

Ігор Г. Ханін¹, Володимир С. Білозубенко², Світлана Є. Шаблій³
**МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ: СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ,
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Індустрія туризму, зокрема готельний сектор, є високо конкурентним ринком. Готельні мережі є одними з основних гравців на світовому ринку туристичних послуг та поступово освоюють український готельний ринок. Метою статті є визначення сутності міжнародних готельних мереж, виокремлення їх ознак та значення для туристичного ринку України. У роботі розглянуто різні тлумачення поняття готельних мереж, надані провідними науковцями в сфері туризму. На їх основі виділено основні ознаки (критерії) та елементи ідентифікації та дослідження готельних мереж (складна багаторівнева система, довгострокове взаємовигідне співробітництво, система стратегічного співробітництва, управлінські стандарти, організаційні стандарти, єдина концепція просування продукту, єдине керівництво, єдина система стандартів матеріально-технічної бази і послуг, сумісний маркетинг, оптимізація витрат, територіальна експансія на ринку готельних послуг та інші), згідно з якими розроблено блок-схему, яка описує взаємозв'язки між ними. Сформульовано уточнююче визначення поняття готельних мереж, що враховує всі виявлені ознаки та елементи, та визначає сутність даного терміну. Проведено аналіз кількості готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні, місць в них та осіб, що в них перебували, виявлено їх невисокий динамічний розвиток. Також розглянуто туристичні потоки в Україні. Виявлено позитивну динаміку щодо збільшення туристів та тенденцію до прискорених темпів значного переважання виїзного туризму над внутрішнім. Сформульовано основні причини щодо наведених фактів. В статті розглянуті міжнародні готельні мережі на туристичному ринку України. Їх розвиток в перспективі наблизить національний готельний ринок до світових норм і стандартів якості шляхом стимулювання конкуренції. Обґрунтовано зростання попиту на високоякісні готельні послуги в Україні та визначено адміністративні причини, що ускладнюють процес надання готельних послуг, зокрема щодо будівництва, заходів безпеки, додержання екологічних і санітарних норм, отримання дозвільних документів, тощо.

Ключові слова: міжнародні готельні мережі, туристичний сектор, готельний ланцюг, туристичні потоки, стандартизація послуг.

Рис. 1. Табл. 3. Літ. 19.

DOI

Ігорь Г. Ханин, Владимир С. Белозубенко, Светлана Е. Шаблий
**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ СЕТИ: СУЩНОСТЬ,
ПРИЗНАКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ**

Индустрия туризма, в частности гостиничный сектор, является высоко конкурентным рынком. Гостиничные сети являются одними из основных игроков на мировом рынке туристических услуг постепенно осваивают украинский гостиничный рынок. Целью статьи является определение сущности международных гостиничных сетей, выделение их признаков и значение для туристического рынка Украины. В работе рассмотрены различные толкования понятия гостиничных сетей, предоставленные ведущими учеными в сфере туризма. На их основе выделены основные признаки

¹ National University of Water Resources and Environmental Management. Ukraine.

² University of Customs and Finance. Ukraine.

³ Dnipro National University named after O. Gonchar. Ukraine.

(критерии) и элементы идентификации и исследования гостиничных сетей (сложная многоуровневая система, долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество, система стратегического сотрудничества, управленческие стандарты, организационные стандарты, единая концепция продвижения продукта, единое руководство, единая система стандартов материально-технической базы и услуг, совместимый маркетинг, оптимизация затрат, территориальная экспансия на рынке гостиничных услуг и другие), согласно которым разработаны блок-схему, которая описывает в аемозв'язки между ними. Сформулировано уточняющий определение понятия гостиничных сетей, учитывающий все выявленные признаки и элементы, и определяет сущность данного термина. Проведен анализ количества гостиниц и аналогичных средств размещения в Украине, мест в них и лиц, в них находились, выявлены их невысокий динамичное развитие. Также рассмотрены туристические потоки в Украину. Выявлено положительную динамику по увеличению туристов и тенденцию к ускоренным темпов значительного преобладания выездного туризма над внутренним. Сформулированы основные причины относительно приведенных фактов. В статье рассмотрены международные гостиничные сети на туристическом рынке Украины. Их развитие в перспективе приблизит национальный гостиничный рынок к мировым нормам и стандартам качества путем стимулирования конкуренции. Обоснованно рост спроса на высококачественные гостиничные услуги в Украине и определены административные причины, затрудняющие процесс предоставления гостиничных услуг, в частности по строительству, мер безопасности, соблюдения экологических и санитарных норм, получения разрешительных документов и тому подобное.

