

---

---

# ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

---

---

УДК 339.1:640.41(100)

**МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана,**

д. е. н., професор, проректор з наукової роботи КНТЕУ

**КУДЛАЙ Тетяна,**

к. е. н., асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу КНТЕУ

## МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ РИНКУ

*На основі аналізу теорії та вивчення сучасної практики функціонування готельних операторів на ринку готельних послуг України визначено шляхи інтегрування мережевих готелів за допомогою розроблення структурно-логічної схеми інтеграції готельних мереж міжнародного та національного рівнів через єдиний інформаційний портал, що дасть змогу їх ефективного функціонування на національному ринку.*

*Ключові слова:* ринок готельних послуг, готельний оператор, готельна мережа, послуги, інформаційний портал, національний ринок, інтеграція.

*Мельниченко С., Кудлай Т. Международные гостиничные сети на национальном рынке. На основе анализа теории и изучения современной практики функционирования гостиничных операторов на рынке гостиничных услуг Украины определены пути интегрирования сетевых гостиниц посредством разработки структурно-логической схемы интеграции гостиничных сетей международного и национального уровней через единый информационный портал, что даст возможность их эффективного функционирования на национальном рынке.*

*Ключевые слова:* рынок гостиничных услуг, гостиничный оператор, гостиничная сеть, услуги, информационный портал, национальный рынок, интеграция.

**Постановка проблеми.** Застосування інтернет-технологій у готельному бізнесі стає звичним явищем, позаяк більшість послуг з бронювання у підприємствах готельного господарства здійснюють безпосередньо через Інтернет. Проте результати дослідження засвідчили брак єдиного інформаційного середовища, яке забезпечило б комунікативне насичення

---

© Мельниченко С., Кудлай Т., 2016

даними про мережеві готелі, що функціонують на території України. З цією метою розроблено структурно-логічну схему інтеграції готельних мереж міжнародного та національного рівнів через єдиний інформаційний портал, який буде відрізнятися тим, що забезпечить багатомовність інформації, бронювання із порівнянням усіх пропозицій мереж, зворотним зв'язком у реальному часі та дасть змогу споживачеві готельних послуг увійти до об'єднаної програми лояльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням теорії та практики, у тому числі й функціонування готельних мереж на національному ринку, входження міжнародних мереж в Україну, присвячено праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, як от: Л. Бортник [1], М. Босовська [2], Г. Горіна [3], К. Гурджиян [4–5], О. Гутник [6], В. Катькало, В. Шемракова [7] тощо. Віддаючи належне вагомості наукових праць цих авторів, варто зазначити про брак питань, пов'язаних із інтегруванням міжнародних готельних операторів до національного ринку готельних послуг, що й зумовлює потребу детальнішого з'ясування цієї проблеми.

Інтеграція готельних мереж у національний ринок передбачає поглиблення інформаційної взаємодії між підприємствами-членами мережі шляхом застосування інформаційних технологій. Але результати дослідження засвідчили брак єдиного інформаційного середовища мережевих готелів на території України.

**Метою** дослідження є аналіз сучасного інформаційного забезпечення мережевих готельних підприємств, що функціонують на ринку готельних послуг України.

**Матеріали та методи.** Основою проведеного дослідження слугувала сукупність таких наукових методів, як: узагальнення, порівняльного аналізу, статистичний, аналізу та синтезу, що дало змогу визначити та обґрунтувати сучасні тенденції розвитку готельних мереж, обробити дані звітів готельних операторів та їх офіційних сайтів, проаналізувати динаміку вітчизняного ринку готельних послуг, оцінити головні проблеми та окреслити перспективи. Інформаційною базою дослідження стали праці вітчизняних та зарубіжних вчених, статистичні матеріали та інтернет-джерела, а також результати особистих досліджень діяльності міжнародних та національних готельних операторів, що функціонують на вітчизняному ринку.

**Результати дослідження.** За останнє десятиліття світовий готельний бізнес став однією із найприбутковіших сфер діяльності, що є каталізатором розвитку транспортних систем, сфери торгівлі та розваг будь-якої країни. За даними Світової організації торгівлі (СОТ), станом на 2014 р. кожна одинадцята людина задіяна у забезпеченні діяльності туристичного бізнесу та готельної справи [8].

