

25.03.2022 р. У 2-х томах. Т. 1. Черкаси: Видавець Гордієнко Є.І., 2022. С. 54-56.

3. Шикіна О.В. Ремігайло І.Ю. Оптимізація доходів шляхом revenue менеджменту у готельному бізнесі. *Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях*: матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. Одеського національного економічного університету, 14.04.2022 р. Одеса: ОНЕУ, 2022. С.294-296.

**Носова Г. А.**

Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

**Шикіна О. В.**

## **РОЛЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В СВІТОВІЙ ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**

Готельні мережі грають важливу роль в світовій готельній індустрії, оскільки вони дозволяють готелям бути частиною більш широкої мережі, що забезпечує їм доступ до більшої кількості клієнтів і покращує їх конкурентоспроможність.

Основні переваги готельних мереж полягають у наступному:

- Бренд: готельні мережі мають відомі бренди, що вже мають довіру споживачів, що забезпечує впізнаваність та довіру готелю, що належить до мережі.
- Маркетинг: готельні мережі зазвичай мають значно більші бюджети на маркетинг, ніж окремі готелі, тому вони можуть проводити більш ефективну рекламну кампанію, щоб привернути більше клієнтів.
- Ресурси: готельні мережі можуть надати готелям доступ до більшої кількості ресурсів, таких як технології, бронювання та управління, що полегшують їхню роботу та підвищують ефективність.
- Стандартизація: готельні мережі можуть забезпечити стандартизацію якості та обслуговування в усіх готелях, що належать до мережі, що підвищує

рівень задоволеності клієнтів та забезпечує більш високі рейтинги на веб-сайтах бронювання готелів.

Загалом, готельні мережі дозволяють готелям бути більш конкурентоспроможними на світовому ринку, забезпечуючи їм доступ до більшої кількості клієнтів, більших ресурсів та ефективніших маркетингових кампаній.

До найвідоміших міжнародних готельних мереж світу можемо віднести:

– Marriott International – одна з найбільших готельних мереж світу, яка налічує більше 7 000 готелів у 131 країні світу під різними брендами, такими як Sheraton, Westin, Ritz-Carlton, JW Marriott і інші.

– Hilton Worldwide – мережа, що налічує більше 6 500 готелів у 119 країнах світу, включаючи бренди, такі як Hilton, DoubleTree, Embassy Suites, Conrad і інші.

– InterContinental Hotels Group (IHG) – компанія, що володіє такими брендами, як Holiday Inn, Crowne Plaza, InterContinental і більш ніж 6 000 готелей у понад 100 країнах світу.

– AccorHotels – готельна мережа, що налічує більше 4 800 готелів у понад 100 країнах світу, включаючи бренди, такі як Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure і інші.

– Best Western Hotels & Resorts – мережа, що налічує більше 4 500 готелів у понад 100 країнах світу, що включає різноманітні бренди, такі як Best Western Plus, Best Western Premier, BW Premier Collection і інші.

– Wyndham Hotels & Resorts – мережа, що налічує більше 9 000 готелів у понад 80 країнах світу, що включає бренди, такі як Ramada, Days Inn, Super 8, Wyndham Grand і інші.

Останні тренди міжнародних готельних мереж охоплюють різні аспекти готельної індустрії, такі як цифрові технології, екологічна сталість, персоналізація послуг та інші.

Цифрові технології: готельні мережі активно використовують цифрові технології для полегшення процесів бронювання, реєстрації гостей, замовлення послуг та іншого. Такі технології включають мобільні додатки, електронні ключі, чат-боти та інші.

Екологічна сталість: готельні мережі все більше звертають увагу на екологічну сталість та впроваджують енергоефективні технології та зменшують використання одноразових матеріалів. Багато готелів також здійснюють програми зі збору та переробки відходів та підтримки місцевих екологічних проєктів.

Персоналізація послуг: готельні мережі стають все більш уважними до індивідуальних потреб гостей та пропонують персоналізовані послуги, такі як особистий консьєрж, індивідуальні екскурсії та інші.

Розширення брендів: деякі готельні мережі розширюють свої бренди та вводять нові формати готелів, які відповідають потребам сучасних мандрівників. Наприклад, Marriott запустив бренд Moxy Hotels для молодіжного сегменту, а AccorHotels запустив бренд Mama Shelter для бюджетного сегменту та бренд Raffles для преміум-сегменту.

Розвиток готелів на віддалених територіях: багато готельних мереж розширюють свої мережі на віддалених територіях, що дозволяє їм привернути нових клієнтів та зайняти нові ринки. Наприклад, Hilton розширює свою мережу готелів в Азії, особливо в Китаї та Індії, а Marriott запустив нові готелі на островах Фіджі та Сейшели.

Співпраця з локальними компаніями: готельні мережі все більше співпрацюють з локальними компаніями та місцевими готелями, що дозволяє їм підтримувати місцеву економіку та привертати нових клієнтів. Такі співпраці можуть включати обмін гостьовими номерами, спільні програми лояльності та інші.

Створення нових послуг та просторів: готельні мережі постійно створюють нові послуги та простори для привернення нових клієнтів та задоволення потреб сучасних мандрівників. Наприклад, багато готелів пропонують спеціальні майданчики для роботи та зустрічей, спортивні зали та фітнес-центри, простори для відпочинку та релаксації та інші.

Ці тренди свідчать про те, що готельні мережі постійно розвиваються та адаптуються до потреб сучасних мандрівників, що дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними на ринку готельної індустрії.

### Список використаних джерел:

1. Шикіна О.В. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародні готельні мережі. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://cutt.ly/Q8lyFHN>
2. Носова Г.А. Організація роботи готельної мережі у кризовий період. *Готельно-ресторанний та туристичний бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 15-16.03.2023 р. Миколаїв, 2023. С. 42-44.
3. Шикіна О.В., Нечева Н.В. Аналіз інструментів інтернет-маркетингу національних готельних мереж України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: <http://surl.li/fkshm>.

**Островська А. Б.**

Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к. пед. н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

**Мартінова Н. С.**

## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЮ «VELE ROSSE»

Сьогодні готельні підприємства в Україні розвиваються в негативних умовах, які пов'язані з військовими діями на території держави та нестабільною економічною ситуацією, що призводить до зниження туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, довгої окупності таких проєктів тощо. У зв'язку з цим важливо досліджувати шляхи підвищення ефективності господарської діяльності на підприємствах готельного господарства.

Слід відзначити, що поняття «ефективність» пов'язане з цілеспрямованою людською діяльністю – як самостійною, так і в рамках суб'єкта господарювання, яка здійснюється з певним рівнем раціональності. Досить часто науковці ефективність ототожнюють з результативністю. Однак, як стверджують П. Г. Перерва та А. В. Кравчук, результативність показує ступінь