

УДК 338.488.2:640.4

**Кушнірук Г. В.***halyna.kushniruk@lnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-0242-9746**Researcher ID: 57217302506**к.е.н., доц., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів***Дорош Ю. С.***yulia.dorosh@lnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-6849-3142**аспірант, асистент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів*

## ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДІВ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ НА РИНКУ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

**Анотація.** Метою дослідження є аналіз особливостей функціонування глобальних готельних мереж та позиціонування міжнародних готельних брендів на ринку гостинності України. Уточнюються основні поняття «готельна мережа», «мережевий готель» та «готельний бренд». Ключовим внеском готельного бренду є його здатність виділити свою пропозицію та збільшувати продажі. У статті представлено ТОП-10 найдорожчих готельних брендів у 2022 р., рейтинг яких очолив Hilton з вартістю бренду понад 12 млрд. доларів. Крім того, у рейтингу 2022 р. Hilton Hotel & Resorts став третім найсильнішим брендом у світі. А найсильнішим – з Brand Strength Index (BSI) 88,9 зі 100 балів та рейтингом AAA – визнано індійський бренд Taj Hotels за відносини з клієнтами, задоволеність співробітників, корпоративну репутацію та обслуговування клієнтів світового рівня. Досліджено, що в Україні представлені брендові заклади розміщення восьми міжнародних готельних мереж. Відповідно за результатами аналізу даних вебсайтів Radisson Hotel Group, Hyatt Hotels Corporation, InterContinental Hotels Group, Accor Group, Hilton Worldwide, Wyndham Hotels & Resorts, BWH Hotel Group, Marriott International висвітлено особливості позиціонування готельних брендів на ринку послуг розміщення в Україні. Згруповано інформацію за основними критеріями: готельна мережа, бренд, назва, розташування і категорія готелю, номерний фонд, оцінки на Booking та TripAdvisor. Серед міжнародних готельних мереж найбільш представленими в Україні є Radisson Hotel Group та Accor Group. На основі вивчення географії поширення міжнародних готельних мереж в Україні встановлено, що просторове розміщення мережевих готелів є нерівномірним. Найбільша кількість готелів, які належать до глобальних мереж, представлена в Києві (14 готелів), у Львові (4 готелі), в Одесі (2 готелі), а також один готель на гірсько-лижному курорті «Буковель». Досліджено, що на ринку гостинності України успішно позиціонують 16 готельних брендів: Park Inn by Radisson, Radisson Blu, Radisson, Hyatt Regency, IHG Hotels & Resorts, Holiday Inn, Ibis, Ibis Styles, Fairmont, Mercure, MGallery, Adagio, Hilton Hotels & Resorts, Ramada by Wyndham, Best Western Plus, Design Hotels.

**Ключові слова:** брендинг, гостинність, готельна мережа, готельний бренд, позиціонування бренду, рейтинг, Україна.

**Kushniruk Halyna***halyna.kushniruk@lnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-0242-9746**Researcher ID: 57217302506**Ph.D., Associate Professor, Associate Professor at the Department of Hotel and Restaurant Business and Food Technologies, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv*

**Dorosh Yulia**

yulia.dorosh@lnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-6849-3142

Postgraduate Student, Assistant at the Department of Hotel and Restaurant Business and Food Technologies,

