



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

**Предмет: Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства и
общественного питания**

**Тема курсовой работы: Экспертные методы в маркетинговых
исследованиях**

Аналитическая и проектная глава курсовой:

**ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ В МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЯХ ГОСТИЧНОГО КОМПЛЕКСА АО «ГК «ОКА»**

**2.1. Организационно-экономическая характеристика гостиничного комплекса АО
«ГК «Ока»**

**2.2. Оценка и совершенствование экспертных методов в маркетинговых
исследованиях гостиничного комплекса АО «ГК «Ока»**

**2.3. Пути улучшения деятельности гостиничного комплекса АО «ГК «Ока» с
учетом маркетинговых исследований отелей и гостиниц будущего**

ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ГОСТИЧНОГО КОМПЛЕКСА АО «ГК «ОКА»

2.1. Организационно-экономическая характеристика гостиничного комплекса АО «ГК «Ока»

Объектом исследования была выбрана компания Акционерное общество «Гостиничный комплекс «Ока» (АО «ГК «Ока»). Адрес Общества: 603057, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, пр-кт Гагарина, д. 27. Компания предоставляет услуги гостиницы и ресторана, сайт компании: [https:// www.hoteloka.ru/](https://www.hoteloka.ru/). Ресторан «ОКА» -это светлый и по-домашнему уютный ресторан. Днем - яркие лучи солнца играют на элементах интерьера, а вечером - теплый свет располагает к приятной беседе. Кухня: русская и европейская. Завтрак - Шведский стол. [14]

Главный зал ресторана рассчитан более чем на 150 гостей, а при банкетном обслуживании в нем могут отдохнуть до 250 гостей одновременно. Светлый интерьер, большие окна и интересные дизайнерские детали создают в зале уют и добавляют изысканности. Второй зал ресторана – Английский. Он идеально подходит для проведения деловых встреч, рассчитан на 40 гостей. Интерьер зала выполнен в классическом стиле с английскими нотками.

В ресторане «Ока» потребители могут расслабиться, отдохнуть, заново открыть для себя такую привычную русскую кухню. Неповторимый интерьер каждого зала и замечательная атмосфера всего ресторана подарят ощущения комфорта и удовольствия. К также к услугам посетителей- буфет, располагающийся на 5 этаже гостиничного комплекса. Режим работы: Круглосуточно, 24/7. Компания также предлагает современный фитнес-клуб с полным спектром услуг: тренажерный зал, бассейн, групповые классы. Саун-клуб, салон красоты и СПА находятся на территории отеля.

Кроме этого АО «ГК «Ока» предлагает развлекательный комплекс «Capital Club»- это один из крупнейших развлекательных центров в Нижнем

Новгороде. Боулинг включает в себя - 6 дорожек, детский боулинг, бильярд, спорт-бар (трансляции матчей и спортивных событий).

Кроме выше перечисленного компания предлагает: бесплатную парковку, прачечную, сувенирную лавку, бесплатный wi-fi, аренду сейфа, карту города.

В бизнес центре организация АО «ГК «Ока» предлагает в аренду офисные помещения и помещение для медицинского центра, общая площадь 752 м², Расчет стоимости исходя из запроса по необходимой площади и оборудованию. Возможен вариант сдачи медицинских/косметологических кабинетов в аренду. Все помещения после капитального ремонта, оборудованы необходимой мебелью, с выводом мокрой точки (раковина). Площадь каждого кабинета 17м², стоимость от 25000 руб., включая НДС.

Таким образом, Гостиничный комплекс «Ока» - один из самых крупных отелей Нижнего Новгорода с богатой историей. Современные и комфортные номера, высокий уровень сервиса и развитая инфраструктура. В состав комплекса входят номера Отеля 3* и 4*, современные конференц-залы, уютные рестораны «Ока» и «Elleven», фитнес клуб «Fitness Life», развлекательный комплекс «Capital club», саун-клуб «Ока DeLuxe» и спа-салон «Europe&Asia». Деловая репутация Гранд Отеля «Ока» подтверждена многолетним опытом работы и положительными отзывами гостей. Компания АО «ГК «Ока» следит за тем, чтобы качество предоставляемых услуг соответствовало всем стандартам гостиничного бизнеса. [14]

Среднесписочная численность компании в 2022 году составила 140 человек, столько же было и годом ранее, рис.2.1.

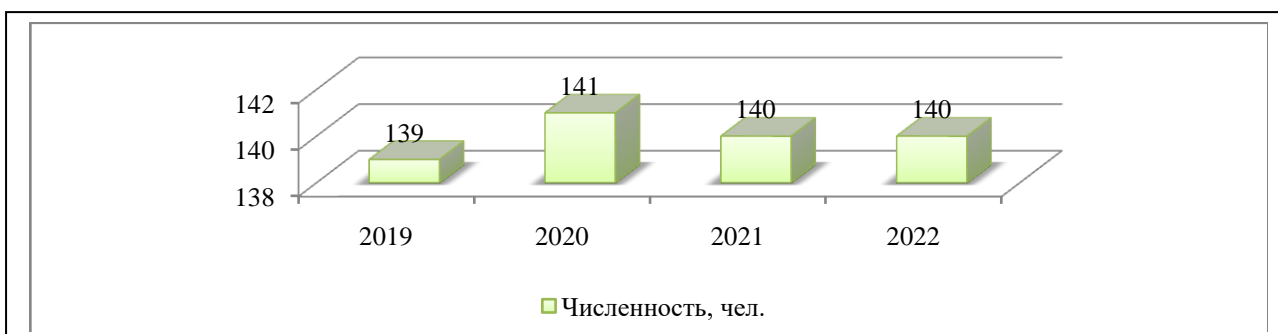


Рис.2.1- Динамика среднесписочной численности АО «ГК «Ока» с 2019-2022гг.

