

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

В.о. завідувача кафедри

**Давиденко І.В.**

-

“ ”

2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

*241 «Готельно-ресторанна справа»*

на тему: **«Інструменти маркетингової діяльності  
готелю «Rose d'OperaHotel»**

**Виконавець,**

студентка ЦДФН, гр. 40

**Слизовська А.О.**

**Науковий керівник,**

к.е.н., доцент **Михайлюк О.Л.**

**Одеса 2019**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ</b> .....	6
1.1. Нормативно-правова база і особливості ведення готельного бізнесу. ....	6
1.2. Основи маркетингової діяльності у готельному бізнесі . . . . .	15
<b>РОЗДІЛ 2. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ</b> .....	24
2.1. Аналіз європейського досвіду розвитку об’єктів готельного бізнесу....	24
2.2. Національний досвід маркетингової діяльності у сфері готельного бізнесу .....	35
2.3. Аналіз організаційної структури і фінансової діяльності готелю «Rosed'OperaHotel».....	51
<b>РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЮ «Rosed'OperaHotel»</b> .....	62
3.1. Оцінка конкурентних позицій готелю «Rosed'OperaHotel». . . . .	62
3.2. Перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для готелю «Rosed'OperaHotel» .....	68
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	77
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	80

## ВСТУП

**Актуальність.** Готельний і ресторанний комплекс є найважливішим елементом соціальної сфери, що відіграє суттєву роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно, зростання життєвого рівня населення.

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності, підприємства готельно-ресторанного бізнесу, як підприємства туризму, при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля тощо.

На сучасному етапі розвитку світового господарства виникла низка економічних тенденцій, які спричинили кардинальні зміни у взаємодії маркетингу та управління. У готельному господарстві ці зміни проявились особливо гостро. Відбувся перехід від стандартизації обслуговування до задоволення індивідуальних запитів, переорієнтування з суцільного ринку на поділ по цільових пріоритетних сегментах, зміни конкурентної боротьби на взаємодію у формі стратегічних альянсів.

В управлінських процесах, разом з делегуванням частини повноважень та функцій вищих ланок менеджменту підприємств готельного господарства до нижчих, великого значення набули творчий потенціал та ініціатива працівників.

Актуальна проблема впровадження у системі господарювання вітчизняних готельних підприємств сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку готельних послуг.

Досвід економічної діяльності останніх років у готельному господарстві України свідчить про повільне підвищення якісних параметрів оцінки продуктивності праці підприємствами галузі. Одночасно сьогодні розвивається

мережа готелів високої категорії обслуговування, які надають послуги розміщення згідно з вимогами світових стандартів.

Зміна підходів до ринкової сегментації, індивідуалізація окремих послуг, встановлення комунікаційної взаємодії з окремими споживачами вимагають принципово нових підходів до управління підприємствами готельного господарства. Пріоритетного значення набуває необхідність наукового пошуку дієвого інструментарію управління відносинами зі споживачами (CRM) та іншими суб'єктами ринку.

Вагомим внеском у вивчення маркетингового менеджменту стали праці таких учених, як Мальська М.П. [3], Еванс Дж. [4], Данилишин Б.О. [5], Уокер Джон [6], Шоул Джони [7], Юлегіна І. В. [8], Пфлегер А. [9], Турковский М. [10], Остапенко Я. О. [11], Виноградская А. С. [26], Яковлев Г. А. [27].

Проте, велика кількість наукових розробок не дає нам можливості повноцінно орієнтуватися в усіх аспектах маркетингових заходів для того, щоб здійснити вибір надійного методу, який би сприяв підвищенню конкурентоспроможності закладів розміщення.

У розрізі означених проблем **метою кваліфікаційної роботи** є окреслення нових маркетингових інструментів для розвитку підприємств готельного господарства у поточних умовах.

