

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

(назва навчальної дисципліни)

підготовки РВО Магістр
(назва рівня вищої освіти)

спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: к.е.н., доцент Бугіль С.Я.

Обговорено та рекомендовано
до затвердження Вченою радою
факультету землевпорядкування
та туризму,
методичною комісією факультету
Протокол №2 від 06.09.2022 р.

2022 рік

Програма навчальної дисципліни “Стратегічний маркетинг в туризмі” складена для підготовки здобувачів вищої освіти РВО Магістр спеціальності 242 Туризм.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процеси і методи стратегічної маркетингової діяльності туристичного підприємства.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Мета вивчення навчальної дисципліни - формування у майбутніх фахівців з туризму наукового світогляду та спеціальних знань з теорії й методології стратегічного маркетингу, оволодіння сучасними методиками розробки маркетингових стратегій розвитку туристичного підприємства, набуття практичних вмінь і навичок використання інструментів стратегічного маркетингу в діяльності туристичного підприємства.

1.2. Основні завдання: засвоїти сутність та сфери стратегічного маркетингу в туризмі; опанувати основи аналізу галузевої конкуренції і внутрішнього середовища туристичного підприємства; зрозуміти вплив маркетингового середовища на стратегічну діяльність туристичного підприємства; сформувати вміння маркетингового стратегічного аналізу, маркетингового стратегічного планування і розроблення маркетингових стратегій та інноваційної політики, спрямованих на задоволення потреб споживачів туристичного ринку; вивчити процес формування та реалізації маркетингових стратегій управління туристичним підприємством; набути м'яких, універсальних навичок “soft skills”, які допомагають досягти успіху в професії, передбачають високі комунікаційні здібності та самоорганізацію; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

1.3. Вимоги до знань та умінь:

В результаті вивчення дисципліни “Стратегічний маркетинг в туризмі” здобувачі повинні:

знати:

– сутність та сферу стратегічного маркетингу, його наукове формування та обґрунтування;

– зміст маркетингового середовища та його вплив на стратегічну діяльність туристичного підприємства;

– елементи маркетингової стратегії та наукові підходи до їх визначення;

– інструменти маркетингового стратегічного аналізу;

– класифікацію та етапи аналізу маркетингового середовища;

– сутність маркетингового матричного аналізу та різновиди матриць;

– класифікацію та формулювання стратегій маркетингу;

– методи контролю у стратегічному маркетингу.

вміти:

- формулювати місію туристичного підприємства;
- розробляти маркетингові стратегічні цілі туристичного підприємства;
- застосовувати маркетинговий стратегічний аналіз;
- збирати і систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціонування туристичної послуги та визначати відповідні стратегії;
- проектувати маркетингові стратегії;
- розробляти плани реалізації маркетингової стратегії;
- надавати маркетингову оцінку стратегічній діяльності туристичного підприємства;
- контролювати стратегічну маркетингову діяльність туристичного підприємства;
- розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо впровадження маркетингової стратегії в організації рекреаційно-туристичного комплексу.

1.4. Компетенції набуті за результатами вивчення дисципліни

За результатами вивчення навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти спеціальності 242 Туризм будуть набуті загальні та фахові компетенції, а також програмні результати навчання відповідно до освітньої програми підготовки, зокрема:

Інтегральна компетентність:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

Загальні компетентності

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні компетентності

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

Програмні результати навчання

РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

PH5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

PH6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

PH11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни (анотація)

Тема 1. Сутність, сфера і процес стратегічного маркетингу. Поняття стратегії, її сутність і характеристика. Складові стратегічного набору туристичного підприємства та їх характеристика. Суть, мета, завдання, функції стратегічного маркетингу. Сфера стратегічного маркетингу та його місце в структурі управління туристичним підприємством. Процес стратегічного маркетингу.

Тема 2. Формування місії та цілей туристичного підприємства. Місія як генеральна мета туристичного підприємства. Фактори розробки місії туристичного підприємства та критерії її успішного формування. Цілі туристичного підприємства: суть, основні види. Вимоги до формування стратегічних та маркетингових цілей.

