

50. Chomsky N. *The logical basis for linguistic theory* / N. Chomsky // *Proc. IX-th Int. Cong. Linguists, 1962.* (Русский перевод: Хомский Н. *Логические основы лингвистической теории* / Н. Хомский // *Сб. Новое в лингвистике.* – М.: Прогресс, 1965. – № 4. – С. 465–575). 51. Chomsky N. *Finite state languages* / N. Chomsky, G.A. Miller // *Information and Control* 1, 1958. – P. 91–112. (Русский перевод: Хомский Н. *Языки с конечным числом состояний.* *Кибернетический сборник.* – М.: ИЛ, 1962. – № 4. – С. 231–255). 52. Chomsky N. *Introduction to the formal analysis of natural languages* / N. Chomsky, G.A. Miller // *Handbook of Mathematical Psychology* 2, Ch. 12, Wiley, 1963. – P. 269–322. (Русский перевод: Хомский Н. *Введение в формальный анализ естественных языков* / Н. Хомский, Д. Миллер // *Кибернетический сборник.* – М.: Мир, 1965. – № 1. – С. 229–290). 53. Chomsky N. *The algebraic theory of context-free languages* / N. Chomsky, M.P. Schützenberger // *Computer programming and formal systems, North-Holland, MR152391.* – Amsterdam, 1963. – P. 118–161. (Русский перевод: Хомский Н. *Алгебраическая теория контекстно-свободных языков* / Н. Хомский, М. Шютценберже // *Кибернетический сборник, новая серия.* – М.: Мир, 1966. – № 3. – С. 195–242). 54. *English Verbs (Part 1) – Basic Terms.* – Режим доступа: <http://sites.google.com/site/englishgrammarguide/Home/english-verbs--part-1---basic-terms>.

УДК 004.9

П.І. Жежнич, О.О. Сопрунюк

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра інформаційних систем та мереж

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО МОНІТОРИНГУ ТА АНАЛІЗУ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ

© Жежнич П.І., Сопрунюк О.О., 2012

Розглянуто значення туризму в умовах розвитку інформаційного суспільства, подано визначення туристичної документації та її класифікацію за типами, описано основні підходи до моніторингу та аналізу якості туристичної документації, наголошено на необхідності їх використання для реалізації туристичних продуктів, а також виділено основні компоненти якості документації.

Ключові слова: інформація, якість, туристична документація, прогалина, моніторинг, інтернет-форум.

In this article the role of tourism in conditions of consistent information society improvement has been considered. The definition of the tourism documentation concept and its classification by types are defined. The main approaches to the monitoring and analysis of the tourism documentation quality have been described. The necessity of these approaches application for the tourism products realization is emphasized and the main components of documentation quality are highlighted.

Key words: information, quality, tourism documentation, information gap, monitoring, internet-forum.

Вступ

В умовах інтенсивної глобалізації і значного розвитку інформаційного суспільства спостерігається стрімке зростання кількості туристичних послуг та швидкий розвиток туристичної індустрії. Туризм стає все могутнішим фактором посилення престижу та зростання доходів країни, динамічною формою міжнародної торгівлі послугами, засобом комунікації, саморозвитку, підвищення рівня освіти та загальної культури, розширення ділових контактів, прискорення інноваційних процесів.

Саме тому сьогодні проблема моніторингу та покращення якості туристичних послуг є нагальною для представників туристичного бізнесу.

Постановка проблеми

На сучасному етапі переходу до ринкової економіки туризм є одним із перспективних напрямків як внутрішньо-, так і зовнішньоекономічної діяльності країни та її регіонів. В останні роки туристичні потоки постійно зростають в усіх країнах. Однак в Україні все ж напрями туристичного бізнесу є недостатньо розвинені. Основна причина цього – неналежна інформованість про туристичний продукт, що пов'язано з неспроможністю суб'єктів туристичної діяльності сформувати і відслідкувати велику інформаційну базу.

В результаті загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку вітчизняний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним. Щоб вирішити цю проблему, потрібно створювати якісну туристичну документацію, що є не лише ефективним способом надання інформації, але й запорукою успішної туристичної діяльності [22].

Туристична документація – це інформаційний продукт, від якості якого залежить якість надання туристичних послуг. Тому основним завданням виробника туристичного продукту є створення відповідних умов для введення в обіг такої документації, яка б передусім задовольняла потреби споживачів, відповідала вимогам суспільства, стандартам та технічним умовам. Лише тоді можна говорити про справді безпечну конкурентоспроможність туристичних установ [19, 33, 35].

Сучасний туризм характеризується високою динамічністю, значною кількістю його суб'єктів та стрімким його поширенням. У таких умовах нагальною є проблема оперативного інформування про туристичні об'єкти, зокрема, за допомогою автоматизованих інформаційних систем [25].