Глобалізаційні процеси в готельному бізнесі на світовому ринку наразі стають звичним явищем, у тому числі й інтеграція за допомогою інтернет-технологій. Їх застосування у готельному бізнесі стає нормою,

позаяк близько 70 % бронювання місць на підприємствах готельного господарства відбувається безпосередньо через глобальну мережу [9]. Проте інформаційне забезпечення споживачів готельних послуг не завжди належне. Результати аналізу сайтів лідерів готельного бізнесу (рис. 1) свідчать про брак зворотного зв'язку із споживачами готельних послуг та неможливість відстежування кількості вільних номерів обраного сегмента, що є нагальною проблемою інформаційного забезпечення споживачів. Запропонувати віртуальні тури обраними готелями можуть 49 % готельних операторів. Варто зазначити, що лише 52 % надають можливість користування своїм сайтом на шести і більше мовах, що не завжди дає змогу ознайомитися споживачу зі всією потрібною інформацією. Нині набувають актуальності локальні сайти готельних операторів із окремими брендами, що мають обмежену географічну репрезентативність. Водночас 59 % операторів спростили процес бронювання на сайтах своїх брендів, що дозволяє споживачу максимально зручно провести процес резервації, а 76 % – надають можливість зміни дати бронювання без зворотних дій.



**Рис. 1. Характеристика сайтів міжнародних готельних операторів**

*Джерело: розроблено авторами [10–24]*

Інтенсивне та стрімке оновлення інтернет-ресурсів лідерів готельного бізнесу, свідчить про потребу максимального наповнення віртуального інформаційного середовища, якість якого може забезпечити лояльність споживачів до бренду.

Крім того, попри конкуренцію, лідери готельного бізнесу, такі як Choice Hotels International, Hilton Worldwide, Hyatt Hotels Corporation, Inter Continental Hotels Group, Marriott International та Wyndham Worldwide, 2012 року започаткували спільну глобальну систему бронювання Room Key, яка дає змогу обрати будь-яке підприємство готельного господарства, що є членом однієї із мереж операторів за заданими критеріями. Ця система надає споживачу альтернативу, але аж ніяк не впливає на лояльність до бренду [10].

Контентне насичення офіційних сайтів національних готельних операторів також відрізняється позитивними характеристиками (табл. 1), проте брак єдиної інформаційної бази та обмежене мовне забезпечення не дає змоги споживачу обирати оптимальні пропозиції серед усіх наявних.

Таблиця 1

**Інформаційне забезпечення сайтів національних операторів**

Показники	Готельний оператор	
	<i>Premier International</i>	<i>Reikartz Hotel Group</i>
Мовне забезпечення оператора	3	3
Мовне забезпечення бренду	3	3
Зворотний зв'язок у реальному часі	+	–
Доступність відгуків споживачів	–	+
Спрощена система бронювання	+	+
Гарантія кращої ціни	+	–
Особистий кабінет споживача	+	+
Інформація про партнерів	+	+
Віртуальні тури	–	–

