

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.49

СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОЇ СФЕРИ ТУРИЗМУ MODERN TRANSFORMATIONS OF WORLD TOURIST SPHERE

Бєлікова М.В.

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Прусс В.Л.

старший викладач кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Глобальна трансформація світової туристичної сфери впродовж 2015–2017 рр. призвела до збільшення загальної кількості міжнародних потоків; розширення номенклатури додаткових і супутніх послуг підприємствами туристичної інфраструктури; збільшення завантаженості номерного фонду завдяки єдиній системі бронювання послуг у готельних мережах; підвищення якості обслуговування на підприємствах туристичної інфраструктури через зростання конкуренції та очікувань вишуканих іноземних гостей; зростання кількості підприємств готельного та ресторанного господарства у прямій відповідності з активізацією ділової активності і розвитком туризму; зростання відсотку самодіяльних туристів, які користувалися Інтернет-послугами, шляхом придбання квитків транспортних компаній, бронювання номерів у готелях, резервування столиків у ресторанах, переходу туристів до використання мобільних додатків; зростання розрахунків туристів банківськими картками замість готівки.

Ключові слова: туризм, туристичні напрямки, туристичні послуги, готелі, ресторани, музеї.

Глобальная трансформация мировой туристической сферы в течение 2015–2017 гг. привела к увеличению общего количества международных потоков; расширению номенклатуры дополнительных и сопутствующих услуг предприятиями туристической инфраструктуры; увеличению загруженности номерного фонда благодаря единой системе бронирования услуг в гостиничных сетях; повышению качества обслуживания на предприятиях туристической инфраструктуры из-за роста конкуренции и ожиданий изысканных иностранных гостей; росту количества предприятий гостиничного и ресторанного хозяйства в прямом соответствии с активизацией деловой активности и развитием туризма; росту процента самодельных туристов, которые пользовались Интернет-услугами, путем приобретения билетов транспортными компаниями, бронирования номеров в отелях, резервирования столиков в ресторанах; перехода туристов к использованию мобильных приложений; росту расчетов туристов банковскими карточками вместо наличных денег.

Ключевые слова: туризм, туристические направления, туристические услуги, гостиницы, рестораны, музеи.

The global transformation of the global tourism industry during 2015–2017 led to increasing the total number of international flows; expanding of the range of additional and related services by enterprises of the tourist infrastructure; increasing the number of rooms with a unified reservation system for hotel networks; improving the quality of service at the enterprises of the tourist infrastructure due to increased the competition and expectations of sophisticated foreign guests; growing the number of hotel and restaurant enterprises in direct accordance with the intensification of business activity and the development of tourism; increasing the percentage of amateur tourists who used Internet services by purchasing tickets of transport companies, booking hotel rooms, and reserving tables in restaurants; proceeding of tourists to the use of mobile applications; growing of settlement of tourists by bank cards instead of cash.

Key words: tourism, tourist destinations, tourist services, hotels, restaurants, museums.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. За даними річного звіту ЮНВТО, у 2017 р. туристична галузь становила 10% світового ВВП, 7% світової торгівлі та забезпечувала одне з кожних 10 робочих місць. Як світова категорія експорту туризм посідає третє місце після хімічної промисловості та виробництва палива і передує автомобільній індустрії та харчовій промисловості. Міжнародний туризм (що включає прибуток від туристичних напрямів і пасажирського транспорту) становить 30% світових послуг, а також 7% від загального обсягу експорту товарів і послуг. Сучасні трансформації світової сфери туризму відбуваються прискореними темпами в контексті глобалізації, тому дослідження даної проблематики є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідження проблематики сучасних трансформацій у туризмі проводилися в контексті організації туризму [1–3], сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму за регіонами світу [4], теоретичних та емпіричних досліджень підприємств туристичної інфраструктури: готелів [5], ресторанів [6], музеїв [7] та ін.

М.В. Біржаков вивчав туризм як феномен ХХ–ХХІ ст., роблячи акцент на тому, що дестинації зацікавлені вигідно продати туристські ресурси іноземним та вітчизняним туристам [2, с. 67–68]. Згідно з компонентною структурою туристичної індустрії Н.В. Чорненко, індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні турпродукту, здатному задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля, у подорожах, відпочинку та оздоровленні шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення [8, с. 5].

