

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-133>

УДК 338.486.3:658.8]:001.891](045)

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

MARKETING ASPECTS OF TOURIST ENTERPRISE MANAGEMENT: THEORETICAL ANALYSIS

Кірдан Олександр Петрович

доктор педагогічних наук, кандидат економічних наук, професор,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2667-6589>

Kirdan Oleksandr

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Стаття присвячена теоретичному аналізу розробленості маркетингових аспектів управління туристичним підприємством як наукової проблеми. На основі тематично-хронологічного критерію виокремлено та схарактеризовано дві групи праць українських науковців з проблеми управління туристичним підприємством. Констатовано, що в дисертаційних і монографічних роботах схарактеризовано інформаційну та збутову логістику в туризмі, маркетингове управління посередницькими туристичними підприємствами, шляхи розвитку й реструктуризації маркетингового управління туристичним підприємством. У наукових статтях дослідниками схарактеризовано логістичне управління підприємством в туристичному бізнесі як складник маркетингових аспектів управління туристичним підприємством; методологічні, теоретичні, технологічні, інноваційні та практичні аспекти управління туристичним підприємством.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, управління туристичним підприємством, менеджмент туризму, маркетинг туризму, економіка туризму, менеджмент, туризм, туристична індустрія, туристичне підприємство, туристичний бізнес.

The relevance of the study is determined by the need to generalize the work of domestic scientists on the problem of managing a tourist enterprise. The purpose of the article is to analyze the degree of development of marketing aspects of management of a tourist enterprise as a scientific problem. Achieving the goal of the article enabled the use of general scientific methods: analysis, synthesis, comparison, generalization. On the basis of the theoretical analysis of interpretive works, conventional groups of works were distinguished and the chronological and thematic list of works of each group was analyzed. On the basis of their analysis, it was established that, despite a significant number of studies, the issues of marketing aspects of the management of a tourist enterprise have not yet been sufficiently worked out in scientific research. It was established that the following marketing aspects of the management of a tourist enterprise were characterized in scientific works: internal control in the system of effective management of a tourist enterprise; management of a tourist enterprise based on a spatial routing model; information and sales logistics in tourism; marketing management of intermediary tourist enterprises; management of the development of a small business in the field of tourism; use of innovative marketing technologies in the tourism industry, etc. The practical significance of the study lies in the fact that its results can be used to update the educational components of educational and methodological support for the professional training of future managers and tourism experts, as well as in further scientific studies of the theory of management of a tourist enterprise.

Key words: market of tourist services, tourism enterprise management, tourism management, tourism marketing, tourism economy, management, tourism, tourism industry, tourism enterprise, tourism business.

Постановка проблеми. Нині туризм є багатоглядним та унікальним явищем. Розвиток туризму розширює можливості для пошуку

роботи, створює умови для підвищення мобільності населення, сприяє економічному розвитку окремих регіонів, а туристичний біз-

нес є одним із пріоритетів для повоєнного відновлення та сталого розвитку України.

У умовах воєнного стану та гострої конкуренції й глобалізації туристичного бізнесу постали виклики, що пов'язані з функціонуванням підприємств сфери туризму. Нині туристичні підприємства потребують додаткових зусиль для того, щоб бути конкурентоспроможними і прибутковими, а успішний досвід туризму може бути забезпечений злагодженою діяльністю туристичних агентств, транспортних компаній, готельно-ресторанних закладів тощо. Все перераховане вище підтверджує актуальність і значимість розвитку туристичних підприємств, а головним інструментом для цього є маркетинг і його інструментарій.