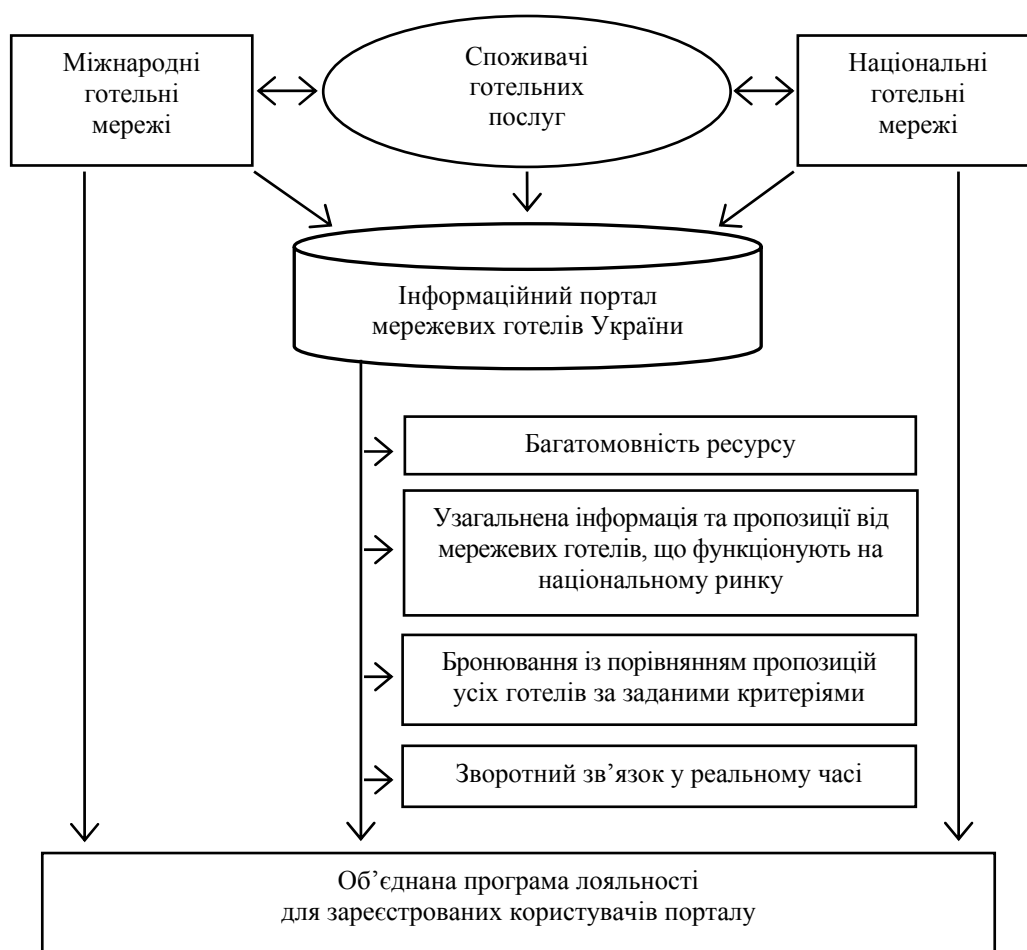
Джерело: розроблено авторами

Аналіз сайтів національних операторів та їх брендів дає змогу зробити висновок про обмеженість мовного забезпечення, яке може негативно вплинути на лояльність споживачів із інших країн. Бо без віртуальних турів та відгуків споживачів не можна повністю оцінити підприємства готельного господарства. Зауважимо, що *Premier International* надає гарантію кращої ціни, що додає споживачеві впевненості у лояльності ціни на обрану категорію номера. Водночас неможливість ознайомлення із відгуками споживачів обмежує потенційного споживача у попередньому враженні, що може негативно вплинути на лояльність до бренду. Можливість створення особистого кабінету на сайтах операторів вельми спрощує процес бронювання та відстежування стану бонусної програми. До того ж поширення функцій особистого кабінету на всю функціональність сайту дає змогу зробити тільки сайт *Premier International*, тоді як *Reikartz Hotel Group* обмежує споживачів межами програми лояльності. Обмеженість інформації про партнерські відносини простежують на всіх сайтах.

Попри значну кількість інтеграційних процесів у готельному бізнесі, результати дослідження засвідчили брак цього процесу на вітчизняному ринку між міжнародними та національними готельними мережами, що, своєю чергою, зменшує їх потенціал.

Дослідження інформаційного середовища ринку готельних послуг вказує на брак співпраці на вітчизняному ринку як між національними готельними операторами, так і міжнародними, а також на відсутність комплексного інформаційного середовища, яке надавало б інформацію споживачам про мережеві підприємства готельного господарства.

Тож запропоновано розробку єдиного інформаційного порталу для інтеграції національних та міжнародних готельних мереж, що функціонують на території України, який дозволить об'єднати в єдину інформаційну систему всі мережеві готелі та надасть повну інформацію про них у єдиному ресурсі в мережі Інтернет. Структурно-логічну схему інтеграції готельних мереж через єдиний інформаційний портал подано на *рис. 2*.