Виходячи з поставленої мети маємо виконати наступні **завдання**:

- дослідити основні нормативно-правові акти, які регламентують діяльність готелів в Україні та вказати на основні засади здійснення господарської діяльності, виокремити можливі недоліки;
- з'ясувати, на яких засадах тримається маркетингова політика готелів;
- проаналізувати зарубіжний та вітчизняний досвід діяльності на ринку готельних послуг;
- на основі даних об'єкту дослідження здійснити аналіз господарської діяльності, визначити ефективність маркетингових заходів;
- з'ясувати, яке місце на ринку займає обраний суб'єкт господарювання, проаналізувати основних конкурентів;

- вказати на недоліки маркетингової політики та запропонувати можливі шляхи її покращення.

**Об'єкт дослідження** – готель «Rose Opera»

**Предмет дослідження** – процес маркетингової діяльності готелю «Rose Opera»

**Практична цінність** роботи полягає у можливості застосування результатів і рекомендацій роботи для впровадження новітніх маркетингових інструментів.

У процесі дослідження застосовувалися загальноприйняті **методи** вивчення: абстрактно-логічний, системного аналізу та економіко-математичного моделювання.

**Інформаційна база дослідження.** Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою аналізу законодавчих актів, літературних джерел; матеріалів з офіційних сайтів готелів, монографій, збірників тез наукових конференцій, дисертацій та авторефератів науковців.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3-х розділів, 7-ми підрозділів, які послідовно розкривають усі аспекти обраної теми. Містить список використаних джерел (68 найменувань), висновки та пропозиції. Загальний обсяг роботи - 86 сторінок.

**Публікації автора кваліфікаційної роботи**

**1.2. якщо є**

## ВИСНОВКИ

Актуальним завданням української економіки в її стратегічній перспективі є розвиток українського ринку готельних послуг та підвищення рівня конкурентоспроможності. Виникнення та розвиток суспільства з давніх часів завжди супроводжувався формуванням явища «конкуренція». Саме розуміння поняття слова «конкуренція» у перекладі від латинського означає – змагатися, а отже усі ми розуміємо, що якщо підприємство хоче ефективно функціонувати та укріплювати свої позиції на певному сегменті ринку, воно повинне аналізувати ситуацію та реагувати на зміни, які його оточують.

На думку Ф. Котлера, конкурентоспроможність визначає компетентність, що дозволяє витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними суб'єктами на цьому ринку. Надання конкурентоспроможних готельних послуг виступає найважливішим фактором забезпечення виживання готелю в нестабільних умовах господарювання та його подальшим ефективним розвитком.

Регіональні ринки готельних послуг мають найвищий рівень конкуренції, що потребує постійного пошуку стійких конкурентних переваг в подальшій своїй діяльності.

Міжнародні готельні ланцюги, їх особлива роль та значення, нині стають дуже важливими не лише для туристичного бізнесу, а й для інших галузей господарства та економіки в цілому. Особливістю системи, що надає структурне управління підприємством, звичайно, сприяє певному створенню великої кількості переваг, що дозволяють туристичним підприємствам покращувати якість реалізованого туристського продукту, а також сприяти збільшенню індивідуалізації обслуговування споживачів. Сучасні радикальні зміни у готельному бізнесі стосуються не лише оновлення матеріально-технічної бази та посилення вимог до підготовки кваліфікованих кадрів, а й торкаються революційної перебудови існуючих форм контролю та управління якістю готельного продукту, набутих форм організації готельного бізнесу. І особливо це актуально для України.

Становлення та поширення міжнародних готельних мереж зумовлено розвитком світового ринку готельних послуг і відображає загальну тенденцію до глобалізації економіки. Готельні ланцюги сприяють поширенню і значному підвищенню рівня організації виробництва та обслуговування туристів, створенню певного образу готельного обслуговування. Створення готельних мереж дозволяє підприємству отримувати значні переваги перед поодинокими підприємствами, за рахунок: економії від масштабу, підвищення інвестиційних можливостей, залучення до світових брендів. Щодо європейського готельного ринку, то він посідає провідні позиції у міжнародній сфері готельних послуг за багатьма ключовими показниками: обсягом номерного фонду, динамікою попиту на готельні послуги, прибутковістю готельного номеру, заповнюваністю готелів, оцінкою якості послуг. Україна має звернути увагу на розвиток організованого туризму, який є одним із найбільших джерел зростання попиту на послуги готельних мереж і дозволяє залучати великі інвестиції у готельну інфраструктуру країни. А інвестування в український готельний бізнес є перспективним.

