УДК 338.48: 331.101.2:338.1

Пілігрім К. І.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ УРАХУВАННЯМ РОЛІ ПЕРСОНАЛУ ТА ЙОГО МОТИВАЦІЇ

У статті розкрито значення туризму для розвитку національних економік; встановлено особливості (специфіку) розвитку туристичної галузі та туристичних підприємств на сучасному етапі; виокремлено наукову проблему на врахування вченими важливості розвитку мотивації персоналу на туристичних підприємствах; уточнено поняття "туристичне підприємство" та удосконалено класифікацію туристичних підприємств за ознакою їх віднесення до туристичної галузі.

Ключові слова: мотивація, персонал, розвиток, туристична галузь, туристичне підприємство**.**

K. Piligrim

FEATURES OF TOURIST ENTERPRISES WITH VIEW OF THE ROLE OF STAFF AND HIS MOTIVATION

The article deals with the importance of tourism for the development of national economies; peculiarities (specificity) of the tourism industry and tourism enterprises at present; singled scientific problem of including scientists importance of motivating staff in tourism enterprises; the concept of "business travel" and classification of tourist enterprises on the basis of their inclusion in the tourism industry.

Keywords: motivation, staff development, tourism industry, tourism enterprises.

Вступ. Розвиток підприємств будь-якої галузі економіки на сучасному етапі залежить від уміння їх керівників сформувати стійкі мотиви в кожного працівника на досягнення цілей підприємства. З урахуванням того, що будь-яке підприємство в умовах ринкової економіки є відкритою економічною системою, на яку впливають чинники зовнішнього середовища, його розвиток залежить від уміння персоналу протистояти впливу негативних, і використовувати на власну користь дію позитивних.

На нашу думку, найбільш специфічною галуззю, що має значну кількість особливих чинників, які впливають на розвиток підприємств, є туристична. Специфіка цієї галузі потребує особливу увагу з точки зору формування мотивації персоналу та впровадження мотиваційних механізмів на туристичних підприємствах. Це визначається значенням туристичної галузі для розвитку національної економіки, тенденціями та перспективами розвитку туризму в світі, специфікою праці на туристичних підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед учених, які займаються вивченням особливостей (специфіки) туристичної галузі, про що свідчить зміст праць [1; 2; 3; 4; 5; 6], не всіма враховуються аспекти праці загалом і, зокрема, ролі персоналу, його мотивації та стану на ринку праці галузі; серед учених, які займаються вивчення аспектів особливостей розвитку туристичних підприємств (наприклад, [1; 2; 3; 4; 7; 8; 9; 10]), лише за змістом праці [3] можна чітко зрозуміти, що собою уособлює туристичне підприємство за визначенням, та лише у працях [3; 9] надається їх класифікація; при цьому, не всіма ученими враховується кадрова складова загалом та, зокрема, аспекти розвитку й управління персоналом, і ще у меншій кількості – аспекти формування та розвитку мотивації персоналу туристичних підприємств.

Отже, суттєвою науковою проблемою є усвідомлення вченими ролі персоналу для розвитку туристичних підприємств, його мотивації та, зокрема, уявлення про саме туристичне підприємство, що функціонує в умовах мінливого зовнішнього середовища, яке впливає на його розвиток і має певні особливості здійснення господарської діяльності.

Мета статті – визначити роль туризму для розвитку національних економік; встановити особливості (специфіку) розвитку туристичної галузі та туристичних підприємств з виділенням ролі аспектів праці й персоналу; з'ясувати сутність туристичного підприємства як господарської одиниці та економічної системи, розвиток якої залежить від мотивації персоналу до вирішення завдань, що забезпечують досягнення поставлених цілей розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростаючу роль туризму на сучасному етапі – як галузі національних економік – відзначають вчені різних країн. Відтак, російські вчені В. Д. Уваров і К. Г. Борисов та український В. О. Полюга зазначають, що "…туризм має у національному житті не менш важливе значення, ніж інші види економічної і соціальної діяльності, та його роль зростатиме у міру науково-технічного прогресу та збільшення вільного часу населення…" [11, с. 5-6; 12, с. 21];