Зважаючи на те, що індустрію туризму характеризує високий ступінь конкуренції, це зумовлює важливість і необхідність просування туристичних послуг, надаючи їм конкурентних переваг. Для досягнення цієї мети використовують інструменти та досягнення у галузі маркетингу. Відтак маркетингові аспекти управління туристичним підприємством розуміємо як комплекс стратегій, технологій і прийомів, спрямованих на просування туристичних послуг.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема управління туристичним підприємством упродовж останніх років перебуває у центрі уваги українських дослідників. У статті О. Хитрої «Роль тайм-менеджменту в підвищенні ефективності управління туристичним підприємством як суб'єктом індустрії гостинності» авторкою запропонована авторська інтерпретація тайм-менеджменту та обґрунтовано його зв'язок з іншими складовими самоменеджменту, менеджменту гостинності і загальної системи управління туристичним підприємством. Розглянуто специфічні риси туристичного бізнес-середовища, що висувають підвищені вимоги до використання часового ресурсу. Обґрунтована доцільність формування у працівників туристичного підприємства часової компетентності, що забезпечить успішну адаптацію людського чинника до просторово-часового континууму, в якому здійснюється купівля-продаж послуг гостинності [31].

Дослідження С. Калініченко, І. Крупіци, О. Байрачної, А. Грібнік присвячено характеристиці засад внутрішнього контролю в системі ефективного управління туристичним підприємством [13].

У дослідженні Е. Тодьєрішко схарактеризовано ґенезу управління туристичним підпри-

ємством на основі моделі просторової маршрутизації [30].

Маркетингові дослідження як інструмент управління туристичним підприємством схарактеризували С. Герчанівська та Б. Луговий [9].

Матеріали праць українських дослідників мають вагомий потенціал для дослідження процесу управління туристичним підприємством як наукової проблеми. Однак, на наш погляд, бракує узагальнювальних досліджень щодо маркетингових аспектів управління туристичним підприємством.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – проаналізувати ступінь розробленості маркетингових аспектів управління туристичним підприємством як наукової проблеми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення мети статті проаналізовано публікаційну активність українських науковців, які досліджували маркетингові аспекти управління туристичним підприємством, і представленість їхніх публікацій у Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського. Функціонал наукової бібліотеки надав змогу здійснити пошук робіт із досліджуваної проблеми серед усіх наявних публікацій у повнотекстовій базі даних за назвою та ключовими словами. Щоб сформувати джерельну базу наукових праць, у яких розглянуто маркетингові аспекти управління туристичним підприємством зроблено вибірку серед статей у наукових виданнях (журналах, збірниках праць), монографіях, дисертаціях за такими словосполученнями як: туристичне підприємство, управління туристичним підприємством, туристичний бізнес.

Аналіз та узагальнення дисертаційних та монографічних досліджень, статей у наукових виданнях на основі застосування тематично-хронологічного критерію уможливило виокремлення двох груп інтерпретаційних праць дослідження проблеми управління туристичним підприємством. Схарактеризуємо виокремлені нами групи праць детальніше.

До першої, умовно виокремленої нами групи, зараховуємо дисертаційні та монографічні роботи українських науковців. На наш погляд, науково значущими є дисертаційні роботи І. Білецької «Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством» (2009) [4] і «Теоретико-методологічні основи та прикладний інструментарій розвитку туристичних підприємств на інноваційних засадах» (2019).

До переваг дисертаційної роботи Є. Бреевої (2019) зараховуємо удосконалення теоретичних положень, розроблення науково-методичних основ і практичних рекомендацій щодо формування соціальної стратегії в системі управління туристичними підприємствами. Розроблено сценарії формування соціальних стратегій туристичних підприємств з урахуванням можливості підвищення їх якості на основі порівняння фактичних і обмежених проявів емоцій працівників туристичних підприємств при спілкуванні зі споживачами туристичних послуг [6].

У низці дисертаційних праць схарактеризовано економічні аспекти управління туристичним підприємством, а саме: К. Компанець «Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій)» (2015) [14], Н. Корнілової «Механізм управління життєвим циклом туристичного підприємства» (2015) [15]; В. Маховки «Формування системи антикризового управління туристичними підприємствами» (2015) [20]; К. Панасюк «Управління розвитком малого підприємства сфери туризму» (2011) [25], Н. Скидоненко «Організаційний механізм взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку туристичних послуг» (2009) [27].

