

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Герасименко В.Г.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 242 *Туризм*

за темою:

**«Маркетингова політика просування послуг  
у готельному бізнесі України»**

**Виконавець,**

Студентка ВФН, гр. 10.  
**Аллаберганова М.В.**

**Науковий керівник,**

**к.е.н., доцент Михайлюк О.Л.**

**Одеса 2018**

## АНОТАЦІЯ

Аллаберганова М.В.

### **«Маркетингова політика просування послуг» у готельному бізнесі України**

випускна робота на здобуття освітнього ступеня  
бакалавр зі спеціальності *Туризм*  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів, 10 таблиць, 13 рисунків, висновків і пропозицій, 6 додатків і списку літератури з 59 найменувань.

**Об'єкт дослідження:** комплекс заходів політики просування послуг для готелів України.

**Предмет дослідження:** процес обґрунтування інструментів політики просування для готелів України.

У першому розділі «Теоретичні основи політики просування» розглядається досвід країн ЄС, основні поняття та визначення.

У другому розділі «Аналіз маркетингової політики підприємств готельного бізнесу України» наводиться характеристика готельного бізнесу, аналізується національний досвід, проводиться оцінка екологічного ризику готельних послуг.

У третьому розділі «Перспективи маркетингової політики просування у готельному бізнесі України» вивчається політика лояльності як механізм залучення клієнтів, пропонуються інноваційні технології політики просування готельних послуг.

Пропонуються основні напрямки удосконалення маркетингової політики просування у готельному бізнесі України на прикладі кращих готелів країни.

*Ключові слова: готельний бізнес, маркетинг, послуги, політика просування, екологічний ризик, політика лояльності, інноваційні технології.*

## ЗМІСТ

стор.

**ВСТУП** . . . . .

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ** . . . . .

1.1. Політика просування як складова маркетингової діяльності готелю. . . . .

1.2. Досвід країн ЄС у політиці просування готельного бізнесу . . . . .

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДРИЄМСТВ  
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ** . . . . .

2.1. Характеристика сфери готельного бізнесу України. . . . .

2.2. Досвід національного готельного бізнесу у політиці просування. . .

2.3. Оцінка екологічного ризику готельних послуг. . . . .

**РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ  
ПРОСУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ** . . . . .

3.1. Політика лояльності як механізм залучення клієнтів. . . . .

3.2. Інноваційні технології політики просування готельних послуг . . .

**ВИСНОВКИ** . . . . .

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ** . . . . .

**ДОДАТКИ** . . . . .

## ВСТУП

Маркетингова діяльність у готельному бізнесі, як найважливіша функція в індустрії готельного бізнесу, повинна забезпечувати постійне, стійке, конкурентоспроможне функціонування і розвиток того чи іншого суб'єкта системи маркетингу на готельному господарському ринку з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. У даному сенсі маркетингова діяльність припускає проведення комплексних маркетингових досліджень і на їх основі - створення стратегії і програми заходів, що використовуються з метою забезпечення економічної ефективності готельного бізнесу та підвищення ступеня задоволення потреби кінцевого споживача-туриста.

Стратегія маркетингу готельного бізнесу - це формування цілей, досягнення їх і вирішення завдань готельного бізнесу по кожному окремому готельно-господарському продукту, по кожному окремому ринку на певний період.

Глобалізація і концентрація готельного бізнесу виявляються в створенні великих корпорацій і готельних мереж. Такий підхід дозволяє готельним підприємствам перегрупуватися й залучити додаткові ресурси для розвитку свого бізнесу. Готельні підприємства концентруються через створення союзів або асоціацій, що не порушують їхню юридичну та господарську самостійність, але дозволяють проводити спільні маркетингові програми, вести дослідницьку діяльність, формувати єдину систему підготовки та перепідготовки кадрів.

Перехід до ринкової економіки об'єктивно супроводжується поступовим створенням конкурентного середовища в усіх галузях економіки. Ця обставина, у свою чергу, обумовлює необхідність внесення адекватних змін до системи і методів управління фірмами незалежно від їх розмірів та профілю діяльності.

Готельна індустрія сьогодні є галуззю із зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг. Конкуренція - сильний стимул для поліпшення роботи готелю.

Найважливіші сфери готельного господарства (управління, фінансування, дизайн) є резервами підвищення його конкурентоспроможності. Але проблема вдосконалення управління потенціалом готельних підприємств недостатньо вивчена і висвітлена в літературі, до теперішнього часу немає системних наукових розробок у цій галузі.