Ключевые слова: международные гостиничные сети, туристический сектор, гостиничный цепь, туристические потоки, стандартизация услуг.

Igor G. Khanin, Vladimir S. Bilozubenko, Svetlana E. Shablii

INTERNATIONAL HOTEL CHAINS: ESSENCE, FEATURES, PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE

The tourism industry, and the hotel sector in particular, is a highly competitive market. Hotel chains are one of the main players in the global travel services market that gradually masters the Ukrainian hotel market. The purpose of the article is to determine the essence of international hotel chains, to highlight their features and importance for the tourism market of Ukraine. The paper deals with different interpretations of the hotel chains concept provided by leading scientists in the field of tourism. On this basis, the main features (criteria) and elements of hotel network identification and research (complex multi-level system, long-term mutually beneficial cooperation, strategic cooperation system, management standards, organizational standards, unified product promotion concept, unified management, unified system of logistics and service standards, joint marketing, cost optimization, territorial expansion in the hotel services market and others) were identified; a block diagram according to these features (criteria) and elements that describes the relationships between them was developed. A clarifying definition of the concept of hotel chains is formulated, taking into account all the identified signs and elements; and it also determines the essence of this term. The analysis of the number of hotels and similar accommodation facilities in Ukraine, the places in them and the persons staying there was conducted, their low dynamic development was revealed. Tourist flows in Ukraine are also considered. A positive trend in the increase in tourists was revealed as well as a tendency towards an accelerated pace of a significant prevalence of outbound tourism over domestic tourism. The main reasons for the found results are formulated. International hotel chains in the tourist market of Ukraine are considered in the article. Their development will bring the national hotel market closer to world standards and quality standards in the future by stimulating competition. Demand for high quality hotel services in Ukraine has been substantiated and administrative reasons have been identified for complicating the process

of providing hotel services, in particular with regard to construction, security measures, compliance with environmental and sanitary standards, obtaining permits, etc.

Keywords: *international hotel chains, tourism sector, hotel chain, tourist flows, standardization of services.*

Peer-reviewed, approved and placed: 11.11.2019.

Постановка проблеми. Розвиток туристичного бізнесу має велике значення для піднесення економіки будь-якої держави. Міжнародні готельні мережі на туристичному ринку України відіграють все більш важливу роль, адже вони сприяють підвищенню стандартів обслуговування туристів, розвитку конкурентоспроможності українських готелів і готельних мереж, створюють нові робочі місця, а також є своєрідною «рекламою» туристичних напрямів у державі. У зв'язку із вищезазначеним, можна сказати що дослідження міжнародних готельних мереж є актуальним питанням для України, тому що вони дозволяють розглядати готельний бізнес в країні з точки зору світових вимог та визначають шляхи удосконалення його діяльності. Для України розвиток міжнародних готельних мереж є важливим з метою створення конкуренції на ринку готельних послуг, наближення його до світових стандартів якості та стимулювання внутрішнього туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Готельні мережі та готельні ланцюги в останні десятиліття стали популярним трендом в розвитку готельної індустрії та туристичного бізнесу в цілому. Значний внесок у дослідження міжнародних готельних мереж внесли такі вітчизняні та закордонні науковці: В. Азар [6], О. Басюк [3], І. Безуглий [4], Н. Бунтова [2], Т. Бурак [7], О. Гарбера [8], О. Гутник [10], В. Катькало [5], В. Руденко [1], І. Смаль [9], М. Турковський [11], В. Шемракова [5] та ін. Проте, як і раніше, відсутня однастийна думка щодо визначення терміну «готельних мереж», а, отже, і щодо ознак цієї економічної категорії.