О. О. Бондаренко, на основі оцінки Всесвітньої туристичної організації (ВТО) зазначає, що туризму в світі відводиться перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг і "…за прогнозами, XXI ст. буде століттям туризму" [13]. Зростання ролі туризму в розвитку інших галузей доводить у своїх дослідженнях В. Ф. Семенов, констатуючи, що "…розвиток галузі пов'язаний майже з 45-а галузями суспільного виробництва (транспортом, промисловістю, сільським господарством, будівництвом, медициною, культурою тощо)… та позитивно впливає на економічне зростання виробництва, насамперед, предметів споживання, агропромислового комплексу, спортивно-оздоровчих баз, розвиток дорожнього будівництва і транспорту, реставрацію пам'яток історії та культури, краще використання природно-рекреаційних ресурсів, підприємств торгівлі й харчування, закладів культури" [7, с. 41]. І. М. Писаревський, С. О. Погасій та М. М. Поколодна визначають роль туризму у виконанні ним соціальних, економічних і гуманітарних функцій суспільства – сприяння відновленню сил і працездатності людини та раціоналізації використання нею вільного часу, підвищення життєвого рівня місцевого населення, збагачення соціально-економічної інфраструктури і міжрегіональної співпраці країн, держав і народів тощо; стимулювання розвитку галузей, що виробляють предмети народного вжитку, сприяння розвитку пізнання та розважального бізнесу, припливу до країни іноземної валюти тощо; сприяння між народами та країнами у пізнанні культур, історії, життя, звичаїв, закріплення між ними дружніх відносин, виховання підростаючого покоління тощо [14, с. 33-34]. На особливій ролі туризму для України акцентують В. Г. Явкін,В. П. Руденко та О. Д. Король [5], і О. О. Бондаренко, стверджуючи, що: "Розвиток туристичної галузі є одним із важливих чинників виходу економіки України з кризи…Сьогодні туристична галузь в Україні є п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету, а в перспективі її питома вага в поповненні бюджету країни може значено зрости" [13].

Не менш важливими напрямом наукових досліджень є вивчення особливостей (специфіки) туристичної галузі. Узагальнюючи результати досліджень учених за цим напрямом, складено табл. 1.

