

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

Допускається до захисту
Завідувач кафедри _____ Н. Рогова
(підпис, ім'я та прізвище)
«22» грудня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства
у місті Одеса за рахунок інновацій (на прикладі)»**

зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

освітня програма Готельно-ресторанна справа
ступеня магістр

Виконавець роботи Борисенко Ілля Володимирович

підпис, дата

Науковий керівник к.т.н., доцент Рогова Наталія Володимирівна

підпис, дата

Рецензент д.е.н., професор Костишина Тетяна Адамівна

Полтава 2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Затверджую

Завідувач кафедри _____ Н. Рогова
(підпис, ім'я та прізвище)

13 жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ ТА КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему: «Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства у місті Одеса за рахунок інновацій (на прикладі)»

Здобувачем вищої освіти зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма Готельно-ресторанна справа

Прізвище, ім'я, по батькові Борисенко Ілля Володимирович

Затверджена наказом ректора № 81-Н від 23 квітня 2025 року

Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: Обґрунтувати теоретичні аспекти та провести аналіз зовнішнього середовища, ринкових можливостей готелю; дослідити цільовий ринок та концептуальні засади закладу. Проаналізувати аналітичні дослідження функціонування готелю «IL DECAMERON» у місті Одеса. Проаналізувати конкурентоспроможності готелю «Il Decameron» на ринку готельних послуг. Розробити шляхи та інструменти управління конкурентоспроможністю готелю. Стратегічне управління конкурентоспроможністю готелю «Il Decameron». Напрямки вдосконалення якості обслуговування гостей як чинник конкурентоспроможності.

Календарний графік виконання кваліфікаційної роботи

Зміст роботи	Термін виконання	Термін фактичного виконання
Вступ. Теоретичний	13.10 – 30.10.2025	13.10 – 30.10.2025
Аналітично-дослідницький	31.10 – 04.12.2025	31.10 – 04.12.2025
Перспективи розвитку. Висновки	05.12 – 21.12.2025	05.12 – 21.12.2025

Дата видачі завдання 13.10.2025 р.

Здобувач вищої освіти _____

Борисенко І. В.

Науковий керівник _____

к.т.н., доцент Рогова Н.В.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота оцінена на _____

Протокол засідання ЕК № _____ від «__» _____ 2025 р.

Секретар ЕК _____

Звіт подібності

Метадані

Назва організації

Poltava University of Economics and Trade

Заголовок

Борисенко Ілля Ілларіат

Автор

Борисенко ГРС Науковий керівник / Експерт

Підорган

Poltava University of Economics and Trade

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності вказує, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати комплексно і унікальна особа.



Цифри, виділені в тексті червоним, були використані в поточному вирахуванні Коефіцієнту Подібності.

40

Дані про фрази для коефіцієнту подібності Z

12832

Кількість слів

109360

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстів-сплюснень. Ці сплюснення в тексті можуть покрити про МОЖЛИВІ намішування в тексті. Сплуснення в текст можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам подивитися до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		8
Інтервали		18
Макроподібності		144
Білі знаки		7
Парафрази (SmartMarks)		48

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку в джерела і різні без даних. Копії тексту позначені в списку джерел як був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз			Копія тексту
ПОРЯДОК НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL НАЗВА ТА АДРЕСА	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙ СЛІВ (FRACTIONS)	
1	https://videocarnet.com.ua/conference	220 1.71 %	
2	https://videocarnet.com.ua/restaurant/	88 0.89 %	
3	https://videocarnet.com.ua/	81 0.83 %	
4	http://dspace.wvu.edu.ua/bitstream/215497/29667/1/%D0%81%D1%80%D0%88%D1%87.pdf	76 0.89 %	

ВІДГУК
наукового керівника
на кваліфікаційну роботу
студента групи ГРС – 21м
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Борисенко Ілля Володимирович
на тему: « Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства
у місті Одеса за рахунок інновацій (на прикладі)»

Актуальність теми. Тема підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства в місті Одеса за рахунок інновацій є надзвичайно актуальною в сучасних умовах, що зумовлено комплексом геополітичних, економічних, технологічних та соціокультурних чинників.