Тема 3. Сутність стратегічного маркетингового аналізу. Поняття, зміст та види маркетингового аналізу. Значення та мета стратегічного маркетингового аналізу. Методи стратегічного маркетингового аналізу. Основні напрями та етапи стратегічного маркетингового аналізу. Суть та процес стратегічного маркетингового планування.

Тема 4. Аналіз маркетингового середовища. Суть та структура маркетингового середовища. Фактори маркетингового середовища туристичного підприємства та організація їх аналізу. Методи та процес аналізу факторів маркетингового макросередовища. Аналіз факторів маркетингового проміжного та конкурентного середовища. Методи аналізу факторів внутрішнього середовища туристичного підприємства.

Тема 5. Маркетинговий матричний аналіз. Види матричного аналізу та його місце в стратегічному маркетинговому управлінні туристичним підприємством. Сутність маркетингового управління портфелем туристичного бізнесу. Стратегічна модель М. Портера. Призначення та побудова матриці BCG. Матриця General Electric / McKinsey.

Тема 6. Сутність і характерні риси маркетингової стратегії туристичного підприємства. Суть та види маркетингових стратегій туристичного підприємства. Формування стратегії маркетингу та механізм її

вибору. Методи формування маркетингових стратегій. Особливості та види маркетингових стратегій зростання.

Тема 7. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку (STP-маркетинг). Виникнення, суть і зміст STP-маркетингу. Сегментація: суть, види, критерії, фактори. Оцінювання і вибір цільових сегментів. Ринкове позиціонування як стадія STP-маркетингу.

Тема 8. Маркетингові конкурентні стратегії. Базові конкурентні стратегії та їх характеристика. Суть та види маркетингових конкурентних стратегій. Конкурентні стратегії за витратами М. Портера. Конкурентні стратегії за позицією туристичного підприємства на ринку Ф. Котлера, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікланда та Артура де Літла. Конкурентні стратегії за А. Юдановим. Стратегії конкурентних переваг туристичного підприємства.

Тема 9. Контроль та оцінка стратегічної маркетингової діяльності туристичного підприємства. Сутність, завдання, принципи стратегічного контролю. Система контролю на підприємстві та місце в ній стратегічного маркетингу. Контроль маркетингу. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності під час реалізації маркетингової стратегії.

Дисципліна вивчається загальним обсягом 4 кредити із загальною кількістю 120 годин, з яких 48 годин відводиться на аудиторні заняття (16 год. лекцій і 32 год. практичних занять), 72 год. на самостійну роботу. Передбачається 3 тижневих аудиторних години для денної форми навчання. Курс завершується здачею екзамену.

3. Рекомендована література:

Базова

1. Закон України “Про туризм” від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: [https:// www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501](https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501)
4. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми, становлення та розвиток. К.: Політехніка, 2003. 384 с.
5. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. Київ: ВД “Професіонал”, 2006. 448 с.
6. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 631 с.
7. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.

8. Басій Н. Ф., Балук Н. Р. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. 456 с.
9. Бугіль С. Я. Маркетинг: основи теорії і практики: Навч. посіб. / колектив авторів [За заг. ред. В.В. Липчука]. 2-ге вид. стереотипне, Львів: Видавництво “Магнолія-плюс”, 2016. 456 с.
10. Бугіль С. Я. Формування маркетингового потенціалу території як фактор її соціально-економічного розвитку. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p., P. 147-161.
11. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Х. : УкрДАЗТ, 2017. 289 с.
12. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : “Галицька видавнича спілка”, 2021. 360 с.
13. Мних М. В. Організація маркетингової політики на підприємстві: Посібник. К.: Знання, 2004. 264 с.
14. Кислюк Л. Стратегічний маркетинг. Київ : Кондор, 2020. 172 с.
15. Ковальчук С. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Хмельницький : ХНУ, 2010. 291 с.
16. Крикавський Є. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посіб. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. 255 с.
17. Крикавський Є. В. Стратегічний маркетинг : навч.посібник. 2-ге вид. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. 256 с.
18. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ : КНЕУ, 2012. 523 с.
19. Ларіна Я. С. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 364 с.
20. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. К.: “Центр учбової літератури”, 2016. 336 с.
21. Мальська М. П., Худо В. В, М 21 Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. моє. К.: Центр учбової мі г ратури, 2007. 424 с.
22. Маркетинг для магістрів: навч.посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД “Університетська книга”, 2007. 928 с.
23. Мендела І. Я. Стратегічний маркетинг: навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ: Вид-во “Фоліант”, 2012. 102 с.
24. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. [Електронний ресурс]. Електрон.текст.дані. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
25. Сумець О. М., Ігнатова М. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Харків: Міська друкарня, 2012. 140 с.
26. Стручок Н. М. Стратегічний маркетинг: опорний конспект лекцій. Львів: ЛПЕТ, 2012. URL: <https://studopedia.org/5-16097.html>
27. Холод В. В. Стратегічний маркетинг: конспект лекцій. Донецьк: ДонДУЕТ, 2009. 479 с.