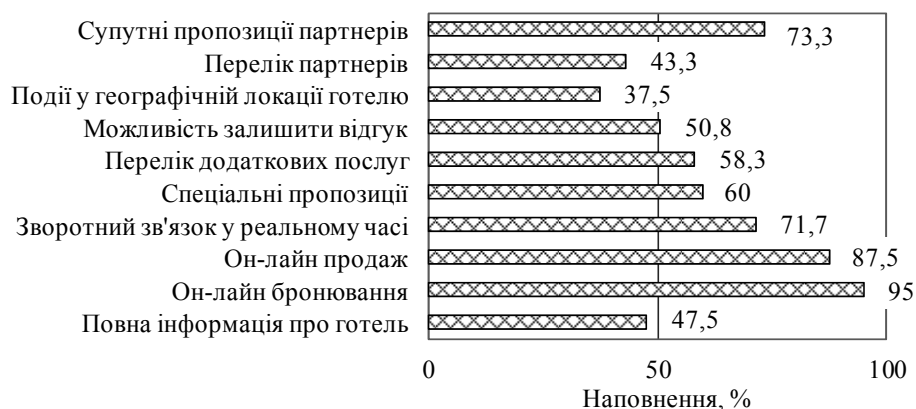


**Рис. 2. Інтеграція готельних мереж через інформаційний портал**

*Джерело: розроблено авторами*

Інформаційний портал дасть змогу забезпечити єдиний інформаційний простір для споживачів готельних послуг, які надають перевагу мережевим підприємствам готельного господарства, для оптимального та зручного вибору розміщення по всій території країни та ввійти до об'єднаної програми лояльності споживачів готельних послуг мережевих готелів.

Для формування актуальної структури інформаційного порталу проведено опитування серед споживачів готельних послуг та встановлено такі критерії для наповнення порталу (*див. рис. 3*).

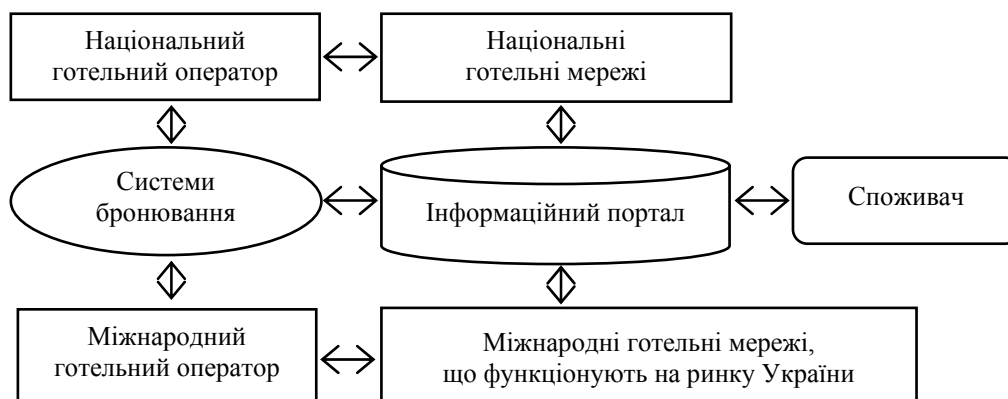


**Рис. 3. Альтернатива наповнення інформаційного порталу**

*Джерело: розроблено авторами*

Як випливає з рис. 3, окрім стандартних пропозицій сайтів, що надають послуги бронювання підприємств готельного господарства, не менш важливе місце споживачі відводять можливості скористатися супутніми послугами потенційних партнерів інформаційного порталу мережових готелів, до яких запропоновано віднести заклади ресторанного господарства, оренду автомобілів, альтернативні засоби розміщення за браком мережових готелів у обраному регіоні, служби таксі, медичні центри, страхові компанії, туристичні оператори тощо. Отже, інформаційний портал матиме змогу залучати партнерів по всій території України.

Одним із головних складників при створенні єдиного інформаційного простору є багатомовність ресурсу, що дасть змогу споживачам незалежно від знання мови скористатися послугами порталу, який міститиме узагальнену інформацію та кращі пропозиції від мережових готелів, що функціонують на вітчизняному ринку готельних послуг. Завдяки можливості бронювання та зворотному зв'язку у реальному часі готелі зможуть обмінюватися споживачами за відсутності представників мережі у конкретній географічній локації. Взаємозв'язок інформаційного порталу із споживачами готельних послуг буде таким (рис. 4).