Возглавляет компанию генеральный директор, в его подчинении находится коммерческий директор, отдел кадров, отдел маркетинга, бухгалтерия. Организационную структуру АО «ГК «Ока» можно представить в виде схемы, рис. 2.2.



Рис. 2.2- Организационная структура гостиничного комплекса АО «ГК «Ока»

Все работники компании АО «ГК «Ока» осуществляют свою деятельность на основании должностных инструкций и правил техники безопасности. При приеме на работу сотрудники проходят вводный инструктаж. Прием в организацию осуществляется при наличии соответствующего образования и санитарной книжки. По имеющимся данным бухгалтерской отчетности с 2019-2021гг. (Приложение 2) проведем анализ основных экономических показателей организации АО «ГК «Ока».

По данным на 2021 год выручка компании составила 317422,0 тыс.руб., это на 48,69% выше, чем годом ранее и на 6,43% превышает значение показателя 2019 года, рис.2.3. [5]

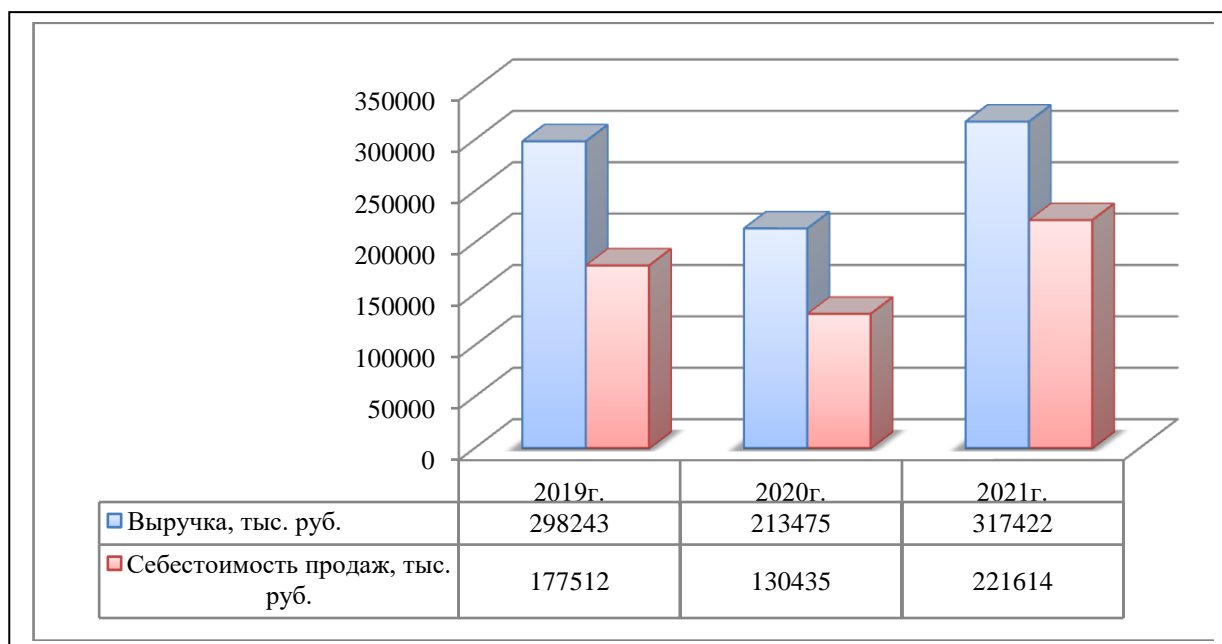


Рис.2.3- Динамика выручки и себестоимости продаж предприятия АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг. [5]

Себестоимость продаж за анализируемый период увеличилась на 24,84% и составила 221614,0 тыс. руб. Очевидно, что темпы роста себестоимости превышают темпы роста объемов продаж, это приводит к замедлению роста валовой прибыли, которая в 2021 году составила 95808,0 тыс. руб., это на 20,64% ниже показателя начала анализируемого периода, по сравнению с прошлым годом рост валовой прибыли составил 15,37%, рис. 2.4. [5]

По другим показателям прибыли наблюдается смешанная динамика, прибыль от продаж в 2021 году снизилась относительно уровня 2019 года на 13,60% и составила 67163,0 тыс. руб. Однако, к уровню прошлого года произошел рост на 13,46%. По прибыли до налогообложения и чистой прибыли лучшим периодом был 2020 год, показатели были на максимальных значениях. К 2021 году прибыль до налогообложения и чистая прибыль составили 1987,0 тыс. руб. и 1001,0 тыс. руб. соответственно, это существенно ниже показателей прошлого года.

