

УДК 338.24

Безуглий І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму

Чернігівського національного технологічного університету

ІННОВАЦІЙНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ

INNOVATIVE BASIS OF NATIONAL HOTEL CHAINS FORMATION IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Подано світових лідерів серед міжнародних готельних мереж. Перші позиції в рейтингу міжнародної готельної діяльності займають: Marriott International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group (IHG), Wyndham Hotel Group, які показують стабільне зростання свого бізнесу. Визначено територіальну експансію українських готельних підприємств, які входять до міжнародних готельних ланцюгів. Сформульовано основний фактор, який приваблює міжнародні готельні мережі до України. Обґрунтовано використання методу порівняння для визначення рівня розвитку готельного господарства. Проаналізовано національні готельні мережі України, їх територіальну експансію, основні бренди та привабливі сегменти ринку. Подано рекомендації щодо впровадження вітчизняної моделі формування готельних мереж.

Ключові слова: готельна мережа, міжнародні готельні оператори, інновації в рекреаційно-туристичній сфері, інноваційна політика у сфері туризму, моделі формування готельних мереж.

АННОТАЦИЯ

Названы мировые лидеры среди международных гостиничных сетей. Первые позиции в рейтинге международной гостиничной деятельности занимают: Marriott International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group (IHG), Wyndham Hotel Group, которые показывают стабильный рост своего бизнеса. Определена территориальная экспансия украинских гостиничных предприятий, входящих в международные гостиничные цепи. Сформулирован основной фактор, который привлекает международные гостиничные сети в Украине. Обосновано использование метода сравнения для определения уровня развития гостиничного хозяйства. Проанализированы национальные гостиничные сети Украины, их территориальная экспансия, основные бренды и привлекательные сегменты рынка. Даны рекомендации по внедрению отечественной модели формирования гостиничных сетей.

Ключевые слова: гостиничная сеть, международные гостиничные операторы, инновации в рекреационно-туристической сфере, инновационная политика в сфере туризма, модели формирования гостиничных сетей.

ANNOTATION

Posted by world leaders in international hotel chains. The first positions in the ranking of international hotel activities are: Marriott International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group (IHG), Wyndham Hotel Group, which show a steady growth of their business. The territorial expansion of Ukrainian hotel enterprises, which are part of international hotel chains, is determined. The main factor that attracts international hotel chains to Ukraine is formulated. The use of the comparison method to determine the level of development of the hotel economy is substantiated. The analysis of the national hotel chains of Ukraine, their territorial expansion, the main brands and attractive segments of the market. Recommendations on the implementation of the domestic model of the formation of hotel chains are presented.

Keywords: hotel chain, international hotel operators, innovations in the recreation and tourism sector, innovative tourism policy, models of hotel network formation.

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси, що відбуваються в національній економіці України, потребують теоретичного осмислення сутності, змісту, умов, факторів, механізмів, методів формування та реалізації інноваційної політики розвитку рекреаційно-туристичної сфери, орієнтуючись на ринкове господарювання. Реалізація цієї концепції можлива на основі інноваційної політики розвитку рекреаційно-туристичної сфери, яка має на меті активізувати трансформаційні процеси в національній економіці України, сприяти впровадженню технологій такого рівня, які забезпечать конкурентоспроможність вітчизняним товарам та послугам на світових і внутрішніх ринках. Підґрунтям інноваційної політики розвитку рекреаційно-туристичної сфери мають стати нові знання та їх ефективна реалізація.

Одну з характерних ознак сучасної світової економіки становить організація мережевих зв'язків між окремими суб'єктами готельного бізнесу. Вплив готельних мереж має проявлятися у просуванні високих стандартів обслуговування, інноваційному розвитку та становленні міжнародного іміджу країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фахові джерела містять обґрунтування напрямів застосування франчайзингового інструментарію формування готельних мереж, проаналізовано правове регулювання франчайзингових відносин [10]. Визначено коло проблем, які стримують розвиток франчайзингу, зокрема високий рівень обслуговування, встановлений франчайзером, недотримання встановлених вимог засобами харчування, недобросовісність в оплаті франчайзі.

