

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Ступінь вищої освіти	бакалавр	Форма навчання	денна	Навчальний рік/семестр	2025/2026 4/8
----------------------	----------	----------------	-------	------------------------	------------------

Силабус навчальної дисципліни

Назва навчальної дисципліни	Організація туризму (Туроперейтинг)
Кафедра	Кафедра географії та туризму
Освітня програма	Туризм
Тип дисципліни, кількість кредитів та годин (лекції/семінарські, лабораторні заняття/самостійна робота)	Тип дисципліни: обов'язкова Кількість кредитів: 4 (120 год.) Лекції: 26 год. Практичні (семінарські) заняття: 14 год. Самостійна робота: 80 год.
Викладач(і) відповідальний(і) за викладання навчальної дисципліни (імена, прізвища, наукові ступені і звання, адреса електронної пошти викладача/ів)	Галина Щука, д. пед. н., проф., scsuka.halina@kmf.org.ua Ванесса Бірток, асистент birtok.vanessa@kmf.org.ua
Пререквізити навчальної дисципліни	Організація туризму (Основи туризмознавства, Організація туристичних подорожей, Організація екскурсійної діяльності, Організація анімаційної діяльності), Географія туризму, Маркетинг у туризмі, Менеджмент у туризмі, Стандартизація, сертифікація в туризмі, Організація готельного господарства, Організація ресторанного господарства, Економіка ціноутворення в галузі туризму
Анотація дисципліни, мета, завдання та очікувані програмні результати навчальної дисципліни, загальні та фахові компетентності, основна тематика дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни «Туроперейтинг» є набуття студентами знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпаketу, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпаketів; організації обслуговування туристів. Основними завданнями вивчення дисципліни є набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування. Вивчення дисципліни сприяє формуванню наступних

	<p>компетентностей:</p> <p>Інтегральних: Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>Спеціалізованих K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного) K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту K24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації K30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу</p> <p>Очікувані програмні результати навчальної дисципліни: ПР03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ. ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт. ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися. ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки..</p> <p>Тематика наведена в Додатку 1.</p>
--	---

Критерії контролю та оцінювання результатів навчання

Дисципліна завершується іспитом.

Результативність студента під час вивчення дисципліни оцінюється за 100-бальною системою. **Додаток 5.**

Методи контролю:

- Виконання практичних завдань;
- Індивідуальна робота;
- Контрольна робота;
- Іспит в усній формі.

Розподіл балів, які нараховуються за виконання окремих складових курсу		
Семестрові завдання	Бали	Критерії оцінювання
Виконання практичних робіт	14 балів	Оцінюється за критеріями активності здобувача, аргументованістю, правильністю та глибиною наданої відповіді. На одному практичному

		занятті – 0-2 бали. Завдання для практичних занять – Додаток 2
Індивідуальна робота	26 балів	Розробка та презентація туру (вимоги та критерії оцінювання – див. Щука Г. П. (укл.) Організація туризму (Туроперейтинг): методичні рекомендації до виконання індивідуальної роботи : навч. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 33 с.
Контрольна робота	20 балів	Контрольна робота складається з 5 частин: 4 теоретичні блоки запитань 1 практичне завдання
Іспит	40 балів	Кожен білет містить 2 теоретичних питання. Перелік теоретичних питань, які виносяться на іспит, наведено в Додатку 3.

Умовою зарахування кожної частини є отримання як мінімум 60% загальної кількості балів.

У разі отримання неформальної освіти кількість балів визначається у відповідності до наданих документів.

Загальна оцінка виставляється як сума набраних балів за роботу на семінарських та практичних заняттях, контрольну роботу та відповідь під час іспиту. **Додаток 5**

Інша інформація про дисципліну (технічне та програмне забезпечення дисципліни тощо)

-Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань; виконання домашніх завдань; виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний контроль).

-Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Програмне забезпечення MS Windows XP; Internet Explorer; Win RAR; Adobe Reader 9.