Основними тенденціями у розвитку готельного бізнесу є:

- поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти і послуги, раніше надані підприємствами інших галузей (наприклад, організації харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо);
- розвиток демократизації готельної індустрії, що сприяє підвищенню
- доступності готельних послуг для масового споживача;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- глобалізація і концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;
- впровадження нових технологій до ділової стратегії готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг.

Основними завданнями у сфері готельного бізнесу стають створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, накопичення стабільної клієнттури через уміння знайти свого клієнта, пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики з урахуванням ринку готельних послуг, що динамічно розвивається.

Питаннями маркетингу готельного бізнесу займаються такі українські вчені як Мальська М.П. [17], Нечаюк Л.І. [24], Пуцентейло П.Р. [29], Страшинська Л.В. [33], Галасюк С.С. [6, 7], Нездоймінов С.Г. [22, 23], Шикіна О.В. [37-39]. Міжнародний досвід висвітлюють Зікеєва С.Г. [10], Кудряченко А.І [16], Негода

Г.А. [20], Овчаренко Л.В. [26]. Інноваційні механізми маркетингової діяльності аналізують Герасименко В.Г, Галасюк К.А. [8], Красовський Є.В. [14], Рентч М.С. [30] та інші.

**Метою** випускної роботи є: дослідити світовий і український досвід політики просування у готельній сфері.

Мета дослідження розкривається через виконання наступних **завдань**:

- розкрити сутність основних понять і визначень, які використовуються у готельній сфері;
- дослідити світовий досвід у сфері просування готельного продукту;
- оцінити можливі екологічні ризики у готельній діяльності;
- проаналізувати специфіку готельної діяльності в Україні;
- запропонувати інноваційні технології політики просування готельних послуг;
- оцінити різні види політики просування і лояльності.

**Об'єкт дослідження**: комплекс заходів політики просування послуг для готелів України.

**Предмет дослідження**: процес обґрунтування інструментів політики просування для готелів України.

**Практичне значення** випускної роботи полягає у наступному:

- досліджений світовий досвід у сфері просування готельного продукту;
- проаналізовано готельну діяльність в Україні, досвід національних та міжнародних готельних мереж у політиці просування;
- запропоновано впровадження кращого національного досвіду у політиці просування;
- у межах політики лояльності наведені кращі приклади роботи з різними сегментами ринку, корпоративними та вір-клієнтами;
- запропоновані різні види промо-акцій, знижок, партнерства.

Випускна робота складається з трьох розділів, 10 таблиць, 13 рисунків, висновків і пропозицій, 6 додатків і списку літератури з 59 найменувань.

## ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

1. Досліджуючи сучасний стан розвитку готельного господарства у світі, незаперечним слід визнати той факт, що у багатьох країнах світу індустрія гостинності давно сформувалась і стабільно розвивається, маючи матеріальну базу та забезпечуючи роботою мільйони людей, що, безперечно, позитивно впливає на економіку окремої держави. Сьогодні готельне господарство в усьому світі розвивається на індустріальній основі та є галуззю економіки, яка забезпечує значні валютні надходження завдяки поширенню іноземного туризму. За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі основні напрями розвитку готельного бізнесу:

- поглиблення спеціалізації і концептуалізації готельних закладів;
- утворення міжнародних готельних мереж та консорціумів під впливом глобалізації;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах та потребах клієнтів;
- диверсифікованість послуг;
- упровадження в індустрію гостинності інформаційних комп'ютерних технологій.

2. У цілому, сучасний стан готельної індустрії України можна охарактеризувати так:

- досягнення готельної індустрії України є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції неухильного зростання, процвітання і розвитку відповідної сфери діяльності;
- основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам;
- висококомфортабельні готелі у Києві, введені в експлуатацію за участі іноземних компаній, дозволили істотно скоротити дефіцит готелів високого класу для заможної клієнтури.

3. В Україні основними гравцями на ринку поступово стають великі західні управлінські компанії у сфері гостинності. Особлива риса українського ринку гостинності на даний момент – початок формування національних готельних

мереж і прихід іноземних мереж. Перший крок до цього – відкриття у 2005 р. Radisson SAS – чотиризіркового готелю «Radisson SAS» у Києві. В Україні готельні мережі тільки починають зароджуватися. Сьогодні у країні діє поки що один готельний ланцюг – Premier Hotels, до якого належать 7 українських готелів. Розвиток готельних мереж в Україні дасть поштовх для переходу країни на новий рівень у рамках участі на світовому ринку готельних послуг, позначить її як нового рівноправного учасника ринку готельних послуг. Участь українських готелів у міжнародних готельних мережах може принести безліч переваг:

- можливість придбання крупних партій товарів та послуг за оптовими цінами;
- заощадження витрат на підготовку персоналу;
- ефективне просування готельних послуг на ринок та економія на рекламних кампаніях;
- використання централізованої системи бронювання;
- використання централізованої системи бухгалтерського обліку;
- будівництво, операції з нерухомістю.