Монографічні дослідження Ф. Поклонського та К. Панасюк присвячено теоретичним та практичним аспектам управління розвитком малого підприємства сфери туризму [26], а І. Білецької – стратегічному управлінню туристичним підприємством [3].

Зауважимо, що лише в окремих дисертаційних роботах науковцями предметом дослідження обрано маркетингові аспекти управління туристичним підприємством. Зокрема Г. Михайліченко схарактеризував інформаційну та збутову логістику в туризмі (2001) [21], В. Ярмолка – маркетингове управління посередницькими туристичними підприємствами (2013) [33]. Монографічне дослідження А. Близнюк (2011) характеризує шляхи розвитку та реструктуризації маркетингового управління туристичним підприємством [5].

До другої, умовно виокремленої нами групи, зараховуємо статті українських науковців у наукових виданнях. Зазначимо, що маркетингове управління підприємством стало предметом наукового осмислення у працях Л. Балабанової, А. Касич, Л. Кустрич, Ю. Митрохіної, І. Поліщук та ін. українських дослідників. Зокрема Л. Курбацька характеризує маркетингове управління підприємством

як «можливість організувати його діяльність на принципах оптимального використання наявного потенціалу та отримання найбільшого прибутку з урахуванням задоволення потреб споживачів, як процес аналізу, розробки та втілення в життя засобів, які розраховані на встановлення, укріплення та підтримку вигідних обмінів з покупцями для досягнення головної мети підприємства – отримання прибутку, росту обсягів збуту, збільшення частки ринку тощо» [17].

На основі проведеного теоретичного аналізу констатуємо, що логістичне управління підприємством в туристичному бізнесі як складник маркетингових аспектів управління туристичним підприємством схарактеризовано у працях Л. Литвинець [18], О. Музиченко-Козловської [23] та ін. Зокрема дослідницею О. Музиченко-Козловською наведено переваги застосування логістичних підходів в управлінні туристичними підприємствами чи територіями; визначено мету впровадження логістичного інструментарію до управління туристичною діяльністю; запропоновано визначення термінів «логістика туризму» та «інформаційна логістика туризму»; з'ясовано мету і завдання логістики туризму на різних рівнях управління, а також функції інформаційної логістики туризму; встановлено ефекти від впровадження і використання логістичних технологій у туристичній індустрії; визначено місце інформаційної логістики в системі управління логістичною системою туристичного підприємства; запропоновано дії для вдосконалення системи управління туристичним підприємством [23].

Спектр досліджень вітчизняних науковців охоплює: технологічні аспекти управління туристичним підприємством (О. Бабчинська, А. Балдинюк) [1]; інноваційну складову системи стратегічного управління підприємством туристичного бізнесу (О. Бондарук, Н. Гладинець) [7; 10] та стратегічний менеджмент як інструмент удосконалення системи управління туристичним підприємством (І. Ілляшенко, Н. Бойко, Т. Колісниченко, О. Панкратов, М. Полюхович, К. Таньков) [12; 29]; обґрунтування теоретичних засад зміни сучасної парадигми управління туристичним підприємством (І. Заря) [11]; контроль у системі ефективного управління туристичним підприємством (С. Калініченко, І. Крупица, О. Байрачна, А. Грібіник, А. Лохматов та ін.) [16; 19]; практичні, технологічні та конкурентно-інноваційні аспекти управління туристичним підприємством (А. Кравченко,

І. Бенца, Я. Москвяк, Л. Скрипник, Н. Корнілова та ін.) [16; 22; 28].