Визначено основні тенденції, які пов'язані з інноваціями в готельному бізнесі, зокрема утворення міжнародних готельних мереж, поглиблення спеціалізації готельних закладів, розвиток мережі малих підприємств, упровадження комп'ютерних технологій. Разом із цим відбуваються процеси консолідації готельної індустрії шляхом злиття, придбання і створення партнерських союзів, створення «капсульних», «панорамних» готелів, спеціалізованих засобів розміщення з обмеженим переліком послуг, які орієнтовані на обслуговування певного сегменту рекреаційно-туристичного ринку, викорис-

тання спеціальних тарифів для туроператорів [12, с. 293–294].

Обґрунтовано основні чинники, які мають вплив на негативні процеси в готельному господарстві. Серед них: недостатність готелів високого рівня обслуговування, невідповідність тарифів та якості наданих послуг, незначний рівень конкуренції [11, с. 225].

Дослідження світового досвіду функціонування готельних мереж, вивчення історичних аспектів формування готельних мереж у різних країнах світу сприяли розробленню та впровадженню економіко-правового механізму регулювання готельного господарства [2, с. 225].

Виявлено фактори залучення іноземних інвестицій на ринок готельної нерухомості. Основними факторами інвестиційної привабливості ринку готельної нерухомості вважаються високі показники попиту, підвищення ліквідності на ринках боргового капіталу, високий рівень продаж окремих активів, підвищення інтересу до портфельних операцій на «вторинних» ринках та збільшення офшорного капіталу [4, с. 16].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість публікацій щодо розвитку готельного господарства, недостатньо висвітлено окремі аспекти формування конкурентних стратегій вітчизняного готельного бізнесу.

Мета статті полягає у визначенні напрямів регулювання процесів формування готельних мереж у контексті розроблення основ формування інноваційно-інвестиційної політики розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Поставлено завдання: провести аналіз розвитку готельних мереж в Україні та обґрунтувати найбільш привабливі сегменти ринку готельних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. *Інноваційна політика у сфері туризму* – одна зі складових частин політики держави, яка проводить низку заходів, спрямованих на розвиток інновацій, що включає забезпечення взаємозв'язку щодо всього циклу створення та реалізації інноваційного продукту в туризмі та готельному господарстві. В Європейському Союзі інноваційна політика включає класичну підтримку досліджень, стимулювання процесів обміну між наукою та економікою, а також формування рамкових умов, сприятливих інноваціям [1, с. 85–86].

Інноваціями в рекреаційно-туристичній сфері можна вважати розроблені або вдосконалені технології надання послуг, нові види рекреаційно-туристичних послуг, сукупні товари, а також організаційно-технічні рішення щодо форм рекреаційно-туристичної діяльності, методів контролю якості та надання послуг, що істотно поліпшують структуру виробництва та збільшують їх споживання. Однією з популярних інновацій вважається формування мережних структур у готельному господарстві. Така інновація сприяє підвищенню конкурентоспро-

можності вітчизняних підприємств, упровадженню нових технічних засобів, зокрема під час бронювання чи маркетингової діяльності, вдосконаленню підготовки персоналу та ін.

Зміст основних дефініцій, особливості їх тлумачення мають відображувати реалії сучасного розвитку рекреаційно-туристичної сфери. Серед таких реалій – становлення ринків рекреаційно-туристичних та готельних послуг, формування готельних мереж, активізація державно-приватного партнерства, створення корпоративного сектору в національній економіці України, інтеграційні процеси, кластеризація підприємств, удосконалення державного регулювання, формування рекреаційно-туристичних центрів. Усі ці напрями свідчать про домінування концепції інноваційного розвитку в наукових дослідженнях рекреаційно-туристичного спрямування.

Під *готельною мережею* розуміється об'єднання підприємств готельного господарства з метою територіальної експансії на ринку готельних послуг, яке сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності за єдиними управлінськими та організаційними стандартами з використанням єдиної торгової марки [4, с. 180]. Згідно з іншим визначенням, *готелі мережі* – це об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес під єдиним керівництвом, із використанням єдиної торговельної марки та концепцією просування товару на ринок [2, с. 225]. Основне в запропонованих визначеннях готельної мережі – це єдине керівництво та спільний бренд. Розроблення та просування рекреаційно-туристичних та готельних брендів має спиратися на обґрунтування перспективних сегментів ринку послуг [11, с. 150].