Мета даної статті полягає у визначенні сутності міжнародних готельних мереж, виокремленні їх ознак та значення для туристичного ринку України.

Основні результати дослідження. Створення готельних мереж у середині ХХ століття – значна подія в світовому туризмі. Це дозволило певною мірою стандартизувати «пакет послуг», що надається готелем, незалежно від країни його розташування, що має велике значення для тих, хто подорожує. Окрім того, власники готельної мережі також отримують переваги: економія за рахунок масштабу, збільшення рентабельності; зростання якості послуг, що надаються; збільшення інвестиційних можливостей тощо. Необхідно зазначити, що міжнародні готельні мережі є яскравим прикладом глобалізації та інтеграції в економіці.

Проте, незважаючи на те, що поняття готельних мереж існує вже не одне десятиліття, однозначна думка щодо його визначення й досі відсутня. Це призводить до того, що основні критерії, які характеризують готельні мережі, у різних авторів будуть також різними. З метою класифікації та виявлення найбільш поширених критеріїв (ознак) наведемо деякі визначення поняття готельних мереж (готельних ланцюгів), надані вітчизняними та зарубіжними науковцями (табл. 1).

Таблиця 1. **Визначення поняття готельна мережа (готельний ланцюг), авторська розробка**

Автор	Визначення
В.П. Руденко [1]	Готельний ланцюг – об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, що проводиться під єдиним керівництвом, у межах єдиної концепції просування продукту і під спільною торговою маркою.
Н.В. Бунтова [2]	Готельна мережа – 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
О.В. Басюк [3]	Готельні ланцюги – об'єднання кількох готельних підприємств, які підпорядковуються єдиному керівництву, а також використовують спільну торгову марку та концепцію просування товару на ринок, у колективний бізнес.
І.В. Безуглий [4]	Готельна мережа – це єдине керівництво та спільний бренд.
В. С. Катькало, В. Н. Шемракова [5]	Готельна мережа – група підприємств, які здійснюють колективний бізнес і знаходяться під безпосереднім контролем керівництва мережі. Готельна мережа – складна багаторівнева система, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується стратегічною співпрацею як основною властивістю даної системи.
В. Азар [6]	Готельна мережа – група підприємств готельного господарства, які здійснюють колективний бізнес під відомою торговою маркою, із єдиною концепцією і знаходяться під єдиним керівництвом
Т. Бурак [7]	Готельна мережа – це об'єднання підприємств готельного господарства з метою територіальної експансії на ринку готельних послуг, підвищення їх конкурентоспроможності за єдиними управлінськими та організаційними стандартами з використанням єдиної торгової марки
О.Є. Гарбера [8]	Готельний ланцюг – об'єднання декількох готельних підприємств у колективний бізнес, здійснюваний під єдиним управлінням, у рамках загальної концепції просування продукту і під єдиною торговою маркою.
І. Смаль [9]	Готельна мережа – це група розміщених у кількох країнах готелів, із загальним керівництвом»
О. Гутник [10]	Готельна мережа – форма об'єднання готельних підприємств з метою забезпечення економічної ефективності та конкурентоспроможності за рахунок високої якості обслуговування та оптимізації витрат.
М. Турковський [11]	Готельний ланцюг – це певна кількість готелів, які використовують одну і ту ж назву та фірмовий знак, мають певні споживацькі особливості та проводять сумісну маркетингову діяльність.
С.Іванов, В. Жечев [12]	Готельна мережа – горизонтальний альянс готелів під загальним брендом
В.С. Катькало, В.Н. Мукба [13]	Готельна мережа – довгострокове взаємовигідне об'єднання готельних підприємств, а також фірм супутніх галузей у єдину структуру та систему стратегічного співробітництва з метою створення сумісних відмінних компетенцій.
Словник Collins [14]	Готельний ланцюг – це група готелів, які належать одній компанії або власнику, або пов'язані якимось чином.