Так, Н. Гладинець розглянуто роль інноваційної складової системи стратегічного управління підприємством туристичного бізнесу, а також досліджено його вплив на формування інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств та зроблено висновок, що інформаційно-технологічна революція сприяла формуванню інноваційного середовища, яке вимагає суттєвої трансформації в сфері послуг туризму, який все більше потребує венчурних інвестицій для здійснення інновацій [10]. Дослідниця Н. Барвінок схарактеризувала особливості та значення управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства [2]. О. Воскресенська, обґрунтовуючи напрями удосконалення системи стратегічного маркетингового управління туристичними підприємствами, акцентує на використанні системного підходу, який надає змогу здійснити аналіз різних за своєю природою та складністю об'єктів з єдиної точки зору [8].

Упродовж останніх років у наукових пошуках дослідників домівною стала тенденція дослідження цифровізації туризму. Так питанням автоматизації управління туристичним підприємством як засобу підвищення ефективності його діяльності присвячено

дослідження М. Опалько та Т. Приймак [24]. Прикладні аспекти використання інтернет-технологій в управлінні туристичним підприємством схарактеризовано К. Шеєнковою та Т. Дупляк [32].

Висновки. На основі теоретичного аналізу інтерпретаційних робіт дослідження маркетингових аспектів управління туристичним підприємством виокремлено дві групи праць й проаналізовано хронологічно-тематичний перелік робіт кожної групи. Перша група праць – дисертаційні та монографічні роботи – охоплює інформаційну та збутову логістику в туризмі, маркетингове управління посередницькими туристичними підприємствами, шляхи розвитку та реструктуризації маркетингового управління туристичним підприємством. У другій групі наукових праць – статтях у наукових виданнях – схарактеризовано логістичне управління підприємством в туристичному бізнесі як складник маркетингових аспектів управління туристичним підприємством; методологічні, теоретичні, технологічні, інноваційні та практичні аспекти управління туристичним підприємством.

Подальших досліджень потребує аналіз маркетингових стратегій, лідерства та інновацій в туризмі для розвитку ринку туристичних послуг та повоєнного відновлення України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабчинська О. І., Балдинюк А. Г. Удосконалення технології управління туристичним підприємством в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_18
2. Барвінок Н. В. Особливості та значення управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства. *Економічні горизонти*. 2022. № 3(21). С. 21–31. DOI: <https://doi.org/10.31499/2616-5236>
3. Білецька І. М. Стратегічне управління туристичним підприємством : монографія; Терноп. нац. екон. ун-т. Івано-Франківськ : Вид. Третяк І. Я., 2010. 224 с.
4. Білецька І. М. Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04; Таврійський національний ун-т ім. В. І. Вернадського. Сімф., 2009. 20 с.
5. Близнюк А. С. Маркетингове управління туристичним підприємством: шляхи розвитку та реструктуризації : монографія. Київ : Фенікс, 2011. 162 с.
6. Бреева Є. М. Формування соціальної стратегії в системі управління туристичними підприємствами: автореф. дис. ... к. е. н. : 08.00.04: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2019. 20 с.
7. Боднарук О. В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. № 37. С. 97–104. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943>
8. Воскресенська О. Є. Удосконалення системи стратегічного маркетингового управління туристичними підприємствами. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр.* 2015. Вип. 2. С. 76–86.
9. Герчанівська С. В., Луговий Б. В. Маркетингові дослідження як інструмент управління туристичним підприємством. *Агросвіт*. 2023. № 1. С. 37–43.
10. Гладинець Н. І. Роль інноваційної складової системи стратегічного управління підприємством туристичного бізнесу. *Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр.* 2018. № 10. С. 58–53.

