / запозичений капітал;

9. Фінансова стійкість F_c = Запозичений капітал / власний капітал.

Таким чином, запропонована структура мети туристичного підприємства передбачає для оцінки ефективності діяльності конкретної туристичної організації, підприємства розрахунок запропонованих показників фінансово-економічної діяльності, дозволяє оцінити її фінансовий стан на ринку туристичних послуг [7].

Ділові якості менеджера у забезпеченні успіху. Відзначимо, що багато людей, які працюють у туристичній галузі у будь-якому суспільстві, маючи такі якості, як вміння орієнтуватися у ринковій ситуації, організувати виробництво, надавати належні туристичні

Таблиця 3.

Ділові якості менеджера туристичної сфери діяльності

Професіоналізм	Рівень освіти Обізнаність з основами бізнесу Вміння самостійно виконувати функції, пов'язані із підприємницькою діяльністю Вміння реально оцінювати економічну ситуацію Вміння самостійно приймати рішення.
Організаційні здібності	Вміння організувати виробництво Вміння керувати людськими ресурсами Здатність узгоджувати власні інтереси з інтересами партнерів, найманих працівників Вміння знаходити споживача власної продукції
Управлінські здібності	Здатність аналізувати економічну ситуацію Здатність прогнозувати можливий стан підприємства Здатність приймати оптимальні рішення щодо роботи організації Здатність управляти капіталом.

**ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ,
ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА**

послуги, маючи творчий підхід до вирішення проблем, до бізнесменів не відносяться, так як працюють на роботодавця. Таких людей можна вважати такими, що належать до найманих працівників і працюють за контрактами з роботодавцями. Вони не несуть повної відповідальності за результати туристичної діяльності, так як підпорядковують свої дії завданням менеджерів, хоча оплата їх праці і залежить від результатів роботи туристичного підприємства [3].

Ділові якості менеджера можуть бути від природних даних, але в більшості вони розвиваються в процесі діяльності та набуття знань, особливо знань економічних дисциплін, правових та виробничо-технічного напрямку. В нинішніх умовах необхідно мати знання з іноземних мов, як гарантія успіху під час експортної діяльності.

Варто відзначити, що приведені дані повинні використовуватись і бути притаманні кожному бізнесмену. Швидкий розвиток ринку та підприємницьких структур викликав створення бізнесових структур, які були далекі від тих що в розвинутих країнах [9].

Висновки. Формування в Україні менеджерів туристичної сфери діяльності, високої культури є важливою передумовою для підняття престижності туристичної діяльності, позитивного сприйняття її в суспільстві. Належний розвиток туризму може мати, а менеджер досягнути успіху, якщо він працює на принципах маркетингу, використовуючи всі напрямки прийомів маркетингу в бізнесі, включаючи загальні прийоми маркетингу, прийоми під час купівлі продажу, прийоми пов'язані з вдосконаленням товарів, прийоми цінової політики, та прийоми з товарними і фірмовими назвами, асортиментною політикою та рекламою.

1. Аветіслова А.О., Сорока С.В. Підприємства харчування в системі туризму: Монографія.// А. Аветісова. , С. Сорока. – Донецьк. Дон ДУЕТ, 2002. – 165 с.

2. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие.// И. Балабанов, А. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

3. Вачевський М.В. Маркетинг формування

професійної компетенції. Підручник. – К.: – Професіонал. 2005. – 512 с

4. Гуменюк Ю.П. Вплив туризму на економічне зростання в Україні. // Ю. Гуменюк. / Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №7 – 8.

5. Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм: Учеб.пособие./ / Е. Драчева, Ю. Забаев, Прод. ред. И.Р. Рябовой, Ю. Забаева, – М.: ИНОРУС, 2005. – 576 с.

6. Жукова Н.Л. Оцінка ефективності діяльності туристичної фірми. Туризм XXI столітті. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К. – Знання України, 2002. – С. 225 – 230

7. Зайчук Г.М. Управління маркетинговою діяльністю в туристичній галузі. Монографія. //Г. Зайчук. – Дрогобич Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2010. – 154 с.

8. Кицяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.

9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Навчальний посібник.// О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.

10. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Навчальний посібник. // М. Мальська, В. Худо, В. Цибух. – К.: ЦУЛ, 2004. – 272 с.

11. Малик Л.О. Економіка і організація формування маркетингової індустрії в Україні. Монографія.// Л. Малик. – Дрогобич, Коло, 2011. – 394 с.

12. Примаченко Н.М. Формування маркетингової культури у майбутніх вчителів технології у процесі навчання основ підприємництва. Монографія.// Н. Примаченко, – Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2011. – 218 с.

13. Сапунова В.Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. – М.: "Ось-89", 1997. – 160 с.

14. Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. Історія туризму: Навчальний посібник.// Л. Устименко, І. Афанасьєв. – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.

15. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: Монографія. // В. Федорченко. – К.: Слово, 2004. – 471 с.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2013