Для надання якісних туристичних послуг потрібно здійснювати постійний моніторинг та аналіз якості туристичної документації, що допоможе значно покращити туристичний сервіс. А вже на основі аналізу виявляють відхилення від стандартів якості оформлення і подання інформації та ймовірну причину неякісного туристичного обслуговування [16].

Потрібно розробляти комплексні програми розвитку індустрії туризму для прогнозування його розвитку та планування туристичної діяльності. До організації подорожей та обслуговування туристів потрібно підходити комплексно. Туризм як складне та багатогранне явище треба досліджувати як соціальне явище з точки зору наукового та теоретичного осмислення [29, 40].

Туристичні установи повинні розробляти нові методи та засоби формування туристичних послуг та удосконалювати існуючі на основі дослідження характерних особливостей відповідної туристичної документації з урахуванням соціально-психологічних рис туристів [29].

На сучасному етапі проблема забезпечення якості послуг має універсальний характер. У сфері туризму контроль якості, а також проблеми, пов'язані з наданням якісних послуг, мають вирішальне значення.

Якісна туристична документація є передумовою конкурентоспроможності туристичних установ, зокрема, та туристичного ринку загалом. Потрібно постійно адаптовувати та вдосконалювати методи і засоби управління та контролю якості туристичних продуктів [20, 32].

Тому питання якості туристичної документації сьогодні є надзвичайно актуальним і потребує постійного детального осмислення, оскільки від цього залежить імідж туристичної фірми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

У працях вітчизняних та зарубіжних авторів частково висвітлено дослідження теоретичних і практичних проблем якості послуг у туристичній індустрії, у яких відзначено зростання уваги до розвитку туризму [1, 2, 5, 10, 11, 24, 26, 27, 30, 31]. Місцева влада визначає цей напрям стратегічним для розвитку міст. Однак недостатній рівень використання новітніх інформаційних технологій, низький рівень інформаційно-комунікаційної інфраструктури є певною проблемою вітчизняного туризму.

Туристичні об'єкти потребують якісної документації для надання широкого спектру туристичних послуг. Розробка такого документування забезпечить прискорений розвиток туристичної інфраструктури і привабливість регіонального туризму.

У наукових працях [7, 17, 23, 28, 37] досліджується розвиток інформаційних технологій та можливості їх використання у туризмі.

Однак детальнішого розгляду й оцінки потребують проблеми забезпечення якості туристичних послуг, які можуть бути вирішені за допомогою належно налагодженої інформаційної бази даних.

Сьогодні питання якості документації цікавить багатьох науковців. Зокрема, в публікаціях [8, 12, 13, 38] подано підходи щодо формування систем якості продукції, описано вимоги щодо оформлення різних типів документів та дано тлумачення поняття адекватності документації [6].

У публікації [4] автори описують проблеми, що виникають внаслідок створення і розповсюдження документації неналежної якості. Щоб запобігти цьому, компетентні фахівці розробляють методики створення якісної документації [10, 14, 19].

Однак питання створення якісної туристичної документації ще не зовсім чітко досліджено. Зокрема немає ґрунтовних досліджень причин появи документації неналежної якості, немає чіткої класифікації туристичних документів за типами, не виділено основні прогалини в інформаційному наповненні документації, а також не прослідковано рівень задоволення споживачів документацією на основі їх відгуків на інтернет-форумах, що є важливо в умовах інтенсивного розвитку інформаційного суспільства.

Цілі статті

Неякісна туристична документація є причиною неякісного надання туристичних послуг і як наслідок незадоволення туристів, негативний досвід яких поширюється і послаблює імідж туристичних установ.

Тому потрібно постійно здійснювати моніторинг якості документації, проводити її аналіз та в обов'язковому порядку формувати сучасні вимоги до якості документації, щоб вона була доступною у користуванні, відповідала всім стандартам оформлення та була максимально інформативною.

Мета роботи:

- класифікувати туристичну документацію за основними типами;
- виділити основні компоненти якості документації;
- визначити основні підходи до моніторингу та аналізу якості туристичної документації.

Виклад основного матеріалу

Належну туристичну діяльність можна організувати лише за наявності відповідної туристичної документації, яка включає, зокрема документи (рис. 1) [24]:

- нормативно-правової бази регулювання туристичної діяльності;
- на оформлення взаємин;
- на просування продукту;
- для забезпечення моніторингу якості надання туристичних послуг.

Сьогодні необхідно створювати ефективну систему підвищення якості надання туристичних послуг. Клієнт повинен бути впевнений, що якість послуг, які йому пропонують, відповідає його потребам.

Потрібно формувати універсальні моделі, що визначають основні елементи системи управління якістю послуг і методи ефективного досягнення цілей, які можна використовувати в туристичному бізнесі з урахуванням особливостей конкретного запиту [33, 35].

