

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Дипломна робота магістра

на тему:

«Розвиток підприємств харчування в системі туристичних комплексів Хмельниччини»

Виконала: студентка II курсу ОС
«магістр», GRS1-M18 групи
спеціальності: 241 Готельно-ресторанна
справа

Петик Анастасія Віталіївна

Науковий керівник:

доцент кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи, к.т.н.

Веселовська Т.Є.

Рецензент:

доцент кафедри економіки підприємства,
к.ек.н., доцент

Андрейцева І.А.

м. Кам'янець-Подільський
2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	
1.1. Теоретичні аспекти функціонування підприємств харчування в сфері Туризму	6
1.2. Туристичні комплекси: сутність, класифікація, види	17
1.3. Підприємства харчування у складі туристичних комплексів.....	22
Висновки до 1 розділу	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....	
2.1. Стан розвитку туризму регіону.....	28
2.2. Характеристика організації харчування в системі туристичних Комплексів	36
2.3. Організаційно-економічна оцінка функціонування підприємств харчування на ринку туристичних послуг.....	41
Висновки до 2 розділу	48
РОЗДІЛ 3. НАРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ.....	
3.1. Ефективна стратегія розвитку підприємств харчування, як спосіб для досягнення поставлених цілей	50
3.2. Впровадження автоматизованих систем управління і ефективною реклами послуг харчування.....	52
3.3. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств харчування в системі туристичних комплексів	58
Висновки до 3 розділу	63
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	68
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах розвитку економіки та її глобалізації для вітчизняної туристичної галузі питання стратегічного розвитку, постановки і досягнення стратегічних цілей є нагальною умовою забезпечення в Україні сталого розвитку туризму. Позитивним фактом сучасного етапу економічного розвитку України є підвищена увага урядовців, науковців, бізнесу та громадян до проблем розробки стратегій розвитку, визначення стратегічних пріоритетів. За таких умов за останні роки в Україні було розроблено низку стратегічних документів, серед яких: «Стратегія сталого розвитку «Україна–2020», «Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р.», «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року».

На сьогодні, для сфери туризму та туристичних підприємств, з метою забезпечення в Україні сталого розвитку туризму, питання стратегічного розвитку, постановки і досягнення стратегічних цілей є актуальним і своєчасним. Разом з тим, наявність об'єктивних передумов (історичних, географічних, культурних) для вітчизняної галузі туризму визначає її роль у розвитку національної економіки. Визначення особливостей розвитку підприємств туристичної галузі, виявлення можливостей та перешкод їх стратегічного розвитку на сьогодні є актуальним питанням для представників науки. Потребують дослідження нові методологічні підходи до формування стратегічного розвитку туристичної політики для бізнесу, розробка стратегій розвитку суб'єктів підприємництва.

Підприємство як суб'єкт стратегічного управління відіграє основну роль у розвитку індустрії туризму як відокремлена спеціалізована одиниця сфери послуг, основою якої є людські ресурси, здатні за допомогою наявних у їх розпорядженні засобів створювати необхідні споживачам послуги й отримувати прибуток. Від того, наскільки успішно працюють підприємства, залежать їх фінансовий стан, економічне благополуччя їх працівників і власників, стан туристичної галузі та всієї національної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Стратегічний розвиток підприємств є предметом уваги зарубіжних та вітчизняних науковців і

практиків. Теоретичні та практичні аспекти проблем розвитку, стратегічного вибору і досягнення успіху компаній досліджували зарубіжні вчені Е.Адельсейтова, І. Ансофф, П.Друкер, М.Портер, А.Томпсон. Проблемам стратегічного розвитку бізнесу присвятили багато праць українські науковці, у тому числі: О.Бартошук [6], Л.Дядечко [25], Ю.Калиніченко [30], О.Литвинова [38], Т.Ткаченко [69], В.Шаповал [86], З.Шершньова [88] та інші.

