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

«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)

А43

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».

А43 Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери гостинності, туризму та рекреації: матеріали І 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 І 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
Шибаєва 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

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. Нєчева Н.В., Шикіна О.В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. В*сеукраїнська 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]

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

[2] студент, 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

світлову вивіску на даху з написом «Hotel Sheraton». Зняти або змінити цю вивіску було надто дорого, тому бізнесмени прийняли прагматичне рішення – назвати всі свої готелі однаковим ім'ям Sheraton. Це рішення виявилося геніальним, адже створило єдиний бренд, який згодом став відомий у всьому світі. Цікаво, що термін «Sheraton» має англійське походження з 1800-х років і спочатку використовувався для позначення особливого стилю меблів із красивими прямими лініями та складними орнаментами [1].

Готельна мережа Sheraton переживала складний, але водночас трансформаційний період з 2020 по 2024 роки, який характеризувався як викликами пандемії COVID-19, так і масштабною програмою оновлення бренду (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Аналіз зміни кількості готелів та номерного фонду Sheraton за 2020-2024 роки

Показник	Роки					Відхилення 2024/2020	
	2020	2021	2022	2023	2024	абсол., (+/-)	темп росту, %
1. Кількість готелів, од.	446	446	440	435	430	-16	96,4
2. Номерний фонд, од.	155617	154000	152000	150000	148000	-7 617	95,1
3. Середня кількість номерів на 1 готель	349	345	345	345	344	-5	98,6
4. Готелі в pipeline, од.	84	-	-	-	-	-	-
5. Номери в pipeline, од.	23 092	-	-	-	-	-	-
6. Кількість країн присутності	74	74	74	75	75	+1	101,4
7. Готелі з новим дизайном (трансформовані), од.	0	6	20	50	86	+86	-
у т.ч. у США та Канаді	0	2	8	20	30	+30	-
8. Частка трансформованих готелів, %	0,0	1,3	4,5	11,5	20,0	+20	-
9. Інвестиції власників у реновацію (США), млн дол.	-	-	-	-	500+	-	-
10. Частка готелів, що взяли зобов'язання про реновацію, %	0,0	-	25,0	-	-	-	-

Джерело: складено автором на основі [2].

За даними офіційного сайту Sheraton на середину 2024 року, мережа налічувала понад 430 готелів у більш ніж 75 країнах світу [2]. Важливо

відзначити, що загальна динаміка кількості готелів Sheraton у період 2020-2024 років показує помірне зменшення з приблизно 446 готелів у 2020 році до близько 430 готелів у 2024 році. Це зменшення було не результатом занепаду бренду, а навпаки, частиною стратегії Marriott International щодо підвищення якості портфеля шляхом виведення об'єктів, які не відповідали оновленим стандартам. Паралельно відбувалася активна робота над реновацією існуючих готелів та відкриттям нових об'єктів, які відповідали новій візії бренду.

Період з 2020 по 2024 роки став одним із найбільш складних та водночас трансформаційних в історії готельної індустрії загалом та мережі Sheraton зокрема (див. табл. 2).

Таблиця 2 – Динаміка ключових показників діяльності Marriott International (включаючи Sheraton) за 2020-2024 роки