Для того, щоб готельні послуги в Україні вийшли на гідний, європейський рівень, потрібно розробити пріоритетні напрями розвитку готельного бізнесу:

- розробити та імплементувати загальнодержавну стратегію розвитку туристичної індустрії, основним напрямом якої стане розробка та просування на міжнародний ринок нових туристичних маршрутів;
- інвестувати в реконструкцію сучасних готелів;
- збалансувати цінову політику та якість основних і додаткових готельних послуг;
- поліпшити якість готельних послуг;
- на державному рівні підтримувати формування національних готельних ланцюгів;
- запровадити європейські стандарти готельного сервісу;
- розробити гнучку систему державного стимулювання цієї галузі, розроблену в нормативно-законодавчій базі;



– розробити та впровадити інноваційні заходи для індивідуалізації готельного продукту кожного підприємства та формувати нові вітчизняні бренди на ринку готельних послуг України.

4. Проведений аналіз динаміки кількості готелів в Україні та світі, а також тенденції зміни готельного фонду дозволяє зробити висновок, що дана галузь економічної діяльності є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних регіонах, створює матеріальну базу для розвитку туризму. Але в останні роки підприємства готельного господарства розвиваються у негативних умовах, зокрема нестабільної економіко-політичної ситуації країни, що призводить до зниження туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, тривалої окупності таких проектів тощо. Поліпшенню ситуації сприятиме розробка програми розвитку готельного та туристичного бізнесу, пошук фінансових джерел та створення сприятливого інвестиційного клімату.

5. Механізми підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу можна розділити на наступні:

- проведення досліджень з формування принципів управління готельним бізнесом у ринкових умовах;
- застосування до менеджменту і розробки управлінських рішень основних наукових підходів (системного, маркетингового, функціонального, відтворювального, нормативного тощо);
- вдосконалення стандартів ISO серії 9000 по системах якості з метою їх ув'язки з цілим - конкурентоспроможністю і доповнення такими науковими підходами, як маркетинговий, функціональний, відтворювальний та ін., які охоплюють більшість аспектів управління;
- орієнтація розвитку готельного бізнесу переважно на інноваційний шлях розвитку.

6. Заохочення клієнтів є одним з головних післяпродажних завдань з утримання клієнтів. Щоб домогтися лояльності клієнтів і побудувати довірчі

відносини, тим самим створивши міцну клієнтську базу, у багатьох провідних готелях існують особливі секрети заохочувальної політики. У ролі заохочення може бути будь-який приємний подарунок або пропозиція щодо зниження ціни, різні спеціальні акції, сувеніри, картки постійних гостей. У зв'язку з жорсткою конкуренцією на ринку готельного бізнесу підприємці стали чітко розуміти, що просто залучити клієнта тепер недостатньо. Набагато вигідніше зробити клієнта прихильником готелю, який буде знову і знову повертатися.

7. Не всі системи клієнтської лояльності дійсно орієнтовані на КЛІЄНТА. Запити клієнта прості: він хоче вигоди особисто для себе, комфортні умови проживання, і при цьому не має наміру довго чекати і розбиратися у тонкощах системи. Попри це, компанії часто змушують клієнта чекати і старанно збирати бали або отримувати знижки, у яких клієнт не зацікавлений. Клієнтам слід з обережністю ставитися до усіх систем лояльності, проте не варто забувати, що бізнес, орієнтований на клієнта, все-таки існує. Є такі готелі, які бажають клієнту зробити приємно, щоб він повернувся до них знову.

8. Грошові системи лояльності - це так звані Кешбек-програми (від англ. Cash back - "повернення грошей") є найбільш популярними та дієвими у готельному бізнесі. Вони дозволяють клієнту повернути частину витрачених на проживання грошей. Навіть для самих багатих іноземців, розпещених ексклюзивними заохоченнями та послугами, найкращою винагородою є Кешбек. Згідно з дослідженням порталу CreditCards.com, яке проводилося серед 800 багатих американців, три з п'яти осіб з інвестиційним активом 100 тис. долл. і більше відповіли, що Кешбек - це їх улюблений вид винагороди. Готівкові бонуси виявилися у три рази більш популярними, ніж наступний у рейтингу вид винагороди - безкоштовні авіамости (22%). Безкоштовні ночі у готелях набрали всього 7%.