Політика дисципліни передбачає дотримання академічної доброчесності, тобто:

- Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання.
- Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, тверджень, відомостей.
- Дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права.
- Надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.
- Надання достовірної інформації про використання штучного інтелекту при виконанні завдань. Студент має повідомити (в письмовій формі) про використання ШІ, якщо таке мало місце, та описати, яким чином його було застосовано; необхідно надати посилання на взаємодії з чат-ботами. Загальні рекомендації використання ШІ в навчанні та викладанні в ЗУІ: <https://kmf.uz.ua/wp-content/uploads/2024/11/zagalni-rekomendacii-vikoristannja-shtuchnogo-intelektu-v-navchanni-ta-vikladanni-u-zui.pdf>

Classroom:

<https://classroom.google.com/u/1/c/Nzc1MTUzMTI0OTIx>

	<p>Методичне забезпечення доступно за посиланням: https://okt.kmf.uz.ua/ftt/oktat-ftt/Turyzm_Turizmus_BSc/Turopereitynh_Utazasszervezoi_t_evekenyseg/</p>
<p>Рекомендовані джерела (основна та допоміжна література), електронні інформаційні ресурси</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Про туризм: Закон України / в редакції від 2003 р. // zakon.rada.gov.ua 2. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг: підручник. Київ: КНТЕУ, 2018. 342 с. 3. Щука Г. П. (укл.) Туроперейтинг : у питаннях та відповідях : навч. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 99 с. 4. Щука Г. П. (укл.) Організація туризму (Туроперейтинг): методичні рекомендації до виконання індивідуальної роботи : навч. посіб. Берегове: ЗУІ, 2023. 33 с. 5. Збірник тестових завдань з курсу «Організація туризму (Туроперейтинг)»: навч. посіб. / Г. П. Щука. Берегове: ЗУІ, 2023. 101 с. 6. Богославець, О., Царук, В., & Юрченко, К. (2024). Організація туристичних подорожей вітчизняним туроперейтингом в умовах воєнного стану: виклики та рішення. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (19), 297-305. https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.35 7. Fodorné Szucsák Éva; Szűcs László: Turizmus és utazásszervezés. Műszaki Könyvkiadó Kft., 2021. <p>Додаткова література: додаток 5</p>

Основна тематика дисципліни**Тема 1. Вступ. Понятійний апарат туropolерейтингу**

Сутність туropolераторської діяльності. Роль та завдання туropolератора на туристичному ринку. Види туropolераторів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації. Основні функції туropolератора. Особливості діяльності виїзних, в'їзних та місцевих туropolераторів

Тема 2. Умови створення туropolераторської фірми.

Організаційно-правові форми туropolераторської діяльності. Законодавчі вимоги до реєстрації та ліцензування туropolератора. Підготовка установчих та статутних документів. Фінансові гарантії та матеріально-технічне забезпечення. Вибір ринкової ніші та аналіз конкурентного середовища. Формування кадрового складу та вимоги до персоналу.

Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора.

Сутність, особливості та складові туристичного продукту. Види та характеристика найпопулярніших турів. Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету. Програмний туropolерейтинг. Життєвий цикл туристичного продукту

Тема 4. Основні етапи розробки та впровадження турпродукту на ринок

Дослідження ринку та визначення цільової аудиторії. Аналіз туристичних потреб і запитів потенційних клієнтів. Вибір концепції майбутнього турпродукту. Формування маршруту та програми туру. Визначення та укладання договорів з постачальниками послуг (транспорт, готелі, екскурсії, харчування). Розрахунок собівартості та ціни турпродукту. Підготовка пакету документів і стандартів обслуговування. Тестування туру (пілотна поїздка, пробний продаж). Розробка маркетингової стратегії та рекламної кампанії. Формування каналів збуту (власні офіси, агенти, онлайн-просування). Організація продажу й бронювання турів. Контроль якості надання послуг і збір відгуків туристів. Вдосконалення та оновлення турпродукту відповідно до результатів і відгуків

Тема 5. Договірні стосунки туropolератора з постачальниками послуг

Вибір та оцінка постачальників послуг. Укладання договорів із готелями та іншими закладами розміщення. Договірні відносини з транспортними компаніями. Співпраця з закладами харчування. Договори з екскурсійними бюро та гідами. Умови оплати та порядок розрахунків. Відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання зобов'язань. Строки дії договорів та умови їх пролонгації. Механізми вирішення спорів і претензійна робота. Юридичні гарантії та страхування відповідальності.

Тема 6. Документообіг у туropolерейтингу

Первинні документи туropolератора. Договори з туристами та агентами. Внутрішня документація туropolератора. Фінансові документи та облік платежів. Документи для оформлення транспортних перевезень. Документи для бронювання та розміщення туристів. Страхові поліси та медична документація. Візові документи та закордонні паспорти туристів. Електронний документообіг та цифрові сервіси. Збереження, архівування та захист документів.

Тема 7. Фінансові та облікові аспекти туropolерейтингу

Джерела формування доходів туроператора. Структура витрат у діяльності туроператора. Ціноутворення туристичного продукту. Бухгалтерський облік доходів і витрат. Податкові аспекти туроператорської діяльності. Фінансова звітність туроператора. Управління грошовими потоками. Система внутрішнього фінансового контролю. Розрахунки з постачальниками та агентами. Особливості безготівкових і готівкових розрахунків. Використання фінансових програмних продуктів. Аналіз фінансових результатів діяльності туроператора.