Відомі правові документи, які регламентують розвиток сфери туризму. Серед документації нормативно-правової бази оформлення туристичної діяльності є нормативно-правові акти та стандарти державного та міждержавного характеру. Серед державних нормативно-правових актів в Україні виділяють закони України, акти Президента України, акти Кабінету Міністрів України, акти центральних органів виконавчої влади [3, 24].

Стандарти стосуються управління документами, що створені або отримані організацією в процесі її діяльності, визначають процеси документування, надають інформацію щодо розробки методики управління документацією в організації та пов'язаних з нею процедур, систем і процесів, а також щодо розробки та впровадження систем документації [18, 34].

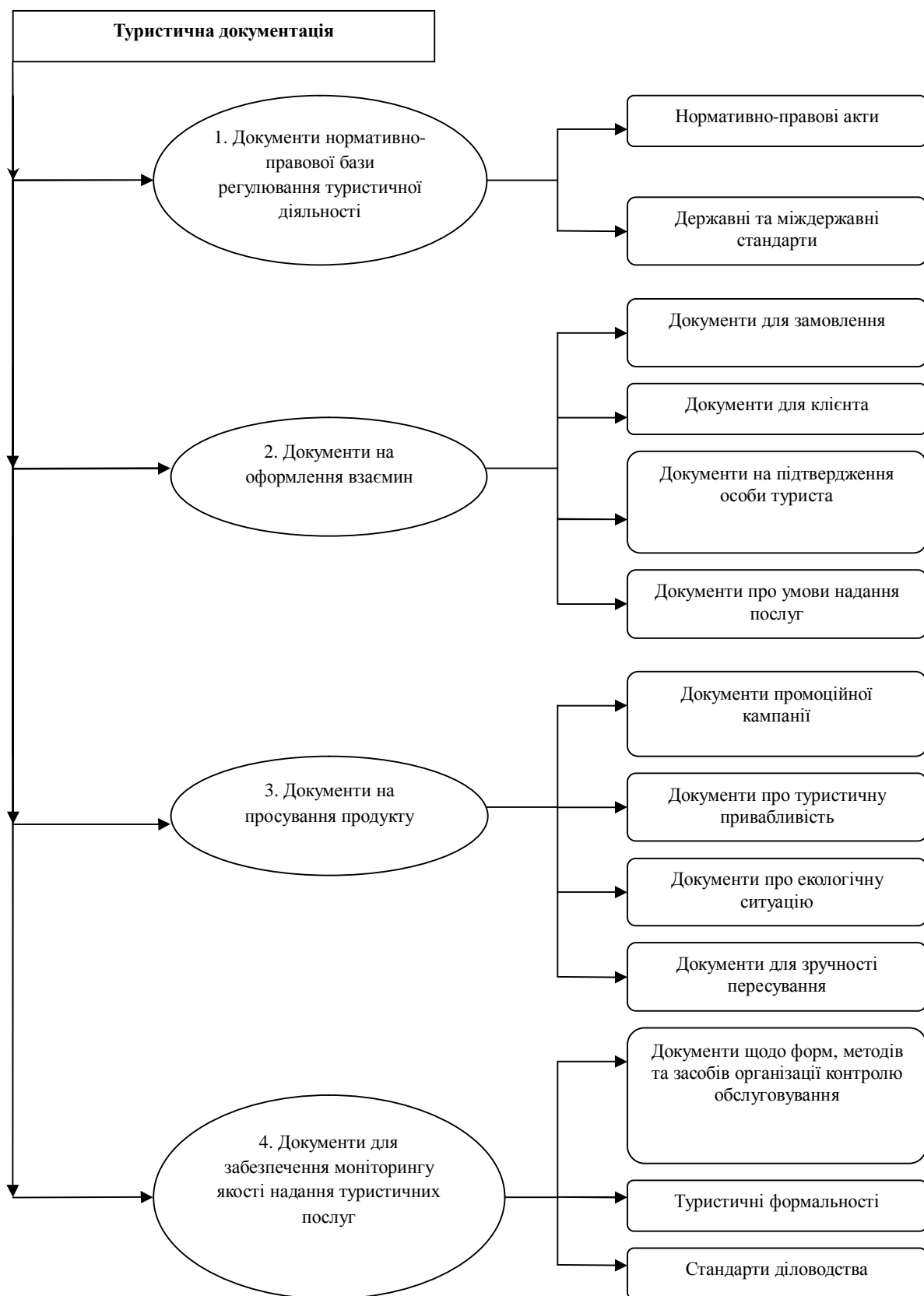


Рис. 1. Класифікація туристичної документації

Документацію оформлення взаємин умовно поділяють на:

- документи для замовлення (наприклад, заявка на бронювання, лист бронювання, підтвердження бронювання, розрахункові чеки тощо);

- документи для клієнта (наприклад, договір, путівка, ваучер, страховий поліс, квиток на транспорт, супровід гіда, віза, медична документація тощо);
- документи на підтвердження особи туриста (наприклад, паспорт, доручення на дітей, медична довідка, документи про несудимість та ін.);
- документи про умови надання послуг (наприклад, технологічна карта туристичної подорожі, графік завантаження туристичного підприємства, інформаційний листок до туристичної путівки, опис екскурсії та ін.) [24].