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

## BRAND POSITIONING OF INTERNATIONAL HOTEL CHAINS ON THE UKRAINE'S HOSPITALITY MARKET

**Abstract.** The purpose of the article is to analyze the peculiarities of the functioning of global hotel chains and the positioning of international hotel brands on the Ukraine's hospitality market. Such basic concepts as "hotel chain" and "hotel brand" are clarified. The top 10 most valuable hotel brands in 2022 are presented, the rating of which was led by Hilton with a brand value of more than 12 billion dollars. In addition, in the top 10 Strongest Hotel Brand of 2022, Hilton became the third strongest brand in the world. And the India brand Taj Hotels is recognized as the strongest – with Brand Strength Index (BSI) of 88.9 out of 100, with AAA ratings for customer familiarity, employee satisfaction, corporate reputation, and world-class customer service. It has been investigated that branded accommodation facilities of eight international hotel chains operate in Ukraine. Thus, based on the results of the data analysis of the websites of Radisson Hotel Group, Hyatt Hotels Corporation, InterContinental Hotels Group, Accor Group, Hilton Worldwide, Wyndham Hotels & Resorts, BWH Hotel Group, Marriott International, the peculiarities of the positioning of hotel brands in the market of Ukraine have been highlighted. The information is grouped according to the main criteria: hotel chain, brand, name, location and category of the hotel, number of rooms, ratings on Booking and TripAdvisor. Radisson Hotel Group and Accor Group are the most represented international hotel chains in Ukraine. Based on the study of the geography of the spread of international hotel chains in Ukraine, the unevenness of the spatial placement of chain hotels has been established. The largest number of hotels belonging to global hotel chains is represented in Kyiv (14 hotels), Lviv (4 hotels), Odesa (2 hotels), as well as one hotel in the Bukovel ski resort. It has been investigated that 16 hotel brands are successfully positioned on the Ukrainian market: Park Inn by Radisson, Radisson Blu, Radisson, Hyatt Regency, IHG Hotels & Resorts, Holiday Inn, Ibis, Ibis Styles, Fairmont, Mercure, MGallery, Adagio, Hilton Hotels & Resorts, Ramada by Wyndham, Best Western Plus, Design Hotels.

**Key words:** branding, hospitality, hotel chain, hotel brand, brand positioning, rating, Ukraine.

**JEL Classification:** L80, M31, Z31

**DOI:** <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-2>

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації, інтеграції, цифровізації, урбанізації та інших сучасних викликів у світовій індустрії гостинності відбуваються процеси, результатом яких є створення та розвиток готельних мереж – найбільш ефективних форм організації готельного бізнесу. У структурі світового готельного бізнесу вони відіграють вагоме значення, представляючи групу готелів, маючих спільне керівництво, єдину концепцію просування продукту та готельні бренди. Готельні мережі дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного обслуговування туристів.

На ринку послуг розміщення в Україні позиціонують як міжнародні готельні бренди, так

і національні. Саме бренд є тим нематеріальним активом, який дає змогу готелю впевнено позиціонувати себе на ринку, оскільки володіє унікальними конкурентними перевагами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та практичні аспекти, особливості функціонування готельних мереж в Україні відображаються у багатьох працях таких науковців, як Андренко І., Шестірко А. [1], Мельниченко С., Кудлай Т. [4] та ін. Сутність та специфіку мережевої організації міжнародного готельного бізнесу досліджує Горіна Г. [3]. Глобалізаційні та стратегічні аспекти розвитку міжнародних готельних мереж у своїх публікаціях деталізують Richard B. [15], Ivanov S. & Ivanova M. [10]. Дослідженню готельних брендів приділяється увага низки

зарубіжних науковців – Keller L. [11], O'Neill J. & Carlback M. [13]. Значення брендингу у сфері готельного бізнесу підкреслюють у своїх дослідженнях Блішук К. та Козак І. [2]. Однак, дослідження функціонування міжнародних готельних мереж та позиціонування їх брендів в Україні носить епізодичний характер, що вимагає поглибленого аналізу та подальших науково-практичних досліджень.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз рейтингів готельних брендів, виокремлення особливостей позиціонування брендів міжнародних готельних мереж на ринку гостинності України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Досліджуючи аспекти функціонування готельних мереж та позиціонування готельних брендів, науковці надають різні визначення понять «готельна мережа», «мережевий готель», «готельний бренд».

Наприклад, Мельниченко С. розглядає готельну мережу, як «складну багаторівневу систему, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їх стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи» [4]. Готельна мережа – це група готелів, що належать одній компанії. Мережа готелів управляє декількома готелями в різних локаціях, керує адмініструванням, просуванням і маркетингом [10].

Готель можемо визначити як «мережевий готель», якщо професійна організація володіє, орендує, управляє або франчайзує ним та декількома іншими готелями за допомогою централізованих функцій.

Готельний бренд – це більше, ніж просто вибір назви, логотипу та ціннісної пропозиції. Бренд – це ціла філософія об'єкта, де відображаються закладені в нього цінності. Якщо брендинг готелю буде послідовним та унікальним, то більше гостей дізнаються про нього. Численні чинники сприяють створенню брендингу готелів і збільшенню доходів від продажів. Одним з них є забезпечення WOW-сервісу. Часто брендові готелі дарують гостям фірмове печиво, свічки, пляшки вина або солодоші. Таким чином, брендові готелі виявляють уважність до клієнтів, формують лояльність потенційної аудиторії.