В.Ф. Кифяк доводив, що термін «індустрія» не може використовуватися щодо туризму, оскільки індустрія – це промисловість, і називав туризм бізнесом [3].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз сучасних трансформацій світової туристичної сфери – туристичних напрямків та грошових надходжень від експорту туризму, тенденцій розвитку готелів, ресторанів, музейних закладів за 2015–2017 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних умовах глобалізації економіки туристична сфера перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, які змушують туристичні підприємства шукати нові стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах. Сфера туризму складається з туроператорів і турагентств, за допомогою яких організуються подорожі, засобів розміщення та громадського харчування, що забезпечують туристу нічліг та їжу. Транспортні засоби надають можливість переміщатися та досягати пунктів призначення, а послуги екскурсійних бюро є інструментами в отриманні задоволення від екскурсій, відпочинку, розваг.

Сьогодні у світі відкриваються нові туристичні напрямки та зростають інвестиції в туризм, перетворюючи туристичну сферу на ключ рішення соціально-економічних завдань шляхом створення робочих місць, організації підприємств, експортних надходжень та поліпшення інфраструктури. Туризм демонструє практично безперервне зростання, незважаючи на випадкові потрясіння. Кількість прибуттів іноземних туристів зросла з 674 млн. у 2000 р. до 1 235 млн. у 2016 р. (на 83%), а міжнародні туристські надходження від подорожей по всьому світу зросли з 495 до 1 220 млрд. дол. (на 147%) [9].

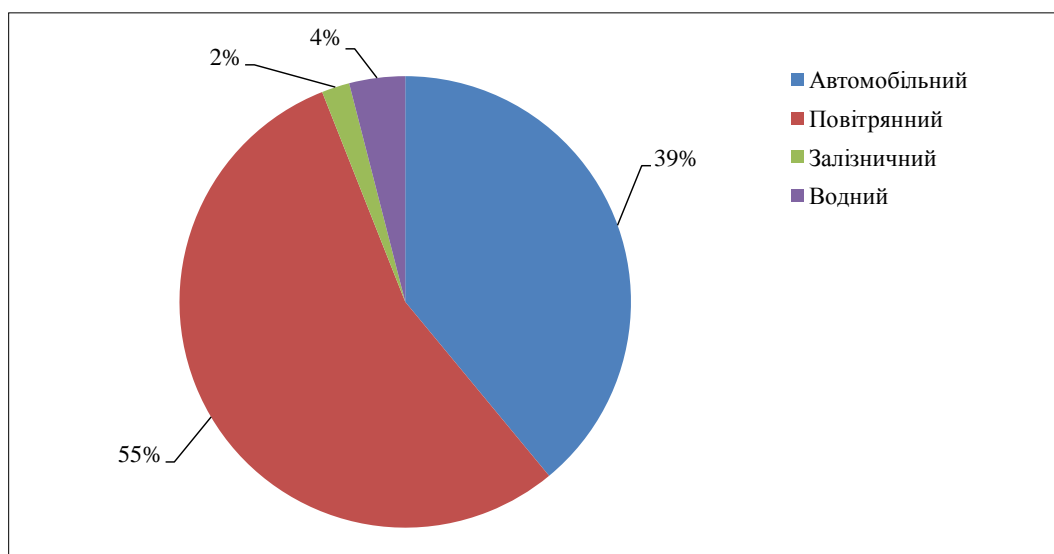


Рис. 1. Розподіл транспортних засобів туристів у 2016 р. [9, с. 1–16]

У 2016 р. 55% від усіх гостей із ночівлею подорожували до пункту їх призначення повітрям і 45% – наземним транспортом: автомобільним (39%), водним (4%), залізничним (2%).

У 2016 р. 53% міжнародних туристів (657 млн.) подорожували на вихідні та святкові дні, відпочинку та ін. 13% усіх міжнародних туристів повідомили про мету подорожі – для бізнесу та з професійною метою, ще 27% подорожували з інших причин, таких як відвідування друзів і родичів, релігійних причин і паломництва, лікування та ін. Мета решти 7% візитів не була вказана [9, с. 1–16].