Таблиця 1

Сприйняття особливостей (специфіки) туристичної галузі окремими вченими

Джерело	Визначення особливостей за змістом джерела
[5]	Характеризується складною організаційною структурою, зумовленою взаємодією національних підприємств туріндустрії з підприємствами традиційних секторів (промисловість, сільське господарство тощо) та транснаціональними корпораціями; специфіка виробничого продукту обумовлює винятково складний і комплексний характер впливу туризму на національну економіку.
[6]	Особливістю є те, що туристичний продукт, який виробляється на експорт, не вивозиться з країни, а реалізується в цій країні; власне особливості має якість робочих місць: сезонний характер зайнятості; значна питома вага працівників, які зайняті не повний робочий день, значна питома вага низько кваліфікованої фізичної праці, обмежені можливості автоматизації та комп'ютеризації робочих місць у туристичній індустрії.
[1, с. 2], [15, с. 159-163]	Ототожнювати працю в туризмі з працею в жодній із галузей матеріального виробництва було б не правильно; виділяються такі особливості змісту праці у сфері туризму: висока питома вага живої праці (роботи безпосередньо з клієнтом; надзвичайно високий ступінь впливу суб'єктивних факторів, які змінюють первинні умови праці; комплексність туристичного продукту (його складна структура) є результатом співпраці багатьох суб'єктів ринку, кожен з яких може змінити його якісні характеристики; зміст і характер праці в туризмі можна вважати продуктивним і непродуктивним одночасно, оскільки робота працівників сфери туризму не приводить до виробництва товару та не збільшує фізичний обсяг виробленої продукції, але приводить до отримання певного прибутку, а результат праці визначається суспільством.
[2, с. 17-18, 23, 32]; [16, с. 119], [17, с. 5-14]	Туристична послуга має ряд специфічних ознак: комплексність (надання сукупності послуг), мобільність (переміщення споживача до місця обслуговування), нероздільність процесу обслуговування (процес виробництва і споживання співпадають у часі, а оцінити якість обслуговування можливо лише в момент споживання), ритмічність (регулювання попиту та пропозиції), змінність (коливання попиту, відповідно до сезонного періоду), невідчутність (неможливо побачити або оцінити у момент придбання). Для туристичного продукту притаманні такі особливості: нерухомість у часі, місці та потужності; його не можна накопичувати та зберігати, щоб пропонувати споживачам пізніше; не можна перетворити на предмет для демонстрації споживачу; погана якість одного з елементів туристичного продукту впливає на весь. Особливість витрат і обліку визначає особливість собівартості.
[3, с. 71]	Туристичні та рекреаційні підприємства за своїми основними характеристиками принципово відрізняються від інших інституційно-господарських утворень у системі національної економіки… вони мають свою специфіку, оскільки результат діяльності зводиться до виробництва і споживання специфічного туристичного продукту, що суттєво впливає на організацію соціально-економічної, фінансової та маркетингової діяльності, мета якої – ефективне розв'язання проблеми конкретного споживача.
[4, с. 26, 35-38, 57]	Специфіка підприємств туристично-рекреаційного комплексу полягає у наступному: велика глибина проникнення (зростання потреб людини в оздоровленні, відпочинку, реабілітації); вплив на попит туристично-рекреаційної послуги економічних, політичних, соціальних та екологічних чинників; неоднорідність попиту на послуги, що визначається різними категоріями рекреантів, які мають різні цілі подорожей та відрізняються вимогами; різнорідність споживчої вартості послуги за своїм походженням – складається з товарної та нетоварної частини, де остання є продуктом людської праці в минулому та сучасному; неспівпадіння пропозиції та споживання туристично-рекреаційних послуг у часі та просторі; значна залежність підприємств галузі від сезонних коливань, природно-кліматичних умов; специфічність бухгалтерського обліку реалізації послуг і складу її собівартості; специфічні ознаки туристично-рекреаційних послуг і специфіка управління підприємствами галузі; нерозривність виробництва та споживання, неспроможність до збереження послуги, часова обмеженість процесу надання послуг, залежність якості послуг від виконавця, унікальність і комплексність послуг, фондомісткість і трудомісткість процесу; ефективність процесів безпосередньо залежить від мотивації персоналу та визначається ефективністю контролювання його дій.

Підсумовуючи точки зору вчених, які виокремлюють особливості (специфіку) туристичної галузі (табл. 1), можна виділити такі підходи:

- загальна та неконкретна констатація окремих фактів без урахування особливостей праці, в яких чітко не простежується специфіка галузі (характерно для точок зору В. Г. Явкіна, В. П. Руденко, О. Д. Короля [5]);
- концентрація уваги на особливостях туристичної послуги та туристичного продукту на рівні туристичного підприємства, але без урахування особливостей праці (характерно для точок зору О. М. Гончаренко [2, с. 17-18, 23, 32, 66], В. К. Кіптенко [16, с. 119], Н. М. Саньоцької [17, с. 5-14], Т. С. Незвещук-Когут [3, с. 71]);
- чітка орієнтація на специфіці галузі, у якій враховуються особливості праці, але без урахування особливостей туристичних підприємств [6];
- визначення особливостей тільки праці в галузі та на туристичних підприємствах (характерно для точок зору А. В. Юр'євої-Юрій [1, с. 12, 40-41], З. М. Горбильової [15, с. 159-163]);
- врахування всіх особливостей із конкретизацією їх суті та визначенням специфіки не тільки праці, але й мотивації персоналу туристичних підприємств (характерно для точок зору Є. В. Плугарь [4, с. 26, 35-38, 57]).