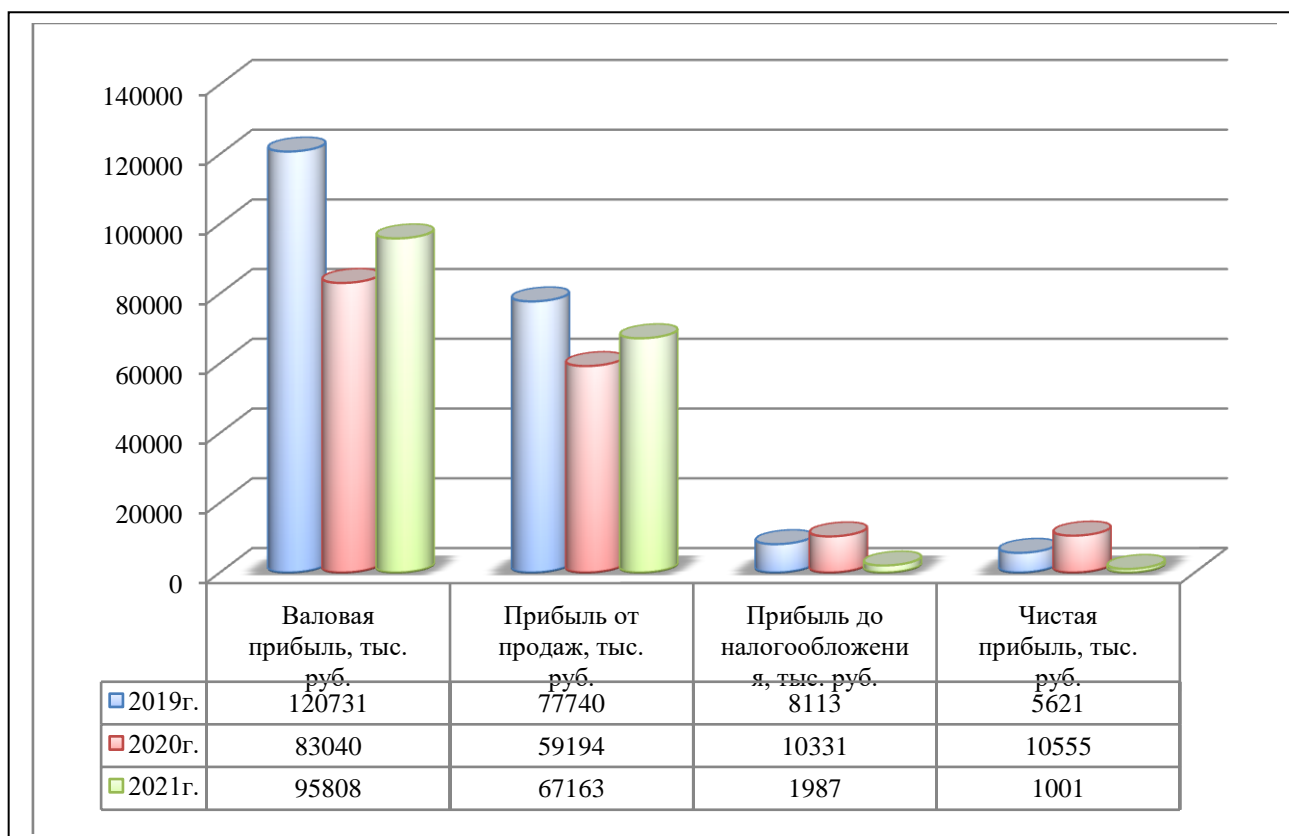


Рис.2.4- Динамика показателей прибыли компании АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг. [5]

Снизилась и общая сумма капитала предприятия, которая на конец анализируемого периода составила 1364130,0 тыс. руб., за анализируемый период снижение составило 3,95%, рис. 2.5.

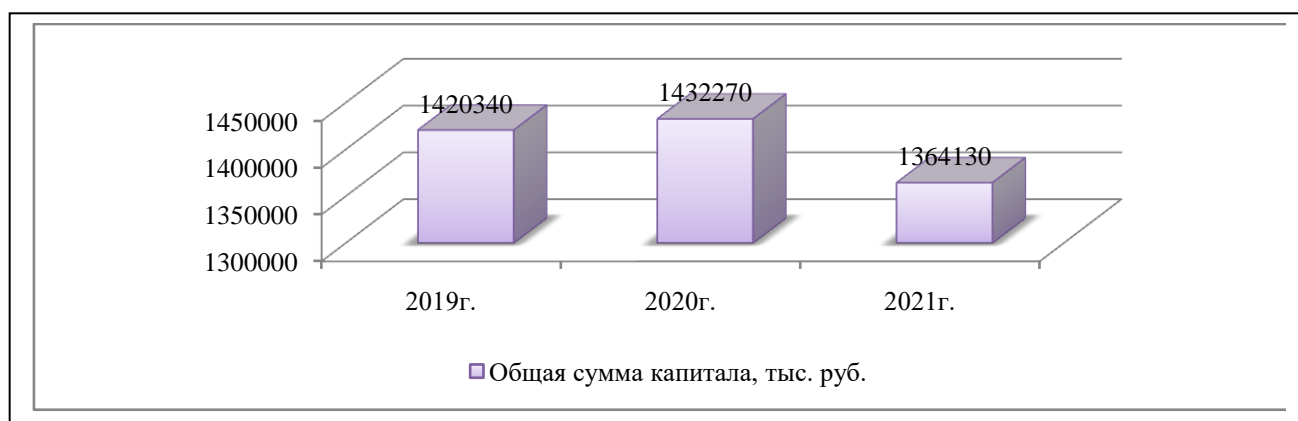


Рис.2.5- Динамика общей суммы капитала предприятия АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг.

Снижение капитала произошло в основном за счет заемных источников финансирования, которые снизились на 67736,0 тыс. руб. и составили 971205,0

тыс.руб. Сумма собственных средств наоборот увеличилась на 3,02% и составила 392925,0 тыс. руб., рис.2.6. [5]