Туризм є основною категорією міжнародної торгівлі послугами. Крім прибутку, заробленого в туристичних напрямках, міжнародний туризм також сприяв експорту 216 млрд. дол. через послуги міжнародного пасажирського транспорту, надані нерезидентам у 2016 р., загальна вартість експорту туризму становить 1,4 трлн. дол., або 4 млрд. дол. в день у середньому.

У макроекономічному плані витрати туристів вважаються експортом для країни при-

значення та імпортом для країни проживання відвідувача. Міжнародний туризм спричинив експорт 216 млрд. дол. шляхом міжнародних пасажирських перевезень, наданих нерезидентам у 2016 р. на додаток до 1 220 млрд. дол. прибутку в туризмі у напрямках; вартість експорту туризму становила до 1,4 трлн. дол., або в середньому 4 млрд. дол. на день [9, с. 1–16].

Статистичні дані, систематизовані ЮНВТО в річному звіті за 2017 р., засвідчують сталу світову тенденцію до зростання кількості туристів, які виїжджають за кордон, число яких становило 1,22 млрд. у 2016 р. та 1,3 млрд. у 2017 р. (на 7% більше). У 2016 р. найвищі темпи зростання кількості потоків іноземних туристів спостерігалися до Африки, Азії та Тихоокеанського регіону, тоді як у 2015 та 2017 рр. рейтинг найпопулярніших пунктів прибуття серед іноземців очолювали Франція, США, Іспанія, Китай, Італія (табл. 1) [9, с. 1–16; 10, с. 1–11].

У 2017 р. Китай та США заробили 326 млрд. євро від міжнародного туризму, про-

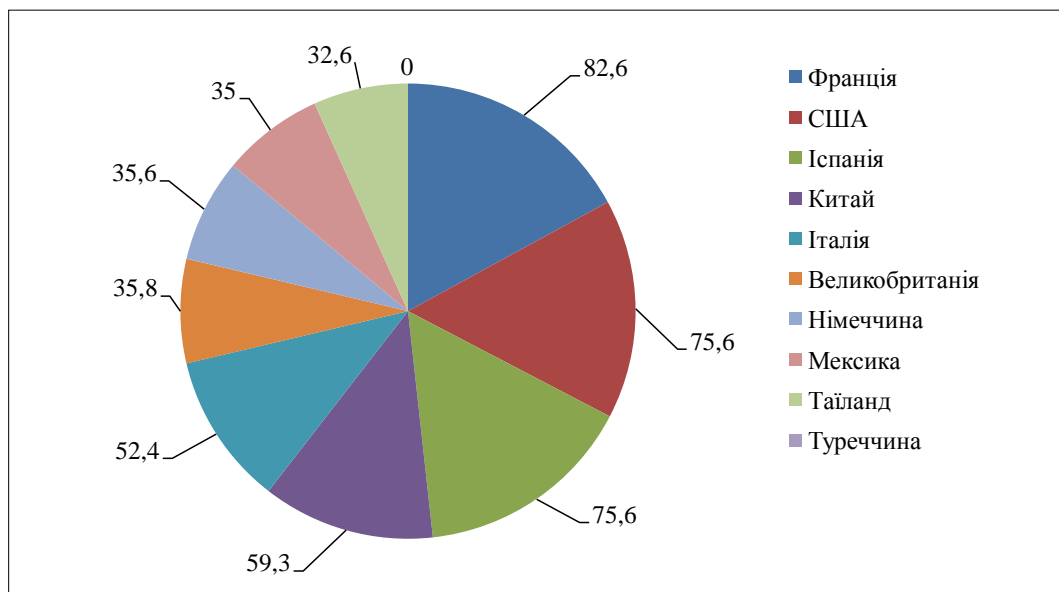


Рис. 2. Найпопулярніші туристичні напрямки у світі, 2017 р. [10, с. 11]

Таблиця 1

Рейтинг найпопулярніших пунктів прибуття [9; 10]

№	Міжнародні туристичні прибуття	Млн. осіб
1	Франція	82,6
2	США	75,6
3	Іспанія	75,6
4	Китай	59,3
5	Італія	52,4
6	Великобританія	35,8
7	Німеччина	35,6
8	Мексика	35,0
9	Таїланд	32,6
10	Туреччина	Дані не вказані