Доведено, що процес формування конкурентоспроможності готельних послуг є трудомістким і вимагає від готелів постійної роботи щодо удосконалення своєї діяльності тому, що більшість ресурсів, які створюють конкурентні переваги, є легко доступні для конкурентів. Проаналізовано ринок готельних послуг регіону, а саме конкурентні переваги найбільших готелів, де визначено, чому готель «Rose d'Opera Hotel» займає відповідне місце в рейтингу. Формування його конкурентоспроможності забезпечується завдяки факторам: високої репутації готелю, автоматизації процесу управління, якістю послуг та контролем за нею, рівнем середньорічного завантаження, середньорічною реалізацією номерного фонду.

Але адміністрації готелю необхідно звернути увагу на проблемні місця, зокрема: кваліфікацію менеджерів, плинність кадрів, маркетингову політику. Доведено, що при формуванні конкурентоспроможної готельної послуги підприємство повинне мати високу репутацію, лояльний та професійний персонал, ефективний маркетинг і використовувати ефективні системи

управління. При формуванні певних рекомендацій (пропозицій) щодо управління конкурентоспроможністю готельних послуг для всіх підприємств бути стандартним не може. Вони повинні бути сформовані для кожного підприємства і оптимально будуть працювати з урахуванням усіх специфічних характеристик та особливостей. Але слід пам'ятати, що оцінка конкурентоспроможності готельних послуг носить умовний характер, тому що оцінювання конкурентоспроможної готельної послуги є суб'єктивним чинником і залежить від думок, вимог, потреб окремих груп споживачів.

У рамках удосконалення товарної політики готелю «Rosed'OperaHotel» доцільним є використання таких заходів:

- створення служби якості, на яку буде покладено такий функціонал: щоденна перевірка майбутнього заїзду, попередній зв'язок із гостями з пропозицією додаткових послуг і питань про побажання гостей; створення і ведення бази

постійних гостей, відстеження та облік особливих побажань гостей та особливостей їх проживання, врегулювання конфліктних ситуацій, листування з гостями;

- розроблення корпоративної програми готелю: формування місії, корпоративних цінностей, розроблення стандартів спілкування, об'єктів корпоративної культури;

- забезпечення гарантованого безперебійного функціонування автоматизованих систем готелю, організація резервних джерел живлення і функціонування для підтримки працездатного процесу в період аварійних відключень [85].



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Перспективы развития медицинского туризма в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://medwio.com.ua/press/news/ukrainian\\_medical\\_tourism](http://medwio.com.ua/press/news/ukrainian_medical_tourism).
2. В Україні поживавився в'їзний та виїзний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadskeradio.org/news/2017/09/12/v-ukrayini-rozhvayvsya-vyiznyu-ta-vuyiznyu-turyzm>.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка. – 2014.
4. Эванс Дж. Маркетинг / Дж. Эванс, Б. Берман ; 3-е изд. – М. : Экономика, 1990. – 336 с.
5. Данилишин Б.О перспективах и специфике развития туризма в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facenews.ua/columns/2016/307795/>.
6. Уокер Джон. Управление гостеприимством / Джон Уокер. – Москва : Юнити-Дана, 2012. – 880 с.
7. Шоул Джон. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул. – Москва : Альбина паблишер, 2012. – 340 с.
8. Юлегіна І. В. Управління міжнародним маркетингом : навчальний посібник / І. В. Юлегіна. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2009. – 146 с.
9. Пфлегер А. Отель. Как выстроить дело с нуля до пятизвезд / А. Пфлегер. – Москва : Центрполиграф, 2008. – 240 с
10. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг / М. Турковский. – Москва : Финансы и статистика, 2008. – 296 с
11. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку / Я. О. Остапенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 8. – С. 1216 – 1221.
12. Закон України "Про туризм". – Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