Сьогодні багато праць, як науковців так і практиків, присвячено стратегічному управлінню та стратегічному аналізу, серед них такі вчені як: З.Галушка [14], О.Данилюк [19], О.Демьянова [23], Ю.Мокіна [46], Е.Уткін [81], І.Саух [59]. Регіональний аспект туристичного бізнесу Хмельниччини досліджували: С.Баженова [7], В.Буторіна [10], Р.Долинська [22], Р. Драпушко [24], І.Шоробура [89] та ін. Проте характерні умови діяльності вітчизняних туристичних підприємств вимагають подальших досліджень теоретичних і практичних аспектів стратегічного розвитку туристичного бізнесу.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи полягає у науковому та практичному вирішенні проблеми стратегічного розвитку підприємств туристичної галузі.

Досягнення поставленої в роботі мети передбачає розв'язання наступних завдань:

- розкрити економічну сутність поняття «стратегічний розвиток підприємств», мету, види;
- дослідити стратегічний аналіз підприємств, як першорядний етап розробки стратегії їх діяльності;
- з'ясувати процес формування стратегій розвитку представників бізнесу;
- проаналізувати стан розвитку туристичної галузі регіону, на прикладі Хмельницької області;
- здійснити аналіз діяльності туристичних підприємств та виконати моніторинг підприємств засобів розміщування туристів Хмельниччини, оцінити діяльність туристичного бізнесу регіону;

- аргументувати розробку стратегії розвитку підприємств, як ефективний прийом вдосконалення стратегічного управління;
- визначити основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю Хмельниччини;
- обґрунтувати та розкрити процеси автоматизація управління туристичним підприємством, як дієвий засіб підвищення ефективності його діяльності.

Об’єкт дослідження: стратегічне управління туристичними підприємствами в сучасних умовах господарювання.

Предмет дослідження: стратегічний розвиток туристичного бізнесу.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень. В основу методології дослідження економічної категорії «стратегічний розвиток» було покладено системний підхід. При вирішенні окремих завдань використовували: аналізу і синтезу – при дослідження сутності змісту поняття «стратегія», «стратегічний розвиток»; статистичний метод, порівняльний аналіз та графічні методи дослідження – при аналізі показників діяльності підприємств сфери туризму та оцінці їх ефективності роботи; абстрактно-логічний – при формування перспектив розвитку та висновків досліджень.

Інформаційною базою дослідження були: публікації вітчизняних і зарубіжних науковців, наукові монографії, інші спеціальні та науково-практичні інформаційні джерела за темою роботи; використані аналітичні і статистичні матеріали органів статистики, Інтернет-ресурси.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання підприємствами туристичної галузі регіону рекомендацій щодо вдосконалення стратегічного управління у туристичному бізнесі шляхом розробки ефективної стратегії, автоматизація управлінських процесів та застосування механізмів підвищення конкурентоспроможності.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, літератури, додатків; містить 91 сторінок друкованого тексту, в тому числі 6 додатків.

ВИСНОВКИ

Вдосконалення управління підприємствами харчування в системі туристичних комплексів можливе завдяки ефективній стратегії розвитку підприємств, яке має опиратися на сприятливі внутрішні і зовнішні можливості і мінімізувати ймовірні загрози успішній діяльності підприємства. Досвід та практика ведення ресторанного бізнесу показують, що високі показники діяльності підприємства можливі за умови поєднання різних стратегічних підходів.

Ще одним із найважливіших факторів підвищення ефективності діяльності підприємств є застосування сучасних інформаційних технологій у сфері готельного та туристичного бізнесу. Туристична діяльність є інформаційно-насиченою на відміну від інших видів економічної діяльності.

Організувати роботу туристичного підприємства з максимальною ефективністю і у відповідності з сучасними світовими вимогами можливо тільки з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Інформаційні технології є важливою умовою забезпечення якості туристичних послуг. Слід зазначити, що в умовах конкуренції більша частина автоматизованих інформаційних систем управління розробляється для кожного туристичного підприємства окремо. У зв'язку з цим, існують різні типи інформаційних систем управління підприємством, які знаходять своє практичне застосування: локальні, фінансово-управлінські, інтегровані, конструктори та спеціальні рішення.