9. Перспективами подальших досліджень є всебічне вивчення, аналіз і використання усіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності готельних комплексів України шляхом упровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм. - Закон України від 15.09.95 № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 1995. - № 31. - Ст. 241. - С 705-717.
2. Про стандартизацію .- Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – №31. – ст.1058 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.
3. Бородіна В.В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент : навч. посібник / В.В. Бородіна. – М. : Книжковий світ, 2003. – 165 с.
4. Бурак Т.В. Розвиток контрактного управління готельними мережами в Україні / Т.В. Бурак // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2013\\_1\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf).
5. Вихлопні гази: вплив на організм // [www.vredno-vsyo.ru](http://www.vredno-vsyo.ru) // [http://www.rav.com.ua/ua/useful\\_know/clauses/eco\\_city/vihlop\\_ua/](http://www.rav.com.ua/ua/useful_know/clauses/eco_city/vihlop_ua/)
6. Галасюк С.С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону // Інфраструктура ринку: науковий практичний журнал. – Вип. 5. – Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2017. – 224 с. (с. 139-145).
7. Галасюк С.С. Проблеми категоризації мотелів в Україні / С. С. Галасюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Вип. 18. – Ч. 1. – Херсон: Херсонський державний університет, 2016. – 195 с. (с. 88-92)
8. Герасименко В.Г., Галасюк К.А. Інноваційний потенціал підприємств туризму та готельного господарства: монографія. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 278 с.
9. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дяченко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 224 с.
10. Зікеєва С.Г. Упровадження європейських норм і стандартів у діяльність готельних підприємств // [file:///C:/Users/Lena/Downloads/ekmk\\_2014\\_1\\_20.pdf](file:///C:/Users/Lena/Downloads/ekmk_2014_1_20.pdf). С.
11. Інтротель (IntroHotel) – концепція готелю для інтровертів, інтелектуалів та творчих людей /// [www.nasnaga.com/concepts/service/introhotel.html](http://www.nasnaga.com/concepts/service/introhotel.html)

12. Европейский Стандарт Услуг (EuSS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eeigcertification.violettesun.su/euss/>. – Назва з екрана.

13. Карсекін В. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні / В. Карсекін, Т. Ткаченко // Економіка України. – 2013. – №9. – С. 14-18.

14. Красовський Є. В. Розробка концепції електронної системи управління готелем // [file:///C:/Users/Lena/Downloads/Vlca\\_ekon\\_2014\\_46\\_25.pdf](file:///C:/Users/Lena/Downloads/Vlca_ekon_2014_46_25.pdf)

15. Колективні засоби розміщування.- Експрес-випуск .- 25.04.2017 № 176/0/05.4вн-17.- Державна служба статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

16. Кудряченко А.І. Україна в Європі: пошуки спільного майбутнього : монографія / за ред. д. іст. н., проф. А.І. Кудряченка // Інститут європейських досліджень НАН України. – К. : Фенікс. – 544 с.

17. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-е вид. перероб. та доп. / М. Мальська, І. Пандяк. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 472 с.

18. Марцин Т.О., Бурак Т.В. Эффективные подходы к развитию предприятий, отраслей, комплексов : [монографія] : в 3-х кн. / Т.В. Бурак, Т.О. Марцин [та ін.]. – Одеса : Купrienko С.В., 2013 – 172 с.

19. Названы лучшие отели Украины 2016 года// <http://nv.ua/style/life/travel/nazvany-luchshie-oteli-ukrainy-2016-goda-258382.html>

20. Негода Г.А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства // Економіка та управління підприємствами .- Економічний часопис -XXI .- 2012 .- С. 64-66.

21. Нездоймінов С. Г. Подходы к управлению гостиничным бизнесом на основе методов «кайдзен» стратегии / Е. Катошина, С. Нездойминов // International Journal of New Economics and Social Sciences. – 2016. – № 2 (4). – С. 126 – 133.

22. Нездоймінов С. Г. Проблемы формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе / С. Г. Нездойминов, О. Г. Феофанова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2016. - № 1 (233). - С. 162.

23. Нездоймінов С. Г. Проблеми сертифікації системи менеджменту якості підприємств готельного бізнесу / С.Г. Нездоймінов, Г.О. Ришкова / Крымский экономический вестник. – 2015. - № 4 (17). - С. 70-72.

24. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.

25. Остапенко Я.О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського . - Випуск 8, 2015 .- С.1216-1221.

26. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // Мир человека. – 2009. – Т. 9. – № 1. – С. 120–126.

27. Писаревський І.М. Матеріально-технічна база готелів : підручник / І.М. Писаревський, А. Рябєв // Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 286 с.

28. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua).