довжуючи лідирувати серед країн світу за отриманим прибутком. Іспанія займала друге місце у світі з прибутком у 60 млрд. дол. і третє – за кількістю міжнародних прибуттів у 76 млн., практично рівних США. Китай залишився на четвертій позиції з погляду обох надходжень (44 млрд. дол.) і прибуттів (59 млн.). Франція піднялася на п'яте місце за туристичним прибутком у 42 млрд. дол. і залишається найпопулярнішим пунктом призначення в міжнародному масштабі – 83 млн. Італія посіла шосту позицію за прибутком (40 млрд. дол.) і досі залишається п'ятою за кількістю прибуттів (52 млн.). Сполучене Королівство Великобританія піднялося на два пункти, до шостої позиції, за прибуттями, але перемістилося на чотири пункти нижче за прибутком, до сьомої позиції, частково внаслідок знецінення британського фунта, що призвело до зниження прибутку в розрахунку на долари США. Німеччина залишилася восьмою за прибутком і сьомою за прибуттями, а Гонконг (Китай) залишився на дев'ятій позиції за прибутком і 13-й – за прибуттями. Австралія знову потрапила до списку лідерів за надходженнями, знаходячись на 10-му місці, перемістившись із 42-го на 40-е місце за прильотами. Мексика піднялася на восьму позицію за прибуттями і на дві вгору, до 14-ї, – за прибутком. Туреччина завершила Топ-10 за прибуттями, перемістившись вниз на чотири місця, що пов'язано з інцидентом у сфері безпеки та невдалим переворотом 2016 р. За грошовими надходженнями Туреччина перемістилася на п'ять позицій нижче, до 17-го місця (табл. 2) [10, с. 1–11].

У загальній чисельності громадян, які виїжджають за кордон, лише близько 10% туристів скористалися послугами туристичних агентств, тоді як переважна більшість туристів самостійно за допомогою Інтернету формувала та оплачувала тури. Під час планування подорожі туристи переглядали сайти та віртуальні тури пам'яток, розважальних комплексів та музеїв, міст, куди вони бажають реально потрапити. Нормою для туристів стало онлайн-бронювання квитків

на авіа-, залізничний та інші види транспорту; резервування місць у засобах розміщення; використання мобільних додатків під час користування Інтернет-послугами.

За даними worldometers.info, на січень 2016 р. 45% населення світу були користувачами Інтернету, з них 68% (2,5 млрд.) були зареєстровані в соцмережах. Сьогодні соцмережі та блог-сервіси більш популярні, ніж електронна пошта та офіційні сайти. Онлайн-рекомендаціям довіряють 78% споживачів, тоді як рекламі виробників – 14%. Туристи використовують соцмережі для отримання консультацій щодо подорожі, під час поїздки і після неї. Плануючи поїздку, після «консультації» більше третини змінюють вибір готелю, 15% – авіакомпанії, а 12% – країну призначення. Сьогодні відбувається перехід користувачів до мобільних додатків [11, с. 129–132].

За даними 2015 р. на послуги розміщення туристи витратили 20,7% витрат, на квитки для подорожей – 20,3%, на харчування – 19,9%, на музейні послуги – 3,6% та ін. [12, с. 18–22] (рис. 3).

Зі зростанням ділової активності, розвитком туризму, міграцією населення, рівнем доходів населення зростає кількість готельних підприємств у світі. У Чехії на один готель припадає 2,3 тис. жителів, Естонії – 3,4 тис., Болгарії – 3,9 тис., Україні – 27 тис., що в кілька разів більше порівняно з іншими країнами Європи [13, с. 145–156].

Дослідження сучасних світових тенденцій розвитку підприємств готельного господарства показало, що структура доходів готелів змінюється не на користь послуг розміщення – лише 41,8% усіх доходів готелів отримують від основної діяльності – плати за проживання, 13,4% – від надання додаткових послуг, 46,4% – від іншої діяльності (надання приміщень в оренду тощо) [13, с. 145–156].