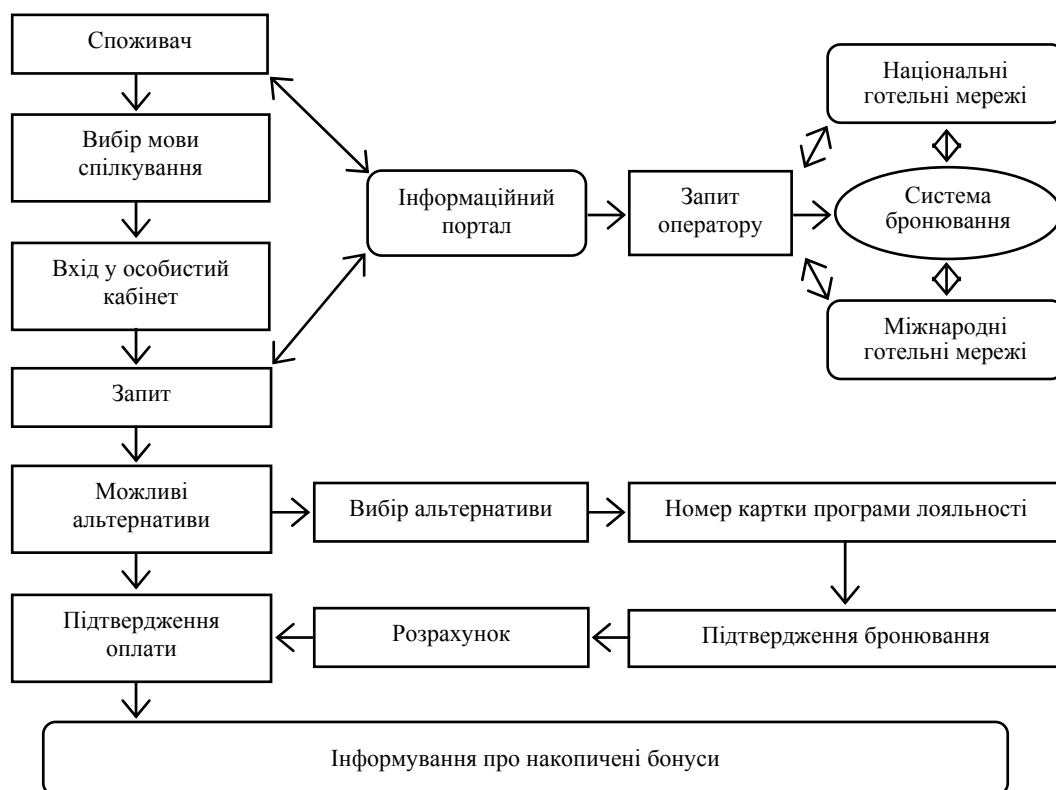


**Рис. 4. Взаємозв'язок порталу та споживачів**

*Джерело: розроблено авторами*

Відповідно до *рис. 4* інтеграція готельних мереж через інформаційний портал відбувається із залученням центральних систем бронювання готельних операторів, що допоможе зберегти вигоду мережевим готелям.

Послідовність реалізації номерного фонду мережевих готелів України через інформаційний портал відображено на *рис. 5*.



**Рис. 5. Реалізація послуг через інформаційний портал**

*Джерело: розроблено авторами*

Для ефективної роботи інформаційного порталу та отримання вигод від функціонування його потрібно просувати та оптимізувати. Найпоширенішим та найефективнішим способом просування порталу є розміщення контекстної реклами у пошукових системах, позаяк майже всі користувачі Інтернету знаходять необхідну інформацію саме там. Крім того, слід забезпечити інформування споживачів через офіційні сайти мережевих готелів, які будуть безпосередньо інтегровані із порталом, що дасть змогу забезпечити бронювання послуг саме через центральні системи бронювання операторів.

Не менш актуальним питанням у створенні інформаційного порталу є обсяг витрат не лише для створення, а й для успішного функціонування його протягом тривалого часу. Тож проведено аналіз середньої вартості послуг (*див. табл. 2*).