Появу міжнародних готельних операторів вважають інновацією в бізнесі розміщення туристів. Перші позиції в рейтингу міжнародної готельної діяльності займають: Marriott International, Hilton Worldwide, InterContinental Hotels Group (IHG), Wyndham Hotel Group, які показують стабільне зростання свого бізнесу (табл. 1). Сучасний світовий готельний ринок практично сформувався в 50-х роках ХХ ст., коли актуальною інновацією було надання права великими компаніями використовувати свої бренди дрібним власникам. Це сприяло впровадженню високих стандартів в обслуговуванні. Нині спостерігається значний рівень конкуренції між відомими торговельними марками, який призводить до їх зростання на 3–5% щорічно. Але частина готелів, які належать до мереж світових готельних лідерів, морально застаріла, тому національній готельній індустрії України, насамперед, доречно орієнтуватися на формування власних готельних торговельних марок та брендів.

Основним фактором, який приваблює світові готельні мережі в Україну, залишається низький рівень пропозиції та високий попит на готельні послуги. В Україні налічується 22 готелі, які належать 10 готельним мере-

Таблиця 1

Міжнародні готельні ланцюги

Місце в рейтингу		Назва готельної мережі	Країна походження	Кількість номерів, одиниць		Темп приросту 2017/2012, %
2017	2012			2017	2012	
1	3	Marriott International	США	1176972	617837	190,5
2	2	Hilton Worldwide	США	817646	633238	129,1
3	1	InterContinental Hotels Group (IHG)	Великобританія	766837	658348	116,5
4	4	Wyndham Hotel Group	США	705670	613126	115,1
5	6	Choice Hotel Group	Франція	520224	502460	103,5
6	8	Best Western Hotels & Resorts	США	290160	311598	93,1

Таблиця 2

Готелі України, які входять до міжнародних готельних мереж

№	Назва мережі та готелю	Місце розташування
	Inter Continental Hotel	
1	Inter Continental Kyiv	м. Київ
2	Grand Plaza Lviv	м. Львів
	Hilton Hotel & Resorts	
3	Hilton Kyiv	м. Київ
	Marriot International	
4	Renaissance Kiev Hotel	м. Київ
	Windham Hotel Group	
5	Ramada Encore Kiev	м. Київ
6	Ramada Lviv	м. Львів
	Accor Hotels	
7	Hotel de Paris	
8	Ibis Kiev City Center	м. Київ
9	Fairmont Grand Hotel	м. Київ
10	Mercure Kyiv Congress	м. Київ
11	Ibis Kiev Вокзал	м. Київ
12	Ibis Kiev Lviv	м. Львів
	Starwood Hotels and Resorts	
13	11 Mirrors	м. Київ
14	Aloft Kiev	м. Київ
	Carlson Rezidor Hotel Group (дочерне підприємство Radisson Hotel Group)	
15	Radisson Blu Resort	Буковель
16	Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil	м. Київ
17	Radisson Blu Hotel, Kyiv	м. Київ
18	Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska	м. Київ
	Hyatt Hotels Corporation	
19	Hyatt Regency Kyiv	м. Київ
	Rexin	
20	Rixos-Prykarpatty Resorts	м. Трускавець
	Sharwood Hotel & Resorts Worldwide (дочерне підприємство Sheraton Hotel & Resorts)	
21	Sheraton Kiev Olympiysky	м. Київ
22	Four Point by Sheraton	м. Запоріжжя

жам. Задекларували своє бажання працювати на українському ринку китайські компанії Home Inns та +Motel 168. Позначила свою присутність турецька компанія Rexin, яка утримує один готель у Трускавці (табл. 2). Але світові готельні мережі тільки позначають свою присутність на ринку України. В європейських країнах до складу міжнародних готельних ланцюгів належать тисячі закладів

розміщення, а в Україні – тільки обмежена кількість готелів.

Для оцінки конкурентних позицій готельних підприємств використовується математичний апарат, за допомогою якого можливе визначення лідерів у готельному бізнесі на основі обґрунтованих параметрів. Проведені розрахунки дають підставу вважати, що серед світових лідерів за географічною експансією –

британський оператор InterContinental Hotels Group (IHG) та американські компанії Hilton Worldwide й Hyatt Hotels Corporation, які присутні на готельному ринку України. За охопленням міжнародного ринку найкращі позиції – в оператора Radisson Hotel Group [7, с. 174]. Під час обґрунтування завдань щодо входження українських готельних підприємств до складу світових готельних мереж доцільно орієнтуватися на світових лідерів.