Проблеми трансформації готельно-ресторанних комплексів у підприємства з міжнародними стандартами обслуговування, конкуруючими на ринку національних та міжнародних

Таблиця 2
Топ-10 країн із найбільшим світовим прибутком від туристичних напрямків [9, с. 1–16]

№	Країна	2016, млн. дол.	Зміни за 2015–2016 рр., %	2017 р., млрд. євро	Зміни за 2016–2017 рр., %
1	США	205,9	0,3	120	–
2	Іспанія	60,3	6,9	20	+12
3	Таїланд	49,9	11		–
4	Китай	44,4	–1,2	228	–
5	Франція	42,5	–5,3	37	+1
6	Італія	40,2	2,0	24	+6
7	Великобританія	39,6	–12,9	56	+3
8	Німеччина	37,4	1,4	74	+3
9	Гонконг (Китай)	32,9	–9,1	–	–
10	Австралія	32,4	12,3	–	–

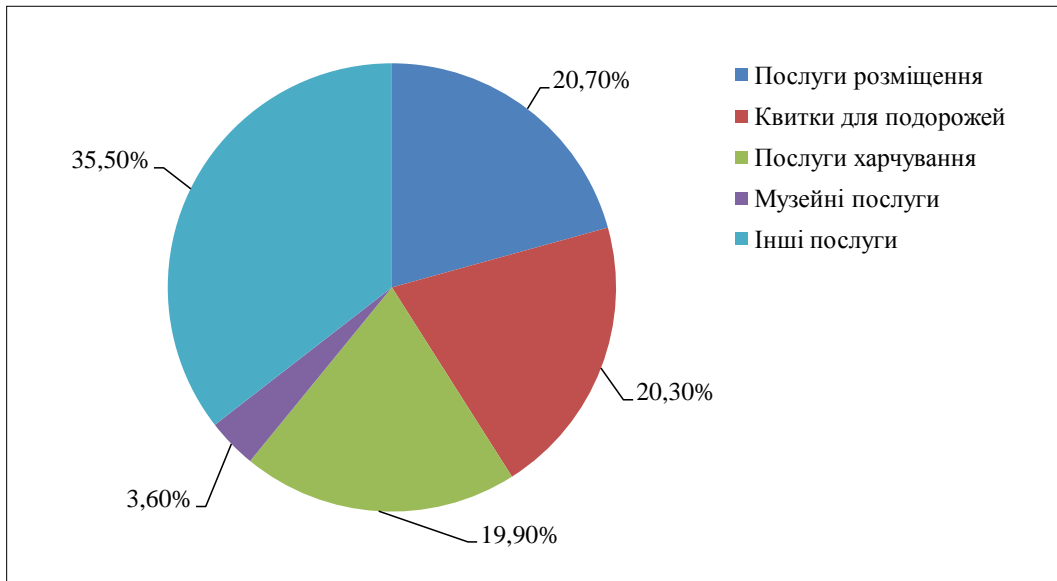


Рис. 3. Структура витрат туристів у світі в 2015 р.

готельних послуг, пов'язані з підвищенням ефективності управління. Підприємства готельного господарства шукають інструменти та стратегії управління для підвищення прибутковості.

Основні тенденції діяльності підприємств готельного господарства формуються під впливом глобальних, національних та регіональних чинників соціального та економічного характеру і ґрунтуються на зростанні туристичних потоків, розширенні транснаціональних готельних мереж та об'єднань підприємств, упровадженні єдиних стандартів обслуговування, підвищенні конкурентоспроможності інтегрованих готельних структур [13, с. 145–156].

За наявності великої кількості пропозицій на світовому ринку готельних послуг панує жорстка конкуренція. Сьогодні готелі починають використовувати новий метод залучення споживачів – використання енергозберігаючих технологій. Інноваційними рішеннями для забезпечення енергоефективності готельних підприємств під час його проектування є застосування теплових насосів, використання віконних жалюзі та панелей для вироблення електроенергії, системи автоматизованого енергозбереження та контролю мікроклімату приміщень [13, с. 145–156].