З середини 1980-х років брендування готелів стало ключовою практикою для організації міжнародного готельного бізнесу. Бренд є одним із ключових активів глобальних готельних операторів [11]. Готельні бренди є важливими

нематеріальними активами готельної мережі з очевидною фінансовою вартістю [2]. Інтерес до дебатів про приналежність до готельного бренду проти незалежної діяльності готелю, щороку підвищується. Нещодавно дослідники почали вивчати передбачуваний вплив брендів на результативність і загальну вартість активів [13]. Ключовим внеском готельного бренду є його здатність виділити свою пропозицію та бути легко впізнаним на ринку, таким чином збільшуючи продажі.

Варто зазначити, що готельний бренд Hilton знову опинився в лідерах рейтингу Brand Finance Hotels 50 2022. За рік його вартість зросла на 58,2%, до 12 млрд дол. (табл. 1).

Вартість бренду Hilton перевищила показники брендів Hyatt (2-е місце, вартість бренду зросла на 25,8%, до 5,9 млрд дол.) та Holiday Inn (3-е місце, вартість бренду зросла на 10,1%, до 4,2 млрд дол.).

Про якість надання готельних послуг свідчить сила бренду. Так у рейтингу 2022 року Hilton Hotel & Resorts став третім найсильнішим брендом у світі. А найсильнішим – з показником Brand Strength Index (BSI) 88,9 зі 100 балів та рейтингом AAA – визнано індійський бренд Taj Hotels за відносини з клієнтами, задоволеність співробітників, корпоративну репутацію та обслуговування клієнтів світового рівня. Його вартість зросла у 2022 р. на 6%, до 314 млн доларів [16].

Через позиціонування на ринку індустрії гостинності відбувається впровадження ідеології готельного бренду. Позиціонування бренду – це процес формування репутації бренду, його іміджу та характеристик таким чином, що споживачам цільової аудиторії легко відрізнити їх за цими цінностями від бренду конкурентів. Завдяки позиціонуванню брендів готельна мережа визначає стратегічний напрям розвитку, який відбувається під впливом зовнішнього середовища і не може здійснюватися без самого бренду. Таким чином, позиціонування бренду одночасно є основним джерелом внутрішнього і зовнішнього розвитку готельного оператора, а нинішній нестабільний ринок індустрії гостинності – ідеальний час для поєднання розумних, довгострокових інвестицій із відпочинком і корпоративними вимогами гостей до готельних брендів.

Міжнародні готельні мережі на ринку України лише формують контури майбутньої діяльності. Частка готельних мереж на

готельному ринку країни становить близько 2%, що є дуже низьким показником. Це пояснюється низкою факторів, серед яких: економічна криза в країні, низька платоспроможність потенційних клієнтів, недосконалість нормативно-правової та податкової системи, нестабільність і невизначеність, пандемія COVID-19, російсько-українська війна тощо.

Сьогодні в Україні на ринку послуг розміщення представлені готелі восьми міжнародних готельних мереж: Radisson Hotel Group, Hyatt Hotels Corporation, InterContinental Hotels Group, Accor Group, Hilton Worldwide, Wyndham Hotels & Resorts, BWH Hotel Group, Marriott International (табл. 2).

Однією із найбільш представлених готельних мереж в Україні є американська компанія гостинності *Radisson Hotel Group*. Станом на 2022 рік Radisson Hotel Group володіє та управляє дев'ятьма готельними брендами: Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Radisson Individuals, Park Plaza, Park Inn by Radisson, Country Inn&Suites by Radisson та prizeotel. В Україні успішно функціонують *Radisson Blu*, *Radisson* та *Park Inn by Radisson*.