13. Закон України «Про стандартизацію.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

14. Закон України "Про технічні регламенти та оцінку відповідності".- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

15. Закон України "Про захист прав споживачів".- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

16. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» .- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

17. Постанова КМУ «Про затвердження Правил визначення вартості робіт з підтвердження відповідності у законодавчо регульованій сфері» .- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

18. Постанова КМУ «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» .- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

19. Декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію".- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

20. Закон України "Про підтвердження відповідності" .- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

21. Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання таспоживчої політики «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні».- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

22. Декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію" .- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
23. ДСТУ 4269-2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
24. Національні стандарти України: ДСТУ 4268-2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
25. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.- Офіційний веб-портал Верховної Ради України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
26. Виноградская А. С. Развитие туристического бизнеса в Украине / А. С. Виноградская // Бизнес-информ. – 2016. – № 9 – 10. – С. 122 – 127.
27. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма : учебное пособие. – М. : Издательство РДЛ, 2003. – 240 с.
28. Kotler Ph. Marketing management : Analysis, Planning, Implementation and Control / Ph. Kotler. – 7th ed. – Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1991. – 411 p.
29. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality /S. Medlik. – United Kingdom : Elsevier Science, 2003. – 273 p.
30. Globaltourismindustry – Statistics&Facts [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism>
31. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрямки потрібно розвивати. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/ukraine/pochemu-ukraina-privlekaetinostrancev-i-kakie-perspektivy-u-mestnogo-turizma-1061426.html>
32. Гостиничный и туристический бизнес / [под ред. проф. Чудновского А. Д.]. – Москва : ЮРКНИГА, 2005. – 448 с.

33. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации, интегрированный поход / Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
34. Мескон М. Основы менеджменту / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі. – Москва : Дело, 1997. – 704 с.
35. Хулей Г.С. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Г.С. Хулей, П. Джон. – Д. : БалансБизнес Букс, 2005. – 800 с.
36. Бернадская Ю.С. Основы рекламы : [учебник] / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова ; 4-е изд. – М. : Наука, 2012. – 312 с.
37. Хулей Г.С. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Г.С. Хулей, П. Джон. – Д. : БалансБизнес Букс, 2005. – 800 с.
38. Бернадская Ю.С. Основы рекламы : [учебник] / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова ; 4-е изд. – М. : Наука, 2012. – 312 с.
39. Майдебура О.В. Маркетинг услуг / О.В. Майдебура. – К. : ВІРА -Р, 2012. – 571 с
40. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
41. Туристический бизнес в Украине: трудности и перспективы. Информационный портал офинансах и кредитовании. [Электронный ресурс]. – Режимдоступу: <http://www.dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskiy-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivy.html>.
42. Цьохла С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия : Экономика. 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 286–294.
43. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. фах. вид. 2015.-Вип. 8. С. 1216–1221.
44. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес : менеджмент : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2009. 344 с.
45. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие для вузов / Ю. П. Морозов. – М.: ЮНИТИ-Диана, 2001. – 446 с