Витрати є мінімальними для запуску та підтримання функціонування публічного інтернаціонального інформаційного порталу протягом

року, що допоможе визначити його корисність та зміни, яких він потребує надалі. Зважаючи на те, що у розробці та функціонуванні інформаційного порталу пропонують залучати партнерів на умовах щомісячної оплати, витрати можуть значно скоротитися або ж взагалі їх не бути для готельних мереж, що функціонують на національному ринку. Варто зазначити, що присутність мережевих готелів є в 21 місті України, з чого можна зробити висновок, що при оплаті у розмірі 1000 грн на рік та залученні 10 партнерів у одній географічній локації бюджет для впровадження в діяльність інформаційного порталу становитиме 210 тис. грн, що на 47 % більше за мінімальну вартість.

Таблиця 2

**Мінімальні витрати на створення, обслуговування та підтримання інформаційного порталу протягом року**

Стаття витрат	Вартість, тис. грн
Дизайн	7
Систематизація інформації	4
Верстка	1,6
Інформаційне наповнення	0,8
Реєстрація доменного імені	1
Хостинг	1,7
Підтримка та обслуговування	30
Рекламна кампанія	36
Інтернаціоналізація порталу	10
Інтеграція модуля пошуку	3
Модуль «Особистий кабінет»	15
Модуль зворотного зв'язку	1
Всього	111,1

*Джерело: розроблено авторами*

Передувати створенню інформаційного порталу має об'єднання мережевих готелів України (як національних, так і міжнародних) в Асоціацію, яка функціонувала б за рахунок членських внесків. Головними функціональними обов'язками Асоціації мережевих готелів України має стати:

- узагальнення досвіду роботи;
- юридична підтримка;
- розвиток та розширення міжнародних зв'язків;
- комунікативні зв'язки із союзами та асоціаціями інших країн;
- взаємодія із постачальниками та партнерами.

Створений інформаційний портал, ініційований Асоціацією, допоможе лобювати інтереси мережевих готелів на українському ринку, створювати позитивний імідж не лише операторів, а й країни, завдяки доступності багатомовності ресурсу, що дасть змогу розширити коло користувачів із інших країн.



Важливо визначити основну функціональну можливість інформаційного порталу:

- управління відділом продажів та маркетингу;
- управління взаємодії із споживачами;
- управління об'єднаною програмою лояльності.

Інформаційний портал за своїм наповненням мусить мати такі елементи (табл. 3).

Таблиця 3

**Елементи наповнення інформаційного порталу мережевих готелів України**

Елементи порталу	Зміст
Вибір мови спілкування	Дозволяє обрати мову спілкування
Загальна інформація про країну	Інформація про міста України залежно від розташування обраного готелю
Загальна інформація про портал	Мета створення та переваги при реєстрації
Загальна інформація про готелі	Презентації готелів із повною характеристико номерного фонду, додаткових послуг та вартості
Інформація про спеціальні пропозиції	Спеціальні тарифи та умови їх використання у всіх мережевих готелях
Он-лайн бронювання	Форма бронювання, яка допоможе споживачеві самостійно обрати прийнятний варіант та провести розрахунок
Зворотний зв'язок	Виявить усі недоліки та надасть відповіді на запитання споживача, що виникають при користуванні порталом
Форум	Обговорення актуальних тем у межах порталу, комунікаційний засіб зв'язку
Відгуки та оцінка готелів	Електронна форма, яка дасть змогу залишити відгуки як про окремі готелі, так і про роботу порталу загалом
Особистий кабінет споживача	Можливість створення власного профілю із відстеженням накопичених балів та спеціальних пропозицій
Програма лояльності	Трирівнева програма лояльності, що дасть змогу споживачу отримувати додаткову вигоду
Підписка на розсилку новин та акцій	Дозволить споживачу відстежувати новини та актуальні акційні пропозиції
Партнери	Можливість обрати супутні послуги від партнерів інформаційного порталу

*Джерело: розроблено авторами*

Портал стане додатковим засобом комунікації із споживачами готельних послуг, додатковим каналом збуту та доведенням останніх новин до споживачів, а також додатковим рекламним продуктом не лише мережевих готелів, а й позитивного іміджу країни загалом.