Туристи часто самі планують та бронюють тури, тому потрібно створювати потужну, масштабну промоційну кампанію, орієнтовану на споживача, з урахуванням рівня доходів, мети поїздки, туристичного досвіду, демографічних даних, купівельного процесу та джерел інформації.

Туристи оцінюють загальну туристичну привабливість міста, історичні та культурні пам'ятки, атмосферу міста, зручність бронювання подорожі, якість життя, зручність пересування по місту, екологічну ситуацію тощо.

Саме тому потрібно інтенсивно покращувати якість документації, спрямованої на промоцію міста, тобто на просування туристичного продукту. Важливими носіями туристичної інформації в цьому контексті є туристичні вказівники, карти, інформаційні знаки, табло, буклети, листівки, логотипи на продукції різного роду, транспортні надписи, туристичні довідники, книги, благодійні акції, купони на знижку, відео- та аудіопродукція [24].

Якісна туристична документація покращує якість туристичного ринку, загалом, та імідж міст зокрема, що значно підвищує рівень конкурентоспроможності туристичного сегменту [3, 24, 34].

Дотримання стандартів діловодства сприяє покращенню документування, зменшення бюрократизму, дозволяє скоротити час виконання операцій формування документації. Належно підготовлений і оформлений документ – це свідчення культури виконавця.

Моніторинг якості туристичної документації

Згідно з національним стандартом України (відповідно до ISO 9000:2005), якість туристичної інформації – це категорія, яка відображає ступінь відповідності власних характеристик та властивостей обумовленим чи передбачуваним потребам та вимогам споживача туристичного продукту.

Тому для розробки і підтримання високого рівня туристичної документації слід здійснювати її постійний моніторинг, який передусім повинен базуватись на відгуках споживачів. Адже саме користувачі можуть відносно неупереджено та правдиво оцінити якість тієї чи іншої послуги і відповідність її документації [32, 36, 38].

Знання моделі поведінки споживача на кожному етапі купівельного процесу допоможе спрогнозувати задоволення туристів туристичною послугою. Оцінка якості споживачем – це своєрідна передача досвіду іншим з певним осмисленням поїздки.

Якість туристичних послуг прямо залежить від якості документації, яка, зокрема, включає (рис. 2):

- якість інформаційного наповнення (текстова інформація повинна бути точною, повною, відповідати всім правилам граматики, орфографії та лексичним нормам);
- якість оформлення (візуальне представлення інформації і структура не повинні відхилятися від норм та правил);
- якість подання інформації (інформація повинна бути подана з урахуванням рівня обізнаності та компетентності потенційного споживача).

Є кілька підходів до моніторингу якості відповідної документації на основі думки споживачів: використання інтернет-форумів, анкетування, фокус-груп, “таємних” покупців, експертних оцінок (рис. 3).

Найбільш ефективним способом є дослідження гарячих тем в інтернет-форумах. Це пов'язано з тим, що в WWW інформація постійно оновлюється і більша ймовірність того, що вона не є застарілою.

Переваги використання інтернет-мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє заощаджувати кошти при міжміських і міжнародних перемовинах, надає інформацію про передові технології, дає змогу обмінюватися думками з колегами.