Для визначення рівня розвитку готельного господарства в Україні доречно використати метод порівняння. Сутність цього методу полягає у співставленні окремих показників, які характеризують соціально-економічні процеси, зокрема стан розвитку готельного бізнесу. Часто використовуваним показником є кількість місць у засобах розміщення на 1 000 населення країни чи міста. Так, забезпеченість готелями в Україні становить 3,1 місце на 1 000 населення (на 2016 р.) за наявних рекомендацій 10 місць на 1 000 населення. У Парижі цей показник сягає 38,4 місця, у Відні – 25,1 [11, с. 225]. В європейських країнах, зокрема Болгарії, Угорщині, Польщі, Великобританії, Франції, Німеччині, показник сягає 10–20 місць на 1 000 населення;

в Італії, Іспанії, Канаді – 23–25 [9, с. 98]. Такий стан свідчить про значне відставання готельного господарства України порівняно з європейськими лідерами. Але в разі зростання національної економіки України збільшиться потреба в засобах розміщення, що сприятиме інвестиційній привабливості галузі. Також для порівняння можна використати співвідношення між різними категоріями номерів, зокрема номерами вищої категорії (президентські, апартamenti, люкс, полулукс, дуплекс та ін.), першої категорії (стандарт), другої та третьої категоріями.

Функціонування готельного господарства в Україні ускладнюється дисбалансом попиту та пропозиції на ринку готельних послуг, низькою якістю обслуговування, великою вартістю проживання, недосконалістю процедури сертифікації, слабким законодавчим регулюванням, економічною та політичною нестабільністю. Внаслідок таких процесів спостерігається зниження конкуренції, що посилює негативні процеси в готельному бізнесі, затримує інтеграцію України до світового туристичного ринку.

Формування вітчизняних готельних мереж розпочалося в 2003 р. з Premier Hotels and Resorts («Прем'єр Готелі»). Ця мережа розви-