Готельні мережі – це багатогранне комплексне явище, що містить у собі велику кількість складових. Не дивно, що кожен вчений акцентує увагу на певних окремих нюансах. На підставі наведених визначень, які є досить різноманітними, класифікуємо основні ознаки (критерії) та елементи, що характеризують готельні мережі (рис. 1), з метою подальшого формулювання уточненого визначення зазначеного поняття.

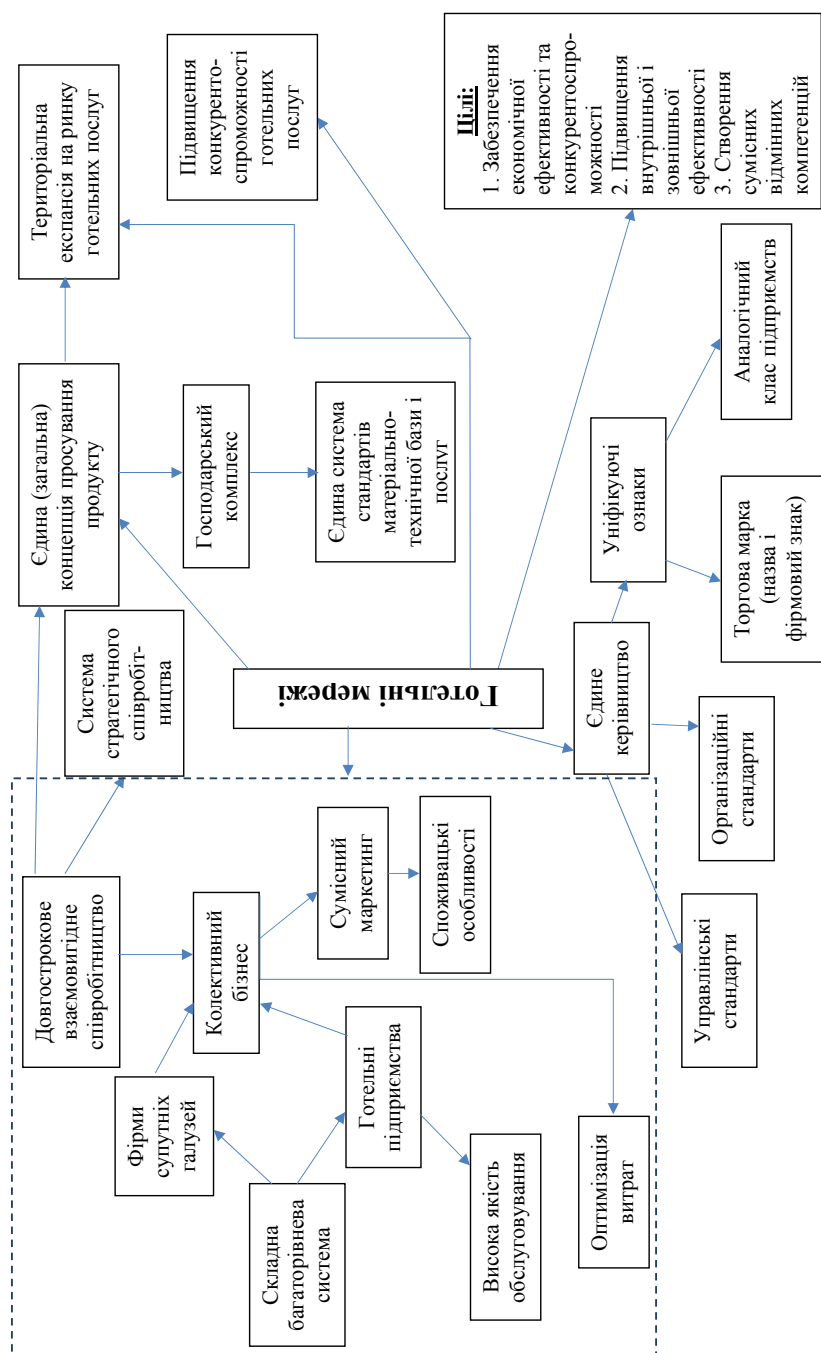


Рис. 1. Основні ознаки (критерії) та елементи, що характеризують готельні мережі, складено авторами

З рис. 1 можна побачити, що всі ознаки готельних мереж (ланцюгів) являють собою складний механізм, всі елементи якого взаємопов'язані, залежать і впливають один на одного. На нашу думку, визначення готельних мереж можна сформулювати наступним чином.