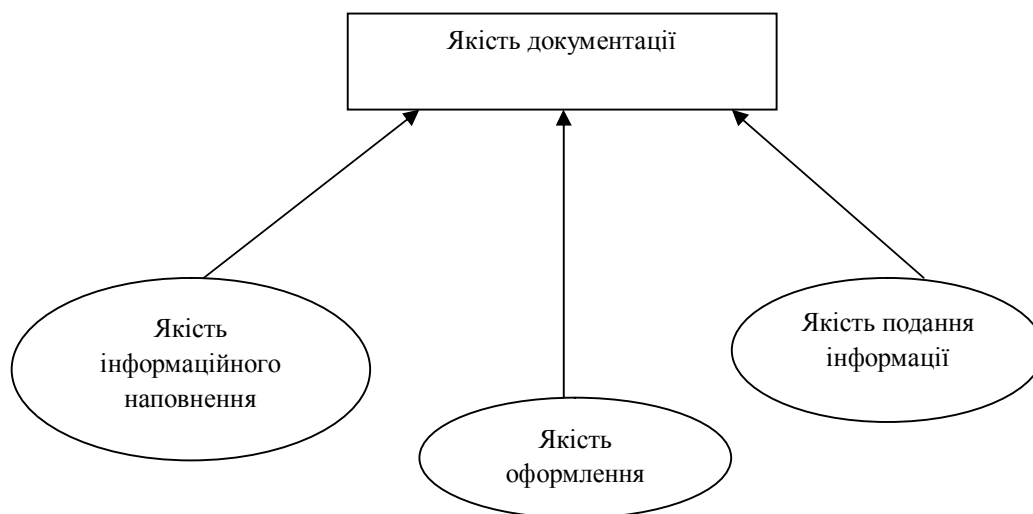


Рис. 2. Компоненти якості документації

Слід також зазначити, що реклама в мережі Internet дешевша за звичайну, а здебільшого ефективніша, оскільки спрямована на цільову аудиторію. Це важливо для виробників туристичних послуг в Україні, які займаються в'їзним міжнародним туризмом, тому що інтернет не тільки економить кошти, але й дозволяє ознайомити іноземних громадян з туристичними програмами про найцікавіші регіони та міста України.

Особливо доцільно застосовувати в туристичних фірмах *анкетування*, щоб відразу ж по “гарячих слідах” прослідкувати рівень задоволення користувачів. Враховуючи скарги, пропозиції та схвалення споживачів, можна визначити рівень їх задоволення якістю надання туристичної послуги.

У вересні 2011 р. комунальна установа “Інститут міста” провела опитування в'їзних туристів, в результаті якого було виявлено необхідність надання адекватної інформації про туристичний продукт, яка би відповідала потребам туриста.

На основі туристичного досвіду можна сформувати відповідну якісну туристичну документацію, а оцінка рівня в'їзного туризму допомагає зрозуміти, які прогалини існують в туризмі, і внаслідок цього можна створити систему покращення якості документації.

Ще одним способом моніторингу якості документації є *створення так званих фокус-груп*, в межах яких під керівництвом модератора здійснюють процес обміну думок щодо якості того чи іншого продукту.

Важливу роль відіграють і *“таємні” покупці*, які здійснюють замовлення, розглядають документацію як і звичайні споживачі, а потім повідомляють про свої негативні чи позитивні враження відповідальним за моніторинг якості.

Не менш важливим для підвищення якості документації є *експертні оцінки*, тобто компетентні оцінки якості обізнаними спеціалістами, що дає можливість оцінити якість надання послуги на професійному рівні з урахуванням усіх специфік та нюансів) [32].

Звичайно, жоден з описаних підходів не є повністю задовільним. Однак в сукупності вони дозволяють створити передумови для покращення якості туристичної документації, що в свою чергу дозволить істотно покращити якість туристичних послуг.

Якісне надання туристичної послуги є неможливим за відсутності високоякісної туристичної документації. Тому важливим елементом якісного туристичного обслуговування є аналіз

інформаційного наповнення туристичної документації з урахуванням сучасних вимог та стандартів оформлення [9, 18, 27, 34].

