

Міністерство освіти і науки України
Департамент культури і туризму Запорізької міської ради
Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр»
Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України, м. Київ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія», м. Запоріжжя
Запорізький національний університет
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк
Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, м. Київ
Одеський національний морський університет, м. Одеса



Туристичний
Інформаційний
Центр



**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ, ТУРИЗМУ ТА
РЕКРЕАЦІЇ»
МАТЕРІАЛИ**

**І Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих учених
(Запоріжжя, 23 жовтня 2025 року)**



УДК 338.48(08)+796/799(08)

A43

Рекомендовано до видання Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(протокол №5 від 02.12.2025 р.)

Редакційна колегія:

Зайцева Валентина Миколаївна – кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу НУ «Запорізька політехніка»;

Шелеметьєва Тетяна Вячеславівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка»;

Безхлібна Анастасія Павлівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка».

A43 Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери гостинності, туризму та рекреації: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, 23 жовтня 2025 р. : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої ; [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. 593 с.

ISBN 978-617-529-523-6

У збірці представлені матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери гостинності, туризму та рекреації», яка проводилася кафедрою туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка». В них відображені наукові напрацювання учасників, спрямовані на комплексне дослідження сучасних тенденцій розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні, ролі місцевих спільнот у формуванні туристичного потенціалу в умовах воєнного та повоєнного періоду, а також пошуку ефективних механізмів відновлення індустрії гостинності. Призначені для студентів, аспірантів, молодих учених, науково-педагогічних працівників, а також фахівців і практиків туристичної, готельно-ресторанної та рекреаційної галузей. Вони можуть бути корисними для всіх, хто цікавиться сучасними науковими дослідженнями, інноваційними підходами та тенденціями розвитку сфери гостинності й туризму в Україні та світі.

УДК 338.48(08)+796/799(08)

ISBN 978-617-529-523-6

© Національний університет
«Запорізька політехніка», 2025

ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
Шибасєва В.В., Зубехіна Т.В.	408
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ RIXOS HOTELS	
Шикіна О.В., Обревко О.М.	410
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON	
Шикіна О.В., Коробчук Р.Р.	414
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ DOSSEN INTERNATIONAL GROUP	
Шикіна О.В., Прокапчук М.В.	418
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ RADISSON HOTEL GROUP	
Шикіна О.В., Горіцина В.В.	420
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ HARD ROCK HOTEL	
Шикіна О.В., Каземірова Д.О.	423
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ WYNDHAM HOTEL GROUP	
Шикіна О.В., Кара В.Х.	426
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ONE & ONLY	
Шикіна О.В., Москвич Ю.О.	429
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	
Шикіна О.В.	432
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ MELIA HOTELS INTERNATIONAL	
Шикіна О.В., Шевченко В.В.	435
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	
Шикіна О.В., Сурмакова М.А.	439
ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМОК 3. «ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ, РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»	442
ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ У СФЕРІ ГАСТРОТУРИЗМУ: ДОСВІД ІТАЛІЇ	
Александрова В.В., Шелеметьєва Т.В.	442
ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ У СВІТОВОМУ ТУРИЗМІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ	
Бакало Н.В.	445
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ	
Бондаренко В.С., Козоріз О.Є.	447
МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНОМУ	

Перспективи розвитку рекреаційного потенціалу Полісся включають:

- розвиток екологічного та агротуризму;
- підвищення рівня комфорту туристичних послуг;
- збереження природного середовища;
- створення нових туристичних продуктів та залучення міжнародних туристів;
- розвиток активного туризму (водний, велосипедний, піший туризм);
- впровадження програм державного фінансування для підтримки туристичного бізнесу в регіоні.

З урахуванням вищезазначеного, необхідно впроваджувати стратегії, що сприятимуть сталому розвитку регіону, а також активному залученню туристів до унікальних природних та культурних багатств Полісся. Важливою умовою є підвищення рівня екологічної свідомості місцевого населення та залучення громад до охорони природних ресурсів та розвитку сталого туризму.