Готельні мережі — це складний багаторівневий колективний бізнес, утворений шляхом об'єднання готельних підприємств і супутніх фірм, який передбачає: довгострокове взаємовигідне співробітництво з виробленням сумісної стратегії, маркетингу, стандартів високої якості обслуговування; територіальну експансію на ринку готельних послуг; підвищення конкурентоспроможності готельних послуг; який має єдине керівництво, що затверджує: управлінські й організаційні стандарти; уніфікуючі ознаки (торгова марка та клас підприємств); єдину концепцію просування продукту завдяки створеній єдиній системі стандартів матеріально-технічної бази і послуг; та який має на меті забезпечити підвищення економічної, внутрішньої і зовнішньої ефективності, конкурентоспроможності, а також створення сумісних відмінних компетенцій.

В економіці України сектор готельних послуг характеризується невисоким динамічним розвитком, про що свідчать дані щодо кількості готелів та аналогічних засобів розміщення, місць в них, та осіб, що в них перебували (табл. 2).

Таблиця 2. Інформація щодо кількості готелів та аналогічних засобів розміщення, місць в них та осіб, що в них перебували, складено за даними [15]

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення, од.	2644	2478	2534	2474	2777
Кількість місць у готелях та аналогічних засобах розміщування, од.	135518	132535	135916	133396	135327
Кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних засобах розміщування за регіонами, ос.	3814201	4297190	5037075	5135164	5410242

Розглянемо також динаміку туристичних потоків в Україні (табл. 3).

Згідно з проаналізованими даними (табл. 2 і табл. 3) можна стверджувати, що в Україні туристичний бізнес має позитивну динаміку розвитку, збільшується кількість туристів, а також осіб, які користуються послугами готелів. Проте, виїзний туризм значно переважає внутрішній, і за останні 3 роки він зростає прискореними темпами: у 2014 році — в 6,5 рази, у 2015 році — в 4,6 рази, у 2016 році — у 4,5 рази, у 2017 році — у 4,8 рази, у 2018 році — у 8,8 раз. Це можна пояснити наступними причинами: 1) наявністю проблем, що існують в туризмі та суміжних з ним галузях (інфраструктура, екологія, ринок послуг, політична ситуація, безпека тощо); 2) встановленням безвізового режиму з країнами Європейського союзу та деякими іншими країнами; 3) висока вартість надання туристичних послуг; 4) низька якість надання туристичних послуг. Це вимагає термінових дій з боку держави щодо удосконалення державного регулювання туризму.

Таблиця 3. Туристичні потоки в Україні, тис. осіб, складено за даними [15, 16]

	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Кількість громадян, які виїжджали за кордон, тис. осіб.	22437,7	23141,6	24668,2	26437,4	27810,8
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, тис. осіб.	12711,5	12886,2	13606,0	14421,2	14207,0
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності	2425089	2019576	2549606	2806426	4557447
у тому числі					
туристи - громадяни України, які виїжджали за кордон	2085273	1647390	2060974	2289854	4024703
внутрішні туристи	322746	357027	453561	476967	456799
кількість іноземних туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності	17070	15159	35071	39605	75945