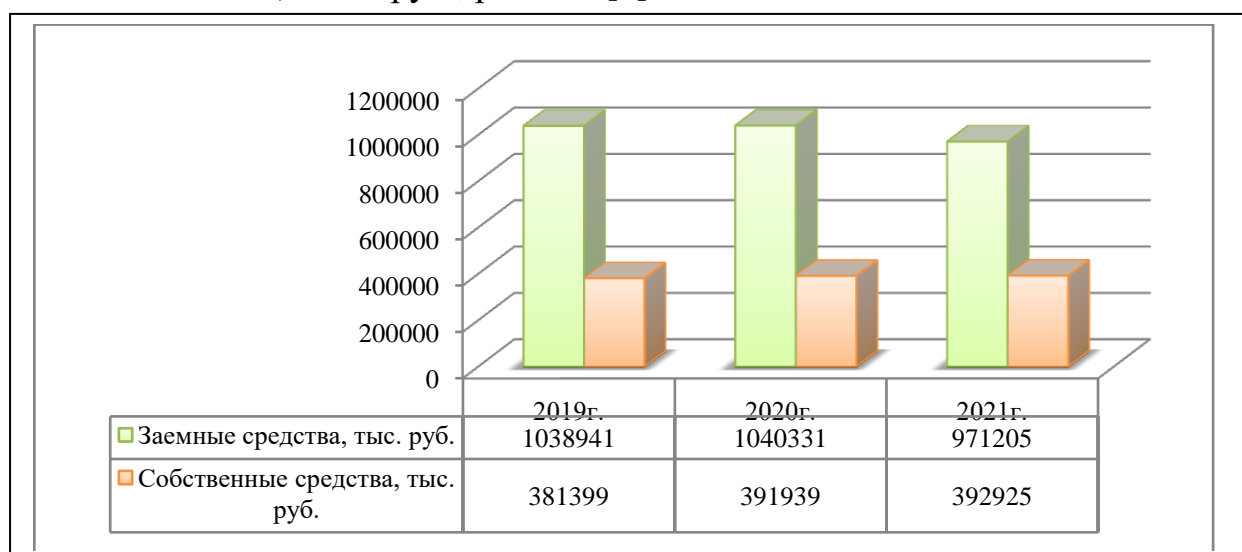


Рис.2.6- Динамика заемного и собственного капитала предприятия АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг.

Наибольший удельный вес в общей структуре капитала приходится на заемные источники финансирования, в 2021 году доля заемных средств составила 71,19%, собственных 28,81%. Это свидетельствует о том, что компания АО «ГК «Ока» является финансово-зависимой, хотя к концу анализируемого периода ситуация улучшилась, так как доля собственного капитала увеличилась, рис.2.7. [5]

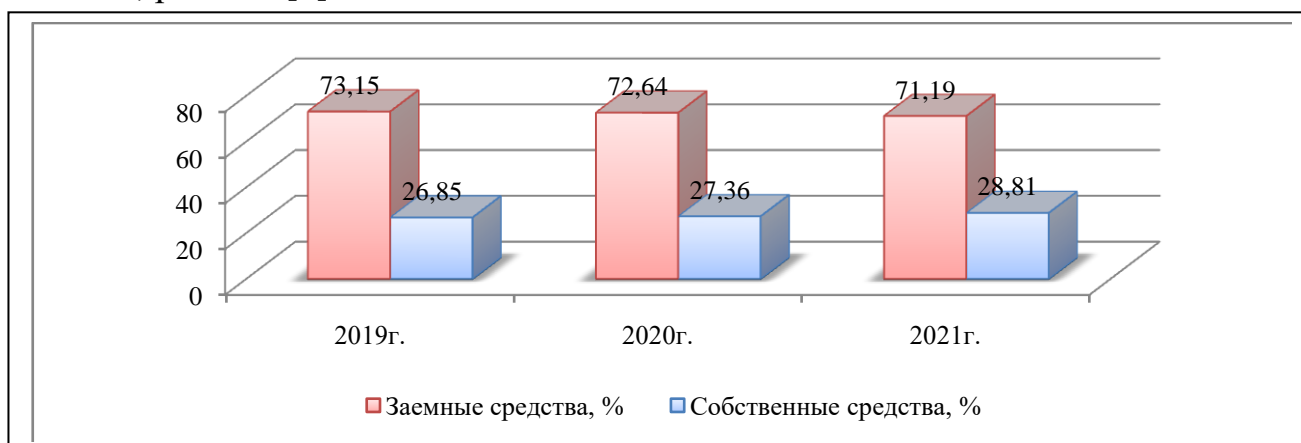


Рис. 2.7- Динамика структуры заемного и собственного капитала предприятия АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг. [5]

Расчет показателей рентабельности по формулам, представленным в Приложении 3, показал не лучшую динамику, по всем видам рентабельности

наблюдается снижение. Рентабельность продаж составила 21,16%, это ниже уровня начала анализируемого периода на 4,9%. В пределах 10,0% снизилась валовая рентабельность и составила 30,18%, на очень низких значениях находится чистая рентабельность и составляет 0,31%. Это самое низкое значение в анализируемом периоде, рис.2.8.

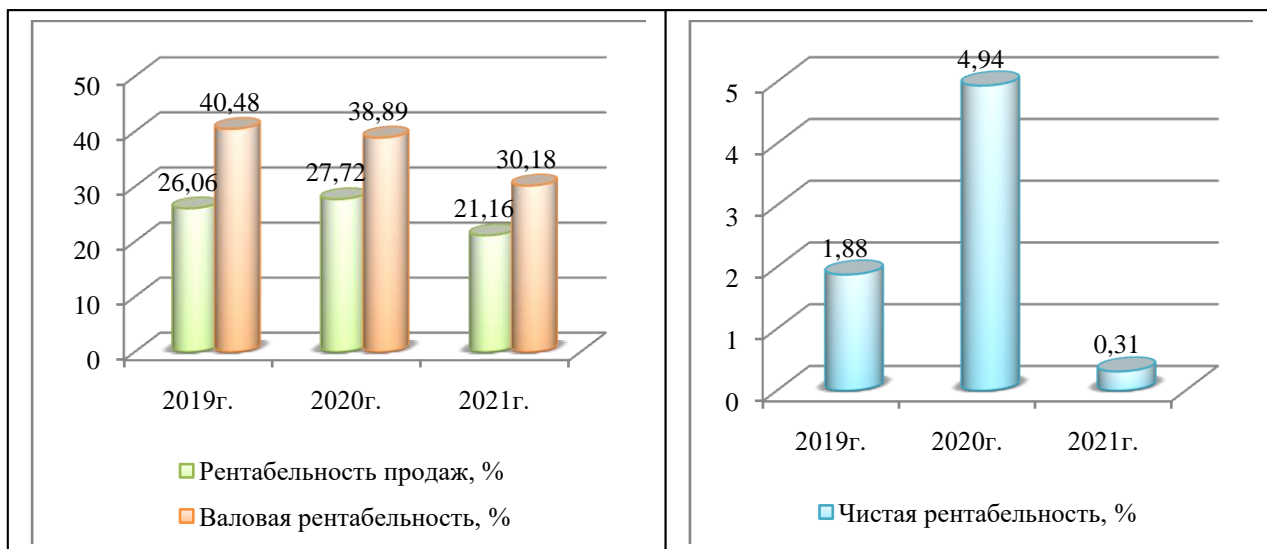


Рис. 2.8- Динамика показателей рентабельности предприятия АО «ГК «Ока» с 2019-2021гг. [5]