Отже, виходячи з проведеного контент-аналізу праць, можна дійти висновку, що лише ученим Є. В. Плугарь застосовано підхід щодо визначення особливостей туристичної галузі з урахуванням ролі мотивації персоналу в розвитку туристичних підприємств.

При цьому, спірними можна визнати сприйняття особливостей туристичної галузі, пов'язаних із аспектами праці за змістом джерел [1; 6; 15]: щодо "значної питомої ваги низько кваліфікованої фізичної праці та обмеженості можливості автоматизації і комп'ютеризації робочих місць у туристичній індустрії" [6]; щодо можливості вважати зміст і характер праці в туризмі "…продуктивним і непродуктивним одночасно…" [1; 15]. Вважаємо, що таке сприйняття праці в туристичній галузі не відповідає дійсності (у першому випадку – [6]) та протилежить самій методології її оцінки і визначенню результату праці на основі зміни продуктивності, що є класичним постулатом для будь-якої галузі, в тому числі – туристичної.

Не менш проблематичними можна визнати підходи вчених до розгляду інфраструктури туризму, що має певні особливості, та сприйняття самого поняття "туристичне підприємство" у ній, про що свідчить зміст праць [1; 2; 3; 4; 8; 9; 10].

Так, наприклад, О. О. Колесник до суб'єктів ринку туристичних послуг, поруч із підприємствами розміщення (бази відпочинку, готелі, профілакторії, санаторії, приватний сектор), туроператорами та турагентствами і державною туристичною адміністрацією, відносить й підприємства транспорту, виробництва сувенірної продукції, індустрії розваг, видавництва, сфери культури, харчування, всі підприємства, що надають інші послуги (безпеки, страхування, зв'язку, перекладу, реклами, фінансові, екскурсійного обслуговування), а також заклади освіти [8, с. 7]; при цьому, за змістом праці [18], автором не надається чіткого визначення "туристичне підприємство". На думку А. В. Юр'євої-Юрій, Є. Н. Ільїної, О. О. Любіцевої та Т. Г. Сокол, до туристичної інфраструктури належать підприємства розміщення, харчування, заклади санаторно-курортної сфери, культури та розваг, транспорту, туроператори і турагенти [1, с. 12; 19, с. 13; 20, с. 15; 21, с. 16]. О. М. Гончаренко до туристичної галузі відносить "…сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів…" – туроператорів і турагентів, готелі, транспортні організації в місцях перебування туристів, гідів-перекладачів, екскурсоводів, провідників та інших фахівців туристичного супроводу, організації харчування, культури, відпочинку, спорту, освіти тощо [2, с. 24-25]. Українська вчена Е. С. Киренкина та російська В. В. Сапрунова конкретизують туристичну галузь з точки зору суб'єктів, які надають туристичні послуги та товари, з їх розподілом на "…типові туристичні підприємства (туроператори, турагентства тощо), підприємства, що спеціалізуються на туризмі (виробництво сувенірів, товарів для відпочинку, прокат туристичного знаряддя тощо), а також підприємства, які тою чи іншою мірою залежні від туризму (виробництво спорттоварів, перукарні, медичні послуги та інші…" [10, с. 31-32; 22, с. 31]. На думку Є. В. Плугарь, у туристично-рекреаційний комплекс входять підприємства, що мають власну базу розміщення: туристичні підприємства (готелі, турбази, автомотокемпінги, засоби розміщення на воді); підприємства відпочинку (бази, дома відпочинку, пансіонати, дитячі та молодіжні табори); санаторні заклади (санаторії, санаторії-профілакторії) [4, с. 31-32].