Тема 8. Якість та безпека в роботі туроператора

Поняття та критерії якості туристичного продукту. Міжнародні стандарти та сертифікація в туризмі. Система контролю якості послуг туроператора. Управління ризиками та безпекою в туроперейтингу. Відповідальність туроператора за дотримання стандартів якості. Забезпечення безпеки туристів під час подорожі. Роль страхування у гарантуванні безпеки та захисту клієнтів. Взаємодія з постачальниками послуг у сфері якості та безпеки. Інноваційні інструменти підвищення якості та безпеки в туризмі.

Тема 9. Інформаційні технології в туроперейтингу

Автоматизовані системи бронювання та їх роль у роботі туроператора. Використання глобальних дистрибутивних систем (GDS) у туризмі. CRM-системи для управління взаємовідносинами з клієнтами. Використання онлайн-платформ і мобільних застосунків у туроперейтингу. Маркетингові інструменти в цифровому середовищі (SEO, SMM, e-mail маркетинг). Електронний документообіг і цифрові платежі. Технології аналітики та Big Data для прогнозування попиту. Віртуальні тури та інноваційні рішення у презентації туристичних продуктів. Кібербезпека та захист персональних даних туристів.

Тема 10. Вітчизняний туроперейтинг в період пандемії Ковід-19 та посилення російської агресії

Вплив пандемії COVID-19 на туристичний ринок України. Обмеження пересування та їх наслідки для туроператорів. Адаптація бізнес-моделей та розвиток внутрішнього туризму. Використання онлайн-інструментів і цифрових сервісів у кризових умовах. Зміни у договірних відносинах із клієнтами та постачальниками послуг. Управління ризиками та антикризове планування у туроператорській діяльності. Вплив повномасштабної російської агресії на індустрію туризму в Україні. Розвиток соціальних та волонтерських ініціатив у сфері туризму. Перспективи відновлення та трансформації вітчизняного туроперейтингу.

Перелік практичних завдань

1. Умови створення туроператорської фірми

Завдання: Уявіть, що ви хочете відкрити свою туристичну фірму.

Напишіть 5 кроків, які потрібно зробити, щоб це стало можливим. Заповнення документів.

Наприклад: зареєструвати фірму, орендувати офіс, взяти ліцензію тощо.

2. Основні етапи розробки та впровадження турпродукту на ринок

Завдання: Напишіть 5 кроків, як створити новий тур.

Наприклад:

1. Вибрати напрямок
2. Знайти готелі
3. Розрахувати ціну
4. Зробити рекламу
5. Продавати клієнтам

3. Договірні стосунки туроператора з постачальниками послуг

Завдання: Уявіть, що ви домовляєтесь з готелем про поселення туристів.

Напишіть 5 пунктів, які потрібно обговорити з готелем.

Наприклад: ціна, кількість місць, умови скасування, харчування, час заїзду/виїзду.

Додаткове завдання: приклад договору, заповнення, обговорення можливих змін.

4. Документообіг у туроперейтингу

Завдання: заповнення документів

Наприклад: договір з туристом, ваучер, рахунок, страховка, анкета.

5. Якість та безпека в роботі туроператора

Завдання: дати відповідь/реагувати на скарги гостей

Приклад одного з таких завдань:

Турист поскаржився, що в готелі який бронювали ви не було гарячої води і харчування було погане.

Напишіть коротко (5–6 речень), як би ви вирішили цю ситуацію, щоб турист залишився задоволений.

6. Інформаційні технології в туроперейтингу

Завдання: Розгляд комп'ютерних програми або сайтів, які допомагають у туризмі.

Наприклад: Booking – для бронювання готелів.

Туроператори традиційно напряму працюють з готелями

7. Вітчизняний туроперейтинг у період COVID-19 та війни

Завдання: Напишіть 3 способи, як українські туристичні фірми змогли працювати під час пандемії або війни.

