

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

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Ластовенко М.Г.

“ ” 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності Туризм**

за темою:

«Маркетинговий аналіз конкурентних позицій готелю на  
прикладі готелю Брістоль»

**Виконавець**

студентка Центр Вечірньої Форми Навчання

**Поліщук Катерина Віталіївна**

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

**Михайлюк Олена Леонідівна**

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Одеса 2018**

## АНОТАЦІЯ

Поліщук К.В.

### **Маркетинговий аналіз конкурентних позицій готелю «Брістоль»**

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

**Об’єкт дослідження** – конкурентоспроможність готелю «Брістоль».

**Предмет дослідження** - маркетинговий аналіз конкурентних позицій готелю «Брістоль».

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ» наводиться характеристика основних визначень, які визначають маркетингову діяльність і конкурентоспроможність; аналізуються особливості конкурентоспроможності підприємств готельного господарства.

У другому розділі «АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «БРІСТОЛЬ»»: досліджується сучасний стан готельного бізнесу в Україні, проводиться аналіз організаційної структури і фінансової діяльності готелю «Брістоль» і його конкурентних позицій.

У третьому розділі «МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «Брістоль» визначаються перспективні механізми впровадження маркетингової політики для підвищення конкурентних позицій готелю, розроблений проект заходів з підвищення цінової конкурентоспроможності послуг готелю.

*Ключові слова: готель, конкурентоспроможність, туристична політика, готельний бізнес, туристична діяльність, маркетинг.*

## ЗМІСТ

стор.

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....	7
1.1. Характеристика основних визначень, які визначають маркетингову діяльність і конкурентноспроможність .....	7
1.2. Особливості конкурентноспроможності підприємств готельного господарства .....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «БРІСТОЛЬ» .....	18
2.1. Сучасний стан готельного бізнесу в Україні .....	18
2.2. Аналіз організаційної структури і фінансової діяльності готелю «Брістоль» .....	29
2.3. Аналіз конкурентних позицій готелю «Брістоль» .....	39
РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «БРІСТОЛЬ» .....	45
3.1. Перспективні механізми впровадження маркетингової політики для підвищення конкурентних позицій готелю .....	45
3.2. Проект заходів з підвищення цінової конкурентноспроможності послуг готелю .....	50
ВИСНОВКИ .....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	68
ДОДАТКИ .....	64

## ВСТУП

Індустрія гостинності є потужною системою господарства регіону або туристського центру і важливою складовою економіки туризму України.

Готельний бізнес - одна з галузей, що швидко розвиваються і на яку припадає близько 6% світового валового національного продукту та близько 5% усіх податкових надходжень. Окрім того, вона стимулює розвиток інших напрямків: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання тощо. В середньому, для обслуговування кожних 10-ти туристів, які проживають у готелі, необхідно, близько трьох робочих місць безпосередньо, і два робочі місця опосередковано пов'язані з обслуговуванням. Готельний фонд у всіх країнах світу складає близько 17-18 млн. місць, при цьому їх кількість і якість, в основному, відповідає обсягу попиту у секторі міжнародного туризму.

З точки зору фундаментальної економіки готельний бізнес є економічним комплексом, розвиток якого більшою мірою кореспондується з світогосподарськими процесами і відносинами, ніж внутрішніми причинами. Готельний бізнес також виступає найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох країн, що розвиваються, оскільки виступає каналом перерозподілу валового національного продукту між країнами, яке не супроводжується вивезенням (імпортом) товарів і послуг.

Готельне господарство має матеріально-технічну базу і та визначає вид, особливості і якість туристичного продукту. Індустрію гостинності становлять різні способи колективного і індивідуального розміщення: готелі, готелі, мотелі, молодіжні хостели і гуртожитки, апартаменти, туристські притулки, а також приватний сектор. Процеси, що відбуваються у туристській сфері в цілому, відображаються на основних показниках функціонування готелів, а останні визначають показники туристської активності на даному напрямку. Будівництво нових готелів може істотно підвищити привабливість туристського напрямку, збільшивши потік приїжджих, і навпаки, застаріла готельна база може стати

причиною спаду туристської активності у регіоні та зниження його конкурентоспроможності на туристичному ринку.

У сучасних умовах готелі змушені боротися за «місце під сонцем», а при наявності можливості - прагнути до розширення свого бізнесу.