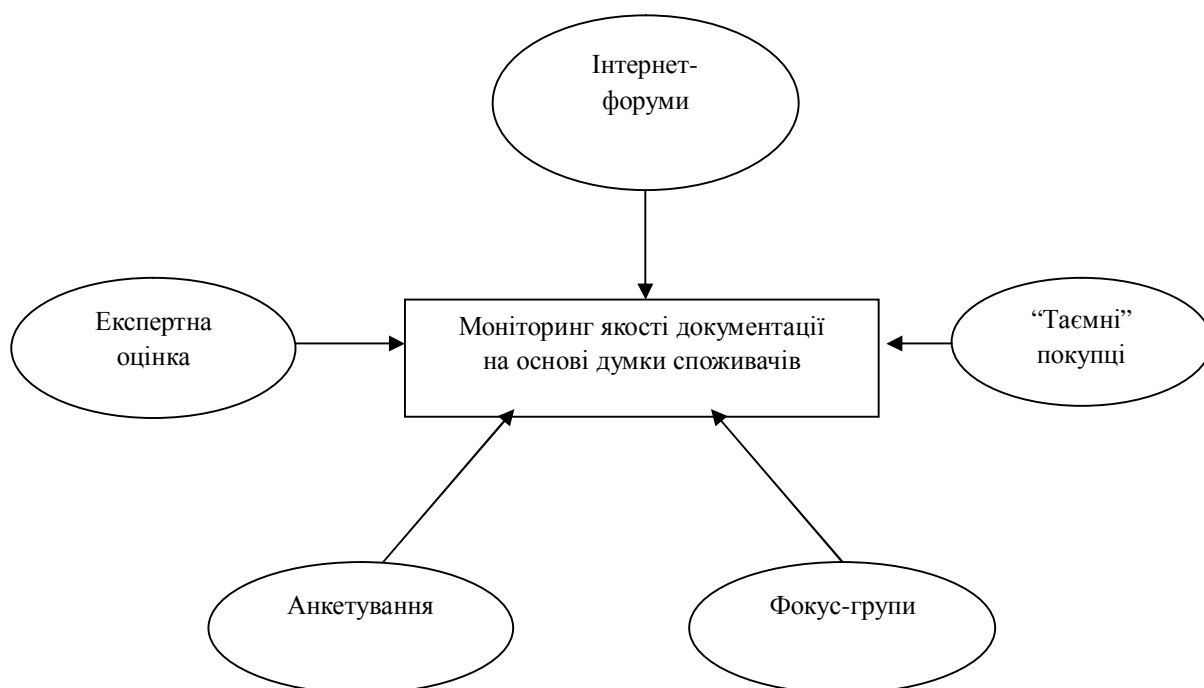


Рис. 3. Моніторинг якості документації на основі думки споживачів

Аналіз якості інформаційного наповнення туристичної документації

Структура туристичної галузі подібна до будь-якої іншої економічної сфери діяльності. Однак існує одна особливість – зв'язуючим центром, який утримує різних виробників у межах туристичної галузі, є інформація. Інформаційні потоки забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг та їх споживачами, причому вони використовуються не тільки у вигляді потоків даних, а й у формі послуг і платежів [6, 39]. Тому потрібно здійснювати систематичний аналіз якості документації та покращувати методи і форми його проведення, залучаючи відповідних експертів, зацікавлених в підвищенні якості надання туристичних послуг.

Аналіз якості документації дозволяє виявити відхилення від загальних норм оформлення документів з урахуванням їх типу, прогалин та удосконалити методи підвищення та підтримки належної їх якості [21, 29].

Існує кілька способів аналізу інформаційного наповнення туристичної документації. Серед яких, зокрема, є такі: *традиційний, юридичний, соціально-психологічний та автоматизований* (рис. 4) [29].

Традиційний аналіз, як зовнішній, так і внутрішній, полягає у вивченні суті матеріалу та логіки його викладення. Це звичайний аналіз на рівні розуміння текстової інформації з виявленням таких інформаційних прогалин, які не відповідають критеріям оформлення документів [38].

В результаті зовнішнього аналізу визначають вид документа, його автора, час і місце появи, цілі та ініціатора створення, а також рівень достовірності інформаційного наповнення.

На етапі внутрішнього аналізу досліджують зміст документа і виявляють рівень компетентності автора, від якого насамперед залежить стан якості створеного туристичного продукту. Адже лише компетентний розробник формує документацію відповідно до вимог та стандартів.

Для аналізу правових офіційних документів застосовують *юридичний аналіз*, в результаті якого виявляють правильність вживання юридичної документації та її відповідність критеріям оформлення [29].

Соціально-психологічний аналіз застосовують під час написання туристичної документації з урахуванням особистісних рис клієнта. Наприклад, це важливо під час створення індивідуальних туристичних маршрутів. Оскільки для ефективного забезпечення якості і конкурентоспроможності послуг важливу роль відіграє вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення потреб, доцільно досліджувати поведінку клієнтів, щоб реалізувати найефективніше управління якістю послуг.