11. Заря І. В. Теоретичні засади зміни сучасної парадигми управління туристичним підприємством. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 25. С. 87–94.
12. Ілляшенко І. О., Бойко Н. О., Колісниченко Т. О., Панкратов О. М., Полухович М. Стратегічний менеджмент як інструмент удосконалення системи управління туристичним підприємством. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2021. № 25. С. 66–73.
13. Калініченко С. М., Крупіца І. В., Байрачна О. К., Грібнік А. В. Засади внутрішнього контролю в системі ефективного управління туристичним підприємством. *Economic synergy*. 2022. Iss. 12. С. 111–121.
14. Компанець К. А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій): автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 19 с.
15. Корнілова Н. В. Механізм управління життєвим циклом туристичного підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 20 с.
16. Кравченко А. В., Бенца І. І. Система управління туристичним підприємством. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 21(2). С. 44–48.
17. Курбацька Л. М. Маркетинг в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3389>
18. Литвінець Л. Ф. Логістичне управління підприємством в туристичному бізнесі. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. № 51. С. 23–28.
19. Лохматов А. С. Відмінності контролю в системі управління туристичним підприємством. *Відповідальна економіка*. 2012. Вип. 4. С. 164–165.
20. Маховка В. М. Формування системи антикризового управління туристичними підприємствами: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 19 с.
21. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02. Київ, 2001. 19 с.
22. Москвяк Я. Є. Управління туристичним підприємством: конкурентно-інноваційний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 5(2). С. 46–50.
23. Музиченко-Козловська О. В. Інформаційна логістика в туризмі: сутність поняття, мета і завдання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811. С. 247–252
24. Опалько М. С., Приймак Т. Ю. Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 585–588.
25. Панасюк К. А. Управління розвитком малого підприємства сфери туризму: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2011. 19 с.
26. Поклонський Ф. Ю., Панасюк К. А. Теоретичні та практичні аспекти управління розвитком малого підприємства сфери туризму : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. 207 с.
27. Скидоненко Н. В. Організаційний механізм взаємодії авіакомпаній з суб'єктами ринку туристичних послуг: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ, 2009. 20 с.
28. Скрипник Л. В., Корнілова Н. В. Удосконалення технології управління туристичним підприємством (на прикладі туристичних компаній Черкащини). *Бізнес Інформ*. 2012. № 12. С. 142–144.
29. Таньков К. Методологічні аспекти побудови економічного механізму стратегічного управління туристичним підприємством. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 36(1.2). С. 122–128.
30. Тодьєрішко Е. В. Генеза управління туристичним підприємством на основі моделі просторової маршрутизації. *Ефективна економіка*. 2023. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_2_54
31. Хитра О. В. Роль тайм-менеджменту в підвищенні ефективності управління туристичним підприємством як суб'єктом індустрії гостинності. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки*. 2022. Вип. 2. С. 40–53.
32. Шеєнкова К. А., Дупляк Т. П. Прикладні аспекти використання інтернет-технологій в управлінні туристичним підприємством. *Економічний простір*. 2015. № 99. С. 222–232.
33. Ярмолка В. М. Маркетингове управління посередницькими туристичними підприємствами: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2013. 19 с.

REFERENCES:

1. Babchynska, O. I., Baldyniuk, A. H. (2011). Udoskonalennia tekhnolohii upravlinnia turystychnym pidpriemstvom v umovakh hlobalizatsii [Improving the technology of tourism enterprise management in the context of globalisation]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_18 (in Ukrainian)