Бренд Radisson Blu виник у 2009 р. після ребрендингу Radisson SAS, а його готелі знаходяться у великих містах і місцях відпочинку. Зокрема, українські готелі бренду Radisson Blu представлено в Києві, Одесі та на гірськолижному курорті «Буковель». Варто відмітити також унікальність кожного бренду, наприклад: Radisson Blu – бренд категорії upper upscale, а фірмова гостинність готелів цього

бренду характеризується увагою до деталей та унікальною філософією обслуговування «Так, я можу!» (Yes I can!); Radisson – готельний бренд категорії upscale, де візуальна ідентичність готелів бренду, їх дизайн та сервіс є втіленням концепції скандинавської гостинності; Park Inn by Radisson – готелі середньої цінової категорії, що пропонують затишну атмосферу та гостинність, зокрема, дизайн в готелях бренду створений для покращення настрою гостей.

Міжнародна мережа готелів *Hyatt Hotels Corporation* представлена в Україні єдиним готелем бренду *Hyatt Regency* у Києві – Hyatt Regency Kyiv. Готель відноситься до бізнес-готелів преміум-класу. Цей п'ятизірковий заклад завдяки пішій доступності до головних вулиць столиці робить готель чудовим варіантом як для бізнес-туристів, так і для тих, хто приїхав з відпочинковою метою. Загалом, Hyatt Hotels Corporation – це американська мережа, яка управляє розкішними готелями, курортами та нерухомістю для відпочинку на умовах франшизи. Hyatt Hotels Corporation класифікує свої бренди за чотирма категоріями: Timeless Collection (8 брендів), Boundless Collection (6 брендів), Independent Collection (3 бренди), Inclusive Collection (9 брендів). Столичний готель Hyatt Regency Kyiv належить до категорії Timeless Collection – це класичні бренди від Hyatt, готелі яких демонструють бездоганне обслуговування та продумані зручності, а також доводять, що деякі традиції недаремно вшановані часом.

Таблиця 1

## ТОП-10 найдорожчих готельних брендів у 2022 р.

Готельний бренд	Рейтинг найдорожчих брендів		Вартість бренду, доларів		Зміни у вартості бренду, %	Сила бренду за рейтингом AAA	
	2022 р.	2021 р.	2022 р.	2021 р.		2022 р.	2021 р.
Hilton (США)	1	1	12,040	7,610	+58,2	AAA	AAA-
Hyatt (США)	2	2	5,905	4,695	+25,8	AA+	AA+
Holiday Inn (США)	3	3	4,155	3,776	+10,1	AAA-	AAA-
Hampton Inn (США)	4	4	3,928	2,863	+37,2	AAA	AAA-
Marriott (США)	5	5	2,313	2,408	-3,9	AAA-	AAA-
Double Tree (США)	6	8	2,111	1,304	+61,9	AAA	AAA-
Shangri-La (Китай)	7	6	1,911	1,987	-3,8	AAA	AAA-
Intercontinental (Великобританія)	8	7	1,450	1,462	-0,8	AAA-	AAA-
Embassy Suites (США)	9	13	1,437	875	+64,4	AAA	AA+
Crowne Plaza (Великобританія)	10	9	1,271	1,215	+4,7	AAA-	AA+

Джерело: складено авторами на основі [16]



Таблиця 2

## Представленість брендів міжнародних готельних мереж в Україні

Готельна мережа	Бренд	Назва та категорія готелю	Номерний фонд	Рейтинг*	
				Booking	TripAdvisor
Radisson Hotel Group	Park Inn by Radisson	Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska, 4*	196	8,8	4,5
	Radisson Blu	Radisson Blu Resort, Bukovel, 5*	252	8,8	4,5
		Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil City Centre, 4*	164	8,4	4,5
		Radisson Blu Hotel, Kyiv City Centre, 4*	254	9,2	4,5
	Radisson	Radisson Hotel, City Centre Odesa, 4*	90	8,5	4,5
Hyatt Hotels Corporation	Hyatt Regency	Hyatt Regency Kyiv, 5*	234	8,6	4,5
InterContinental Hotels Group	IHG Hotels & Resorts	InterContinental – Kyiv, an IHG Hotel, 5*	272	8,6	4,5
	Holiday Inn	Holiday Inn – Kyiv, an IHG Hotel, 4*	208	8,9	4,5
Accor Group	Ibis	Ibis Kyiv Railway Station, 3*	281	8,9	4,5
		Ibis Kyiv City Center, 3*	212	8,9	4,0
		Ibis Lviv Center, 3*	94	-	-
	Ibis Styles	Ibis Styles Lviv Center, 3*	77	8,9	4,5
	Fairmont	Fairmont Grand Hotel Kyiv, 5*	258	8,7	4,5
	Mercure	Mercure Kyiv Congress, 4*	160	8,6	4,5
	MGallery	Hotel de Paris, Odesa – Mgallery, 5*	51	9,3	5
Adagio	Adagio Kyiv Beresteiska, 4*	35	-	-	
Hilton Worldwide	Hilton Hotels & Resorts	Hilton Kyiv, 5*	262	8,4	4,5
Wyndham Hotels & Resorts	Ramada by Wyndham	Ramada Encore by Wyndham Kyiv, 4*	264	8,9	4,5
		Ramada by Wyndham Lviv, 3*	103	8,5	4
BWH Hotel Group	Best Western Plus	Best Western Plus Market Square Lviv, 4*	74	9,7	5
Marriott International	Design Hotels	11 Mirrors Design Hotel, Kyiv, 4*	50	9,4	5