Таблиця 3

Національні готельні мережі України

№	Назва готельної мережі	Назва готелю – члена готельної мережі
1	«7 днів»	«7 днів» (м. Кам'янець-Подільський); «7 днів» (м. Київ); «Днепр» 3* (м. Запоріжжя)
2	Premier Hotels and Resorts	Premier Hotel Abri 4* (м. Дніпро), Premier Hotel Lybid 3* (м. Київ), Premier Hotel Rus 3* (м. Київ), Premier Palace Hotel 5* (м. Київ), Premier Hotel Dnister 4* (м. Львів), Premier Hotel Star 4* (м. Мукачеве), Premier Compass Hotel Odessa 3* (м. Одеса), Premier Geneva Hotel 3* (м. Одеса), Premier Compass Hotel Oleksandriya 3* (м. Олександрія), Premier Hotel Palazzo 4* (м. Полтава), Premier Hotel Pochaiv 4* (м. Почаїв), Premier Compass Hotel Yahodyn 2* (с. Старовойтово, Волинська обл.), Premier Hotel Shafran 4* (м. Суми), Premier Hotel Aurora 4* (м. Харків), Premier Hotel Cosmopolit 4* (м. Харків), Premier Palace Hotel Kharkiv 5* (м. Харків), Premier Compass Hotel Kherson 3* (м. Херсон)
3	Reikarts Holes Group	«Reikarts Парк Готель Івано-Франківськ» (м. Івано-Франківськ), «Optima Вінниця» 3* (м. Вінниця), «Reikarts Житомир» 4* (м. Житомир), «Reikarts Запоріжжя» 3* (м. Запоріжжя), «Reikarts Кам'янець-Подільський» (м. Кам'янець-Подільський), «Reikarts Карпати» 4* (Закарпатська область), «Reikarts Поляна» 4* (Закарпатська область), «Raziotel Київ (вул. Ямська)» 3* (м. Київ), «Raziotel Київ (метро Бориспільська)» (м. Київ), «Raziotel Аташе Київ» (м. Київ), «Raziotel Борисфен» 3* (м. Київ), «VitaPark Борисфен» 3* (м. Київ), «Reikarts Кременчук» 3* (м. Кременчук), «Optima Делюкс Кривий Ріг» 3* (м. Кривий Ріг), «Raziotel Кривий Ріг» 3* (м. Кривий Ріг), «Reikarts Кропивницький» 3* (м. Кропивницький), «Reikarts Дворжець Львів» 3* (м. Львів), «Reikarts Медіваль Львів» 4* (м. Львів), «Reikarts Маріуполь» 3* (м. Маріуполь), «Reikarts Нікотель Миколаїв» (м. Миколаїв), «Reikarts Континент Миколаїв» (м. Миколаїв), «Reikarts Рівер Миколаїв» 3* (м. Миколаїв), «Reikarts Маренеро Одеса» 3* (м. Одеса), «Hotel Milano by Reikartz Collection» 4* (м. Одеса), «Reikarts Олександрівський Одеса» (м. Одеса), «Reikarts Галерея Полтава» (м. Полтава), «Reikarts Почаїв» 3* (м. Почаїв, Тернопільська обл.), «Optima Рівне» 3* (м. Рівне), «Reikarts Суми» 3* (м. Суми), «Reikarts Харків» 3* (м. Харків), «Optima Херсон» 3* (м. Херсон), «Optima Черкаси» 3* (м. Черкаси), «VitaPark Аквадар» (м. Черкаська обл.), «Reikarts Чернігів» 4* (м. Чернігів)
	Black Sea Hotels Group	«Чорне море» Рішельєвська 4*, «Чорне море» Парк Шевченка 5*, «Чорне море» Пантелеймонівська 1*, «Чорне море» Отрада 4* (м. Одеса), «Чорне море» Бугаз, «Чорне море» Золотий Бугаз 5*, «Чорне море» апартamenti Золотий Бугаз 5*, «Чорне море» Роздільна (Одеська обл.), «Чорне море Київ» 3* (м. Київ)
	Royal Hotels and SPA Resorts	Royal Grand Hotel, Royal Geneva Hotel, Royal Cezar Hotel, Royal Promenad Hotel (м. Трускавець), Royal Congress Hotel, Royal Olympic Hotel, Royal Grand Hotel, Royal City Hotel, Royal Hotel De Paris (м. Київ), Royal Village Resort (Івано-Франківська обл.), Royal Park Hotel (м. Ялта)

ває три бренди (Premier Palace Hotels, Premier Hotels, Premier Compass Hotels) та налічує 17 готелів категорії «3–5 зірок». Серед українських регіональних готельних мереж – Black Sea Hotels Group («Чорне море») та Royal Hotels and SPA Resorts. Більшість готелів першої готельної мережі знаходиться в Одеському регіоні, другої – у Трускавці. Вітчизняна готельна мережа Reikartz Holes Group представлена в усіх регіонах України та активно розвиває п'ять брендів: Reikartz Collection Hotel, Reikartz, Optima, Vita park, Raziotel.

Порівняно з європейськими країнами в Україні спостерігається більша диференціація населення за доходами. Така ситуація призводить до об'єднання в одній готельній мережі підприємств різних категорій і спеціалізацій, що охоплює різні верстви населення та сприяє поліпшенню фінансового стану готельних підприємств. Так, готельна мережа Black Sea Hotels Group («Чорне море») об'єднує п'ять міських готелів та чотири – у курортній зоні. Готельна мережа Reikartz Holes Group в своїх брендах об'єднує різні типи готелів. Бренд готельної мережі Reikartz Collection Hotel задовольняє потреби споживачів на рівні чотирьох-п'яти зірок, бренд Reikartz об'єднує готелі рівня трьох-чотирьох зірок, розташованих у великих містах і привабливих курортах; бренд Optima пропонує відпочинок із різним бюджетом; бренд Vita park спеціалізується на велнес-курортах; бренд Raziotel – мережа економ-готелів «3 зірки» для бізнес-аудиторії. Готельна мережа Royal Hotels and SPA Resorts об'єднує чотири курортних готелі в м. Трускавці, які спеціалізуються на санаторно-курортному лікуванні, п'ять міських готелів у м. Києві, один готель на гірськолижному та СПА-курорті Буковель та один готель на морському узбережжі. Бренди мережі Premier Hotels and Resorts пропонують споживачам економне розміщення (Premier Compass Hotels), бізнес-клас серед готелів, які розташовані у центральній частині міст (Premier Hotel), готелі, що мають визначну архітектуру та спрямовані на вибагливого споживача (Premier Palace Hotels).