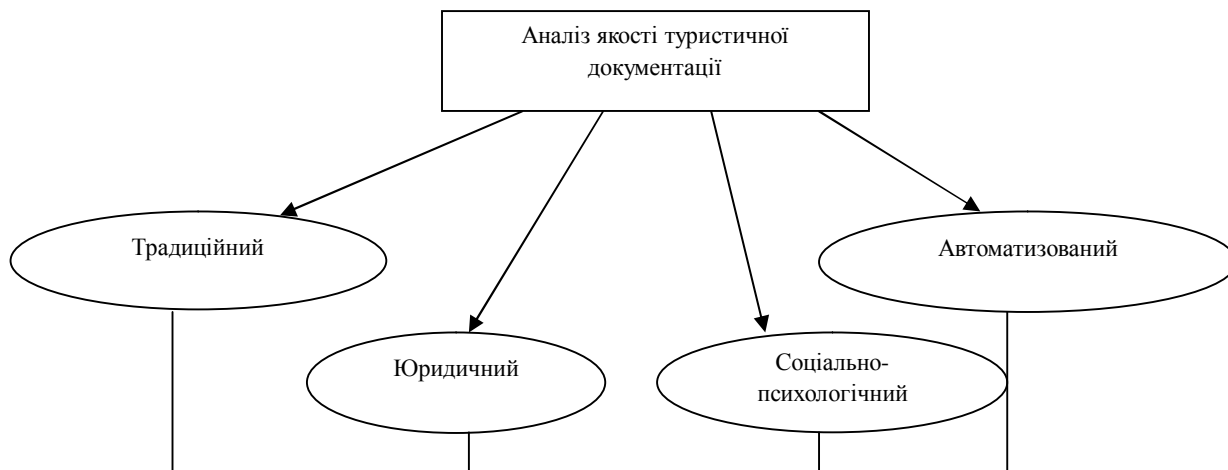


Рис. 4. Способи аналізу якості туристичної документації

В умовах інтенсивного розвитку інформаційного суспільства та використання інтернет-технологій широкого застосування набув метод автоматизованого аналізу туристичної документації шляхом використання сучасних програмних засобів. Такий метод аналізу широко застосовують, зокрема, і в Україні, в якій останніми роками прямують до активізації туристичних потоків. Суб'єкти туризму широко застосовують інформаційні технології.

Світовий досвід вказує на те, що глобалізаційні процеси в багатьох країнах стали об'єктивним чинником прогресу в галузі інформаційних технологій, котрі використовуються суб'єктами туризму.

Комплексне застосування методів аналізу якості інформаційного наповнення туристичної документації дозволяє виявити прогалини документування і тим самим підвищити якість надання туристичних послуг [21, 29].

Отже, існує кілька способів аналізу туристичної документації, використання яких забезпечує постійний моніторинг якості інформаційного наповнення документів, що дозволяє істотно покращити якість надання туристичних послуг, зокрема, оптимізувати туристичні маршрути.

Отже, якість туристичного сервісу потрібно підвищувати системно та комплексно, передусім, шляхом детального аналізу туристичної документації.

Моніторинг та аналіз якості документації, а, отже, і інфраструктури, загалом, – одне з найважливіших завдань виробника туристичного продукту, оскільки документація – це не тільки спосіб надання інформації користувачу, але й запорука успіху будь-якого виробника, передумова конкурентоспроможності продукту, а також вагомий аргумент для покращення іміджу туристичної установи [4, 15].

Висновки

Передумовою ефективності будь-якого виробництва є виготовлення якісної продукції, в даному випадку написання якісної документації, яка повинна бути достовірною, повною та адекватною, оскільки її головним реквізитом є інформаційне наповнення.

Розробники документації повинні постійно проводити її моніторинг та аналіз, щоб таким чином покращувати її якість, а, отже, і якість надання туристичних послуг.

Основними підходами до моніторингу та аналізу якості документації на основі думки споживачів є: використання інтернет-форумів, анкетування, фокус-груп, "таємних" покупців, експертних оцінок.

Ефективними способами аналізу інформаційного наповнення туристичної документації є: традиційний, юридичний, соціально-психологічний, автоматизований.

Використовуючи автоматизовані системи управління і комп'ютерну техніку, можна домогтися удосконалення організації управління туристичною індустрією, при цьому підвищується продуктивність праці, якість наданих послуг, зростає швидкість обслуговування користувачів.