Загальна характеристика роботи: Кваліфікаційна робота Борисенко І.В. складається з пояснювальної записки. Зміст пояснювальної записки відповідає вимогам ПУЕТ до кваліфікаційних робіт магістрів. Підрозділи розкриті у логічній послідовності відповідно плану.

Наукова і практична значимість роботи: автором запропоновано впровадження CRM-системи AmoCRM, для чого розроблено детальну дворічну програму. Інноваційні напрями розвитку включають інтелектуальні технології обслуговування, екологічні стандарти та розширення ексклюзивних послуг.

Реалізація запропонованих заходів дозволить значно підвищити якість обслуговування, зміцнити лояльність клієнтів та забезпечити стійкі конкурентні переваги готелю на ринку готельних послуг.

Рівень підготовки магістра: виконуючи роботу, Борисенко І.В. проявив належний рівень теоретичних знань та навичок. Під час роботи над кваліфікаційною роботою студент показав вміння обґрунтовувати рішення з удосконалення якості надання послуг у готельно-ресторанному підприємстві Одеського регіону.

Відношення магістра до виконання та загальна оцінка роботи: кваліфікаційна робота виконана самостійно. Усі розділи роботи відповідають вимогам методичних рекомендацій у повному обсязі. Структурно-логічні розділи роботи виконувалися у встановлені терміни, відповідно календарного графіку виконання кваліфікаційної роботи. При відповідному захисті студент Борисенко Ілля Володимирович заслуговує присвоєння кваліфікації магістра «Готельно-ресторанної справи».

Керівник кваліфікаційної роботи,
доцент кафедри ГРКС «ПУЕТ», к.т.н.

Н.В. Рогова

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, списку використаних джерел, додатків.

У роботі обґрунтовано діяльність готелю, контингент споживачів, перелік послуг, що надаються. За результатами досліджень внутрішнього та зовнішнього середовища на основі аналізу конкурентного середовища обґрунтовано концепцію готелю.

Обґрунтовано впровадження інновацій з метою підвищення ефективності діяльності закладу, що досліджується. Запропоновано впровадження CRM-системи AmoCRM, для чого розроблено детальну дворічну програму. Інноваційні напрями розвитку включають інтелектуальні технології обслуговування, екологічні стандарти та розширення ексклюзивних послуг.

Реалізація запропонованих заходів дозволить значно підвищити якість обслуговування, зміцнити лояльність клієнтів та забезпечити стійкі конкурентні переваги готелю на ринку готельних послуг.

Кваліфікаційну роботу викладено на 77 сторінках тексту та містить 26 таблиць, 6 рисунків, 3 додатки. При написанні роботи було використано 52 літературних джерел.

Ключові слова: CRM-системи, конкурентоспроможність, готельно-ресторанне господарство, інноваційні методи, економічні показники, реалізація, імплементація.

ESSAY

The qualification work consists of three sections, a list of used sources, and appendices.

The work hotel activity, contingent of consumers, list of services provided. According to the results of the internal and external environment research, based on the analysis of the competitive environment, the concept of the hotel is substantiated.

The introduction innovations innovations to improve the efficiency of the institution under study. The introduction of the AmoCRM CRM system is proposed, for which a detailed two-year program has been developed. Innovative areas of development include intelligent service technologies, environmental standards, and the expansion of exclusive services.

The implementation of the proposed measures will significantly improve service quality, strengthen customer loyalty, and ensure the hotel's sustainable competitive advantages in the hotel services market.

The qualification work is laid out on 77 pages of text and contains 26 tables, 6 figures, 3 appendices. 52 literary sources were used when writing the work.

Keywords: CRM systems, competitiveness, hotel and restaurant management, innovative methods, economic indicators, realization, implementation.