Таким образом, деятельность компании АО «ГК «Ока» заключается в предоставлении гостиничных и ресторанных услуг. Ассортимент услуг достаточно широк и включает не только предоставление гостиничных номеров и ресторана, но также фитнес, сауна, развлекательный комплекс, спа-салон и другие. В гостиничном комплексе предусмотрена линейно- функциональная структура управления, среднесписочная численность составляет 140 человек и на протяжении анализируемого периода существенно не меняется. На протяжении 2019-2021гг. наблюдается увеличение выручки, однако показатели прибыльности и рентабельности показывают снижение. Компания АО «ГК «Ока» является финансово-зависимой, так как наибольшая доля в структуре капитала приходится на заемные средства финансирования. На финансовые показатели существенное влияние оказывают мероприятия маркетингового исследования, для того, чтобы оценить деятельность компании в применении экспертных методов, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.2. Оценка и совершенствование экспертных методов в маркетинговых исследованиях гостиничного комплекса АО «ГК «Ока»

Проведение маркетинговых исследований в организации АО «ГК «Ока» осуществляется отделом маркетинга. При этом, применяются только методы индивидуального экспертного опроса: стандартизированный экспертный опрос (анкетирование с вариантами ответов), нестандартизированный экспертный опрос (личное интервью с экспертом), метод «индивидуального блокнота» (работа эксперта без непосредственного общения с исследователями). Для стандартизированного экспертного опроса составляется анкета-опросник, которая состоит из нескольких вопросов, табл.2.1.

Таблица 2.1- Анкета опросник для стандартизированного экспертного опроса организации АО «ГК «Ока»

№ п/п	Вопросы	Варианты ответов
	Просим Вас ответить на вопросы анкеты и выразить свое мнение, а также высказать пожелания	
1	Что, по Вашему мнению, может способствовать росту спроса на гостиничные услуги?	Цены на услуги Система стимулирования Искусственный интеллект Наличие дополнительных услуг Сервис, высокое качество Другие
2	Что, по Вашему мнению, может способствовать росту спроса на услуги общественного питания?	Низкие цены Дизайн помещения Доставка еды на дом Роботизация Бесконтактное обслуживание Другое
3	Какие, по Вашему мнению, наиболее эффективные методы продвижения гостиничных и ресторанных услуг?	СМИ Интернет (собственный сайт) Туристические маркетплейсы Социальные сети Робот-промоутер Другое
4	Назовите наиболее популярные туристические маркетплейсы для продвижения услуг гостиниц?	ЯТурист Поинт Трэвел Авигит Другие
5	Какие наиболее эффективные методы продвижения в сети Интернет?	Поисковая реклама Баннерная реклама в сетях Ремаркетинг и ретаргетинг

		Картографические сайты Соцсети Реклама на YouTube Яндекс.Аудитории Другое
6	Какие дополнительные услуги в гостинице наиболее важны?	Бесплатный стабильный Wi-Fi Чай и кофе всем желающим Работающий кондиционер Питьевая вода Телевизор Фен Бесплатная парковка Другое
7	Какие, по вашему мнению, тренды наиболее важны в развитии гостиницы на среднесрочную перспективу?	Эко отели 3D-принтеры в каждом номере Роботы-дворецкие Отели-трансформеры Технология интеллектуального распознавания Интеллектуальная система прогнозирования Кибербезопасность Автоматизация регистрации заезда Умные комнаты Голосовой поиск Другое
8	Какие, по вашему мнению, тренды наиболее важны в развитии ресторана на среднесрочную перспективу?	Терминалы самообслуживания Автоматизация Доставка и еда на вынос Здоровая еда и напитки QR-коды вместо печатного меню Другое
9	Какие, по вашему мнению, гостиницы в Нижегородской области являются лидирующими	_____
10	Напишите свои рекомендации по выходу из кризиса компании гостиничного бизнеса	_____

Составленную анкету- опросник заполняет эксперт- опытный специалист, который делает заключение и дает направление в развитии бизнеса. Вопросы анкеты постоянно пересматриваются, формируются новые.

Для нестандартного экспертного опроса- маркетолог компании АО «ГК «Ока» осуществляет личное интервью с экспертом по определенной проблеме. Это может проводиться также в сети Интернет, на различных выездных мероприятиях.

Метод «индивидуального блокнота» в компании АО «ГК «Ока» осуществляется следующим образом, эксперт из аутсорсинговой компании описывает проблему на первой странице блокнота, далее по истечении определенного времени заносит в этот блокнот все свои мысли, идеи, замечания, касающиеся поставленной задачи, после чего сдает блокнот ответственному маркетологу за данное исследование.