Приклади для обговорення:

1. Перехід на внутрішній туризм
2. Онлайн-екскурсії та вебінари

Екзаменаційні питання

1. Поняття «туроперейтинг», види діяльності та функції туроператора.
2. Місце туроператора в структурі туристичного ринку
3. Класифікація та види туроператорів
4. Рецептні туроператори на ринку туристичних послуг: значення та специфіка діяльності.
5. Ініціативні туроператори на ринку туристичних послуг: значення та специфіка діяльності.
6. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
7. Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.
8. Програмний туроперейтинг.
9. Digital туроперейтинг.
10. Етапи розвитку туроперейтингу.
11. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу
12. Відкриття туроператорської фірми: нормативно-правові та регуляторні вимоги.
13. Технологія створення туристичного продукту. Турпроекування
14. Види програм обслуговування та принципи їх формування
15. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями.
16. Особливості співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування.
17. Особливості співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами.
18. Особливості співпраці туроператора зі страховими компаніями.
19. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями.
20. Особливості співпраці туроператора з туристичними агенціями.
21. Розроблення технологічної документації по туру
22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
23. Формування збутової мережі туроператорів.
24. Організація обслуговування туристів у турі.
25. Методи ціноутворення туристичного продукту.
26. Облікові аспекти туроперейтингу.
27. Документальне забезпечення організації туристичного обслуговування.
28. Документообіг в туроперейтингу. Типи та види договорів та документів туроператора.

29. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування.
30. Інформаційні технології в туropolерейтингу.
31. Сайт туropolератора, принципи ефективності функціонування.
32. Формування асортименту послуг туристичного оператора.
33. Організація участі підприємства у виставкових заходах.
34. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.
35. Наслідки та перспективи розвитку світового туropolерейтингу після Covid-19
36. Наслідки пандемії та війни для розвитку вітчизняного туropolерейтингу

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Оцінка за національною шкалою та шкалою ECTS визначається на основі набраних балів відповідно до таблиці:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	5
82–89	B	4
75–81	C	4
64–74	D	3
60–63	E	3
35–59	FX	2 (з можливістю повторного складання)
0–34	F	2 (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

Нормативно-правові акти:

1. Господарський кодекс України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Про господарські товариства: Закон України № 1576-XII в редакції від 31.03.2023. URL : <http://surl.li/agkhg>.
3. Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців : Закон України № 755-IV, в редакції від 01.04.2023. URL : <http://surl.li/kixl>.
4. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова КМУ від 11 листопада 2015 р. № 991. URL : <http://surl.li/dtxht>.
5. Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання. Наказ Держ. тур. адмін-ції України № 50 від 6 червня 2005 року. URL : <http://surl.li/hcudr>.
6. Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях : Наказ Мініюсту України від 18.06.2015 № 1000/5. URL : <http://surl.li/hcufd>.
7. Про страхування : Закон України № 85/96-ВР, редакція від 06.05.2023. URL : <http://surl.li/kjvw>.
8. Про туризм : Закон України № 324/95-ВР, редакція від 01.04.2023. URL : <http://surl.li/pyuw>.
9. Реєстр суб'єктів туристичної діяльності. ДАРТ, Офіційний веб-сайт. URL : <https://cutt.ly/QPzRfNX>.
10. Туристсько-екскурсійне обслуговування ГОСТ 28681.2-95
11. Цивільний кодекс України. URL : <http://surl.li/hcuuk>.

Інтернет-ресурси:

1. Державне агентство розвитку туризму. Офіційний веб-сайт. URL : <https://www.tourism.gov.ua/licenzuvannya-turoperatorskoyi-diyalnosti>.
2. Пригодницький туризм. URL : <http://surl.li/hcuav>.
3. Туроператор «Lady Travel». Офіційний веб-сайт. URL : https://www.lady.travel/turoperators_ua.
4. Що таке екотуризм? Визначення. The International Ecotourism Society (TIES). URL : <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>.

Додаткова література:

1. Білозубенко В.С., Разінькова М.Ю., Небаба Н.О. (2020) : Розрахункові операції, документаційне забезпечення та аналіз у туристичному бізнесі. Приазовський економічний вісник. Вип. 5 (22) : 35–40
2. Боровик С. С. Шопінг-туризм як окремий сегмент туризму. URL : <https://www.sworld.com.ua/konferua14/20.pdf> (дата звернення 18.05.2023).
3. Брич В. Я. (укл.) (2017) : Туроперейтинг: підруч. Тернопіль, 440 с.
4. Гаврилюк С. П., Сокол Т. Г., Міхо О. І., Хорошенко А. П. (2022) : Тенденції розвитку операційної діяльності туристичних підприємств в Україні. Вчені записки Університету «КРОК». №2 (66) : 96–106. DOI : 10.31732/2663-2209-2022-66-96-106