Виживання і зростання ділової активності - найважливіші напрямки у діяльності готельних підприємств в усіх країнах світу. Деякі з них вже усвідомили цей факт і вживають необхідних заходів, щоб забезпечити собі стабільне майбутнє шляхом задоволення мінливих потреб клієнтів та стимулювання повторних звернень за наданням готельних послуг. Бурхливі зміни, що відбуваються у сфері телекомунікацій, засобів масової інформації та пов'язаних з ними технологій, сприяли зростанню очікувань з боку клієнтів щодо якості обслуговування, професіоналізму працівників і різноманітності пропонованих готельних послуг. Тому вже не можна розраховувати на те, що клієнтура буде миритися зі свідомо поганим обслуговуванням. У межах своєї політики в сфері маркетингу готелі повинні інформувати потенційного клієнта про рівень і якість послуг, на які він може розраховувати, а потім забезпечити відповідність пропонованих ними послуг заявленому рівню. Чимало успішних готельних компаній на своєму власному досвіді усвідомили, що не можуть дозволити собі ігнорувати ринки, які розвиваються, не використовувати нові підходи до менеджменту і не впроваджувати передові технології.

Питання конкурентоспроможності у світовій літературі досліджують Адамик В.А. [2], Панасенко Д.А. [35], Портер М. [39], Филюк Г.М. [52] та інші; проблеми розвитку готельного господарства висвітлюють: Галасюк С.С. [5], Мальська М.П. [21], Нездоймінов С.Г. [26-29], Шикіна О.В. [53-57] та інші; маркетингові інструменти готельного бізнесу вивчають: Дурович А.П. [13], Зубарева М.А. [15], Остапенко Я.О. [31], Рентч М.С. [42] та інші.

**Об'єкт дослідження** – конкурентоспроможність готелю «Брістоль».

**Предмет дослідження** - маркетинговий аналіз конкурентних позицій готелю «Брістоль».

**Мета дослідження:** дослідити конкурентні позиції готелю «Брістоль» на ринку готельних послуг Одеси і запропонувати проект заходів щодо підвищення конкурентоспроможності послуг готелю.

Поставлена мета досягається через виконання низки **завдань:**

- надати характеристику основних визначень, які визначають маркетингову діяльність і конкурентоспроможність;
- дослідити особливості конкурентоспроможності підприємств готельного господарства;
- проаналізувати сучасний стан готельного бізнесу в Україні;
- дослідити організаційну структуру і фінансову діяльність готелю «Брістоль»;
- визначити конкурентні позиції готелю «Брістоль»;
- виявити перспективні механізми впровадження маркетингової політики для підвищення конкурентних позицій готелю;
- розробити проект заходів з підвищення цінової конкурентоспроможності послуг готелю.

Дослідження по темі випускної роботи проводилися з використанням різних **методів:** порівняльного, історичного, статистичного, SWOT- аналізу, а також аналізу документів і матеріалів організацій та установ, літературних джерел.

Структура випускної роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури з 58 найменувань, 8 додатків; містить 11 рисунків і 23 таблиці.

## ВИСНОВКИ

1. Готельний бізнес - одна з галузей, що швидко розвиваються і на яку припадає близько 6% світового валового національного продукту та близько 5% усіх податкових надходжень. Окрім того, вона стимулює розвиток інших напрямків: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання тощо. В середньому, для обслуговування кожних 10-ти туристів, які проживають у готелі, необхідно, близько трьох робочих місць безпосередньо, і два робочі місця опосередковано пов'язані з обслуговуванням. Готельний фонд у всіх країнах світу складає близько 17-18 млн. місць, при цьому їх кількість і якість, в основному, відповідає обсягу попиту у секторі міжнародного туризму.

Таким чином, готельний бізнес, як один з видів економічної діяльності, прямо або побічно створює робочі місця і є важливим засобом поповнення казни. У світі постійно відбувається процес освоєння нових концепцій готельного бізнесу і модернізації старих.

2. Найбільш вдалим варіантом бронювання номерів у готелі є бронювання через Інтернет, по телефону і за допомогою IDS Booking. Середній дохід з податком у 2018 році склав 8755,69 тис. грн. (Додаток А ). Найбільшим був дохід від здачі номерів.

Виходячи з аналізу статистики про існуюче і перспективне навантаження готелю на 2018 рік, поки що найвищий рівень завантаження припадав на березень 2018 року і очікується у червні (Додаток Б і Додаток В).

Найбільший прибуток приносять клієнти з Великої Британії - 646,635.40 грн.; Ізраїлю - 638,484.29 грн.; США - 1,391,857.57 грн. та України - 952,532.63 грн. (Додаток Г).