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	4
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОСТИННОСТІ.....	10
1.1 Суть та значення конкурентоспроможності готельного підприємства.....	10
1.2 Формування базової стратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку	20
1.3 Критерії оцінки інноваційного розвитку готельних підприємств	25
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЮ «IL DECAMERON» У МІСТІ ОДЕСА.....	28
2.1 Характеристика специфіки функціонування готелю «IL Decameron».. ...	28
2.2 Обґрунтування концептуальних засад засобу розміщення та дослідження його внутрішнього середовища готелю «IL Decameron».....	37
2.3 Аналіз конкурентоспроможності готелю «IL Decameron» на ринку готельних.....	43
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЮ «IL DECAMERON» У МІСТІ ОДЕСА.....	52
3.1 Оцінка конкурентного потенціалу готелю «ILDecameron».....	52
3.2 Стратегічне управління конкурентоспроможністю готелю «IL Decameron».....	61
3.3 Напрямки вдосконалення якості обслуговування гостей як чинник конкурентоспроможності.....	69
Висновки до розділу 3.....	75
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах готельний бізнес Одеси, як і вся туристична сфера України, перебуває в стані глибокої трансформації та стикається з низкою викликів, що роблять питання інноваційного розвитку не просто важливим, а критично необхідним для виживання та зростання. Актуальність теми підвищення конкурентоспроможності саме за рахунок інновацій зумовлена декількома ключовими факторами.

Змінився сам ринок та профіль туриста. Після початку повномасштабної війни міжнародний потік скоротився, а внутрішній турист став основним клієнтом. Одночасно з'явилася нова категорія гостей іноземці, пов'язані з волонтерською, дипломатичною або бізнесовою діяльністю, які мають підвищені вимоги до безпеки, комунікації та якості послуг. Традиційні моделі обслуговування, орієнтовані на масовий пляжний відпочинок, часто вже не відповідають новим потребам. Інновації дозволяють гнучко переналаштувати пропозицію, створити унікальну цінність і задовольнити очікування сучасного, більш вимогливого клієнта.

Конкуренція в Одесі набуває нових форм. Готелі конкурують не лише між собою, але й з численними апартаментами поденного перебування, які активно використовують онлайн-платформи. У цих умовах перевагу отримують ті підприємства, які можуть запропонувати не просто ліжко, а цілісний, безпроблемний та емоційно насичений досвід (experience). Саме інновації в сфері сервісу, технологій та маркетингу дозволяють створити такий досвід. Наприклад, використання віртуальної реальності для знайомства з номером чи історичними екскурсіями, мобільний додаток для контролю всіх послуг, або персоналізовані пропозиції на основі аналізу даних це вже не майбутнє, а реальні інструменти конкурентної боротьби.

Технологічний прогрес кардинально змінив ланцюг взаємодії з гостем. Сьогодні більшість подорожей починається не біля дверей готелю, а в цифровому просторі. Актуальність набувають інновації в цифровій присутності:

просунута CRM-система, AI-чатботи для підтримки, seamless-бронювання, системи динамічного ціноутворення. Крім того, очікуванням гостя став мінімум непотрібних контактів і максимум зручності від онлайн-реєстрації до цифрового ключа в смартфоні. Готель, що ігнорує ці тренди, ризикує виглядати застарілим і втратити значну частину клієнтів.

Економічна ефективність і сталий розвиток стали тісно пов'язані з інноваціями. Підвищення енерговитрат та операційних витрат вимагає впровадження «розумних» рішень: IoT-датчики для контролю енергоспоживання, автоматизація управління запасами, системи аналітики для оптимізації завантаження. Це дозволяє не лише економити кошти, але й відповідати глобальному тренду на екологічну відповідальність, що також є фактором вибору для багатьох сучасних споживачів.

Для Одеси як міста з унікальною історією та культурним кодом інновації відкривають особливі можливості. Мова йде про створення нових форматів, що поєднують спадщину міста з сучасними технологіями: інтерактивні тематичні тури, події в партнерстві з місцевими митцями, гастрономічні проєкти з локальним колоритом. Це дозволяє готелю стати не просто місцем проживання, а активним учасником культурного життя та точкою входу для відкриття «нової Одеси».