Показник	2020	2021	2022	2023	2024	Зміна 2024/2021
1. RevPAR світовий, темп росту до попереднього року, %	-53,0	базовий	+28,8	+7,2	+5,0	+41,0 п.п.
у т.ч. США та Канада	-	базовий	+23,6	+3,3	+4,1	+31,0 п.п.
міжнародні ринки	-	базовий	+45,1	+17,4	+7,2	+69,7 п.п.
2. RevPAR світовий за повний рік 2024, темп росту, %	-	-	-	базовий	+4,3	+4,3
3. Заповнюваність, %	-	41,1	-	-	-	-
4. Середня ціна номеру, дол. США	-	95,32	-	-	-	-
5. RevPAR абсолютний, дол. США	-	39,16	-	-	-	-
6. Доходи від групових бронювань, темп росту, %	-		базовий	+7,0	-	+7,0
7. Річні доходи Marriott International, млрд дол. США	-	13,86	20,77	-	-	+6,91
темп росту, %	-	базовий	+49,9	-	-	+49,9 п.п.
8. Базові збори за управління та франшизу, млрд дол. США	-	-	-	1,026	1,128	+0,102
темп росту, %	-	-	-	базовий	+10,0	+10,0 п.п.
9. Загальна кількість номерів Marriott International, млн од.	-	-	-	-	1706	-
10. Додані номери протягом 2024 року, тис. од.	-	-	-	-	109	-
11. Зростання частки ринку реновованих готелів Sheraton, %	-	-	базовий	+9,0	-	+9,0
12. Підвищення оцінки «готовність рекомендувати» реновованих готелів, балів	-	-	базовий	+8	-	+8

Джерело: складено автором на основі [2].

Пандемія COVID-19, яка розпочалася на початку 2020 року, завдала безпрецедентного удару по всій галузі гостинності. За даними дослідження, що аналізувало вплив пандемії на готельну індустрію США, найнижча точка була досягнута в лютому 2021 року, коли показник заповнюваності готелів впав до 41,1%, середня ціна номеру становила лише 95,32 дол. США, а RevPAR (дохід на один доступний номер) опустився до рекордно низьких 39,16 дол. США [3]. Це означало зниження RevPAR на 55% порівняно з допандемічним періодом, що стало найгіршим показником за всю історію сучасної готельної індустрії.

Оскільки Sheraton входить до складу материнської компанії Marriott International, показники діяльності бренду тісно корелюють із загальними результатами корпорації. Marriott International, як найбільша готельна компанія у світі, оприлюднює консолідовані фінансові звіти, які дають змогу зрозуміти загальну динаміку розвитку всіх брендів компанії, включаючи Sheraton [3].

Портфель готельної мережі Sheraton складається з декількох чітко позиціонованих брендів, кожен з яких орієнтований на певний сегмент ринку та потреби гостей. Основним та найбільшим брендом є класичний Sheraton Hotels & Resorts, який Marriott International класифікує як «Classic Premium» бренд [1].

У 2015 році компанія Starwood Hotels представила преміальну категорію під назвою Sheraton Grand, яка стала важливим додатковим рівнем всередині бренду Sheraton. Sheraton Grand позиціонується як категорія, що визнає виняткові готелі та курорти Sheraton за їхнє привабливе розташування, видатний дизайн та досконалість у обслуговуванні та враженнях гостей.

Другим важливим суббрендом у портфелі є Four Points by Sheraton, який був запроваджений у квітні 1995 року компанією ITT Sheraton для заміни позначення певних готелів як Sheraton Inns. У вересні 2023 року Marriott оголосив про новий спінофф-бренд Four Points by Sheraton під назвою Four Points Express by Sheraton, який орієнтований на середній сегмент ринку в Європі, на Близькому Сході та в Африці.

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт Sheraton. URL: https://sheraton.marriott.com/
2. Marriott annual reports. URL: https://companiesmarketcap.com/marriott-international/annual-reports-10k/
3. 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

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.[1], Прокапчук М.В.[2]

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

[2] студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ DOSSEN INTERNATIONAL GROUP

В умовах глобалізації ринку гостинності та стрімкого економічного зростання країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, готельні мережі з китайським капіталом демонструють одні з найвищих темпів експансії у світі. Dossen International Group (DIG), заснована у 2006 році, перетворилася з локальної китайської компанії на одного з провідних світових гравців [1].

Спочатку мережа функціонувала під брендом City Comfort Inn, орієнтуючись на сегмент економ-класу. Це дозволило компанії швидко наростити мережу та отримати значний досвід управління в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому китайському ринку. У 2014 році відбулося інституційне оформлення групи під назвою Eastern Crown. Саме під цим брендом компанія почала демонструвати стрімке зростання, отримавши