Згідно із звітом менеджера готелю (Додаток Д) рівень завантаженості номерів у 2018 році на червень місяць склав 46,4% (на 2017 рік – 46,07%).

3. Готель «Брістоль» має переваги серед двох обраних конкурентів по більш привабливому місці розташування в історичному центрі міста поблизу інших

історичних пам'яток; має найбільших різноплановий номерний фонд; найнижчу серед конкурентів середню ціну за номер, але поступається чисельністю закладів харчування і не є креативним як «М1» з його сучасним дизайном, причалу для яхт і «Немо» з його дельфінами.

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

Рівень популярності на ринку готельних послуг достатньо високий, але ж готелю можна порекомендувати проведення активної рекламної діяльності підвищити стимулювання споживачів введенням знижок для постійних клієнтів.

Для отримання додаткового доходу готель може здавати деякі номери в оренду.

Для поліпшення рівня обслуговування клієнтів необхідно впровадження інформаційних технологій. Подальше впровадження ІТ-технологій дозволить використовувати програми по автоматизації, що дозволить прискорити процес обслуговування клієнтів.

4. Існує безліч маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу. Серед них: впровадження нових інформаційних технологій, нейромаркетингу, нових видів реклами, акційна політика, політика лояльності та інші.

Популярним варіантом політики просування у готельному бізнесі є проведення різних акцій, конкурсів, свят, вечірок, які зможуть привернути додаткову увагу до готелю. На сайті готелю є розділ «Спеціальні пропозиції» - він доволі короткий. Пропонуємо його доповнити новими пропозиціями.

Кожен п'ятизірковий готель зобов'язаний пропонувати максимальний вибір різних послуг, які зараз поширені у світових готельних мережах. Поки що «Брістоль» відстає за цим показником.

5. За інформацією з сайтів [www.booking.com](http://www.booking.com), Facebook та інших у клієнтів є питання до співробітників готелю; їх професійного рівня, ступеню обізнаності. В Україні у сфері туризму та готельного бізнесу зайняті фахівці, які мають середню або вищу освіту, але тільки 10-15% з них мають відповідну фахову освіту.



Пропонуємо для співробітників туристичної і готельної справи, які мають вищу нефахову освіту, відновити СФПК– спеціальний факультет підвищення кваліфікації при ОНЕУ, де за 2 роки навчання вони зможуть отримати знання і диплом відповідного напрямку.

Серед пропозицій - діюча «3 ночі за ціною 2», серед оригінальних додаткових послуг – «Меню подушок» (Додаток 3). Перелік цінових знижок пропонуємо доповнити.

6. Ціни на номери у готелі «Брістоль» нижчі, ніж у конкурентів. Не завжди «політика низьких цін» є найкращою для п'ятизіркових готелів. Конкуренти ставлять вищі ціни, але й пропонують більше безоплатних і платних основних та додаткових послуг. На сайті готелю «Брістоль» є тільки одна інноваційна пропозиція – «Меню подушок».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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>.
2. Адамик В.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В.А. Адамик // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 69-78.
3. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політекономія. Практикум: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевич. – К. : Знання, 2010. – 494 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. Галасюк С.С. Прецеденти нормативно-правового забезпечення діяльності малих готелів в Україні / С.С. Галасюк, О.В. Гусєва // Вісник ДонНУЕТ. Серія «Економічні науки». – 2011. – Вип. 4(52). – С. 207-214.
6. Галасюк К.А. Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону / К.А.Галасюк // Економіка. Управління. Інновації. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – № 2(12). Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/>.
7. Готелі та бази відпочинку Одеської області. Одеська обласна державна адміністрація. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://oda.odessa.gov.ua/>.
8. Герасименко В.Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В.Г. Герасименко, Г.К. Бедрадіна, С.С. Галасюкта ін.; за заг. ред. В.Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
9. Гусєва О.В. Ціни як індикатор ділової активності на ринку готельних послуг крупного міста / О.В. Гусєва // Вісник соціально-економічних досліджень / Гол. ред. М.І. Звєряков. – 2018. – № 3(39). – С. 44-51.

10. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції / Р. Грецький // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 2. – С. 35-38.
11. Діяльність підприємств сфери нефінансових послуг у I кварталі 2018 року.- Експрес-випуск .- Дежкомстат України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
12. Дизайн-готель 11 Mirrors, Київ // <http://www.11mirrors-hotel.com/ru/explore-hotel/overview>
13. Дурович А.П. Маркетинг в туризмі [Електронний ресурс] : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2003. – 496 с. – Режим доступу : [www.tourlib.net/books\\_tourism/dmitriev.htm](http://www.tourlib.net/books_tourism/dmitriev.htm).
14. 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. 104-109.
15. Зубарева М.А. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах / М. А. Зубарева // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.global-national.in.ua/>.
16. Европейский Стандарт Услуг (EuSS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eeigcertification.violettesun.su/euss/>. – Назва з екрана.
17. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009\\_39/22.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm)
18. Карсекін В. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні / В. Карсекін, Т. Ткаченко // Економіка України. – 2013. – №9. – С. 14-18.
19. 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)
20. 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)

21. 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.
22. Маркетинг тур продукту : підручник [Електронний ресурс] / Ю.О. Карягін, З.І. Тимошенко. Т.О. Демура, Г.Б. Мунін. – К. : Кондор, 2009. – 394 с. — Режим доступу : [www.tourlib.net/books\\_tourism/dmitriev.htm](http://www.tourlib.net/books_tourism/dmitriev.htm)
23. Мочерний С.В. Політекономія: підручник / С.В. Мочерний. – К. : Вікар, 2005. – 386 с.
24. Названы лучшие отели Украины 2016 года// <http://nv.ua/style/life/travel/nazvany-luchshie-oteli-ukrainy-2016-goda-258382.html>
25. Наливайка А.П. Мікроекономіка : підручник / А.П. Наливайко, Л.А. Азьмук, П.Г. Банщиков. – К.: КНЕУ, 2011. – 446 с.
26. Негода Г.А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства // Економіка та управління підприємствами .- Економічний часопис -XXI .- 2012 .- С. 64-66.
27. 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.
28. 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.
29. 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.
30. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.

31. 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.
32. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // Мир человека. – 2009. – Т. 9. – № 1. – С. 120–126.
33. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
34. Офіційний сайт готелю HOTEL BRISTOL, A LUXURY COLLECTION HOTEL, ОДЕССА
35. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики / Д.А. Панасенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 727. – С. 270-276.
36. Писаревський І.М. Матеріально-технічна база готелів : підручник / І.М. Писаревський, А. Рябєв // Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 286 с.
37. Пойтченко К.А. Кластери як фактор структурування економіки // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 7.– С. 623 – 628.
38. 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).
39. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 2009. – 390 с.
40. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія / П. Пуцентейло // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 122-126.
41. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с.
42. Рентч М. С. Преимущества брендинга отелей / М. С. Рентч // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 3. – С. 48–50.

43. Рохлев Х.Й. Основи готельного менеджменту : навч. пос. / Х.Й. Рохлев. – К. : Кондор, 2005. – 405 с.
44. Рудницька М.О. Мікроекономіка: навч. посіб. / М.О. Рудницька. – К.: ЦУЛ, 2008. – 360 с.
45. Стандарти на зvezды HotelStars Union, HOTREC, ВТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelstars.crimea.ws/documents/standarts-of-categorization/standarty-unwto-hotelstars-union>.
46. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. - 3-тє вид., перероб. - К.: Знання, 2006.-327 с. 4.Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. - К.: Вид-во Європ. ун-ту. 2007. - 246 с.
47. 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.
48. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс] / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. – Режим доступу : [www.tourism-book.com](http://www.tourism-book.com).
49. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 246 с.
50. Top 25 Hotels — Ukraine // <https://bit.ua/2015/01/trip-advisor-ukraine/>
51. Фастовець О.О. Засоби реклами в туризмі // Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи: Збірник наукових статей. – К.: ІВЦ «Слов'янський діалог», 20155. – С.211-221.
52. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: монографія / Г.М. Филюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 404 с.
53. Шикіна О.В. Аналіз стану розвитку готельного господарства Одеської області / О. В. Шикіна, Д. В. Дьяченко // Молодий вчений. — 2016. — №11.

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

55. Шикіна О.В. Динаміка розвитку малих готелів м. Одеси / О.В. Шикіна // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 1(187). – С. 313-325.

56. Шикіна О.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості / О.В. Шикіна // Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2015. – 22 с.

57. Шикіна О.В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу Одеської області / О.В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 13. – С. 413-420.

58. Швед В.В. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах / В.В. Швед, С.Л. Яблочников // Вісник Дніпропетровського університету. – 2013. – Випуск 7/1. – С. 92-97.