

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	

університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>

3. Шикіна О. В., Нижниченко Я. Є., Ремігайло І. Ю. Організаційно-економічні засади дослідження процесу кооперації у сфері туризму. Економіка та суспільство, (69). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-39> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5128>

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Кара В.Х.²

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

² студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ WYNDHAM HOTEL GROUP

Wyndham Hotels & Resorts, Inc. є однією з найбільших у світі компаній у сфері готельного франчайзингу та управління, яка демонструє динамічний та багатовекторний розвиток. Її історія та сучасна стратегія дозволяють скласти комплексну характеристику. Налічує понад 9 300 готелів у більш ніж 90 країнах.

Компанія володіє портфелем з понад 20 готельних брендів, що охоплюють широкий діапазон сегментів ринку – від економ-класу (наприклад, Super 8, Days Inn) до преміум-класу (Wyndham Grand, Dolce Hotels and Resorts). Така стратегія дозволяє задовольняти потреби різних категорій клієнтів та ефективно конкурувати на ринку [1].

Історія почалася з конгломерату Cendant Corporation, який володів широким спектром бізнесів: від готелів (таких як Days Inn та Super 8) до компаній з оренди автомобілів (Avis) та нерухомості. Це був конгломерат, чия

основна стратегія полягала в придбанні різноманітних брендів.

У 2006 році Cendant вирішила розділитися на чотири окремі публічні компанії. Це рішення було зумовлене прагненням спростити структуру та зосередитися на ключових напрямках. Готельний підрозділ був виділений в Wyndham Worldwide Corporation.

Після відокремлення, компанія продовжила свою стратегію розширення. Одним з найважливіших етапів стало придбання готельної мережі La Quinta Holdings у 2018 році за \$1,95 мільярда. Це додало до портфеля понад 900 готелів, зміцнивши позиції Wyndham у сегменті середнього класу, особливо в США. Інші значні придбання включають Dolce Hotels and Resorts, що спеціалізується на курортах та конференц-готелях, та AmericInn, що посилює присутність у сегменті середнього класу.

Wyndham активно розширює свою присутність на міжнародних ринках, зокрема в регіонах EMEA (Європа, Близький Схід та Африка) та Азійсько-Тихоокеанському регіоні. Компанія відкриває нові об'єкти та укладає контракти на франшизу в таких країнах, як Туреччина, Індія, Іспанія, а також у країнах Латинської Америки.

Компанія інвестує значні кошти в технології, спрямовані на покращення продажів, маркетингу та цифрових послуг. Це включає розвиток програми лояльності Wyndham Rewards, яка вважається однією з найзручніших у готельній індустрії.

Wyndham Hotels & Resorts дотримується підходу «Owner First» (Власник – на першому місці), що передбачає підтримку своїх франчайзі для забезпечення їхнього довгострокового успіху [2].

Компанія демонструє стійке зростання доходів. Наприклад, у другому кварталі 2023 року її дохід склав \$949 млн, що є рекордним показником.

Величезний розмір мережі та диверсифікований портфель брендів дозволяють Wyndham ефективно адаптуватися до змін на ринку та залучати різні цільові аудиторії.

Близько 60% виручки компанії припадає на готелі, розташовані у США.

У 2018 році компанія провела масштабний ребрендинг, додавши до назв багатьох своїх брендів (наприклад, Days Inn, Ramada, Super 8) слово «by Wyndham», що посилило впізнаваність та єдину ідентичність мережі.

На відміну від багатьох своїх конкурентів, які володіють значною частиною своїх готелів або управляють ними, Wyndham Hotel Group сфокусувалася на моделі франчайзингу. Ця модель є наріжним каменем її бізнесу [3].

Широкий спектр брендів дозволяє Wyndham задовольняти потреби різних сегментів ринку, від економ-класу до люксового. Цей підхід дозволяє їй ефективно конкурувати з вузькоспеціалізованими гравцями [4].

Економ-сегмент: Days Inn, Super 8, Travelodge. Ці бренди є основою портфеля за кількістю готелів. Вони орієнтовані на бюджетних мандрівників, пропонуючи базові послуги за доступною ціною.

Середній сегмент: Ramada, La Quinta, Wingate by Wyndham. Це найбільш динамічний і прибутковий сегмент. Готелі пропонують більш широкий спектр послуг, таких як сніданки, басейни та фітнес-центри, і орієнтовані на бізнес-андрівників та сімейний відпочинок.

Преміум-сегмент: Wyndham Grand, Wyndham. Ці бренди пропонують повний спектр послуг, вишуканий дизайн та орієнтовані на клієнтів, що шукають високий рівень комфорту та обслуговування.

Wyndham Hotels & Resorts є одним з лідерів світової готельної індустрії, що демонструє стійкий та стратегічно виважений розвиток.

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт One & Only. URL: <https://www.wyndhamhotels.com/>
2. Нєчева 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>

3. Шикіна О.В., Нижниченко Я.Є., Ремігайло І.Ю. Організаційно-економічні засади дослідження процесу кооперації у сфері туризму. Економіка та суспільство 2024. 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-39>

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

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Москвич Ю.О.²

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

² студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ONE & ONLY

У сучасному світі розкішного готельного бізнесу, де панує жорстка конкуренція та постійна гонка за масштабуванням, готельна мережа One & Only є яскравим прикладом альтернативного підходу, що доводить ефективність стратегії «повільного розкошу». Заснована на початку 2000-х років видним підприємцем Солом Керзнером, мережа з самого початку обрала шлях ексклюзивності та якості, а не кількісного зростання. One & Only не просто зайняла нішу на ринку розкішного відпочинку – вона створила власний стандарт, де кожен курорт є унікальною дестинацією, що поєднує неперевершені локації, архітектурну досконалість та інтуїтивний сервіс [1].

Заснування бренду One & Only не було випадковим явищем на ринку розкішних подорожей. Воно стало результатом стратегічного бачення та досвіду його засновника, Сола Керзнера – південноафриканського мільярдера, відомого своїми революційними проектами в галузі гостинності, азартних ігор та розваг. На початку 2000-х Керзнер і його компанія Kerzner International