Однако, стоит отметить, что в организации АО «ГК «Ока» не применяются групповые экспертные методы, в частности: консилиум, коллективный блокнот, метод Дельфи, метод «суда», деловая игра, метод интеграции решений, метод комиссий, экспертное фокусирование, критическая атака, метод «635», мозговой штурм, метод номинальных групп и др. Более того, в настоящее время в сети Интернет появилось множество сайтов, с помощью которых можно осуществлять как платные, так и бесплатные опросы, в том числе и с привлечением различных экспертов. В настоящее время, компания АО «ГК «Ока» привлекает эксперта в аутсорсинговой компании. Наиболее популярными сайтами по проведению опросов являются: Testograf, Simpoll, Survio, Google Forms, Typeform, SurveyGizmo, Anketolog, Online Test Pad, MySurveylab, Surveynuts, Oproso, SurveyMonkey и другие. [30]

Таким образом, существующая оценка применяемых экспертных методов в маркетинговых исследованиях компании АО «ГК «Ока» показала, что применяются только индивидуальные методы, в частности: стандартизированный экспертный опрос, нестандартизированный экспертный опрос, метод «индивидуального блокнота». Для совершенствования проведения маркетинговых исследований путем применения экспертных методов, для анализируемой компании было предложено: внедрение различных групповых методов; проведение опросов осуществлять с помощью различных интернет-ресурсов, специализирующихся на онлайн-опросах. В продолжении темы исследования, необходимо разработать проект мероприятий по совершенствованию деятельности гостиничного комплекса АО «ГК «Ока», для этого перейдем к следующему параграфу исследования.

2.3. Пути улучшения деятельности гостиничного комплекса АО «ГК «Ока» с учетом маркетинговых исследований отелей и гостиниц будущего

Маркетинговые исследования отелей и гостиниц будущего, а также перспективные тренды в развитии ресторанного бизнеса позволяют сформулировать направления развития компании АО «ГК «Ока». Безусловно, что многие мероприятия требуют существенных инвестиций, в частности: развитие эко-отелей, роботы- дворецкие, 3D-принтеры в каждом номере, умные комнаты, технологии интеллектуального распознавания, интеллектуальная система прогнозирования и другое. Однако, в среднесрочной и долгосрочной перспективе целесообразно рассматривать эти направления для развития компании. В краткосрочной перспективе целесообразно предложить пути, которые позволят увеличить объемы продаж гостиничных и ресторанных услуг компании АО «ГК «Ока», а именно: 1) продвижение услуг на туристических маркетплейсах; 2) оказание услуги- доставка и еда на вынос; 3) голосовой поиск; 4) автоматизация регистрации заезда; 5) чат-боты. Рассмотрим подробнее эти направления.

1) Продвижение услуг на туристических маркетплейсах на сегодняшний день является очень выгодным мероприятием. Как показала пандемия -2019 года количество интернет-пользователей , приобретающих товары и услуги в сети Интернет резко возросло, а перспективы рынка электронной коммерции обещают еще больший рост. Как и во всём мире, основным драйвером роста отечественного онлайн-рынка стала пандемия 2020–2021 гг. и введённые на её фоне ограничения. По оценкам экспертов, положительный эффект этих ограничений для развития сферы e-commerce в России может проявиться в росте прибыли до 1,6 трлн. руб. к 2024 г. [19] Согласно данным аналитического издания Insider Intelligence, к 2025 г. объём розничных продаж электронной коммерции во всём мире может вырасти на 50%, до 7,3 трлн. долл., и составит 24,5% общего объёма розничных продаж. Для сравнения, итоги 2021 г.: 4,9 трлн. долл. и 19,6%, рис.2.9. В связи с этим, необходимо больше усилий прилагать для продвижения в сети Интернет, в частности путем размещения

информации на различных туристических маркетплейсах. Такой вид маркетплейсов только недавно получил популярность, не много, но есть в сети такие маркетплейсы, которые предлагают не только туры, но и можно забронировать номер в отеле, заказать доставку еды и так далее. На сегодняшний день, наиболее известными туристическими маркетплейсами являются: ЯТурист, Поинт Трэвел, Авигид и другие.



Рис. 2.9-Рост объёма онлайн- продаж в мире до 2025 года [12]

ЯТУРИСТ- это мультирегиональный туристический маркетплейс и путеводитель. Компания предлагает: помощь в планировании путешествия; готовые туры и экскурсии; индивидуальные программы.

Проект «Поинт Трэвел» включает в себя 3 основных направления: 1) туристическое агентство, которое осуществляет поиск туров по 140 туроператорам России; 2) авторские туры, которые разрабатываются совместно с экспертами «Поинт Трэвел» и принимающими сторонами стран; 3) MICE-туризм -организация делового туризма и проведение различных корпоративных мероприятий в разных странах; 4) Визовый центр.

Компания Авигид -это команда активных путешественников из России. Туристический маркетплейс работает по принципу Интернет-магазина, только продаются не товары, а впечатления – как в России, так и по всему

миру. Суть платформы «Авигид»: публикация на сайте предварительно отобранных качественных экскурсий, даём возможность туристам выбрать подходящий именно им вариант в интересующем регионе. Также маркетплейс позволяет забронировать и оплатить желаемую программу онлайн, рис. 2.10.