Щодо застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі, то практики виділяють такі основні сфери як: автоматизація управління, автоматизація обліку, нагромадження та розподіл інформації, системи інтернет-бронювання. Вважаємо, цей перелік розширити та доповнити автоматизацією зовнішньої взаємодії туристичних підприємств шляхом застосування електронного формату співпраці із:

- 1) бізнесовими структурами (B2B – business to business),
- 2) споживачами (B2C – business to citizens),
- 3) державними органами (B2G – business to government).

Так як, управління у сфері туризму – складна система з великими потоками інформації, тому забезпечити якісний рівень управління підприємствами туристичного бізнесу можливо при застосуванні автоматизованих інформаційних систем. Серед основних процесів створення ІС найважливішими є: розроблення ІС, експлуатація та супроводження – підтримка працездатності ІС.

На сьогодні, для Хмельницької області, як було з'ясовано у попередніх розділах роботи, туризм є однією з найважливіших соціально-економічних галузей регіональної економіки. Туристичний бізнес в області найбільш суттєво впливає на розвиток політичних, економічних, соціальних, культурних відносин і міжособистісних стосунків у регіональному масштабі, стає змістом та стилем життя для тисячі людей.

За сучасних умов глобалізації ринкової економіки вирішального значення набуває конкуренція, при цьому для туристичних підприємств кінцевою метою є – перемога в конкурентній боротьбі. Тому для туристичного бізнесу регіону першочерговою задачею є визначити основні базові та альтернативні стратегії розвитку підприємств туристичного профілю в умовах конкуренції.

На нашу думку, основними стратегічними заходами щодо розвитку діяльності підприємства туристичного профілю Хмельниччини в умовах конкуренції можуть бути:

- поліпшення іміджу за рахунок покращення якості туристичного продукту (послуг) та додаткової реклами;
- підвищення обсягів виробництва (продажів) за рахунок стимулювання праці власних працівників відділів продажів та маркетингу;
- розширення збутової мережі за рахунок пошуку нових партнерів і запровадження технологічних інновацій;
- розробка інноваційних програм (турів);
- модифікація цінової політики за рахунок установаження знижок;
- вихід підприємств туристичного профілю на зовнішні ринки.

Щодо останнього заходу, виняткового значення в разі виходу туристичних підприємств на зовнішні ринки набувають:

1) створення та виробництво конкурентоспроможного туристичного продукту (послуги) з мінімальними витратами з метою одержання заздалегідь визначеної частки прибутку;

2) якість послуг та здійснюваний контроль за нею;

3) реалізація заходів щодо організації збуту, обслуговування після надання послуг

4) проведення рекламних кампаній.

Досягнення в результаті цих заходів поставлених цілей – одержання максимального та стійкого прибутку, проникнення на нові ринки або закріплення на існуючому ринку є головним критерієм оцінювання виробничої та маркетингової діяльності підприємств туристичного профілю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адельсеитова Э. Б. Стратегическое управление предприятиями индустрии туризма / Э. Б. Адельсеитова, Э. Р. Абдураимова // Культура народов Причерноморья. 2012. – № 235. – С. 7-8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/adelseitova.htm.
2. Алексеева Н.Ф., Сакун Л.М. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії Економіка. Управління. Інновації. 2012. – №2 (8). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm
3. Амстронг М. Менеджмент: методы и приемы : [пер. с англ.] / М. Амстронг. – К. : Знания-Прес, 2006. – 876 с.
4. Архипов В.В., Иванникова Є.И. Особенности культуры и традиций питания народов мира. Курс лекций [Текст]/ В.А. Архипов, Е.И. Иванникова. – К.: Аттика, 2005.- 216 с.
5. Баранчев В.П. Стратегический анализ: технология, инструменты, организация / В.П. Баранчев // Проблемы теории и практики управления. Международный журнал. 1998. – №5. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.uptp.ru/articles-all_3052.html.
6. Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі / О. В. Бартошук // Економічний часопис ХХІ, 2012. – №3. – С. 38-41.
7. Баженова С.Е. Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області / С. Е. Баженова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : itbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe.
8. Бейдик О.О. Рекреційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 395 с.
9. Бурденюк Т.Г. Стратегічний аналіз критеріїв конкурентоспроможності підприємств / Т.Г. Бурденюк // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2014. – №1 (28). – С. 39–50

10. Буторіна В.Б. Проблеми і напрямки реалізації туристичного потенціалу Хмельниччини/ В.Б. Буторіна // Науковий вісник Херсонського державного університету Випуск 19. Частина 1. 2016. – С. 103-106.