Україна має великий потенціал для розвитку готельних мереж, що також можна розглядати як один з факторів покращення ситуації в галузі внутрішнього туризму. Але український сектор готельних послуг більшою частиною не відповідає світовим стандартам якості та характеризується невисокою конкурентною спроможністю. Тому міжнародні готельні мережі мають всі шанси зайняти цю «нішу», адже будуть користуватися попитом не лише серед іноземних туристів, а й серед українців. Потрібно зазначити, що представники міжнародних готельних мереж зацікавлені в українському ринку туристичних послуг (наприклад [17, 18]). Сьогодні на ньому наявні наступні міжнародні готельні мережі: Aloft hotels, Best Western, Clarion hotels, Courtyard hotels, Crowne Plaza hotels, Days Inn hotels, Embassy Suites hotels, Fairfield hotels, Fairmont hotels, Golden Tulip hotels, Hampton Inn hotels, Hilton hotels, Holiday Inn Express, Holiday Inn hotels, Hyatt hotels, Intercontinental, Kimpton hotels, Marriott hotels, Melia hotels. Sheraton hotels, Sofitel hotels, Starwood hotels, Travelodge hotels, Wyndham hotels [19].

Попит на високоякісні готельні послуги в Україні зростає. Це пов'язано з: 1) перерозподілом коштів, 2) наявністю іноземних туристів в Україні, 3) інтеграцією України до світового туризму, 4) асоційованим членством України в Європейському союзі. Проте, стандартизація послуг — складний і довготривалий процес, тому що існує невідповідність української та європейської системи надання готельних послуг.

Окрім того, вирішення питань щодо реєстрації готелів, виділення земельних ділянок під будівництво, створення безпечних умови для роботи персоналу та перебування людей відповідно до вимог нормативно-правових актів з охорони праці, пожежної і техногенної безпеки, екологічних і санітарних норм, а також оформлення, погодження та затвердження документів щодо цього, отримання дозволу на введення в експлуатацію значно ускладнюють розвиток готельних мереж, в тому числі міжнародних, на території України.

Висновки. Український ринок туристичних послуг представляє інтерес для світових лідерів готельного бізнесу, а саме для міжнародних готельних мереж, які поступово його освоюють. Це має позитивні наслідки для розвитку туризму в країні в цілому, тому що стимулює конкуренцію в галузі та відкриває перспективи для переходу до міжнародних стандартів якості надання готельних послуг. У наступних дослідженнях передбачається дослідити стратегії розвитку міжнародних готельних мереж.

1. Руденко В.П. Основи готельної справи. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
2. 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.
3. 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>
4. Безуглий І.В. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип.22. 2018. С.136-141. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/27.pdf>
5. Катяло В. С., Шемракова В. Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. 384 с.
6. Азар В. Гостиничные цепи и франчайзинг. Отель. № 9 (48). 2002.
7. Бурак Т.В. Готельні мережі: еволюція та становлення. БізнесІнформ. №8. 2014. С.179-183. URL: https://www.business-inform.net/pdf/2014/8_0/179_183.pdf
8. Гарбера, О.Є. Сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії. Економічний часопис – XXI. № 11-12. 2010. С 37-41
9. Смаль І. Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів. Вісник Львів. ун-ту. Серія міжнародні відносини. 2008. Вип. 24. С. 327-335.
10. Гутник, О. Сучасні форми організації і роботи у готельному бізнесі. Вісник Львів. ун-ту. Серія міжнародні відносини. 2008. Вип. 24. С. 64-70.
11. Турковский, М. Маркетинг гостиничных услуг. М.: Финансы и статистика, 2006.
12. Ivanov S., Zhechev, V. Hotel Marketing. Varna: Zangador, 2011.
13. Катяло В.С., Мукба В.Н. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития. Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004. Вып. 4 (№32). С. 3-30
14. Hotel chain. Collins Online English Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hotel-chain>
15. Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
16. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL:<http://me.gov.ua/?lang=uk-UA>
17. Готельний інтерес: Хто до нас йде? URL: <https://investory.news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde>
18. 2018 рік у сфері готельної індустрії: гра у проривні інновації. URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/2018-rik-u-sferi-gotelnoi-industrii-gra-u-prorivni-innovacii>
19. GetRates. URL: <https://m.get-rates.com/dealfinder-573-Ukraine.html>.

1. Rudenko, V.P. (2011). *Osnovy gostinichnogo dela [Hospitality Basics]*. Kyiv: Centr uchbovoyi literaturi – Center for Educational Literature.