Світова готельна індустрія в умовах глобалізації характеризується подальшим зростанням готельного господарства в економіці країн світу, формуванням транснаціональних готельних мереж та об'єднань, диверсифікацією готельного бізнесу. Однією з форм інтеграції є виникнення готельних мереж, асоціацій, формування готельних кластерів, у яких відбувається інтеграція об'єктів, організація єдиної інформаційної системи, інноваційна політика й упровадження нових технологій, виділення землі під будівництво, перегляд транспортних маршру-

тів, розвитку інженерно-технічних мереж та ін. [14, с. 15–16].

Інтеграція готелів сприяє досягненню вагомих економічних переваг: забезпеченню конкурентоздатності суб'єктів готельного бізнесу на основі внутрішньомережевих стандартів якості обслуговування, збільшенню коефіцієнта завантаження номерного фонду через єдину систему бронювання послуг, зниженню операційних витрат, використанню централізованої системи бухгалтерського обліку, проведенню спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів, підготовці персоналу, інвестиційній діяльності [14, с. 16].

Об'єднуючими чинниками створення готельних кластерів виступали: узгодження економічних інтересів підприємств із проведення єдиної цінової політики на ринку готельних послуг; єдина маркетингова політика, спільне планування, впровадження інноваційних технологій, політики обслуговування й постачання, досягнення синергетичної взаємодії від інтеграції елементів системи підприємств готельного господарства.

На основі аналізу світових і вітчизняних тенденцій встановлено, що забезпечення приїжджих послугами розміщення та якісним відпочинком сприяло стійкому економічному розвитку в місцях знаходження, зростанню ефективності використання потенціалу готельних підприємств, підвищенню якості готельного сервісу, вдосконаленню процесу та технологій стратегічного управління готелями [14, с. 11].

Стратегія глобалізації стає ефективним шляхом для незалежних готелів, оскільки надає їм переваги використання глобальних систем резервування. Більшість незалежних готелів діє на локальних ринках, тоді як більшість готелів, що входять до складу ланцюгів, навпаки, активна на глобальному ринку.

У світовому готельному господарстві глобалізація проявляється як процес установалення всесвітньої присутності великих готельних ланцюгів. Основний видимий ефект процесу глобалізації в готельному господарстві – це встановлення єдиних міжнародних стандартів на послуги, введення нових послуг, які спочатку пропонуються тільки в країнах базування, а потім поширюються у світі.

В окремих країнах світу процес інтеграції готелів у мережі здійснюється досить інтенсивними темпами. А в світі у 1986 р. у власності готельних ланцюгів перебувало 60% номерного фонду, то сьогодні – більше 90%. Причиною швидкого розвитку мереж є їх ефективність за такими напрямками, як фінанси, маркетинг, менеджмент, обмін інформацією. У світі створено понад 350 готельних ланцюгів, що вийшли за рамки національних кордонів. На їхню частку припадає понад 8 млн. номерів майже з 14 млн. (більше 60% готельних номерів у світі) [13, с. 145–156].

Частка готелів національних мереж займає лише 1,5% від загальної кількості, а міжнародних – усього 0,5%, у США цей показник становить 70%, у Великобританії – 15%, у Франції – 10%. Недостатній їх розвиток є наслідком зовнішніх і внутрішніх проблем. Національні мережі мають низку переваг порівняно з міжнародними: більше адаптовані до місцевого ринку, обізнані в законодавчій базі країни, краще розуміють місцеві традиції, особливості споживачів, адаптовані та швидко реагують на зміни ринку [13, с. 145–156].

Міжнародна практика свідчить, що об'єднане ведення господарської діяльності в готельному бізнесі економічно ефективніше, ніж управління незалежними готелями. Головну перевагу, яку отримує готель, який входить до мережі, є зниження загальних витрат, що дає змогу готельним мережам підвищити свою конкурентоспроможність та інтенсивно проникати на міжнародні ринки.

Крім того, ресторанам вигідніше входити до структури готельних комплексів: на сайтах готелів подається рекламний матеріал про ресторанні послуги як складник гостинності та сервісу. Основний акцент робиться на обслуговуванні гостей, які розмістилися в готелі, реклама підвищує рівень завантаженості та пропускну здатність.