11. Василенко В. О. Стратегічне управління: [навчальний посібник] / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396с.

12. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб и доп. / О.С. Виханский. – М. : Гардарика, 1998. – 296 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.al24.ru/pdf_kniga_7849.html.

13. Виды национальных завтраков [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turbooks.ru/statti/gostinichnyjj-resyorannyjj-biznes/print:page,1.94-vidy-nacionalnyh-zavtrakov.html>

14. Галушка З.І. Стратегічний менеджмент: навч.-метод. посібник / З.І. Галушка, І.Ф. Комарницький. Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці, 2006. – 247 с.

15. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М. : ЗАО “Олимп-бизнес”, 2005. – 416 с.

16. Гудзинський О.Д. Менеджмент підприємницької діяльності навч. посіб. / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко: заг. ред. О.Д. Гудзинського; Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 321 с.

17. Гнатенко А.І., Поліщук Ю.А. Актуальні питання запровадження стратегічного підходу в менеджмент підприємств України / А.І.Гнатенко, Ю.А.Поліщук // Збірник «Теорія та практика державного управління». – К.: НАДУ, – № 2(57). 2017. – С.1-7

18. Горіна Г.О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації / Г.О. Горіна. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, – Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», – Дніпро, 2017. – 493 с.

19. Данилюк В. О. Загальні проблеми стратегічного управління технічним розвитком підприємств України / О.В.Данилюк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lib.nau.edu.ua

20. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р. : Постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. №385 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>.

21. Державний класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД-009: 2010)

22. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: навч. посібн. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2009. – 440 с.

23. Долинська О. Особливості туризму Хмельницької області О.Долинська Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, – № 1(66). 2017. – С.146-148.

24. Демьянова О.В. Методические основы стратегического анализа на промышленном предприятии (На примере мебельной промышленности Республики Татарстан): Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. / О.В. Демьянова. – Казань, 2004. – 269 с.

25. Драпушко Р. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку / Р. Драпушко. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. – 152 с

26. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 224 с.

27. Завадський Й.С., Т. В. Осовська, О. О. Юшкевич Економічний словник – К.: Кондор. 2006. – 356 с.

28. Зайцева О.І. Інформаційні потреби туристичних підприємств в умовах ринкової самоорганізації / О.І. Зайцева, К.В. Самойленко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1: Економіка. 2014. – Вип.2(22). – С.33-36.

29. Захарова С. Г. Шляхи удосконалення державного регулювання туристичної сфери // Держава та регіони. (Серія «Державне управління»). 2008. – № 3. – С. 81–87.

30. Іванов А.М. Інформаційне забезпечення державного управління сферою туризму : Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання] : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – С.33-34.

31. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти / Калиніченко Ю. // Галицький економічний вісник. — 2010. — №4(29). — с.106-115 - (проблеми мікро- та макроекономіки України)

32. Карлофф Б. Деловая стратегия: пер. с англ. / Б. Карлофф. – М. : Изд-во «Экономика», 1991. – 239 с.

33. Кифяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону / В.Ф. Кифяк. – Економіка та право. 2013, – № 1. – С. 128-132.

34. Ковальчук М.І. Стратегічний аналіз у сільському господарстві: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / М.І. Ковальчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 259 с.

35. Костюк О.М. Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourismbook.com/books/book-42/chapter-1451/>

36. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг : навч. посібник. [для студ. вищ. навч. закл.] / Куденко Н.В. – вид. 2-ге, без змін. ; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Геть-мана» – К. : КНЕУ, 2006. –152 с.