На початок 2017 р. в Україні налічувалося 2 534 готелі, 76 готелів належить українським та 22 – міжнародним готельним мережам; 208 готелів отримали категорію 1–5 зірок [8; 6]. У 2013 р. на ринку України працювали 2 573 готелі, з яких 503 мали категорію [11, с. 226]. Така ситуація свідчить про недостатній рівень розвитку мережевих структур, невизначеність вітчизняної моделі формування готельних мереж та відсутність мотивів українських готелів отримувати категорію.

У фаховій літературі виділяють дві моделі формування готельних мереж: інтегровані готелі та готельні консорціуми. Інтегровані готельні мережі характеризуються однаковою назвою, спільним товарним знаком та рівнем запропонованих послуг, незважаючи на місцез-

находження. Вимоги до підприємств готельної мережі: єдиний стиль в архітектурі та дизайні, схожість позначень і зовнішньої інформації, швидкість реєстрації клієнтів, наявність номерів для постійних клієнтів, аналогічна система харчування (наприклад, шведський стіл), схожа пропозиція додаткових послуг, подібна система тарифів, єдине керівництво й маркетингове просування бізнесу, спільна служба комунікацій. За такою моделлю у світі функціонує більше 50% готельних номерів. Інтегровані готелі виглядають своєрідними транснаціональними корпораціями, які знаходяться під керівництвом єдиного холдингу. Головним інструментом формування готельних інтегрованих мереж виступає франчайзинг.

Друга модель формування готельних мереж спрямована на об'єднання окремих підприємств у консорціуми. Мета такого об'єднання – збільшення прибутковості, зниження загальних витрат, зокрема під час закупівлі витратних матеріалів, проведення спільних заходів щодо підбору персоналу та його тренінгів. Основним недоліком цієї моделі є недостатній контроль над якістю послуг та ціновою політикою підприємств.

Висновки. Перспективний напрям розвитку ринку готельних послуг становить формування національних та регіональних готельних мереж, які об'єднані в торговельні марки зі стабільно високим рівнем обслуговування. Найбільш затребувані два сегменти готельного господарства. Перший сегмент – це готелі економ-класу (дві-три зірки), цільову аудиторію яких становлять іноземні та вітчизняні туристи, що подорожують із культурно-пізнавальними, лікувально-оздоровчими цілями та для відпочинку та розваг. Другий сегмент – фешенебельні готелі (чотири-п'ять зірок), розташовані у центрах великих міст. Їхню цільову аудиторію становлять ділові приїжджі. Основні вимоги до таких готелів полягають у наданні розширеного переліку бізнес-послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрощук Г.О. Інноваційна політика Європейського Союзу. Наука та інновації. 2009. Т. 5. № 5. С. 85–97.
2. Басюк О.В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів. Глобальні та національні проблеми економіки. URL: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/05.pdf>.
3. Безуглий І.В., Рябов І.Б. Наукові аспекти формування рекреаційно-туристичного бренду України. Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. 2013. № 3 (19). С. 148–157.
4. Бунтова Н.В. Перспективи інтеграції України в міжнародний ринок готельних послуг. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2016. Т. 21. Вип. 4 (46). С. 16–19.
5. Буряк Т.В. Готельні мережі: еволюція та становлення. Бізнес Інформ. 2014. № 8. С. 179–183.
6. Колективні засоби розміщування. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Мельниченко С.В., Кудлай Т.В. Готельні оператори: конкурентоспроможність на національному ринку. Науковий ві-

- сник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2016. Вип. 1 (47). Т. 2. С. 171–175.
8. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку. Сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
 9. Семенов В.Ф., Бортник Л.В. Модель формування національної гостиничної сети. Вестник Волгоградского института бизнеса. Бизнес. Образование. Право. 2014. № 1 (26). С. 97–101.
 10. Семенов В. Ф., Бортник Л.В. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 2 (1). С. 68–75.
 11. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 16 (205). С. 224–228.
 12. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2014. Вип. 34. С. 292–301.