Особливими є і різні трактування самого поняття "туристичне підприємство" та спроби їх класифікації. Так, у дослідженнях Т. С. Незвещук-Когут надається таке визначення цього поняття: "Це суб'єкти господарювання, де виробляються, реалізуються та споживаються туристичні продукти та послуги, пов'язані з організацією туристичних подорожей, оздоровлення та відпочинку для людей, які тимчасово перебувають за місцем постійного проживання" [3, с. 6]. Зовсім інше бачення цього поняття міститься у дослідженнях М. О. Бойко: "Це системний комплекс факторів виробництва, який здійснює процес виробництва і реалізації туристичних продуктів для свого відтворення як видової господарської одиниці" [23, с. 108].

На наше переконання, такі різні трактування поняття "туристичне підприємство" є наслідком його сприйняття в якості господарської одиниці, що безпосередньо належить до галузі туризму (першому випадку [3, с. 6]), та суб'єкта, що здійснює супровід самого туриста в процесі його відпочинку (оздоровлення, подорожі тощо) – у другому [23, с. 108]. Відтак, ми погоджуємося з першим визначенням поняття. Саме Т. С. Незвещук-Когут звертає увагу на те, що туризм – як галузь – є сукупністю (системою, структурою), яка вміщує в

собі різні види діяльності й послуги, та при цьому класифікує їх як діяльність туристичних організацій (у нашому випадку – туристичні підприємства) – туроператорів і турагентів, та інших [24, с. 16-17], що й виділяються вченими в якості туристичних підприємств при розгляді інфраструктури [1; 19; 20; 21], ринку туристичних послуг [8], туристичної галузі [10; 22; 25]. При таких різних підходах щодо визначення суб'єктів господарської діяльності, яких вчені відносять до ринку туристичних послуг (туристичної інфраструктури) логічним є уточнення саме тих, відносно яких у нашому розумінні необхідно розвивати мотивацію персоналу – власне туристичні підприємства, що є об'єктом нашого дослідження.

Очевидно, що не логічно вести мову в цьому контексті про, скажімо, транспортні та виробничі підприємства, фінансові та зв'язку, харчування, культури та розваг і ті, які надають будь-які інші послуги (наприклад, що визначаються О. О. Колесник [8, с. 7]), окрім тих, які надають послуги екскурсійного обслуговування. На наше переконання, надто "звуженим" можна вважати туристичним підприємством лише туристичних операторів і туристичних агентів [24, с. 16-17, 22], або лише тих суб'єктів господарської діяльності, що мають власну базу розміщення та входять до складу туристично-рекреаційного комплексу [4, с. 31-32].

Уточнюючи об'єкт нашого дослідження, на якому працює персонал, який власне і необхідно мотивувати, а саме – туристичне підприємство, звернемо увагу на класифікацію, що міститься на офіційному сайті Державної служби статистики України за розділом "Статистична інформація. Туризм" [26] у методологічних поясненнях, статистичному бюлетені Державної служби статистики України "Туристична діяльність в Україні у 2011 році" [27] та статистичному бюлетені "Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 році" [28]. Так, посилаючись на джерело [26], до туристичних підприємств ми відносимо підприємства готельного типу (готелі, готельно-офісні центри, мотелі, кемпінги, молодіжні турбази та гірські притулки, приміщення, пристосовані під готелі, гуртожитки та інші об'єкти для тимчасового проживання); з посиланням на джерело [23], до туристичних підприємств ми відносимо такі суб'єкти туристичної діяльності, як юридичні особи – туроператорів, турагентів і суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, та які використовують найману працю [23, с. 6], приватний сектор, який входить до "інших об'єктів для тимчасового проживання", відповідно методології за джерелом [26]; з посиланням на джерело [28], до туристичних підприємств ми відносимо, додатково до тих, що визначені у джерелах [26] і [27], аналогічні засоби розміщення (клуби з приміщеннями для проживання, студентські літні табори) та спеціалізовані засоби розміщування (санаторії, дитячі санаторії, пансіонати з лікування, дитячі центри, санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні (грязелікарні, бальнеогрязелікарні), будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку та інші заклади відпочинку (крім турбаз), оздоровчі заклади 1-2 денного типу) [28, с. 10].

