

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
 (найменування кафедри)

Допущено до захисту
 Завідувачка кафедри
к.е.н., доцент Давиденко І. В.

 (підпис)
 “ ___ ” _____ 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
 (шифр та найменування спеціальності)
 за освітньою програмою професійного спрямування
 «Економіка та організація туристичної діяльності» _____
 (назва освітньої програми)

на тему: «Стратегія розвитку гастрономічного туризму
(на прикладі ресторанної мережі «Реста»)»

Виконавець
 студентка 6 курсу 8 групи ФМЕ

Гурш Вікторія Олегівна _____
 (прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник
к.е.н., доцент
 (науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С. Г. _____
 (прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2020

АНОТАЦІЯ

Гурш В. О. «Стратегія розвитку гастрономічного туризму (на прикладі ресторанної мережі «Реста»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 242 «Туризм»

(цифра та назва спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»
(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються науково-теоретичні підходи до формування стратегії розвитку гастрономічного туризму. Висвітлена класифікація видів та форм гастрономічного туризму. Розглянутий світовий досвід формування стратегій розвитку гастрономічного туризму.

Проаналізовано фінансово-господарська діяльність ресторанної мережі «Реста» та її конкурентоспроможність на ринку м. Одеси. Розроблено організаційні заходи щодо формування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста» на ринку гастрономічного туризму.

Запропоновано та обґрунтовано економічна доцільність кластерної стратегії розвитку послуг мережі «Реста».

Ключові слова: *гастрономічний туризм, підприємства ресторанного бізнесу, стратегії розвитку, ефективність господарської діяльності, рентабельність, кластери, кластерна стратегія*

ANNOTATION

Gursh VO "The strategy of development gastronomic tourism (using the example of the restaurant chain" Resta ")"

Qualifying work at obtaining an educational master's degree in specialty 242 «Tourism» in the educational program «Economics and organization of tourism activities». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The qualifying work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources used and applications.

The work considers scientific and theoretical approaches to the formation of a strategy for the development of gastronomic tourism. The classification of directions and forms of gastronomic tourism is covered. The world experience of formation of strategies of development of gastronomic tourism is considered.

The economic and organizational characteristics of the restaurant chain "Resta" and its competitiveness in the market of Odessa are analyzed. Organizational measures have been invented to form a cluster strategy for the development of Resta restaurant chain services.

The economic expediency of the cluster strategy of services of the "Resta" network is offered and substantiated

Keywords: *gastronomic tourism, restaurant business enterprises, development strategies, economic efficiency, profitability, clusters, cluster strategy.*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Науково - теоретичні підходи до формування стратегії розвитку гастрономічного туризму.....	5
1.2. Класифікація видів та форм гастрономічного туризму.....	11
1.3. Світовий досвід формування стратегій розвитку гастрономічного туризму	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОЇ МЕРЕЖІ «РЕСТА» НА РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	25
2.1. Загальна характеристика ресторанної мережі «Реста».....	25
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторанної мережі «Реста».....	35
2.3. Оцінювання рівня конкурентоспроможності ресторанної мережі «Реста».....	44
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПОСЛУГ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕСТОРАННІЙ МЕРЕЖІ «РЕСТА»	55
3.1. Організаційні заходи щодо формування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста»	55
3.2. Економічне прогнозування та обґрунтування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста».....	65
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79

ВСТУП

У наш час під впливом глобальних процесів та міжнародної інтеграції на світовому туристичному ринку, роль гастрономічного туризму й послуг харчування, як форми споживання, призвели до збільшення інтересу до кулінарних традицій, особливостей кухні тієї чи іншої країни. А тенденції розвитку туризму у ХХІ ст. дозволяють стверджувати, що інтерес до нього з кожним роком збільшується, завдяки появі та розвитку нових видів туризму. Поява гастрономічних турів надає змогу туристам ознайомитися та насолодитися місцевою рецептурою, яка віками вбирала в себе традиції місцевих жителів, їх культури приготування їжі.

Гастрономічний туризм - це подорож, метою якої є ознайомлення з особливостями національної кухні країни, виробництва і приготування продуктів і страв. Головною особливістю гастрономічного туру є дегустація їжі, яка притаманна саме тій чи іншій місцевості і більше ніде у світі не зустрічається.

Одним із найперспективніших напрямів туризму в Одеському регіоні можна назвати «гастрономічний туризм». Цей вид туризму об'єднує місцеві громади, підприємців сфери туризму та ресторанного бізнесу, споживачів гастрономічних послуг. Розвиток гастрономічного туризму в Україні може зіграти важливу роль у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби.