**Висновки.** Потрібно здійснити інтеграційні процеси на ринку готельних послуг з метою поглиблення інформаційної взаємодії між суб'єктами готельного бізнесу, у тому числі і готельних операторів як міжнародного, так і національного рівнів. Така інтеграція допоможе лобювати інтереси мережевих готелів на українському ринку, створювати позитивний імідж готельних операторів, покращити якість готельних послуг та задовольнити потреби споживачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бортник Л. В. Організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Л. В. Бортник ; Одес. нац. екон. ун-т. — О., 2014. — 222 с.
2. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія / М. В. Босовська. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 832 с.
3. Горіна Г. О. Стратегії розвитку міжнародних готельних мереж : теоретичні засади та механізм реалізації / Г. О. Горіна // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. — Д. : ДонНУЕТ, 2011. — Вип. 31. — Т. 1. — С. 162–169.
4. Гурджиян К. В. Параметри оцінки лояльності споживачів / К. В. Гурджиян // Управління розвитком : зб. наук. робіт. — Х., 2011. — № 4 (101). — С. 217–218.
5. Гурджиян К. В. Програма лояльності: сутність та етапи створення / К. В. Гурджиян // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. — К., 2011. — Вип. 5 (120). — С. 119–125.
6. Гутник О. Сучасні форми організації і роботи у готельному бізнесі / О. Гутник // Вісн. львів. ун-ту. Серія міжнародні відносини. — Л., 2008. — № 24. — С. 64–70.
7. Катькало В. С. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса : монограф. / В. С. Катькало, В. Н. Шемракова. — СПб. : Высш. школа менеджмента, 2008. — 384 с.
8. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://unwto.org>.
9. Knight Frank на Украине [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.knightfrank.com.ua>.
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1pdfb1da05>.
11. Офіційний сайт Four Points By Sheraton Запоріжжя [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.fourpointszaporozhye.com/ua>.
12. Офіційний сайт готельного оператора Premier International Ltd [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.premier-international.net/contracts>.
13. Офіційний сайт готельного оператора Reikartz Hotels & Resorts [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.reikartz.com/uk>.
14. Офіційний сайт готелю Rixos-Prykarpattya [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://rixos.ua/ua>.
15. Офіційний сайт готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.fairmont.com/kyiv>.
16. Офіційний сайт готелю Hilton Kyiv [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www3.hilton.com/en/hotels/ukraine/hilton-kyiv>.
17. Офіційний сайт готелю Hyatt Regency Kiev [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://kiev.regency.hyatt.com/en/hotel/home.html>.
18. Офіційний сайт готелю Ibis Kiev [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ibis-kiev-shevchenko-boulevard.kiev-hotels.com.ua/en>.

19. Офіційний сайт готелю InterContinental Kiev [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.intercontinental-kiev.com/default-en.html>.
20. Accor [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.accorhotels-group.com/en.html>.
21. Carlson Rezidor Hotel Group [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://carlsonrezidor.com>.
22. Hilton Worldwide [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.hiltonworldwide.com>.
23. InterContinental Hotels Group [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.ihg.com/hotels/gb/en/global/about#scmisc=nav\\_about\\_6c](http://www.ihg.com/hotels/gb/en/global/about#scmisc=nav_about_6c).
24. Starwood Hotels & Resorts [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://russia.starwoodhotels.com>.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2016.

**Melnychenko S., Kudlai T. International hotel chains in the national market.**

**Background.** *The urgency of the use of Internet technology in the hospitality industry is becoming commonplace as booking a large proportion of services in the hotel industry enterprises is directly over the Internet. However, the results showed no single environment that would provide information about data saturation hotel chains operating in Ukraine. To this end, developed structural and logical scheme of integration of hotel networks, national and international levels through a single information portal, which will differ in that multilingualism provide information, the possibility of booking a comparison of all bids network feedback in real time and enable hotel services to the consumer to enter into a joint program of loyalty.*

*The aim of the study is to analyze the current information support network of hotel enterprises, operating in the market of hotel services in Ukraine.*

**Materials and methods.** *The basis of the study served as a set of scientific methods as synthesis, comparative analysis, statistical analysis and synthesis that generally allowed to determine and justify modern trends of hotel chains, process data records hotel operators and their official websites, to analyze the dynamics of the domestic market of hotel services, to assess the main problems and outline prospects. The information base for the study was the work of domestic and foreign scientists, statistical data and Internet sources, as well as the results of individual studies of national and international hotel operators operating on the domestic market.*

**Results.** *Based on the analysis of the theory and the study of modern practices of hotel operators in the market of hotel services in Ukraine the ways of integrating hotel chains by developing structural and logical scheme of integration of hotel networks, national and international levels through a single information portal that will ensure the effective functioning of the national market.*

**Conclusions.** *Given the above, you should make integration processes in the market of hotel services to enhance information interaction among the hospitality industry, including hotel operators both international and national levels. This integration will enable the network to lobby interests of Ukrainian hotel market to create a positive image of the hotel operators to improve the quality of hotel services and meet the needs of consumers.*

*Keywords:* market of hotel services, hotel operator, hotel chains, integration.