2. Barvinok, N. V. (2022). Osoblyvosti ta zachennia upravlinnia marketynhovoii diialnistiu turystychnoho pidpriemstva [Features and importance of managing the marketing activities of a tourism enterprise]. *Ekonomichni horyzonty*, vol. 3(21), pp. 21–31. DOI: <https://doi.org/10.31499/2616-5236>
3. Biletska, I. M. (2010). Stratehichne upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Strategic management of a tourism enterprise]: monohrafiia; Ternop. nats. ekon. un-t. Ivano-Frankivsk : Vyd. Tretiak I. Ya. (in Ukrainian)
4. Biletska, I. M. (2009). Formuvannia ekonomichnoi modeli stratehichnogo upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Formation of an economic model of strategic management of a tourism enterprise]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Simferopol. (in Ukrainian)
5. Blyzniuk, A.S. (2011). Marketynhove upravlinnia turystychnym pidpriemstvom: shliakhy rozvytku ta restrukturyzatsii [Marketing management of a tourism enterprise: ways of development and restructuring] : monohrafiia. K.: Feniks. (in Ukrainian)
6. Briieva, Ye. M. (2019). Formuvannia sotsialnoi stratehii v systemi upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy [Formation of a social strategy in the management system of tourism enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kherson. (in Ukrainian)
7. Bodnaruk O. (2019). Vykorystannia innovatsiinykh marketynhovykh tekhnolohii v turystychnii industrii [The use of innovative marketing technologies in the tourism industry]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnogo universytetu. Seriia «Ekonomichni nauky»*, vol. 37, pp. 97–104 DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943> (in Ukrainian).
8. Voskresenska, O. Ye. (2015). Udoskonalennia systemy stratehichnogo marketynhovooho upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy [Improving the system of strategic marketing management of tourism enterprises]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky: zb. nauk. pr. 2. P. 76–86.* (in Ukrainian)
9. Herchanivska, S. V., Luhovi, B.V. (2023). Marketynhovi doslidzhennia yak instrument upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Marketing research as a tool for managing a tourism enterprise]. *Ahrosvit*, vol. 1, pp. 37–43. (in Ukrainian)
10. Hladynets, N. I. (2018). Rol innovatsiinoi skladovoi systemy stratehichnogo upravlinnia pidpriemstvom turystychnoho biznesu [The role of the innovative component of the strategic management system of the tourism business enterprise]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. pr.*, vol. 10, pp. 58–53. (in Ukrainian)
11. Zaria, I. V. (2013). Teoretychni zasady zminy suchasnoi paradyhmy upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Theoretical foundations of changing the modern paradigm of tourism enterprise management]. *Heohrafiia ta turyzm*, vol. 25, pp. 87–94. (in Ukrainian)
12. Illiashenko, I. O., Boiko, N. O., Kolisnychenko, T. O., Pankratov, O. M., Poliukhovych M. (2021). Stratehichni menedzhment yak instrument udoskonalennia systemy upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Strategic management as a tool for improving the management system of a tourism enterprise]. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, vol. 25, pp. 66–73. (in Ukrainian)
13. Kalinichenko, S. M., Krupitsa, I. V., Bairachna, O. K., Hribnyk, A. V. (2022). Zasady vnutrishnoho kontroliu v systemi efektyvnoho upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Principles of internal control in the system of effective management of a tourism enterprise]. *Economic synergy*. Iss. 1–2, pp. 111–121. (in Ukrainian)
14. Kompanets, K. A. (2015). Orhanizatsiino-ekonomichne obgruntuvannia pryntsyviv ta metodiv upravlinnia pidpriemstvom (na prykladi turystychnykh orhanizatsii) [Organisational and economic substantiation of the principles and methods of enterprise management (on the example of tourism organisations)]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. (in Ukrainian)
15. Kornilova, N. V. (2015). Mekhanizm upravlinnia zhyttievym tsyklom turystychnoho pidpriemstva [Mechanism for managing the life cycle of a tourism enterprise]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv (in Ukrainian).
16. Kravchenko, A. V., Bentsa, I.I. (2018). Systema upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Management system of a tourism enterprise]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*, vol. 21(2), pp. 44–48. (in Ukrainian)
17. Kurbatska, L. M. (2013). Marketynh v systemi upravlinnia pidpriemstvom [Marketing in the enterprise management system]. *Efektivna ekonomika*, № 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3389> (in Ukrainian)
18. Lytvynets, L. F. (2013). Lohistychno upravlinnia pidpriemstvom v turystychnomu biznesi [Logistics management of an enterprise in the tourism business]. *Naukovi pratsi Natsionalnogo universytetu kharchovykh tekhnolohii*, no. 51, pp. 23–28. (in Ukrainian)
19. Lokhmatov, A. S. (2012). Vidminnosti kontroliu v systemi upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Differences in control in the management system of a tourism enterprise]. *Vidpovidalna ekonomika*, vol. 4, pp. 164–165. (in Ukrainian)