У світі на один заклад громадського харчування припадає: у Токіо – 26 осіб, у Парижі – 126, у Шанхаї – 300, а в Нью-Йорку – 365, тоді як у Києві – 2,5 тис. осіб, що зумовлено купівельною спроможністю населення і тим, що щорічно такі туристичні центри-столиці, як Париж, відвідують 8,7 млн. іноземних туристів, Лондон – 15 млн., Нью-Йорк – 7,6 млн., а Київ – 5 млн. [15, с. 213–216].

Сьогодні зростає віртуальний ринок ресторанних послуг, у якому ресторани забезпечу-

ють онлайн-замовлення столиків для клієнтів у мережі Інтернет [16, с. 168–180]. Замовлення столиків онлайн та наявність електронної книги скарг та пропозицій поліпшують рівень обслуговування в ресторані, оскільки інформація від клієнтів поступає до директора ресторану та власника для вжиття відповідних заходів. Розширення контенту та актуалізація інформації сайту, а також контекстна реклама в Інтернеті приваблюють потенційних клієнтів [17, с. 271–276]. Для заохочення клієнтів практикуються дисконтні картки, подарунки від закладу до дня народження, дегустації, з'являються послуги сомельє, години фортуни та щасливі години для гостей, гастрономічні шоу, урочиста презентація страв, бар-шоу, риболовля та приготування в присутності гостя, виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг тощо [18, с. 172].

Під час планування свого відпочинку туристам допомагають сайти та соцмережі. Один із найбільших у світі сайт для любителів подорожей – TripAdvisor, де представлено понад 225 млн. відгуків про близько 5 млн. туристичних об'єктів. Серед об'єктів туристи планують відвідування музеїв, останні допомагають заробляти туристичним підприємствам: готелям, ресторанам, турагентствам та ін. До країн, де знаходяться найпопулярніші в світі музеї, приїжджає надзвичайна кількість туристів (табл. 3) [19, с. 88].

Сьогодні світова музейна аудиторія зацікавлена в бронюванні музейних послуг онлайн для заощадження часу. На території музеїв надаються додаткові послуги: харчування в кафе, у сувенірних крамницях можна придбати сувенірні та подарункові товари, друковані матеріали та ін., відповідні музейній тематиці [19, с. 98]. Одним зі зразків світового музейного сервісу, який установаляє і підтримує найвищі міжнародні стандарти якості в музейній сфері, є Лувр. 53% щорічного бюджету Лувру покривається з його власних джерел (продаж вхідних квитків, екскурсійне обслуговування, продаж сувенірів, послуги аудіогідів та харчування, спонсорство, вивіз виставок за кордон, банкомат, надання в оренду площ) [19, с. 89–90]. Саме шляхом надання додаткових послуг та пошуку спонсорів йдуть світові музеї, орієнтовані на туристів [20, с. 205–206].

Інший сегмент ринку туристичних послуг – послуги розважальних комплексів. Діснейленд (Париж, 25 млн. відвідувачів щорічно) заробляє у два з половиною рази більше на рік, аніж десять музеїв Європи разом узятих. За результатами Конкурсу-2017 Travellers' Choice TripAdvisor три з п'яти тематичних парків знаходяться на території США [21]. Океанаріум Georgia (США) – один із найвідвідуваніших у світі (щорічно відвідують близько 2 млн. туристів) [22].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку.

Таблиця 3

Список туристично орієнтованих музеїв

№	Назва музею	Щорічна відвідуваність
1	Лувр	9720260
2	Метрополітен	6115881
3	Британський національний музей	5575946
4	Тейт Модерн	5304710
5	Національна Галерея, Лондон	5163902
6	Музеї Ватикану	5064546
7	Національний палац Тайпеу	4360815
8	Національна галерея мистецтв, Вашингтон	4200000
9	Центр Помпиду	3800000
10	Музей Орсе	3600000

Глобальна трансформація національних економік, національних політичних і соціальних систем, в основі якої лежить розвиток світових ринків товарів, послуг, праці, капіталу, формування цілісного світового господарства на основі розвитку економічних зв'язків між країнами призвела впродовж 2015–2017 рр. у світовій туристичній сфері до збільшення загальної кількості міжнародних потоків; розширення номенклатури додаткових і супутніх послуг підприємствами туристичної інфраструктури; збільшення завантаженості номерного фонду завдяки єдиній системі бронювання послуг у готельних мережах; підвищення якості обслуговування на підприємствах туристичної інф-