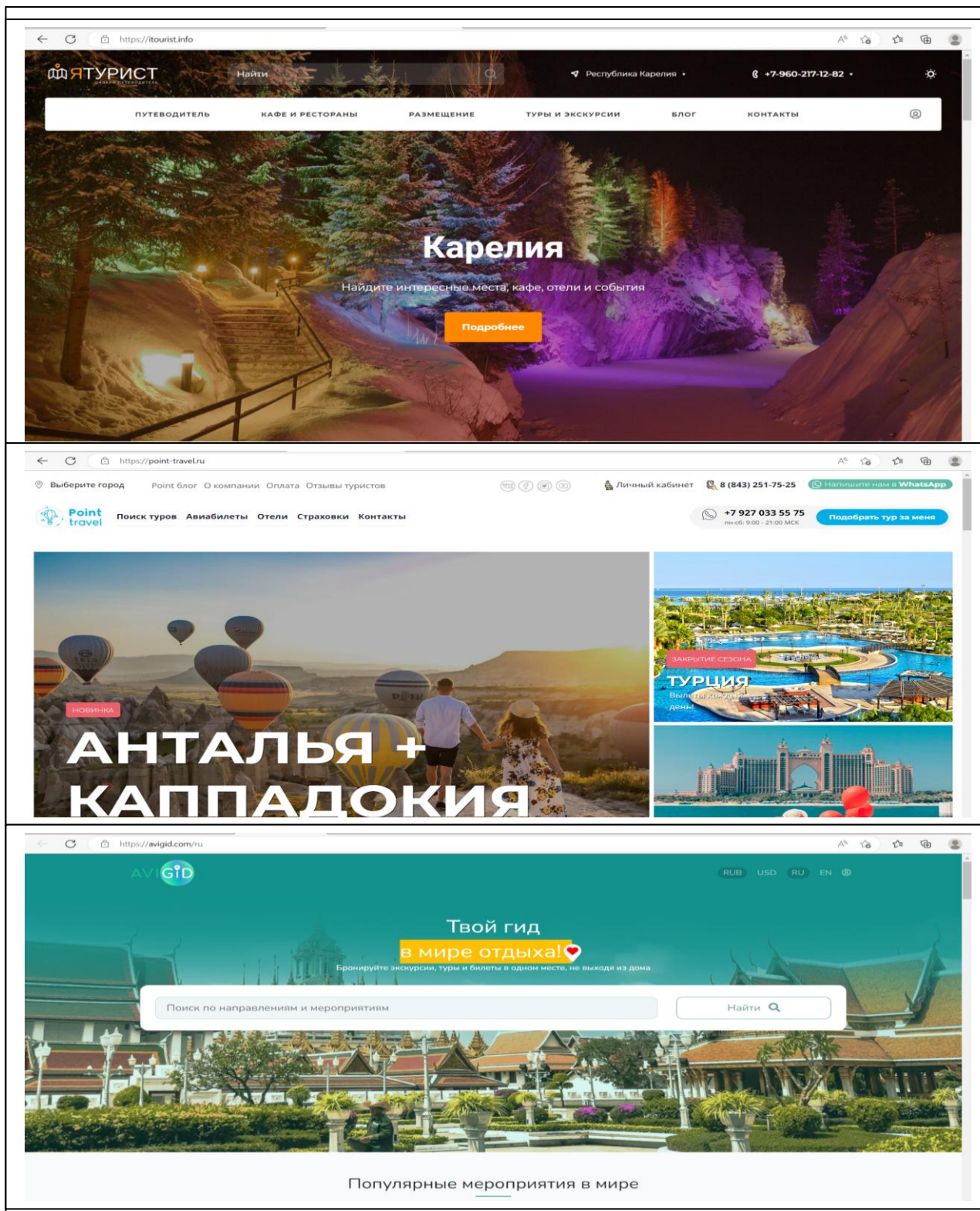


Рис.2.10- Наиболее известные туристические маркетплейсы

Продвижение компании АО «ГК «Ока» на туристических маркетплейсах существенно позволит увеличить географический охват и привлечь потенциальных потребителей.

2) Оказание услуги- доставка и еда на вынос в ресторане компании. Данное мероприятие не сложно в реализации, необходимо на сайте компании, разместить меню и различные блюда, которые потребитель может заказать на сайте. Также можно размещать услуги на различных маркетплейсах. Территориально эта услуга может быть оказана в пределах города Нижний Новгород. В период пандемии эта услуга получила большую популярность, поэтому в перспективе она еще будет развиваться. Внедрение данной услуги позволит ресторану увеличивать объемы продаж.

3)Голосовой поиск -это одна из самых захватывающих тенденций в гостиничной отрасли. Существует множество интеграций голосовой технологии в сфере путешествий и гостеприимства, в том числе:

а)Ассистенты голосового поиска: Amazon Alexa, Apple Siri, Google Assistant, Microsoft Cortana и другие агенты распознавания речи с искусственным интеллектом (ИИ);

б)Цифровые голосовые помощники на основе мобильных приложений: это специализированные помощники, которые могут помочь ориентироваться в конкретном приложении, продукте или услуге, уже используемые для поддержки клиентов многими компаниями розничной торговли в интернете;

в) Автоматические цифровые голосовые помощники: установлены во многих новых моделях высококлассных автомобилей, Google Android Auto, Apple CarPlay и Nuance являются хорошими примерами в этой категории;

г)Домашние цифровые голосовые помощники: Amazon Alexa, Яндекс Алиса и Google Home попадают в эту категорию, уже используемую в миллионах домашних хозяйств;

д)Голосовые помощники на базе Smart TV: они позволяют потребителям искать фильмы и видеоконтент через свой телевизор. Amazon FireTV и

голосовой пульт дистанционного управления Direct TV являются хорошими примерами в этой категории;

ж) Носимые голосовые помощники: Siri (Apple Watch), Bixby (Samsung Watch) и другие примеры уже используются многими потребителями.

4) Автоматизация регистрации заезда позволяет создать социальное дистанцирование и помогает избежать физического контакта персонала и гостей. В настоящее время примеров решений бесконтактной регистрации, например, Sabee App и Ocorate и другие. Для реализации данного решения подключить эту опцию к официальному сайту отеля или приложению. Гости могут получить доступ к своим номерам, используя смарт-устройства в качестве цифровых ключей.