37. Коніщева Н. Й., Рудь Д. В. Пропозиції щодо створення міських інформаційних туристичних центрів// Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. «Наукові і практичні проблеми створення і функціонування туристичних центрів і тематичних парків» (27–28 травня 2005 р., м. Донецьк). – Донецьк: Донецький ін-т туристичного бізнесу, 2005. – С. 148-151.

38. Концепція розвитку туризму до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.

39. Литвинова О.В. Стратегія розвитку сталого туризму в Україні: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, – Донецьк, 2013. – 19 с.

40. Лукашевич О.Ф. Значення стратегічного аналізу в системі стратегічного управління господарськими організаціями / О.Ф. Лукашевич // Економіка і прогнозування. 2009. – №2. – С. 138–143.

41. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні О.Я. Лотиш – Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. – С.134-138.

42. Масюк Ю.В. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні : дис. на здобуття наукового ступеня к.е.н (доктора філософії) : спец. – 08.00.03 економіка та управління національним господарством / Ю.В. Масюк // Національний університет «Львівська політехніка», – Львів, 2017. – 250 с.

43. Матвійчук Л.Ю., Лепський М.І. Міжнародний досвід розвитку туристично-інформаційних центрів / Л.Ю.Матвійчук Л.Ю., М.І.Лепський // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С.80-81.

44. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. 2010. – №2(6). – С.129-138.

45. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: підручник. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – Львів: Вид-во "Магнолія плюс", 2006. – 392 с.

46. Михайліченко Г.І. Напрями стабілізації попиту на туристичний продукт / Г.І.Михайліченко // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С.41-43.

47. Мокіна Ю. В., Кавуненко О. М. Проблеми стратегічного менеджменту великого та середнього бізнесу в Україні // Вісник Вінниць. політех. ін-ту. 2013. – № 3. – С. 22–27.

48. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія А.П.Наливайко. К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.

49. Ольшанський О.В. Заходи підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю / О.В.Ольшанський. – Харків: ХДУХТ. 2013. – С.291-297

50. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник.: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н.О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – К.: Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.

51. Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://adm.km.ua>.

52. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики в Хмельницькій області [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua>.

53. Ощипок І.М. Кухні народів світу: навчальний посібник (для студ. вищ. навч. закл.) / І.М.Ощипок, П.Х. Пономарьов, М.І.Філь. Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2015. – 248с.

54. Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>

55. План заходів з реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2018-2020 роки : Рішення обласної ради від 22.12. 2017 р. № 32-17/2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://km-oblrada.gov.ua/strategy/>.

56. Портер М. Стратегія конкуренції: пер. з англ. / М. Портер. – К. : Вид-во "Основи", 1998. – 236 с.

57. Програма соціально-економічного розвитку Хмельницької області на 2018 рік : Рішення Хмельницької області від 22 грудня 2017 року № 33-17/2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.adm-km.gov.ua/wp-content/uploads/2018/05/ProrgamSE2018.pdf>.

58. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Електронний ресурс. – [Режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

59. Райська І.Т. Модель сучасного стратегічного управління підприємством : зміст і компоненти / І.Т. Райська. – Вісник ЖДНУ, 2015. – №3 (73). – С.106-117.

60. Рудакова Т. В. Стратегія управління інноваційною діяльністю соціально-економічної системи регіону / Т. В. Рудакова // Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2013. – Т. 18, Вип. 2(1). – С. 119–122.

61. Саух І. Оцінка наукових підходів до трактування сутності стратегії підприємства та її змістовні характеристики [Електронний ресурс] / Ірина Саух // Соціально-економічні проблеми і держава. 2016. – Вип. 1 (14). – С. 145-151. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16sivyzk.pdf>.

62. Саух І.В. Стратегічний аналіз фінансового потенціалу туристичного підприємства: теорія, методологія, організація. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). – Житомирський державний технологічний університет, – Житомир, 2017. – 41 с.

63. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент / О.М.Скібіцький // Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.

64. Статистичні збірник «Регіони України» 2017. – Частина 1. – К.: Державна служба статистики України. 2017. – 323 с.

65. Стимулирование международного туризма в XXI веке : Пер. с англ. / Годфри Харрис, Кеннет М. Кац. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 237 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/world_tur.htm.

66. Стойка В.О., С.О.Стойка Роль стратегічного управління у стимулюванні розвитку туристичної галузі В.О.Стойка, С.О.Стойка Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – Дніпро: Дніпропетровський аграрно-економічний університет. – №2. 2015. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3793>

67. Стратегічні документи соціально-економічного розвитку. Аналітична записка Проекту економічного та соціального розвитку ПРООН. – К.: 2003.

68. Стратегія сталого розвитку «Україна–2020» : Указ Президента України від 12.01.2015 р. №5\2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

69. Стратегія регіонального розвитку Хмельницької області на 22011-2020 рр.: Рішення Хмельницької обласної ради від 18.05.2011 р. №24-4/2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.adm.km.ua/doc/doc37_RD_Strategy.pdf.

70. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/en/168-2017-%D1%80>.

71. Татаринцева А.С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій / А.С. Татаринцева, С.М. Олійник // Вісник Запорізького національного університету. 2014. – №1(9).

72. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму : від теорії до реалії / Т.І. Ткаченко // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – С.41-43.

73. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 537 с.

74. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 418 с.

75. Туристична діяльність в Україні у 2012 році: Статистичний бюлетень. – К. : Державна служба статистики України. 2013. – 272 с.

76. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: Статистичний бюлетень.
– К. : Державна служба статистики України. 2014. – 272 с.
77. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: Статистичний бюлетень.
– К. : Державна служба статистики України. 2015. – 76 с. .
78. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: Статистичний бюлетень.
– К. : Державна служба статистики України. 2016. – 76 с.
79. Туристична діяльність в Україні у 2016 році: Статистичний бюлетень.
– К. : Державна служба статистики України. 2017. – 76 с.
80. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: Статистичний бюлетень.
– К. : Державна служба статистики України. 2018. – 90 с.
81. Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://tourismbook.com/books/book-42/chapter-1448/>
82. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання] : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 362 с.
83. Трегубов О.С. Особливості туристичної індустрії та її роль в економіці / О.С.Трегубов / Економіка і організація управління – №1 (21). 2016. – с.190-200.
84. Уткин Э.А. Финансовое управление / Э.А. Уткин. – М.: Ассоциация авторов и издателей«ТАНДЕМ»: Экмос, 1997. – 107 с.
85. Холловой Дж. К, Туристичний бізнес : [пер. з 7-го англ. вид] / Дж .К. Холловой, Н. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
86. Хоменко О.І Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства / О.І. Хоменко / – К.Управління розвитком, – №3 (181), 2015. – С.131-137.
87. Хмельниччина туристична : історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку : [колективна монографія] / За ред. С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.)). – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2015. – Розділ 7. – С. 120–149

88. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.

89. Шаповал В.М. Розробка актуальних економічних стратегій підприємств туристичної галузі України /В.М. Шаповал, Т.В. Герасименко, М.В. Шпак// Приазовський економічний вісник. – Запоріжжя: Класичний приватний університет. – Випуск 2(02). 2017 – С.80-85.

90. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : [підручник] / З.Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і доп.] – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

91. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : навч.-метод. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська, Ю.М. Ратушний. – К. : КНЕУ, 2001. – 232 с.

92. Шоробура І. Туризм Хмельниччини / І. Шоробура Туризм Хмельниччини. – Збірник наукових праць. – Харків, 2017. – Випуск 25. – 69-73.

93. Шульгіна С. Сегментація вітчизняних споживачів закордонного туристичного продукту// Маркетинг в Україні. 2005, №6. – С. 41–47.

94. Юхимчук І. Технологічні аспекти впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичного підприємства / Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/yuhymchuk.htm.

95. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення»

96. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»

97. ДСТУ4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»