29. Пуцентайло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентайло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с.

30. Рентч М. С. Преимущества брендинга отелей / М. С. Рентч // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 3. – С. 48–50.

31. Рохлев Х.Й. Основы готельного менеджменту : навч. пос. / Х.Й. Рохлев. – К. : Кондор, 2005. – 405 с.

32. Стандарти на зvezды HotelStars Union, HOTREC, ВТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelstars.crimea.ws/documents/standarts-of-categorization/standarty-unwto-hotelstars-union>.

33. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» для студ. спец. 6.140101«Готельно-ресторанна справа». / Л.В. Страшинська // – К.: НУХТ, 2011. – 89 с.

34. Суб'єкти туристичної діяльності .- Експрес-випуск .- 25.04.2017 № 177/0/05.4вн-17.- Державна служба статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

35. Сутність, зміст і роль сучасного маркетингу в процесі управління ринковою діяльністю готельного підприємства // [http://stud.com.ua/75770/turizm/sutnist\\_zmist\\_rol\\_suchasnogo\\_marketingu\\_protsepi\\_upravlinnya\\_rinkovoyi\\_diyalnistyu\\_gotelnoho\\_pidpriyemstva](http://stud.com.ua/75770/turizm/sutnist_zmist_rol_suchasnogo_marketingu_protsepi_upravlinnya_rinkovoyi_diyalnistyu_gotelnoho_pidpriyemstva)

36. Top 25 Hotels — Ukraine // <https://bit.ua/2015/01/trip-advisor-ukraine/>

37. Шикіна О.В. Аналіз стану розвитку готельного господарства Одеської області / О. В. Шикіна, Д. В. Дьяченко // Молодий вчений. — 2016. — №11.

38. Шикіна О.В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу Одеської області // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №13.

39. Шикіна О.В. Аналіз інтенсивності конкуренції готелів VIP класу м. Одеси // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв: МНУ ім. В.О. Сухомлинського, 2017. – Вип. 15. – С. 160-165.

40. Цьохла С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку / С. Ю. Цьохла // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика. – 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 286–294.

41. Юр'єв А. П. Формування ціни та цінової політики на підприємствах туристичного бізнесу : монографія / А. П. Юр'єв, К. В. Єрмілова ; Донецький ін-т турист. бізнесу. – Донецьк, 2004. – 200 с.

#### **Інтернет-ресурси:**

42. Офіційний сайт міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Департамент туризму // <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741->

43. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org/en>

44. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів. – <http://www.tourism.gov.ua/>

45. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
46. Офіційний сайт готелю PREMIER PALACE HOTEL, КИЕВ <HTTP://WWW.HOTELS.KIEV.UA/GOSTINITSY-KIEVA.PHP?UKRAINE=HOTEL->
47. Офіційний сайт готелю SWISS HOTEL, ЛЬВОВ // <HTTP://SWISS-HOTEL.LVIV.UA/RU/>
48. Офіційний сайт готелю NOBILIS HOTEL, ЛЬВОВ // <HTTP://NOBILIS-HOTEL.COM.UA/RU>
49. Офіційний сайт готелю HOTEL BRISTOL, A LUXURY COLLECTION HOTEL, ОДЕССА
50. Офіційний сайт готелю RADISSON BLU RESORT, БУКОВЕЛЬ // <HTTPS://WWW.RADISSONBLU.COM/RU/RESORT-BUKOVEL>
51. Офіційний сайт готелю Харків Палас Прем'єр Готель // <https://kharkiv-palace.phnr.com/>
52. Офіційний сайт готелю Леополіс, Львів // <http://www.leopolishotel.com/ru/>
53. Офіційний сайт дизайн-готелю 11 Mirrors, Київ // <http://www.11mirrors-hotel.com/ru/explore-hotel/overview>
54. Офіційний сайт готелю InterContinental, Київ // <http://kyiv.intercontinental.com/ru/default.html>
55. Офіційний сайт готелю Hyatt Regency, Київ // <http://www.bookit.com.ua/object-hyatt/prices/>
56. Офіційний сайт готелю FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV, КИЕВ // <HTTP://WWW.FAIRMONT-RU.COM/KYIV/>
57. Офіційний сайт Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України// <http://mydim.ua/information/union/hotelinua/>
58. Офіційний сайт готелю Senator Maidan // <https://senator-apartments.com/ru/senator-maidan>
59. Офіційний сайт готелю Інтротель (IntroHotel) – концепція готелю для інтровертів, інтелектуалів та творчих людей /// [www.nasnaga.com/concepts/service/introhotel.html](http://www.nasnaga.com/concepts/service/introhotel.html)