Вважаємо таку класифікацію обґрунтованою з урахуванням того, що саме на основі виділених суб'єктів господарської діяльності в Україні формується необхідна база для емпіричних досліджень, яка дозволяє: оцінити ступінь розвитку та процеси, що протікають у туристичній галузі; відстежити мету поїздки туристів (службова, ділова або навчання, дозвілля або відпочинок, лікування, спортивний туризм, спеціалізований туризм тощо); відстежити кількість структурних підрозділів за визначеними суб'єктами (перукарня, пункт прокату, пральня, сауна (лазня), плавальний басейн, тенісний корт, тренажерний зал, інші спортивні споруди, автостоянка, заклади громадського харчування (ресторани, кафе, бари), заклади торгівлі (магазин, кіоск тощо), інші об'єкти інфраструктури; оцінити витрати, у т.ч. – на оплату праці, та співставити її з чисельністю персоналу і зміною основного показника – обсягу реалізованих послуг. Таким чином, дотримуючись запропонованої класифікації, при аналізі зовнішнього середовища можливо оцінити стан розвитку окремого туристичного підприємства та порівняти його з аналогічним середнім показником по галузі, що є основою для діагностики зовнішнього мотиваційного середовища туристичного підприємства.

Виходячи з вищевикладеного, нами уточнюється поняття "туристичне підприємство" – це суб'єкт господарської діяльності, який використовує найману працю, метою діяльності якого є отримання прибутку від надання споживачу якісних туристичних послуг і товарів, що відноситься до одного з видів готельного типу, або спеціалізованого засобу розміщення, або виступає на туристичному ринку туроператором або тур. агентом, які мають статус юридичної особи та персонал у штаті. Вважаємо, що таке визначення поняття "туристичне підприємство" дозволяє усунути протиріччя в уявленні про туристичну галузь у частині сприйняття в ній суб'єктів господарської діяльності – з одного боку, а з іншого – чітко визначити, які суб'єкти господарської діяльності сприймаються нами в якості туристичних підприємств, на яких, власне, і потребується розвивати мотивацію персоналу. Розроблена класифікація наведена на рис. 1.

Висновки. Отже, на основі проведеного дослідження можна дійти таких висновків:

- зростаюча роль туризму та вплив цієї галузі на розвиток національних економік вимагає від керівників туристичних підприємств зосереджувати увагу на розвитку мотивації персоналу до продуктивної діяльності, оскільки саме персонал є найголовнішим і найбільш цінним ресурсом будь-якого підприємства;