Таким чином, актуальність дослідження полягає в тому, що в сучасних викликах від геополітичних реалій до технологічної революції інновації перестають бути опцією та перетворюються на обов'язкову умову конкурентоспроможності готельного підприємства в Одесі. Впровадження інноваційних рішень є ключем до адаптації до нового ринку, диференціації від конкурентів, підвищення ефективності бізнесу та, що найважливіше, створення переконливої цінності для гостя, який змінився назавжди. Дослідження цього питання на конкретному прикладі дозволить виробити практичні рекомендації, корисні не лише для окремого готелю, але й для відродження туристичної привабливості всієї Одеси.

Питанням конкурентоспроможності готельних закладів присвячено наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців: Зайцевої В.М., Ткаченко Т.І.,

Гаврилюк С.П., Стороженко Р. С., Сегеда І. В., Олексин І.І., Ненно І.М., Рудінська О.В., Бушняк Т.І., Мельник І. М., Бабійчук Р. І., Мальська М. П., Пандяк І. Г. та ін.

Мета дослідження: підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства Одеського регіону за рахунок інновацій.

Реалізація мети обумовила завдання дослідження:

- провести аналіз зовнішнього середовища, ринкових можливостей та цільового ринку готелю;
- провести аналіз внутрішнього середовища готелю;
- проаналізувати інноваційні технології для впровадження готелю;
- розробити заходи для подальшого розвитку та вдосконалення діяльності у готельного підприємства Одеського регіону.

Об'єктом дослідження є готельне підприємство Одеського регіону.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні і прикладні аспекти розробки та впровадження інновацій у готельне підприємство Одеського регіону.

Методологічні та теоретичні основи дослідження. У процесі роботи застосовувалися загальнонаукові методи: абстракція, класифікація видів, порівняння, системний підхід, ситуаційний математичний аналіз, логіко-аналітична оцінка параметрів, аналогії, моделювання. Інформаційну базу склали наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правові акти України, національні стандарти України по засобах розміщення, матеріали наукових конференцій, Інтернет-ресурси, статистичні збірники, відомості міжнародного інтернет-порталу «Booking.com». Сукупність використовуваної методологічної бази дозволила забезпечити в кінцевому підсумку достовірність і обґрунтованість висновків і практичних рішень.

Наукова новизна: В удосконалені науково — практичних засадах управління готелем за рахунок впровадження CRM-системи у готель.

Практична цінність: полягає в розробці рекомендацій, які дозволять інноваційно розвиватись підприємству.

Апробація проекту: результати дослідження опубліковано у збірнику XI Міжнародній молодіжній науково-практичній інтернет-конференції «Наука і молодь в XXI сторіччі» (до Всесвітнього дня науки в ім'я миру та розвитку, Міжнародного року кооперативів 2025). Тема «Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства».

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність готельних підприємств є динамічною та багатофакторною категорією, на яку впливають як макроекономічні умови (політична ситуація, податкова політика, інвестиційний клімат), так і галузеві особливості розвитку індустрії гостинності.

Сутність конкурентоспроможності полягає у здатності готельного підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкової невизначеності, формувати стійкі переваги над конкурентами та генерувати додатковий прибуток для забезпечення власного розвитку та соціально-економічного розвитку регіону.

Інноваційний розвиток визначено ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності, що обумовлює необхідність створення єдиної системи категоризації готельних підприємств за рівнем інноваційності для ефективного регулювання конкурентних відносин у галузі.

Інновації в готельному бізнесі мають стратегічне значення не лише для окремих підприємств, але й для забезпечення стійкості національної економіки, зокрема через їхній зв'язок із туристичною галуззю та суміжними секторами.

Запропоновано системний підхід до оцінки інноваційного розвитку, що включає технологічні, організаційні, маркетингові, фінансові, соціальні та

екологічні критерії, що дозволяє комплексно оцінити рівень інноваційності готельного підприємства.