Список використаних джерел

1. Пасічник М. П., Ільїн Л. В., Хільчевський В. К. Сапропелеві рекреаційно-туристичні ресурси озер Волинської області. Луцьк : Волиньполіграф, 2021. 172 с.
2. Покологда М.М., Гордієнко Т.В., Полчанінова І.Л. Туристські ресурси України : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 222 с.

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Обревко О.М.²

¹ канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

² студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ RIXOS HOTELS

Серед численних міжнародних брендів особливе місце посідає мережа Rixos Hotels, яка за відносно короткий проміжок часу зуміла перетворитися з локальної турецької ініціативи на впізнаваного гравця світового рівня у сегменті luxury hospitality. Сьогодні Rixos асоціюється не лише з високоякісним сервісом, але й з унікальною концепцією відпочинку «All-Inclusive, All-Exclusive», яка поєднує масштабність та доступність формату «все включено» з індивідуалізованими, ексклюзивними послугами для кожного гостя.

Мережа була заснована у 2000 році в Туреччині бізнесменом Феттахом Тамінджі, який поставив за мету створення курортів нового типу, здатних поєднувати турецькі традиції гостинності із сучасними міжнародними стандартами готельного бізнесу [1]. Вже протягом першого десятиліття існування Rixos вийшов за межі Туреччини, відкривши курорти у Казахстані, ОАЕ, Єгипті та кількох інших країнах.

Ключовим елементом ранньої стратегії було опиратися не лише на архітектурну розкіш, а й на інноваційний підхід до розваг і сервісу. Rixos виводив у своїх проєктах інтернаціональні шоу-програми, запрошував артистів, створював унікальні дитячі клуби (бренд Rixu), а також впроваджував концепти спеціалізованих кухонь та гастрономічних івентів.

Візитівкою Rixos став проєкт The Land of Legends – тематично-розважальний комплекс у районі Белеку. Це не лише аквапарк, а повноцінне місто розваг із зонами шоу, торговими вулицями, концертними аренами й готелями (Kingdom Hotel, Nickelodeon Hotels & Resorts Antalya). Гості Rixos отримують VIP-доступ, трансфери та знижки через програму «Legendary App». Такий формат поєднує відпочинок і розваги в одному продукті, формуючи унікальний досвід для родин із дітьми [2].

Важливим чинником розвитку стало стратегічне партнерство з міжнародними готельними групами, що дозволило Rixos зміцнити позиції на ринку та інтегруватися у глобальну систему управління гостинністю. Співпраця з великою міжнародною групою **Accor** стала ключовим моментом у цій глобалізації. У 2016 році Rixos увійшов у спільне підприємство з Accor, що

надало бренду доступ до потужних систем дистрибуції, міжнародного маркетингу, а також ресурсів для масштабних проєктів. Саме ця угода дозволила Rixos значно збільшити кількість готелів: зокрема, зараз у звітах зазначається, що бренд оперує 24 готелями з понад 10 000 номерами, а ще близько 26 об'єктів із понад 14 000 кімнат перебувають у стадії pipeline – тобто будівництва чи підготовки до відкриття [3].

Регіональна структура мережі Rixos Hotels станом на 20.02.2025 р. характеризується виразною концентрацією в кластері Близький Схід та Африка (MEA), де зосереджено 36 із 45 готелів, тобто 80,0% портфеля, і 14 631 із 16 600 номерів, або 88,1% номерного фонду. На Європу та Північну Африку припадає 9 об'єктів (20,0%) і 1 969 номерів (11,9%). Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Америка у вибірці відсутні, що вказує на наявність «білих плям» у глобальному покритті та одночасно – на нереалізований потенціал диверсифікації.

Таблиця 1 – Розподіл готелів Rixos Hotels за регіонами,
станом на 20.02.2025 р.