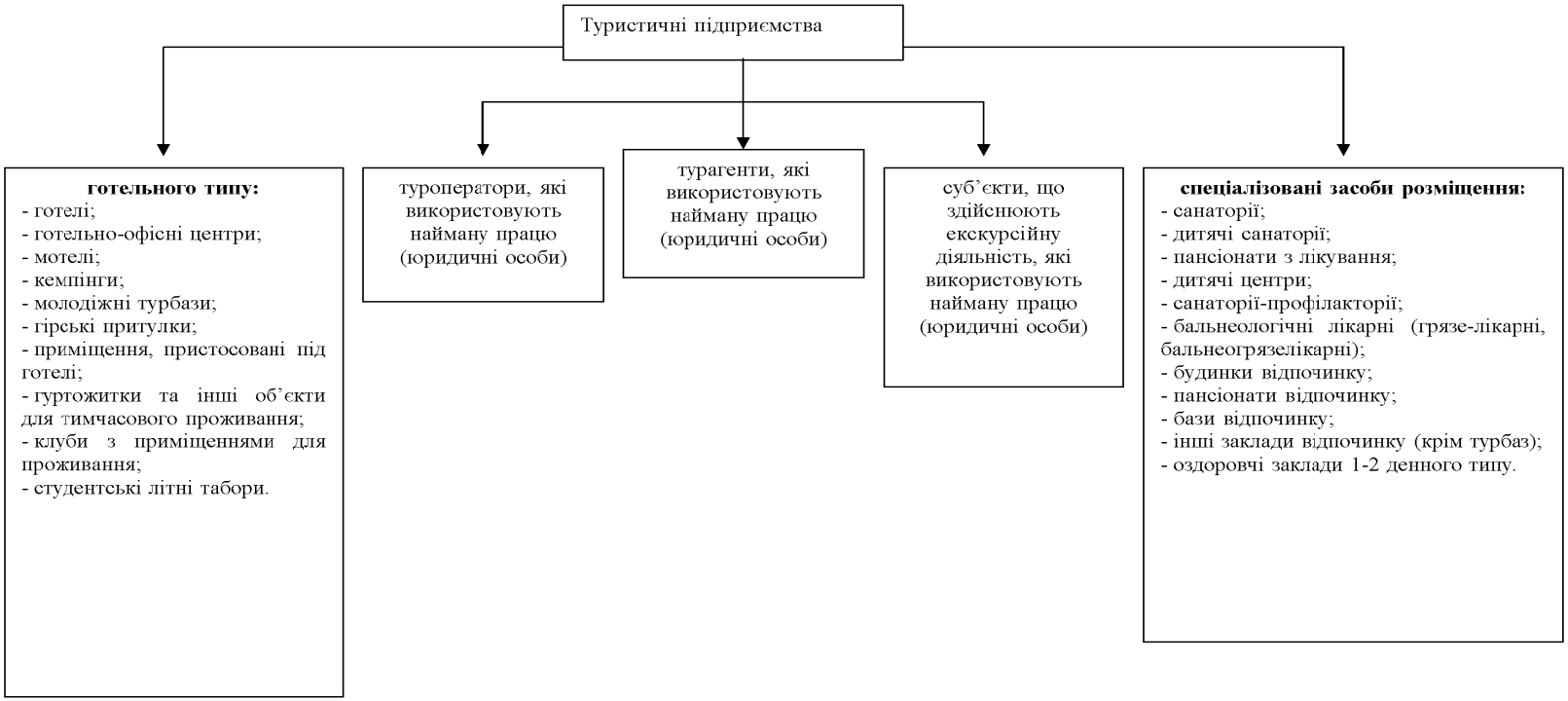

Рис. 1. Класифікація туристичних підприємств за ознакою їх віднесення до туристичної галузі

− на жаль, більшістю вчених не враховується цей аспект, і не відводиться належна роль персоналу при визначенні особливостей розвитку туристичної галузі;

− не меншою науковою проблемою можна вважати відсутність серед учених чіткого усвідомлення про саме поняття "туристичне підприємство", для усунення якої запропоновано класифікацію та визначення цього поняття.

Відтак, усвідомлюючи особливості розвитку туристичних підприємств і визнаючи вирішальну роль мотивації персоналу в цьому процесі, перспективним напрямом подальших досліджень є розробка та впровадження на підприємствах цієї галузі національної економіки методик і рекомендацій щодо розвитку мотивації персоналу. При цьому, ці наукові розробки бути зорієнтованими на впровадження суб'єктами відповідно розробленої класифікації туристичних підприємств, враховувати специфіку праці в галузі, технологію організації процесу надання споживачеві туристичних послуг, кваліфікаційний розріз за професіями та посадами персоналу туристичних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Юр'єва-Юрій А. В. Організаційно-економічний механізм стимулювання персоналу підприємств туристичної сфери : дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / А. В. Юр'єва-Юрій ; Хмельницький нац. ун-т. – Хмельницький, 2011. – 183 с.

2. Гончаренко О. М. Облік витрат та аналіз собівартості туристичного продукту : дис. … канд. екон. наук : 08.00.09 / О. М. Гончаренко ; Київ. нац. торгов.-економ. ун-т. – К., 2012. – 237 с.