46. Похомчикова Е. О. Особенности инноваций в сфере услуг (на примере индустрии гостеприимства) / Е. О. Похомчикова // Сервис plus. – 2014. – № 4/8. – С. 45-52.
47. Круль Г. Я. Основы готельної справи: [Текст] / Г. Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
48. Бортник Л. В. Аналіз впливу процесу глобалізації на розвиток готельного бізнесу України [Текст] /Л. В. Бортник. – Сімферополь: ВіТроПрінт, 2010. – 220 с..
49. Поплавська І. В. Діяльність транснаціональних готельних мереж в Україні [Текст] / І. В. Поплавська// Географія та туризм. – К.: ЛГТ, 2010. – Вип. 7. – С. 116-119.
50. Туризм у Європі. Європейська комісія: Eurostat – L 6. – XXIV, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
51. Статистична служба Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database).
52. Похомчикова Е. О. Особенности инноваций в сфере услуг (на примере индустрии гостеприимства) / Е. О. Похомчикова // Сервис plus. – 2014. – № 4/8. – С. 45-52.
53. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector: Issues paper for discussion at the global dialogue forum for the hotels, catering, tourism sector. Intern, labour organization. Sectoral activities programme. Geneva: ILO, Nov. 2013.
54. Hotel trends for 2016 (2016). Telegraph. Available at:<http://www.telegraph.co.uk/travel/hotels/articles/Hotel-trends-for-2016/>
55. Hilton Worldwide расширит портфель брендов. Пятизвездочный софт-бренд, Hilton Plus и «хостел на стероидах». Умные номера появятся в 2018 году / Skift/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotelier.pro/news/item/3117-nassetta>

56. Новые технологии в отелях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://micediscount.ru/mice\\_digest/novye-tehnologii-sluzhat-interesam-ne-tolko-klientov-no-ipersonala-oteley/](https://micediscount.ru/mice_digest/novye-tehnologii-sluzhat-interesam-ne-tolko-klientov-no-ipersonala-oteley/)
57. Дорогу в мир современного искусства покажет арт-консьерж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://prohotelia.com/2013/06/le-royal-monceau-raffles-paris\\_art-district/](http://prohotelia.com/2013/06/le-royal-monceau-raffles-paris_art-district/)“Statistical Bulletin. Collective accommodation facilities in Ukraine in 2016”, Available at: [ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publtur\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm). [Accessed 22 January 2018].
58. Semenov, V.F. (2013), Franchizing yak metod organizacii I rozvitky gotelnogo biznesu [Franchising as a method of organization and development of hotel business], Visnik socialno-ekonomichnuch doslidgen, 2013, № 49(1), pp. 68-76.
59. Хумарова Н. І., Дишкантюк О. В. Гостинність, туризм та рекреація у забезпеченні розвитку економіки вражень // Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в Україні : матеріали XI Пленуму Спілки економістів України, 29 вересня 2017 р., Київ, СЕУ /За заг. ред. акад. АЕНУ В. В. Оскольського. 2017. С. 61–73.
60. Цьохла С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия : Экономика. 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 286–294.
61. Державне агентство України з туризму та курортів : сайт. URL: <http://www.tourism.gov.ua>
62. Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
63. Колективні засоби розміщування // Експрес-випуск. 25.04.2017 № 176/0/05.4вн-17.
64. Названы лучшие отели Украины 2016 года. URL:<http://nv.ua/style/life/travel/nazvany-luchshie-oteliukrainy-2016-goda-258382.html> (дата звернення: 23.08.2018).
65. Криворучко П. Современные проблемы туризма в Украине / П. Криворучко // Материалы конференции «Научная индустрия европейского

континента-2007». [Электронный ресурс]. –Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/krivoruchko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/krivoruchko.htm).

66. Яна Ищенко. Туризм в Украине: пациент скорее мертв, чем жив? [Электронный ресурс]. – Режимдоступу: <http://vnews.agency/exclusive/33041-turizm-v-ukraine-pacient-skoree-mertv-chem-zhiv.html>.

67. Развитие туризма в Украине: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://marker-ua.info/sotsialnyj-blok/obrazovanie/2528-rochemu-dengi-lyubyat-schet-i-tishinu/>.

68. Медицинский туризм: куда поехать лечиться? [Электронный ресурс]. – Режим доступа:[https://www.obozrevatel.com/health/medical\\_tourism/meditsinskij-turizm-kuda-poehat-lechitsya.htm](https://www.obozrevatel.com/health/medical_tourism/meditsinskij-turizm-kuda-poehat-lechitsya.htm).