Впровадження інновацій у готельному секторі сприятиме не лише підвищенню конкурентоспроможності окремих підприємств, але й стане драйвером інноваційного розвитку національної економіки в цілому.

Обґрунтовано необхідність адаптації готельних підприємств до сучасних викликів шляхом впровадження інноваційних рішень, що забезпечить їхню довгострокову конкурентоспроможність та стійкість у умовах глобальної конкуренції.

Проведений аналіз функціонування, концептуальних засад та конкурентоспроможності готелю «Il Decameron» дозволяє зробити висновок про його стійку та диференційовану позицію на ринку готельних послуг.

Готель «Il Decameron» функціонує як комплексний готельно-рекреаційний комплекс, основним продуктом якого є не просто послуга розміщення, а цілісний емоційний досвід, побудований навколо унікальної концепції «Італійської Dolce Vita у форматі «Все включно». Ця специфіка проявляється в орієнтації на створення повного ефекту занурення за допомогою архітектури, дизайну, гастрономії та сервісу, що в сукупності формує неповторну атмосферу відпочинку.

Концептуальні засоби готелю, а саме – поєднання системи «Все включно» преміум-рівня з автентичним італійським колоритом – є його ключовим конкурентним перевагою. Дослідження внутрішнього середовища підтверджує, що матеріально-технічна база, професійний персонал та ефективна система управління повністю підпорядковані реалізації цієї концепції, створюючи синергетичний ефект. Готель пропонує клієнтам високо цінну пропозицію, де якість послуг та унікальність досвіду виправдовують позиціонування у преміум-сегменті.

Аналіз конкурентоспроможності засвідчує, що «Il Decameron» успішно протистоїть як прямим конкурентам (міжнародним та локальним мережам), так і альтернативним формам проживання за рахунок своєї індивідуальності. На відміну від більшості конкурентів, які пропонують стандартизований сервіс або

орієнтовані на вузькі цільові групи, «Il Decameron» залучає клієнтів можливістю отримати готове, тематично оформлене рішення для відпочинку без необхідності будь-яких додаткових турбот.

Стратегічна місі готелю «Il Decameron» полягає в його здатності трансформувати стандартний готельний продукт в унікальний ідентифікаційний досвід, який важко відтворити конкурентам. Для подальшого зміцнення позицій йому рекомендується зосередитись на постійному оновленні гастрономічної складової, інтеграції сучасних цифрових технологій для підвищення комфорту та гнучкому адаптуванні пропозиції до зростаючого попиту на автентичність, в тому числі шляхом обережного впровадження елементів локального колориту.

Проведений аналіз виявив високий конкурентний потенціал готелю «Il Decameron», що ґрунтується на унікальній концепції "Італійської Dolce Vita", якісній інфраструктурі та професійному персоналі. Основним стратегічним активом є диференційоване позиціонування, що дозволяє підтримувати преміальне ціноутворення та забезпечує високу лояльність клієнтів.

Водночас виявлено слабкі сторони, пов'язані з обмеженням динамічних здібностей - технологічним відставанням та недостатньою інноваційною активністю. Для подолання цих обмежень запропоновано комплексну стратегію управління конкурентоспроможністю.

Ключовим елементом стратегії є впровадження CRM-системи AmoCRM, для чого розроблено детальну дворічну програму. Інноваційні напрями розвитку включають інтелектуальні технології обслуговування, екологічні стандарти та розширення ексклюзивних послуг.