3. Незвещук-Когут Т. С. Удосконалення управління діяльністю туристичних підприємств : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. С. Незвещук-Когут ; Херсон. нац. техн. ун-т. – Херсон, 2012. – 23 с.

4. Плугарь Е. В. Организация контролирования процессов обслуживания на предприятиях туристско-рекреационного комплекса : дис. … канд. экон. наук : 08.00.04 / Е. В. Плугарь ; Таврический нац. ун-т имени В.И. Вернадского. – Симферополь, 2010. – 278 с.

5. Державне регулювання та стандартизація в туризмі : монографія / [В. Г. Явкін, В. П. Руденко, О. Д. Король та ін.]. – Чернівці : Рута, 2006. – 260 с.

6. Гостиничный и ресторанный бізнес : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ootdyx.ru/46.shtml.

7. Семенов В. Ф. Державне регулювання та управління регіональним розвитком туризму / В. Ф. Семенов // Экономика и управление. – 2010. – № 1 – С. 40-44.

8. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.10 / О. О. Колесник ; Нац. академ. стат., обліку та аудиту. – К., 2011. – 21 с.

9. Алмашій Я. І. Діагностика комплексної ефективності діяльності туристичних підприємств : дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Я. І. Алмашій ; Ужгород. нац. ун-т. – Ужгород, 2013. – 357 с.

10. Киренкина Э. С. Организационно-экономическое обеспечение развития семейного предпринимательства на рынке туристских товаров : дис. … канд. экон. наук : 08.00.04 / Э. С. Киренкина ; Таврический нац. ун-т имени В.И. Вернадского. – Симферополь, 2011. – 179 с.

11. Уваров В. Д. Международные туристские организации : справочник / В. Д. Уваров, К. Г. Борисов. – М. : Международные отношения, 1990. – 288 с.

12. Полюга В. О. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму : дис. … канд. екон. наук : 08.02.03 / В. О. Полюга ; Ужгород. нац. ун-т. – Ужгород, 2005. – 223 с.

13. Бондаренко О. О. Державне регулювання туризму на регіональному рівні / О. О. Бондаренко : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pravoznavec.com.ua/period/article/3024/%C1.

14. Організація туризму : підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Поколодна [та ін.] ; [за ред. І. М. Писаревського]. – Х. : ХНАМГ, 2008. – 541 с.

15. Горбылева З. М. Экономика туризма : підручник / З. М. Горбылева. – Мн. : БГЭУ, 2004. – 478 с.

16. Кіптенко В. К. Менеджент туризму : підручник / В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.

17. Саньоцька Н. М. Особливості діяльності туристичних підприємств та їх вплив на організацію обліку / Н. М. Саньоцька // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2007. – № 1. – С. 5-14.

18. Дятлов В. А. Управление персоналом : монография / В. А. Дятлов, А. Л. Кибанов. – М. : Олбис, 2008. – 467 с.

19. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 256 с.

20. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : монографія / О. О. Любіцева. – К. : Альтпрес, 2003. – 436 с.

21. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства : навч. посібник / Т. Г. Сокол. – К. : Ред Лайн, 1999. – 77 с.

22. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг : монография / В. Б. Сапрунова. – М. : Ось-89, 1997. – 160 с.

23. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М. Г. Бойко. – К. : КНТЕУ, 2010. – 524 с.

24. Незвещук-Когут Т. С. Удосконалення управління діяльністю туристичних підприємств : дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Т. С. Незвещук-Когут ; Херсон. нац. техн. ун-т. – Херсон, 2012. – 195 с.

25. Гриньова В. М. Проблеми управління трудовими ресурсами : монографія / В. М. Гриньова, О. М. Ястремська. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 192 с.

26. Державна служба статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

27. Туристична діяльність в Україні у 2011 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 76 с.

28. Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 році : статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 190 с.