1. Апилат Е.В. Построение регрессионной модели управления качеством услуг в туризме / Е.В. Апилат // Вісник Харків. держ. політехн. ун-ту. – Х., 2000. – № 5. – С. 41–45.
2. Апилат Е.В. Формирование индустрии туризма – основное направление повышения качества обслуживания туристов / Е.В. Апилат // Вісник Харків. держ. екон. ун-ту. – Х., 2000. – № 5. – С. 32–33.
3. Блистів Т.В. Теорія і практика туристичних походів: навч. посіб. / Т.В. Блистів, І.І. Горбацьо, О.В. Нужний. – Л.: НВФ “Українські технології”, 2006. – 132 с.
4. Гаврилюк С.П. Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність туристичних підприємств / С.П. Гаврилюк // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 жовтня 2000 р., Київ). – К., 2000. – С. 186–189.
5. Гаврилюк С.П. Проблеми підвищення якості послуг туристичних підприємств в умовах конкуренції / С.П. Гаврилюк // Проблеми якості у громадському харчуванні, готельному господарстві та туризмі: матер. міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 жовт. 1998 р. – К.: КДТЕУ. – С. 52–54.
6. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса: учеб. пособие / В.Г. Герасименко. – Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
7. Готинян В.С. Возможности WEB– та ГІС/ДЗЗ–технологій в туризмі / Готинян В.С., Семененко А.В., Томченко О.В. [Електронний ресурс: <http://www.pryroda.gov.ua/ua/index.php?newsid=945>].
8. Гриценко Н.І. Сервіс в туризмі: підручн. (Тема 7: Туроператори і турагенти на міжнародному ринку) / Н.І. Гриценко, В.А. Бурдейного, О.Є. Кутузової та ін. – Одеса : Талісман. 2006. – 160 с.
9. Энциклопедия знаний в области информационной поддержки жизненного цикла изделий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wiki.itorum.ru/>
10. Квартальнов В. А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
11. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: избранные труды: в 5 т. / В. А. Квартально. – М.: Финансы и статистика, 1998. – Т. 2. – 256 с; Т. 3. – 384 с.
12. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В.Ф. – Чернівці : Книги – XXI, 2003. – 300 с.
13. Лебединец В.А. Анализ актуальности интегрированных систем менеджмента в фармацевтике / В.А. Лебединец, А.В. Бурсаков // Провизор. – 2008. – № 17. – С. 26–28.
14. Лебединец В. А. Анализ тенденций и прогнозирование перспектив внедрения систем менеджмента качества в Украине / В.А. Лебединец, С.Н. Коваленко, Е.М. Проскурня // Вісник НТУ «ХПИ» «Економічний прогрес та ефективність виробництва». – 2008. – № 2. – С. 127–136.
15. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб./ О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
16. Маликова М.В. Управление документацией системы менеджмента качества / М.В. Маликова // Технологии качества жизни. – 2002. – № 1. – С. 45–64.
17. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: навч. посібник. видання третє./ А.В. Мамрак. – К.: Центр навч.ї літ., 2004. – 364 с.
18. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізьк. нац. ун-ту. – 2010. – № 2(6). – С. 129–138.
19. Мельниченко С.В. Стандартизація та сертифікація як основа забезпечення якісного обслуговування у підприємствах готельного господарства та туризму: зб. наук. праць / С.В. Мельниченко, С.П. Гаврилюк – К.: КДТЕУ, 2000. – С. 21–26. (Особистий внесок: розкрито систему стандартизації та сертифікації туристських послуг).
20. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой/Н.К. Моисеева. – М.: Финансы и статистика, 2000.
21. Нефедова М.Г. Документация в информационном обществе / М.Г. Нефедова. – М: РОЯ, 200. – 238 с.
22. Офіційний сайт Асоціації лідерів турбізнесу України (АЛТУ). Режим доступу : www.altu.com.ua.
23. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу /

Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко. – К., 2005. – 352 с. 24. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично–готельного підприємництва навчальний посібник. – К.: Центр учб. літ., 2007. – 344 с. 25. Сапрунова В.Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг / В.Б. Сапрунова – М.: Осць–89, 1997. – 160 с. 26. Сидоренко І.О. Критерій якості в конкурентоспроможності туристичних підприємств // Вісник ДІТБ: Серія "Менеджмент та маркетинг" / наук. ред. Н.Й. Коніщева / І.О. Сидоренко. – Донецьк, 2002. – № 6. – С. 144–148. 27. Сидоренко І.О. Якість – гарантія успіху та конкурентоспроможності / І.О. Сидоренко // Економічні науки: Науковий вісник Чернівецького торговельно–економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: АНТ Лтд, 2005. – Вип. III. – С. 458–461. 28. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Аналіз конкуренції на туристичному ринку України.// Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2000. – № 2. – С. 113–121. 29. Тюптя Л.Т. Соціальна робота : теорія і практика : навч. посіб. / Л. Т. Тюптя, І. Б. Іванова. – [2–ге вид.] – К.: Знання, 2008. – 574 с. 30. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / за ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці, 2003. – 596 с. 31. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. / Чорненька Н.В. – К.: Атіка, 2009. – 392 с. 32. Якість і конкурентоспроможність продукції [Електроннийресурс]. Режимдоступу: http://referaty.pp.ua/abstracts/ua/economicapripriemstva/economica-pidpriemstva_5647.php 33. Crosby P.B. Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain / P.B. Crosby. – М.: Mentor Books, 1992. – 272 p. 34. Healy S. ISO 15489 Records management – its development and significance/S. Healy // Records Management Journal. – December 2001. – Vol. 11. – № – P. 133–142. 35. Juran J.M. Quality Control Handbook. /J.M. Juran J.M., F. Gryna. – М.: Mcgraw–Hill, 1998. – 1774 p. 36. Larry Shillito M. Acquiring, processing, and deploying voice of the customer / M. Larry Shillito. – St. Lucie Press, 2001. – 279 p. 37. Prideaux B. Managing Tourism and hospitality services: theory and international applications/B. Prideaux.,G. Moscardo, E. Laws. – London – 2006. – 337 p. 38. Weiss Edmond H. How to write usable user documentation / H. Weiss Edmond. – London: Oryx Press, 1991. – 280 p. 39. Whitehouse F. Documentation: how to organise and control information processes in business and industry / F. Whitehouse. – L.: Business Books, 1971. – 181 p. 40. Whitehouse F. Systems Documentation: Techniques of Persuasion in Large Organisations/ F. Whitehouse. – L.: Business Books, 1973. – 191 p.