раструктури через зростання конкуренції та очікувань вишуканих іноземних гостей; зростання кількості підприємств готельного та ресторанного господарства у прямій відповідності з активізацією ділової активності й розвитком туризму; зростання відсотку самодіяльних туристів, які користувалися Інтернет-послугами, шляхом придбання квитків транспортних компаній, бронювання номерів у готелях, резервування столиків у ресторанах, придбання квитків онлайн до музеїв та розважальних комплексів для запобігання черг до кас/на ресепшенах; переходу туристів до використання мобільних додатків; зростання розрахунків туристів банківськими картками замість готівки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.
2. Биржаков М.В. Введение в туризм. М.; СПб.: Невский Фонд, Герда, 2005. 443 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. Чернівці: Книги – XXI, 2011. 344 с.
4. Гурова Д.Д. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму за регіонами світу. Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації: праці міжнар. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р.). Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 95–97.
5. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації: монографія / за ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 1 електрон. опт. диск.
6. Кукліна Т.С., Каптюх Т.В., Прусс В.Л. Ресторанна справа: технологія та організація послуг: навчальний посібник для викладачів та студентів вищих навчальних закладів. Запоріжжя: Просвіта, 2018. 392 с.
7. Белікова М.В., Зайцева В.М. Основи музеєзнавства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Запоріжжя: ЛІПС ЛТД, 2015. 180 с.
8. Чорненко Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. К.: Атіка, 2006. 264 с.
9. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition, pages 1 – 16. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.
10. European Union Short-Term Tourism Trends. Volume 2. 2018 – 2, pages 1 – 11. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419593>.
11. Редько В.Є., Заболотня Д.І. Соціальні мережі як ефективний інструмент маркетингу в туристичній індустрії. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: праці між нар. наук.-практ. конф. (Черкаси, 24–25 березня 2016 р.) Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2016. С. 129–132.
12. Leva K. The results speak for themselves, so why isn't anyone listening? Nemo 24th Annual Conference. Money Matters: The Economic Value of Museums. Karlsruhe, Germany: Printed by medials, pages 18–22. URL: http://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMOAC2016_EcoVal.pdf.
13. Зайцева В.М. Інтеграція готелів як глобальна стратегія управління розвитком підприємств глобального господарства. Історія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку. Запоріжжя, 2017. С. 145–156.
14. Журавльова С.М. Стратегічне управління підприємствами готельного господарства: автореф. дис. ... канд. економічних наук: 08.00.04. Харків, 2015. 23 с.

15. Кукліна Т.С., Гурова Д.Д. Сучасний стан ресторанної галузі в Запорізькій області. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: праці 6-ї міжнар. наук.-практ. конф. (Черкаси, 26–27 березня 2015 р.). Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2015. Т. 1. С. 213–216.
16. Кукліна Т.С. Аналіз конкурентоспроможності готельно-ресторанних закладів м. Запоріжжя. Історія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку. Запоріжжя, 2017. С. 168–180.
17. Гресь-Євреїнова С.В. Менеджмент готельно-ресторанного комплексу Khortitsa Palace. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 271–276. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/59.pdf>.
18. Кукліна Т.С. Аналіз конкурентоспроможності готельно-ресторанних закладів м. Запоріжжя. Історія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку. Запоріжжя, 2017. С. 168–180.
19. Белікова М.В., Зайцева В.М. Основи музеєзнавства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Запоріжжя: ЛІПС ЛТД, 2015. – 180 с.
20. Белікова М.В. Сучасні тенденції музейного менеджменту України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 201–206. URL: http://global-national.in.ua/archive/17-2017/17_2017.pdf.
21. 25 лучших парков развлечений. URL: <https://www.tripadvisor.ru/TravelersChoice-Attractions>.
22. Чорна Л.В. Розбудова закладів індустрії дозвілля як фактор підвищення аттрактивності туристичних дестинацій та зростання обсягів тур потоків. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: праці 7-ї міжнар. наук.-практ. конф. (Черкаси, 24–25 березня 2016 р.). Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2016. Т. 1. С. 217 – 220.