28. Штефаніч Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Окрепкий Р. Б. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. 296 с.

Допоміжна

1. Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. 301 с.

2. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.

3. Бугіль С., Балюк Н. Використання маркетингових інновацій у розвитку туристичної індустрії України. *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Луцьк, 29 листопада 2021 року.

4. Бугіль С. Я. Інноваційні маркетингові підходи розвитку туристичних дестинацій: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції *Присвяченої 60-річчю Хмельницького національного університету “Домінанти розвитку HR-інжинірингу, економіки і бізнесу у XXI столітті в умовах перманентної трансформації національної і світової економік”*, м. Хмельницький, 17-18 листопада 2022 року.

5. Бугіль С. Я. Роль маркетингових комунікацій у розвитку туризму та підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.

6. Демиденко С. Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4290>

7. Демитор Н. О., Карпан О. С. Сутність і сфера стратегічного маркетингу. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2013/Economics/6_139599.doc.htm

8. Дибчук Л. В. Маркетингове управління діяльністю вітчизняних суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5, Том 1. С. 252-257.

9. Дячун О. Д. Сутність стратегічного маркетингового планування, його завдання та принципи. *Галицький економічний вісник*, 2015. Т.48. № 1. С. 140-147.

10. Жегус О. В., Кривошеєва Н. М. Методичні аспекти дослідження маркетингового середовища підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/18_NiIN_2007/Economics/22495.doc.htm

11. Каут О. В., Аніщенко Л. О., Ясинський І. П. Особливості розробки і прийняття стратегічних маркетингових рішень. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8447>

12. Кобець Д. Л. Теоретичні підходи до формування маркетингової стратегії на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 502-506.

13. Козачук К. Про стратегію. 10 найкращих статей із журналу Harvard Business Review. Київ : КМ-БУКС, 2019. 288 с.

14. Корюгін А. В. Маркетингові інструменти туристичної індустрії: досвід ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 2. С. 88-94.

15. Кубарева І. С. Методологічні аспекти визначення місії та цілей підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. №3. Т.2. С. 224-227.

16. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: монографія. Київ: КНЕУ, 2008. 245 с.

17. Кулешова Н. В. Аналіз сучасних методів та моделей формування маркетингової стратегії туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2011. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_4_3

18. Лотиш О. Я. Сегментація ринку як інструмент стратегічного аналізу галузі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №1 (24). С. 120-124.

19. Магдаль В. В., Антоненко О. О. Побудова карти стратегічних маркетингових цілей в рамках розробки збалансованої системи показників для підприємств харчової промисловості. *Міжнародна наукова конференція MicroCAD. Вестник НТУ "ХПИ"*, 2014. URL: <http://archive.kharkiv.org/View/39353/>

20. Майорова Н.І., Фесенко Т.С. Маркетинговий аудит: дистанційний курс. [Освітній ресурс]. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0712&T=01&lng=1&st=0

21. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: Теорія та практика: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 310 с.

22. Мельник І. М., Бабійчук Р. І. Суть та види стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства. *Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг»* (м. Львів, 7 грудня 2017 р.) Львів: Растр-7, 2017. С. 304-307.

23. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64-77.

24. Окландер М., Замлинська О. Маркетингові стратегії зростання: класичний та новітній підходи. *Економіст*. 2013. №3. С. 20-24.

25. Пчелянська Г. О., Головчук Ю. О., Дибчук Л. В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. *Економіка та держава*. 2021. № 3. С. 88–93.

26. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємства. *Вісник КНТЕУ*. 2015. №5. С.27-38.

27. Сак Т. В., Стасюк І. М. Комплексний підхід до обґрунтування стратегії маркетингу підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4150>

28. SWOT-аналіз: кому й навіщо потрібен. URL: <https://bakertilly.ua/news/id44448>

29. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.
30. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / за заг. ред. А.А. Мазараки. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
31. Трохимець О. І. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 4 (103). С. 70-78.
32. Трухачова К. В. Теоретичні аспекти управлінських утопій у рекламній діяльності туристичного підприємства. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2019. № 4. С. 173-180.
33. Шевченко Т. М., Шевченко О. А. Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8414>.
34. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>.
35. Щербіна Т.В., Федірко Т.В. Сучасні маркетингові стратегії в системі глобальних цінностей міжнародних фірм. *Ефективна економіка*. 2013. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1933>
36. Davidson H. Offensive marketing, or How to make your competitors followers. England, 1987.
37. Fifield P., Gilligan C. Strategic Marketing Management. Planning and Control, Analysis and Decisions. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1995.
38. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing. Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York, 1989.
39. Kotler P., Turner R. E. Marketing Management, Prentice Hall Canada inc. Ontario, 1995.
40. Levitt Theodore. The Globalization of Markets // Harvard Business Review. 1983. 61 (3). С. 92-102.
41. Marketing, Barron's educational series, jnc., N.J., 1993.
42. Marketing Communications. From Fundamentals to Strategy Perspectives — IRWIN, 1987.
43. Male om McDonald. Marketing Plans: How to prepare them, how to use them — England, CIM, 1995.
44. Pride M. Marketing: Concepts and Strategies 2000 edition. / M. William Pride, Ferrell, O.C. Houghton Mifflin Co International Inc. 624 p.
45. Walker O. C., Boyd H. W., Larreche J. C. Marketing Strategy. Panning and implementation. USA, 1996.

Періодичні видання:

1. Вісник ЛНУП: Економіка АПК.
2. Галицький економічний вісник.

3. Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI).
4. Економічні інновації.
5. Європейський вектор економічного розвитку.
6. Журнал європейської економіки.
7. Журнал “Інноваційний маркетинг”.
8. Журнал “Карпати. Туризм. Відпочинок”.
9. Журнал “Маркетинг в Україні”.
10. Журнал “Маркетинг і цифрові технології”.
- Журнал “Маркетинг та менеджмент інновацій”.
11. Журнал “Міжнародний туризм”.
12. Журнал “Стратегії”.
13. Журнал “Український туризм”.
14. Журнал “Туризм сільський зелений”.
15. Інноваційна економіка.
16. Інтелект XXI.
- Міжнародний професійний журнал “Маркетинг та реклама”.
17. Молодий вчений.
18. Наука молода.
19. Український соціум.
20. Journal of Sustainable Tourism.
21. Journal of Hospitality and Tourism Research.
22. Tourism, Culture and Communication.

Інтернет-ресурси:

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУП.
2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:
 1. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
 2. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
 3. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
 4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
 5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 6. Офіційний сайт Журналу “Урядовий кур'єр”. URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
 7. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
 8. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
 9. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://icps.com.ua/>
 10. Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua/>
 11. Українська асоціація маркетингу: веб-сайт. URL: <http://uam.iatp.org.ua>

12. Всесвітній економічний форум. URL: <https://www.weforum.org/>
13. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>
14. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org/>
15. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>
16. Туристична асоціація України. URL: <http://www.tau.org.ua/>
17. Українська Асоціація туристичних агенцій. URL: <https://uata.com.ua/>
18. Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ). URL: <http://altu.com.ua/Altu/About/>
19. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <http://aigu.org.ua/>
20. Київська туристична асоціація. URL: <http://kta.kyiv.ua/#firstSection>
21. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://www.greentour.com.ua/history>
22. Львівська асоціація розвитку туризму. URL: <http://lart.lviv.ua/>
23. Туристична асоціація Івано-Франківщини. URL: <https://taif.org.ua/>
24. Громадська організація “Туристична асоціація Тернопілля”. URL: <https://www.facebook.com/tatterno/>