2. Buntova, N.V. (2016). *Perspektivi integraciyi Ukrayini v mizhnarodnij rink gotelnih poslug [Prospects for Ukraine's integration into the international hotel services market]*. Visnik ONU imeni I.I. Mechnikova. Seriya: Ekonomika – Bulletin of ONU Mechnikov. Series: Economics, 21(4), 16–19.

3. Basiuk, O.V. (2015). *Analiz svitovogo dosvidu funkcionuvannya gotelnih lancyugiv [Analysis of the world experience of hotel chains functioning]*. Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki – Global and national problems of economy, 5, 23–26. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/05.pdf>

4. Bezuhlyi, I.V. (2018). *Innovacijna osnova formuvannya nacionalnih gotelnih merezh Ukrayini [Innovative basis of formation of national hotel chains of Ukraine]*. Globalni ta nacionalni problemi

ekonomiki – Global and national problems of economy, 22, 136-141. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/27.pdf>

5. Katkalo, V.S., Shemrakova, V.N. (2008). Setevye strategii gostinichnogo biznesa [Hospitality Networking Strategies]. SPb.: Vysshaya shkola menedzhmenta – Graduate School of Management.

6. Azar, V. (2002). Gostinichnye cepi i franchajzing [Hotel chains and franchising]. Otel – Hotel, 9 (48).

7. Burak, T.V. (2014). Gotelni mrezi: evolyuciya ta stanovlennya [Hotel chains: evolution and formation]. BiznesInform, 8, 179-183. Available at: https://www.business-inform.net/pdf/2014/8_0/179_183.pdf

8. Harbera, O.Ye. (2010). Suchasni tendenciyi rozvitku svitovoyi gotelnoyi industriyi [Modern development trends of the world hotel industry]. Ekonomichnij chasopis – XXI – Economic Journal – XXI, 11-12, 37-41.

9. Smal, I. (2008). Osoblivosti i problemi rozvitku mizhnarodnogo turizmu u konteksti globalizacijnih procesiv [Features and problems of international tourism development in the context of globalization processes.]. Visnik Lvivckogo universitetu. Seriya mizhnarodni vidnosini – Bulletin of Lviv University. International Relations Series, 24, 327-335.

10. Hutnyk, O. (2008). Suchasni formy organizaciyi i roboti u gotelnomu biznesi [Modern forms of organization and work in the hotel business]. Visnik Lvivckogo universitetu. Seriya mizhnarodni vidnosini – Bulletin of Lviv University. International Relations Series, 24, 64-70.

11. Turkovskiy, M. (2006). Marketing gostinichnyh uslug [Marketing of hotel services]. M.: Finansy i statistika – Finance and statistics.

12. Ivanov, S. & Zhechev, V. (2011) Hotel Marketing. Varna: Zangador.

13. Katkalo, V.S., Mukba, V.N. (2004). Mezhdunarodnye gostinichnye seti: specifika organizacii i tipologiya strategij razvitiya [International hotel chains: organization specifics and typology of development strategies]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta – Bulletin of St. Petersburg University, 4 (32), 3-30.

14. Hotel chain. Collins Online English Dictionary. Available at: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hotel-chain>

15. Derzhstat Ukraini [State Statistics Committee of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

16. Ministerstvo rozvitku ekonomiki, torgivli ta silskogo gospodarstva Ukraini [Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine]. Available at: <http://me.gov.ua/?lang=uk-UA>

17. Gotelnij interes: Hto do nas jde? [Hotel Interest: Who Comes to Us?] (2019). Available at: <https://investory.news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde/>,

18. 2018 rik u sferi gotelnoyi industriyi: gra u prorivni innovaciyi [2018 in the hotel industry: a breakthrough for innovation] (2018). Available at: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/2018-rik-u-sferi-gotelnoi-industrii-gra-u-prorivni-innovacii>

19. GetRates. Available at: <https://m.get-rates.com/dealfinder-573-Ukraine.html>.