Актуальність роботи пояснюється аргументами необхідності комплексного дослідження проблем, пов'язаних з формуванням стратегій розвитку послуг на ринку гастрономічного туризму, підвищенням ефективності систем управління в підприємствах сфери обслуговування.

Мета кваліфікаційної роботи. Сформулювати заходи щодо розробки та впровадження стратегії розвитку гастрономічного туризму в підприємствах сфери обслуговування туристів.

Завдання дослідження. Для досягнення мети визначені наступні завдання:

- розглянути теоретичні аспекти гастрономічного туризму;
- надати класифікацію основних форм гастрономічного туризму;
- охарактеризувати світовий досвід стратегічних напрямів розвитку гастрономічного туризму;
- надати характеристику діяльності ресторанної мережі «Реста»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ресторанної мережі «Реста»;
- надати оцінку конкурентоспроможності ресторанної мережі «Реста»;
- запропонувати організаційні заходи щодо формування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста»;
- провести економічне прогнозування та обґрунтування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста».

Об'єкт дослідження: процес формування стратегії розвитку гастрономічного туризму.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів формування стратегії розвитку послуг гастрономічного туризму на підприємствах сфери обслуговування.

Методи дослідження. Методологічну базу кваліфікаційної роботи складає сукупність загальнонаукових та спеціальних економічних методів:

- аналізу та синтезу;
- економіко-статистичний метод;
- спостереження та порівняння;
- SWOT - аналіз;
- економіко-математичний щодо прогнозування доходу підприємства.

Для обробки та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми Microsoft Word і Microsoft Excel. Також були використані окремі елементи економіко-математичних методів.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою роботи є закони України, Укази Президента України, Постанови Уряду України, інші

нормативно-правові акти, інструктивні та методичні матеріали галузевої приналежності. В роботі використовувалися матеріали наукових монографій, інформаційні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів, періодичних видань, збірники та довідники служби державної статистики, тематична довідкова література, галузева інформація, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Тема кваліфікаційної роботи відповідає напрямам наукових досліджень кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Практичне значення результатів, які одержані в результаті дослідження, полягають у можливості використання запропонованих заходів щодо формування стратегії розвитку гастрономічного туризму, кластерного розвитку ресторанного бізнесу в Одеському регіоні.

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді:

1. Гурш В. О. Росія як потужний ринок виїзного туризму / В. О. Гурш // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020. – 881 с. – С. 219-223.

ВИСНОВКИ

1. Дослідивши науково – теоретичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, можна зробити висновок, що термінологію і класифікацію його видів науковці вивчають досі. Вітчизняні та зарубіжні науковці пропонують під терміном «гастрономічний туризм» розуміти спеціалізований вид туризму, що поєднує у собі ознайомлення і дегустацію національних кулінарних традицій різних народів чи країн світу. Крім цього, він відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню, з метою задоволення туристських потреб.

2. Розглянувши підходи до класифікації видів гастрономічного туризму важливо виділити фактори, які впливають на його розвиток: соціально-економічні; нормативно-правова база в галузі туристичного та готельно-ресторанного господарства; наявність ресурсної бази, екологічний стан території, стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості, національний склад, розвиток культури та народних традицій, розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, закладів тимчасового розміщення та харчування).

3. Світовий досвід розвитку гастрономічного туризму доводить, що найбільшим вагомим стратегічним напрямком є розробка нового туристичного продукту за участю підприємств ресторанного господарства, підприємців регіональних ринків, де представлені харчові продукти місцевих виробників, дегустація місцевої продукції, гастрономічні свята та фестивалі, кулінарні майстер-класи, гастрономічні ярмарки та відвідування фермерських угідь. Попит на послуги гастрономічного туризму передусім обумовлений наявністю у кожній країні світу відповідних туристичних ресурсів – від діючих підприємств ресторанного господарства і гастрономічних заходів до об'єктів гастрономічної та кулінарної спадщини.

4. Аналіз господарської діяльності ресторанної мережі «Реста» на ринку гастрономічного туризму показав, що компанія «Реста» – один з найпомітніших операторів на ринку ресторанного бізнесу України. У

портфолію компанії знаходяться такі успішні заклади як мережа піцерій «Пан-Піца», відомі одеські ресторани «Стейкхаус. М'ясо і Вино», «Дача», «Фарширована Риба» та «Риба у Вогні», п'ять кафе, об'єднані спільною концепцією, єдиною ідеєю і одною назвою – «Компот», а також ресторан італійської кухні «Тавернетта».