5. Домбровська С. М. (2018) : Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм». Харків: НУЦЗУ, 249 с.
6. Дудар Оксана (2020) : Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її. Дивись INFO. 14 травня 2020 р. URL : <http://surl.li/hctjt> (дата звернення 18.05.2023).
7. Ковальська Л. В., Чорна Л. В., Щука Г. П., Польова Л. В., Михайлюк В. В. (2021) : Вплив Covid-19 на туризм-2020. Географія та туризм. Вип. 61: 3–11. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.61.3-11>
8. Кривоберець М. М. (2020) : Продукт туристичного оператора та його місце в індустрії туризму. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління Том 31 (70). № 2 : 212–216. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-35>
9. Теодорович Л. В. (2021) : Заходи сприяння розвитку туризму в Україні в умовах епідемічних ризиків. Вісник Хмельницького національного університету. № 2 : 179–183. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-292-2-31
10. Тучковська І. І. (2021) : Особливості створення туристично-екскурсійного маршруту для осіб з інвалідністю. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 62 : 115–120. DOI: 10.36477/2522-1205-2021-62-16
11. Шарко М. В., Петрушенко Н. В. (2020) : Методика виведення на ринок нових туристичних продуктів: теоретичний аспект. Вісник ХНТУ. № 1(72). Ч. 2 : 103–111. DOI:10.35546/kntu2078-4481.2020.1.2.14
12. Щербакова Н. О. (2022) : Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. Економіка та суспільство. № 39. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-39-17
13. Щука Г.П., Ковальська Л.В, Чорна Л.В. Підготовка фахівців галузі туризму в світлі нової парадигми вищої освіти // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: педагогічні науки. – 2019. – №4 (Т19). <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v19i4.287> (doi: 10.32453/pedzbirnyk.v19i4.287)
14. Lesia V. Kovalska, Halyna P. Shchuka, Anzhella R. Mikhailuk, Raisa P. Zagnibida, Tetiana I. Tkachuk Development of tourism is in the epoch of economically – politically reforms and war in Ukraine // Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2020/ 29 (1), 94-101. <https://doi.org/10.15421/112009>
15. Ковальська Л. В., Чорна Л. В., Щука Г. П., Польова Л. В., Михайлюк В. В. Вплив Covid-19 на туризм-2020. Географія та туризм. 2021. Вип. 61. С. 3 -11. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.61.3-11>
16. Щука Г. П., Безрученков Ю. В. Підготовка фахівців туризму: виклики сьогодення. Географія та туризм. 2021. Вип. 63. С. 31-36. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.63.31-36>
17. Щука Г.П, Ковальська Л.В, Безрученков Ю.В. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. Вип. 7. С. 70-76 <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-7-81>
18. Щука Г.П. Пропозиція лікувально-оздоровчих послуг на туристичному ринку Закарпаття. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2023. № 3-4 (304 – 305). С. 112 – 119. DOI <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-3-4-304-305-112-119>
19. Щука Г.П., Міхо О.І., Літовка-Деменіна С.Г. Нішевий туризм як шлях розвитку повоєнної України. Причорноморські економічні студії. 2023. Вип. 84. С. 174 – 179. <https://doi.org/10.32782/bses.84-29>

20. Щука Г.П., Лемко І.С., Шейко В.І. Медичний спа та санаторно-курортний туризм: відмінність концепцій. Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio. 2024. №2. С. 90-99. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-8>
21. Щука Г.П., Меліх О.О., Калмикова І.С. Дегустаційний бізнес як частина індустрії гостинності: сегментація ринку та профіль споживача. Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio. 2024. №1. С. 66 – 79. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-1-7>
22. Щука Г.П., Ковальська Л.В. Подієвий туризм в Закарпатті: інвентаризація фестивалів. Красзнавство. Науковий журнал. 2023. №3-4 (124 – 125). С. 98 – 107. DOI 10.15407/kraieznavstvo2023.03-04.098
23. Щука Г., Журба І., Коробейникова Я. Шляхи формування пропозиції на ринку в'їзного воєнного туризму в Україні. Економіка та суспільство, (64). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-88>

Можливості неформальної освіти:

1. Базовий курс «Туроперейтинг для персоналу»
<https://academy.nto.ua/touroperatingforstaff.html>
2. Базовий курс «Туроперейтинг для керівників»
<https://academy.nto.ua/touroperatingformanagers.html>
3. Школа туризму Туроператора «Каліпсо Україна»
<https://www.kalipsoua.com/ua/tourschool>
4. Курси для менеджерів з туризму (Туроператор Lady Travel)
<https://www.lady.travel/kursy>
5. Курси менеджерів з туризму у компанії «Море Турів – The Best».
<https://www.more-turiv.com.ua/kursi-menedzheriv-z-turizmu/>