20. Makhovk, V. M. (2015). Formuvannia systemy antykrizovoho upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy [Formation of a crisis management system for tourism enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. (in Ukrainian)
21. Mykhailichenko, H. I. (2001). Informatsiina ta zbutova lohistyka v turyzmi [Information and sales logistics in tourism]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. (in Ukrainian)
22. Moskviak, Ya. Ye. (2016). Upravlinnia turystychnym pidpriemstvom: konkurentno-innovatsiinyi aspekt [Management of a tourism enterprise: competitive and innovative aspect]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 5(2), pp. 46–50. (in Ukrainian)
23. Muzychenko-Kozlovska, O. V. (2014). Informatsiina lohistyka v turyzmi: sutnist poniattia, meta i zavdannia [Information logistics in tourism: the essence of the concept, purpose and objectives]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*, no. 811, pp. 247–252. (in Ukrainian)
24. Opalko M. S., Pryimak T. Iu. (2016). Avtomatyziatsiia upravlinnia turystychnym pidpriemstvom yak zasib pidvyshchennia efektyvnosti yoho diialnosti [Automation of tourism enterprise management as a means of improving the efficiency of its operations]. *Molodyi vchenyi*, no. 5, pp. 585–588. (in Ukrainian)
25. Panasiuk, K. A. (2011) Upravlinnia rozvytkom maloho pidpriemstva sfery turyzmu [Managing the development of a small tourism enterprise]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Donetsk. (in Ukrainian)
26. Poklonskyi, F. Yu., Panasiuk, K.A. (2013). Teoretychni ta praktychni aspekty upravlinnia rozvytkom maloho pidpriemstva sfery turyzmu [Theoretical and practical aspects of managing the development of a small tourism enterprise] : monohrafiia. Donetsk: DonNUET. (in Ukrainian)
27. Skydonenko, N. V. (2009). Orhanizatsiinyi mekhanizm vzaiemodii aviakompanii z subiektamy rynku turystychnykh posluh [Organisational mechanism for the interaction of airlines with the tourism services market players]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. (in Ukrainian)
28. Skrypnyk, L. V., Kornilova, N. V. (2012). Udoskonalennia tekhnolohii upravlinnia turystychnym pidpriemstvom (na prykladi turystychnykh kompanii Cherkashchyny) [Improving the technology of tourism enterprise management (on the example of tourism companies in Cherkasy region)]. *Biznes Inform*, № 12, pp. 142–144. (in Ukrainian)
29. Tankov, K. (2014). Metodolohichni aspekty pobudovy ekonomichnoho mekhanizmu stratehichnoho upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Methodological aspects of building an economic mechanism for strategic management of a tourism enterprise]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii : Ekonomichni nauky*, vyp. 36(1.2), pp. 122–128. (in Ukrainian)
30. Todierishko, E. V. (2023). Geneza upravlinnia turystychnym pidpriemstvom na osnovi modeli prostorovoi marshrutyzatsii [Genesis of tourism enterprise management based on the spatial routing model]. *Efektivna ekonomika*. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_2_54 (in Ukrainian)
31. Khytra, O. V. (2022). Rol taim-menedzhmentu v pidvyshchenni efektyvnosti upravlinnia turystychnym pidpriemstvom yak subiektom industrii hostynnosti [The role of time management in improving the efficiency of management of a tourism enterprise as a subject of the hospitality industry]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi akademii upravlinnia personalom. Ekonomichni nauky*, vyp. 2, pp. 40–53. (in Ukrainian).
32. Sheienkova, K. A., Dupliak, T. P. (2015). Prykladni aspekty vykorystannia internet-tekhnolohii v upravlinni turystychnym pidpriemstvom [Applied aspects of using Internet technologies in the management of a tourism enterprise]. *Ekonomichnyi prostir*, № 99, pp. 222–232. (in Ukrainian)
33. Iarmolka, V. M. (2013). Marketynhove upravlinnia poserednytskymy turystychnymy pidpriemstvamy [Marketing management of intermediary tourism enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. (in Ukrainian).