Реалізація запропонованих заходів дозволить значно підвищити якість обслуговування, зміцнити лояльність клієнтів та забезпечити стійкі конкурентні переваги готелю на ринку готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. Маркетинг в Україні. 2005. № 2. С. 50– 53.
2. Гаврилюк С. П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. 2001. № 4. С. 76–80.
3. Гончаров Ю. В., Куппер О. П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2017. Том 27. № 1. С. 178-181.
4. Готельний інтерес: Хто до нас йде? – URL : <https://investory.news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde>
5. Гуржій Н. М. Управління стратегічним маркетингом: парадигма, інструментарій, результативність. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 559 с.
6. Державна служба статистики України. Статистичний щорічник колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.01.2021)
7. Дименко Р. А. Теорія цінностей і конкурентних переваг у системі конкурентоспроможності підприємств. Львівська політехніка. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35517/1/5_23-31.pdf
8. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління :навч. посіб. вид. 2-ге. К. : ЦУЛ, 2011. 440 с.
9. Другий пішов: В Україні може з'явитися ще один Hilton. URL: <https://investory.news/drugij-pishov-v-ukraini-mozhe-zyavitisya-shhe-odin-hilton/>
10. Дубровін В., Риженко О., Корецький М. Бенчмаркінг як один з інструментальних засобів загального керування якістю. Стандартизація, сертифікація, якість. 2000. № 3. С. 39–41.
11. Дудник О. В., Міненко С.А. Економічна природа понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Причорноморські економічні студії. 2018. № 29. С. 112-116.
12. ЗАКОН УКРАЇНИ. Про туризм (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24 URL :

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>

13. Касич А. О., Харькова Ж. В. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85.
14. Конкурентна перевага. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
15. Котик Д. Ю, Жигалкевич Ж. М. Організаційно-економічні методи забезпечення конкурентоспроможності підприємств. КІП. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/192863>
16. Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2004. 336 с.
17. Немцов В. Д., Довгань Л. С. Стратегічний менеджмент. К. : ТОВ —УВПК —ЕксОбл,. 2002. 560 с.
18. Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Полотай О.І. Управління проектами / за заг. ред. Л.В. Ноздріної. К.: ЦУЛ, 2010. 432 с. 29
19. Ор'єва К. В. Проблематика управління підприємством на основі ключових компетенцій. Ефективна економіка. № 7, 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4214>
20. Павлюк Т. І. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці. Економіка і суспільство. 2016.
URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf
21. Панасенко Д. А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Львів: 2012. № 727. С. 270—276.
22. Петруня Ю. Є. Маркетинг. К.: Знання, 2010. 351 с.
23. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Х. : ВД "ІНЖЕК", 2004. 264 с.
24. Северинова Ю. М. Удосконалення механізму аналізу та планування маркетингової діяльності підприємства. Економічний вісник Донбасу. 2011. №3. С. 132-135.
25. Тимошенко З., Мунін Г., Дишлевий В. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. 246 с.

26. ТОП-25 кращих готелів України. URL:
<https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cTop-g294473#3>
27. Рогова Н.В., Куш Л.І. Оптимізація діяльності служби прийому й розміщення: як чинник підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства // ГРААЛБ НАУКИ : міжнар. наук. журнал. – Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ «Інститут науково-технічної інтеграції та співпраці», № 51, 2025. С. 435 – 440
28. Володько О.В. Готельно-ресторанний бізнес у воєнний час: поточний стан та глобальні тенденції/Володько О.В., Рогова Н.В., Куш Л.І., Дудник С.О.//Міжнародний науковий журнал: Граалб науки - Вінниця: ГО «Європейська наукова платформа», 2023. - №26. -С.42-45.
<http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12800>
29. Рогова Н.В. Organizational aspects of improving the quality of hotel services in martial arts conditions ГРААЛБ НАУКИ : міжнар. наук. журнал.– Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ «Інститут науково - технічної інтеграції та співпраці», 2025.–No 57.–92-98 с.<https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/17.10.2025/45>
30. Рогова Н.В. Іщенко Н. Price formation in the menu of restaurant establishments ГРААЛБ НАУКИ : міжнар. наук. журнал.– Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа»; НУ «Інститут науково -технічної інтеграції та співпраці», 2025.–No 58.–150-157 с. <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/14.11.2025/46>
31. Альбещенко О., Рогова, Н., Оніщенко, О. Інноваційні підходи до управління готельно-ресторанним бізнесом: досвід розвинених країн/ «Економіка та суспільство», 63.
<<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4074>>
32. Рогова Н. В., Рибаків С. С., Белозьоров Є. О. Вплив міжнародних стандартів на якість обслуговування у готелях та ресторанах // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: ``Економічні науки``. - 2024. - №6. Стор. 11-18. <<https://www.inter-nauka.com/issues/economic2024/6/10054>>
33. Рогова Н. В., Оніщенко О. Д. Переваги інновацій для підвищення