## REFERENCES

1. Bortnyk L. V. Organizacijni ta ekonomichni zasady zabezpechennja konkurento-spromozhnosti pidprijemstv gotel'nogo biznesu : dys. ... kand. ekon. nauk : spec. 08.00.04 / L. V. Bortnyk ; Odes. nac. ekon. un-t. — O., 2014. — 222 s.

2. Bosovs'ka M. V. Integracijni procesy v turyzmi : monografija / M. V. Bosovs'ka. — K. : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2015. — 832 s.
3. Gorina G. O. Strategii' rozvytku mizhnarodnyh gotel'nyh mrezh : teoretychni zasady ta mehanizm realizacii' / G. O. Gorina // Torgivlja i rynek Ukrai'ny : temat. zb. nauk. pr. — D. : DonNUET, 2011. — Vyp. 31. — T. 1. — S. 162–169.
4. Gurdzhyjan K. V. Parametry ocinky lojal'nosti spozhyvachiv / K. V. Gurdzhyjan // Upravlinnja rozvytkom : zb. nauk. robit. — H., 2011. — № 4 (101). — S. 217–218.
5. Gurdzhyjan K. V. Programa lojal'nosti: sutnist' ta etapy stvorennja / K. V. Gurdzhyjan // Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukrai'ni : zb. nauk. pr. — K., 2011. — Vyp. 5 (120). — S. 119–125.
6. Gutnyk O. Suchasni formy organizacii' i roboty u gotel'nomu biznesi / O. Gutnyk // Visn. l'viv. un-tu. Serija mizhnarodni vidnosyny. — L., 2008. — № 24. — S. 64–70.
7. Kat'kalo V. S. Setevye strategii gostinichnogo biznesa : monograf. / V. S. Kat'kalo, V. N. Shemrakova. — SPb. : Vyssh. shkola menedzhmenta, 2008. — 384 s.
8. World Tourism Organization [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://unwto.org>.
9. Knight Frank na Ukraini [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.knightfrank.com.ua>.
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1pdfb1da05>.
11. Oficijnyj sajt Four Points By Sheraton Zaporizhzhja [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.fourpointszaporozhye.com/ua>.
12. Oficijnyj sajt gotel'nogo operatora Premier International Ltd [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.premier-international.net/contracts>.
13. Oficijnyj sajt gotel'nogo operatora Reikartz Hotels & Resorts [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.reikartz.com/uk>.
14. Oficijnyj sajt gotelju Rixos-Prykarpattya [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://rixos.ua/ua>.
15. Oficijnyj sajt gotelju Fairmont Grand Hotel Kyiv [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.fairmont.com/kyiv>.
16. Oficijnyj sajt gotelju Hilton Kyiv [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www3.hilton.com/en/hotels/ukraine/hilton-kyiv>.
17. Oficijnyj sajt gotelju Hyatt Regency Kiev [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://kiev.regency.hyatt.com/en/hotel/home.html>.
18. Oficijnyj sajt gotelju Ibis Kiev [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://ibis-kiev-shevchenko-boulevard.kiev-hotels.com.ua/en>.
19. Oficijnyj sajt gotelju InterSontinental Kiev [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.intercontinental-kiev.com/default-en.html>.
20. Accor [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.accorhotels-group.com/en.html>.
21. Carlson Rezidor Hotel Group [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://carlsonrezidor.com>.
22. Hilton Worldwide [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.hiltonworldwide.com>.
23. InterContinental Hotels Group [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : [http://www.ihg.com/hotels/gb/en/global/about#scmisc=nav\\_about\\_6c](http://www.ihg.com/hotels/gb/en/global/about#scmisc=nav_about_6c).
24. Starwood Hotels & Resorts [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://russia.starwoodhotels.com>.