5. У 2019 році порівняно з 2017 роком відбулося зростання собівартості реалізованої продукції на 15202 тис. грн та інших операційних витрат на 13580,5 тис грн., що у сукупності вплинуло на збільшення витрат на 28782,5 тис. грн у цілому по мережі. Найбільшу питому вагу у складі прямих виробничих витрат ресторанів займає стаття витрат на продукти харчування. У відсотковому відношенні на цю статтю припадає 48,02%. Витрати на заробітну плату лінійного персоналу займає 45,37% у загальному обсягу витрат.

6. Проведено PEST-аналіз конкурентного ринку ресторанних послуг та надано оцінку факторів, що впливають на конкурентне середовище ресторанної мережі «Реста». Розраховано інтегральний показник конкурентоспроможності ресторанної мережі «Реста», що становить 4,47 та є вище середнього показника серед конкурентів. За цим показником досліджуваний заклад випереджає ресторани мережи «Synergy Group», «SEZAM Group» та «G-Group».

7. Розроблено блок – схема та алгоритм формування кластерної стратегії розвитку послуг гастрономічного туризму в ресторанної мережі «Реста». Ядром кластеру гастрономічного туризму рекомендовано підприємство мережи «Тавернетта», яке вже має потужний бренд ресторанних послуг. Доведено, що функціонування кластеру гастрономічного туризму об'єднує зусилля регіональних підприємців сфери туризму, органів влади і ключових учасників кластеру ресторанної мережі «Реста» для виробництва певного туристичного продукту. Співпрацюючи у кластері, учасники можуть отримувати нові розробки щодо системи логістики, технології продажу продукції, системи менеджменту та

маркетингу гастрономії та туристичного продукту тощо. Запропоновані заходи спрямовано на забезпечення ефективного бізнесу мережі «Реста» та стратегічної співпраці суб'єктів господарювання в межах туристичного регіону на основі створення та реалізації послуг гастрономічного туризму.

8. Для обґрунтування заходів формування кластерної стратегії розвитку ресторанних послуг мережі «Реста» в роботі застосовані економіко – математичні методи розрахунків щодо прогнозування чистого доходу ресторанної мережі «Реста». За даними розрахунків прогнозується щорічне зменшення чистого доходу ресторанів мережі «Реста» на період 2020-2022.

Доведено, що досягнення синергетичного ефекту залишається одним із ключових завдань формування кластерного механізму співробітництва ресторанної мережі «Реста» у сфері гастрономічного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Глушко О. В. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація / О. В. Глушко // Торгівля і ринок України. – 2016 – С. 166-175.
2. Бусигин А. П. Как организовать кулинарный туризм? /А. П. Бусигин // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 2. – С. 74 – 76.
3. Федорченко В. Занимательное питание/ В. Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2005. – № 2. – С. 86 – 89.
4. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т. С. Кукліна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-113/>.
5. Балинін К. А. Аспекти диверсифікації гастрономічного туризму / К. А. Балинін // Сервіс в Росії і за кордоном. - 2017. - Т. 11, № 1 (71). - С. 97-108.
6. Іванов В. Д. Гастрономічний туризм як популярне напрямлення в туристичній індустрії. / В. Д. Іванов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiiy-turizm-kak-populyarnoe-napravlenie-v-turisticheskoy-industrii/viewer>
7. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономічний туризм: сучасні тенденції і перспективи / Е. Л. Драчева, Т. Т. Христов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://futuresruss.ru/wp-content/uploads/2015>
8. Вульф Е. «Що таке гастрономічний туризм» / Ерік Вульф // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>.
9. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Режим доступу: <http://www.worldfoodtravel.org>.
10. Гатауліна С. Ю., Томашек М. Н. Анализ перспектив развития гастрономического туризма в Приморском крае. / С. Ю. Гатаулина, М. Н. Томашек // – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2013. 141 с.

11. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями / Тетяна Трададенко, Катерина Верес // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10-11 квітня 2014 р. К.: НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 563-564.

12. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки / В.С. Ковешніков, В.В. Гармаш // Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 32-37.

13. Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України / Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції (9 листопада 2012 року). Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна. С. 239-241.

14. Омельницька О.В. Сутність та види гастрономічного туризму / О.В. Омельницька // Приазовський економічний вісник: Світове господарство і міжнародні економічні відносини. С. 15-20.

15. Global Report on Food Tourism. – World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. – 2012. – р. 63.

16. День національного гастрономічного туру – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nationalfoodtourday.com>

17. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.

18. Hall, C.M. & Sharples, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste / Food tourism around the world. – Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003. – pp. 1–24.

19. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalfoodtourism.com>

20. World Tourism Organization - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>

21. Омельницька В. О. Аналіз світового ринку послуг гастрономічного туризму / В. О. Омельницька // Молодий вчений. – 2018. - № 9 (61). - С. 506 – 511.

22. Скляр Г. П., Карпенко Ю. В. Економічний вісник Донбасу // Г. П. Скляр, Ю. В. Карпенко - 2015 - № 1(39). С. 346-367

23. Стратегічне партнерство України. Аналітична записка Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/600/>.

24. Інформаційне видання: «Гастрономічні фестивалі українців» / Матеріали зібрані та впорядковані: Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста» - 2016.

25. Турция планирует развивать гастрономический туризм // Мир туризма. – 24 марта 2015 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mirtu.com/news-show-682.html>.

26. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України / В. О. Омельницька // Економічні студії. – 2018. - № 2 (20). - С. 121 – 126.

27. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні / О. Л. Михайлюк, О. А. Хумаров // Економічні інновації, 22 (2).2020. С. 71-81.

28. Фіногеева С. М., Колосінська Н. М. Гастрономічний туризм складова розвитку сфери готельного та ресторанного сервісу / С.М. Фіногеева, Н. М. Колосінська // Міжнародна науково-практична онлайн конференція: Практика і перспективи розвитку еногастрономічного туризму – 17 травня 2018. С. 159-162.

29. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / В. В. Корнілова, Н. В. Корнілова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» , 2018.

30. Офіційний сайт Ресторанів Сави Лібкіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://savva-libkin.com/ru/business>

31. Офіційний сайт Tripadvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru>
32. Тавернетта любима не тільки летом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edagoroda.com/tavernetta/>
33. Знакомый с детства вкус «Компота» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://od.cf.ua/news/news-cf/znakomyj-s-detstva-vkus-kompota>
34. Майорова Т. В. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту / Т. В. Майорова // – 189 с.
35. Неїленко С.М. Аналіз ринку ресторанного господарства за 2013–2018 роки в ракурсі етногастрономічного розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2019/38_1_2019/26.pdf
36. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Структурні трансформації у розвитку ресторанного господарства України: аспекти спеціалізації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 26. Ч. 1. С. 163–167.
37. Кластери – як драйвери розвитку та протидії кризовим явищам. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.industry4ukraine.net/digest-5/#3>
38. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів : монографія / За заг. ред. І.В. Давиденко і О.Л. Михайлюк — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2020.- 497 с.
39. Одеська область увійшла у топ-3 за сумою сплаченого туристичного збору у 2018 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://oda.odessa.gov.ua/news/odeska-oblast-uvijsla-u-top-3-za-sumou-splacenogo-turistichnogo-zboru-u-2018-roci>
40. Корнілова Н.В., Корнілов В.В. Гастрономічні фестивалі в Україні як фактор розвитку гастрономічного туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/20_2018/4.pdf

41. Босовська М.В. Концептуальні засади управління кластерним розвитком економічних суб'єктів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3789>

42. Облік та аудит витрат підприємств ресторанного господарства: управлінський аспект : монографія / Л.М. Янчева, А.В. Янчев, Л.О. Кирильєва та ін. – Х. : Видавець Іванченко І. С., 2017. – 262 с.

43. Экспоненциальное сглаживание. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://help.fsight.ru/ru/mergedProjects/lib/02_time_series_analysis/uimodeling_expsmooth.htm

44. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] за наук. Ред. Д.І. Басюк. – Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 316 с.

45. Багрій М.В. Кластер – перспективний напрям розвитку туристично-рекреаційного регіону // Ефективна економіка № 6. – 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>

46. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 262 с.

47. Нездоймінов С. Г. Фінансовий та кластерний інструментарій соціально-економічної мотивації розвитку підприємницької діяльності / С. Г. Нездоймінов, Н. М. Андрєєва // Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. – Суми: Сумський державний університет, 2012. – С. 271-304.

48. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 8. Частина 1. – 2014. – С.136-141.

49. Нездойминов С. Г. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес регіону в умовах трансформації економіки // Економіка харчової промисловості. – 2011. – №. 2. – С. 81-87.

50. Хумарова Н. І. Маркетингова політика просування послуг у готельному бізнесі України / Н. І. Хумарова, О. Л. Михайлюк // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018. – Вип. 67 (3). – С. 53-61.

51. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк . — К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. — 332 с.

52. Nezdoyminov S.G. Investment vectors of regional tourism infrastructure development / S. G. Nezdoyminov // Науковий вісник Полісся. – 2016. – № 4 (8), ч. 1. – С.196 - 201.