5) Чат-боты. Чат-боты и онлайн-виджеты входят в стандартную комплектацию многих веб-сайтов и могут составлять жизненно важную часть современной маркетинговой стратегии отеля. Однако теперь они также используются в таких вещах, как WhatsApp, Телеграмм и другие. Основным преимуществом здесь является возможность оперативно давать клиентам ответы на вопросы в любое время дня. Некоторые чат-боты также могут быть настроены для общения на разных языках, что обеспечивает более полную поддержку клиентов. Важность чат-ботов также возросла после COVID, потому что у клиентов часто возникают вопросы о политиках и процедурах, и на них обычно можно эффективно ответить с помощью ботов.

Итак, выше был проведен анализ экспертных методов в маркетинговых исследованиях компании АО «ГК «Ока», который показал, что применяются в основном только индивидуальные экспертные методы. При этом, выявлено было, что объемы прибыли и рентабельности компании в динамике направились в нежелательную сторону. В такой ситуации крайне важно применять новые стратегии, которые позволят увеличить объемы продаж и экономические показатели компании. В результате было предложено: 1) продвижение услуг на туристических маркетплейсах; 2) оказание услуги- доставка и еда на вынос; 3) голосовой поиск; 4) автоматизация регистрации заезда; 5) чат-боты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. - М.: Дашков и К, 2021.- 433 с.
- 2) Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров, 2-е изд., пересм.- М.: Дашков и К, 2021.- 346 с.
- 3) Баканов, М. И., Шеремет, А. Д.. Теория экономического анализа: Учеб. для студентов экон.спец.-4-е изд. , доп и перераб.- М.: Финансы и статистика, 2018.- 416 с.
- 4) Божук С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
- 5) Бухгалтерская отчетность гостиничного комплекса АО «ГК «Ока» [Электронная версия][Ресурс: <https://www.list-org.com/company/47104/report>]
- 6) Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - М.: Форум, 2018. - 336 с.
- 7) Голосовой поиск как тренд гостеприимства будущего: как это внедрять уже сейчас [Электронная версия][Ресурс: <https://welcometimes.ru/opinions/golosovoy-poisk-kak-trend-gostepriimstva-budushchego-kak-eto-vnedryat-uzhe-seychas?ysclid=lbautq5cld491070180>];
- 8) Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 4-е изд., перераб.и доп / Е.П Голубков. - М.: Финпресс, 2018. - 496 с.
- 9) Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 340 с.

- 10) Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
- 11) Маркетинговое исследование [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.unisender.com/ru/glossary/что-такое-маркетинговое-исследование/?ysclid=la85hmw0zj753758406>];
- 12) Мировой рынок e-commerce: развитие не остановить [Электронная версия] [Ресурс: <https://journal.open-broker.ru/investments/mirovoj-rynok-e-commerce/?ysclid=lbaw5vcxts602710371>];
- 13) Как провести мозговой штурм: основные правила, методы и ошибки [Электронная версия] [Ресурс: <https://practicum.yandex.ru/blog/что-такое-метод-мозгового-штурма/>];
- 14) Официальный сайт компании АО «ГК «Ока» [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.hoteloka.ru/about/issuer/2021/>];
- 15) О маркетинговых исследованиях и их методах [Электронная версия] [Ресурс: <https://2domains.ru/blog/o-marketingovyh-issledovaniyah-i-ih-metodah?ysclid=la85elrnmp126470010>];
- 16) Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие – М.: Финансы и статистика, 2017. - 315 с.
- 17) Рыжикова Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 288 с.
- 18) Развитие интернет-торговли в эпоху цифровизации [Электронная версия] [Ресурс: <https://apni.ru/article/854-razvitie-internet-torgovli-v-epokhu-tsifroviz?ysclid=lbb12lxqmn329693769>]
- 19) Российский рынок e-commerce: в ногу со временем [Электронная версия] [Ресурс: <https://journal.open-broker.ru/analitika/analiz-rossijskogo-rynka-e-commerce/?ysclid=lbavzgfx5223417538>];
- 20) Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: Дашков и К, 2018. - 296 с.

- 21) Тренды индустрии гостеприимства в 2022 году [Электронная версия] [Ресурс: <https://studcar.ru/stati/trendy-industrii-gostepriimstva-v-2022-godu/?ysclid=la85nkqukc153503274>];
- 22) Тренды ресторанного бизнеса 2022 [Электронная версия] [Ресурс: <https://writegate.ru/trendy-restorannogo-biznesa-2022.html?ysclid=la85tw0fsw598245012>];
- 23) ТОП-11 трендов общепита на 2022 год: прогнозы и перспективы [Электронная версия] [Ресурс: https://prowizard.store/company/articles/top_11_trendov_obshchepita_na_2022_god_prognozy_i_perspektivy/?ysclid=la85ywjv5n880869605];
- 24) Хруцкий В.Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие. -3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2018. 560 с.
- 25) Экспертные методы оценки в маркетинговых исследованиях [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.ovtr.ru/stati/ekspertnaya-ocenka?ysclid=la84vmv2s344198719>]
- 26) Экспертные методы в маркетинге [Электронная версия] [Ресурс: https://vuzlit.com/307323/ekspertnye_metody_marketinge?ysclid=la84xrrvc8627385935]
- 27) Экспертные методы в маркетинге [Электронная версия] [Ресурс: <https://blog.iteam.ru/ekspertnye-metody-v-marketinge/?ysclid=la84sa9uj0421631321>]
- 28) Экспертные методы, сценарный метод и метод ситуационного анализа в маркетинговых исследованиях [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.marketing.spb.ru/lib-research/expert.htm?ysclid=la84o9zmyi797039986>]
- 29) 2060 год: какими будут отели будущего [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.infoniac.ru/news/2060-god-kakimi-budut-oteli-budushego.html?ysclid=la8659fs5i575054899>];

30) 18 сервисов для проведения опросов [Электронная версия][Ресурс:
<https://www.plerdy.com/ru/blog/18-servisov-dlja-provedenija-oprosov/>];

ПРИЛОЖЕНИЯ