якості обслуговування в готелях та ресторанах. Економіка та суспільство. 2024. No 68. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4953> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-86>

34. Рогова Н.В., Володько О.В., Куш Л.І. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі: кол. Монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. - Черкаси : ЧДТУ, 2020. - 48-53. <https://chdtu.edu.ua/science/naukometrika>

35. Рогова Н.В., Володько О.В. Features of sustainable tourism development based on the principles of partnership / Соціально трудові відносини: Проблеми науки та практики. Монографія / А.М. Колот, Т.А Костишина, О.О. Нестуля, С.І. Нестуля : за ред. д-ра екон. наук, проф. Т.А. Костишиної. - Полтава 2020. - 623-631 <http://puet.edu.ua/uk/news/vydavnycho-poligrafichnyy-viddil-informuye-1>

36. Халімон Т. М. Управління конкурентними перевагами підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 24. Частина 1. 2017. С. 152-156. 71

37. Цибух В.І. Туризм в Україні на зламі тисячоліть / В.І. Цибух // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія», 18-20.10.1999 р., Київ.

- К.: Центр учбової літератури, 1999. С. 274.

38. Шинкаренко В. Г., Криворучко О. М., Пипенко І.С. Управління маркетинговими можливостями підприємства : монографія. Х. : ХНАДУ, 2011. 180 с.

39. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

40. Ясінський А. П., Романчукевич М. Й. Аналіз основних понять сфери конкуренції. Збірник тез доповідей науково-практичної конференції

«Економіко-фінансові механізми здійснення соціально-економічного розвитку України», 1 червня 2021 року. Івано-Франківськ : НАІР, 2021. С. 109-111.

41. Ясінський А. П., Романчукевич М. Й. Основні чинники формування конкурентних переваг підприємств. Збірник тез доповідей науково-практичної

конференції «Сучасні тренди інноваційного розвитку», 28 жовтня 2021 року. Івано-Франківськ: НАІР, 2021. С. 163-166.

42. Офіційний сайт готелю <https://ildecameron.com.ua/>

43. Александров І. О. Еволюція дефініції конкурентоспроможності продукції. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 2. С. 89-99. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi>

44. Олійник Н., Бурик Ю. (2018). Конкурентоспроможність підприємства як визначальна характеристика ефективності його функціонування [Електронний ресурс] / Наталія Олійник, Юлія Бурик // Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 2 (19). С..URL:<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18onmejf.pdf>

45. Балацька Н.Ю. Імідж як фактор конкурентоспроможності готельного підприємства / Н.Ю. Балацька, Д.М. Кушнір // Молодий вчений. — № 11 (38). — 2016. — С. 551—554.

46. Малюга Л.М. Формування конкурентоспроможності готельних підприємств / Л.М. Малюга // Економіка і суспільство. — Вип. 5. — 2016. — С. 216—219. 18. Охота В.І. (2017). Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції: практика та досвід № 5 URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf

47. Малярчук, О.Г. (2013). Динамічні здатності підприємства: способи виявлення та відстеження розвиненості. Бізнес-Інформ. № 7, С. 321-326.

48. Труніна, І.М. (2013). Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності [монографія] / Ірина Михайлівна Труніна. – Харків: Вид-во «Точка», 436 с

49. Фролова В. Ю. Стратегічний підхід в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Вісник Донецького національного університету, 2012. №1. С. 177-182.

50. Чернега О. Б. Керування конкурентоспроможністю в умовах трансформації економічних відносин: монограф. Донецьк: ІЕП НАН України, 2009. 448 с.