Регіон	Кількість готелів	Кількість номерів
Європа та Північна Африка	9	1969
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	0	0
Близький Схід та Африка	36	14631
Америка	0	0
Всього:	45	16600

Джерело: складено автором за [4]

Середній розмір готелю у мережі становить 369 номерів, при цьому в регіоні MEA він підвищений до 406, тоді як у європейсько-північноафриканському регіоні – 218, що відображає переважно великоформатну курортну спеціалізацію бренду з менш масивними активами у європейському периметрі.

Таблиця 2 – Розподіл готелів Rixos Hotels за формою власності,
станом на 20.02.2025 р.

Форма власності	Кількість готелів	Кількість номерів
Власні готелі	0	0
В управлінні Ассог	28	11354
За франшизою	17	5246
Всього:	45	16600

Джерело: складено автором за [4]

Структура за формами власності демонструє домінування asset-light підходу: власних готелів немає, 28 об'єктів (62,2%) із 11 354 номерами (68,3%) перебувають в управлінні Accor, ще 17 готелів (37,8%) із 5 246 номерами (31,6%) працюють за франшизою. Середній розмір об'єкта під управлінням Accor сягає приблизно 405 номерів, що узгоджується з концентрацією великих резортів у портфелі, тоді як франшизні одиниці є меншими – близько 308 номерів. Така конфігурація вказує на прагнення утримувати під посиленням операційним контролем найбільш й репутаційно критичні активи, спираючись на дистрибутивні, цінові та CRM-можливості платформи Accor, і паралельно розширювати ринкову присутність через менш капіталомісткі франшизні формати.

Один з об'єктів, який функціонує під брендом Rixos на території України – це курортний комплекс Rixos Pnykarpattya у Трускавці. Це п'ятикласний лікувально-курортний комплекс, який відкрився у 2005 році, має 359 комфортних номерів різного класу, сучасний медичний центр, SPA-центр, конференц-зали, дитячий клуб і різноманітну інфраструктуру для відпочинку і оздоровлення. Цей об'єкт вже давно утвердився як один із флагманів бренду на українському курортному ринку і є прикладом адаптації бренду до умов регіону з мінеральними джерелами та оздоровчими туристичними запитами [5].

Таким чином, Rixos Hotels – це не просто мережа готелів, а інноваційна екосистема сучасної гостинності, яка формує нові стандарти у сфері відпочинку, технологій та сталого розвитку. Її досвід підтверджує, що майбутнє світового туризму – за брендами, здатними поєднати комфорт, креативність, екологічну свідомість і справжню емоцію для кожного гостя [6].

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт Rixos. URL: <https://www.rixos.com/>.
2. The Land of Legends. URL: <https://www.reservations.com/Hotel/rixos-premium-tekirova--all-inclusive-kemer-tr>.
3. Accor Hotels and Rixos Hotels announce a strategic partnership.

URL: <https://press.accor.com/accorhotels-and-rixos-hotels-announce-a-strategic-partnership>.

4. Accor. Hotel Portfolio – December 2024. URL: <https://surl.lu/ntarpg>

5. Нечева Н.В., Шикіна О.В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. *Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія*. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>

6. Oliinyk, O., Dolynska, O., Polova, O., Shykina, O. and Sliusarchuk, O. (2024). Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. *Econ. Aff.*, 69 (Special Issue): 169-177. URL: <http://surl.li/uoweb>

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Коробчук Р.Р.²

¹канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

²студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON

Історія готельної мережі Sheraton розпочалася під час Великої депресії у Сполучених Штатах, коли двоє випускників Гарвардського університету вирішили спробувати себе в готельному бізнесі. У 1933 році Ернест Гендерсон та Роберт Мур придбали свій перший готель Continental Hotel у Кембриджі, штат Массачусетс. Це була доволі сміливе рішення для того часу, адже економічна ситуація в країні була вкрай складною, проте молоді підприємці побачили потенціал у готельному бізнесі.

Назва мережі Sheraton з'явилася доволі несподіваним чином. У 1939 році Гендерсон та Мур придбали свій третій готель у Бостоні, який вже мав велику