\* Рейтинги сформовано за оцінками станом на 01.12.2022 р.

Джерело: складено і систематизовано авторами на основі [5; 6; 7; 8; 9; 12; 14; 17]

*InterContinental Hotels Group* є британською готельною мережею та володіє 18-ма готельними брендами, що презентуються в чотирьох колекціях: *The Luxury & Lifestyle Collection* (6 брендів), *The Premium Collection* (4 бренди), *The Essentials Collection* (3 бренди), *The Suites Collection* (4 бренди). В Україні від готельної мережі IHG діють два готелі у Києві: *InterContinental Kyiv* – представник колекції *Luxury & Lifestyle* та *Holiday Inn Kyiv* – колекція *Essentials*. Відмітимо, що готель *InterContinental Kyiv* є одним із найрозкішніших, а також володіє шістьма додатко-

вими приміщеннями, включаючи залу *Grand Ballroom* на 500 гостей.

Французька готельна мережа *Accor Group* є найбільш представленою в Україні, адже позиціонують п'ять готельних брендів різних цінових категорій: *Economy* – *Ibis* та *Ibis Styles*; *Midscale* – *Mercure* та *Adagio*; *Premium* – *MGallery*; *Luxury* – *Fairmont*. Загалом, у портфоліо *Accor Group* – 54 бренди, 44 із них належить до готельної індустрії, зокрема, *Luxury* (8 брендів), *Premium* (11 брендів), *Midscale* (4 бренди), *Economy* (7 брендів), *Ennismore* (14 брендів).

Відзначимо, що попри широкомасштабну війну в Україні Assor Group не тільки не зупиняє своєї діяльності, а навпаки відкриває нові засоби розміщення. Наприкінці 2022 р. відбулося відкриття готелів Ibis Lviv Center у Львові та Adagio Kyiv Beresteiska у Києві. Окрім того, у планах компанії відкрити ще один готель Novotel Lviv у 2023 р.

Американська корпорація гостинності *Hilton Worldwide* наразі представлена в Україні п'ятизірковим готелем у столиці – Hilton Kyiv. Hilton Worldwide володіє 18 брендами у різних сегментах ринку: Waldorf Astoria Hotels & Resorts, LXR Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Canopy by Hilton, Signia by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, Curio Collection by Hilton, DoubleTree by Hilton, Tapestry by Hilton, Embassy Suites by Hilton, Tempo by Hilton, Motto by Hilton, Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, Tru by Hilton, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton, Hilton Grand Vacations.

*Wyndham Hotels & Resorts* – американська готельна компанія, має портфоліо з 21 готельного бренду: Wyndham Alltra, Registry, Wyndham Grand, Dolce Hotels and Resorts, Wyndham, TRYP, Esplendor Boutique Hotels, Dazzler, Trademark Collection, La Quinta Inns & Suites, Wingate, Wyndham Garden, AmericInn, Ramada, Baymont, Microtel Inn & Suites, Days Inn, Super 8, Howard Johnson, Travelodge, Hawthorn Suites. В Україні діє лише один готельний бренд від Wyndham Hotels & Resorts – Ramada, що є представником брендів середнього класу. На даний час готелі функціонують у Львові та Києві.

Провідна глобальна готельна мережа *BWH Hotel Group* складається з трьох готельних компаній, зокрема, *WorldHotels Collection* (бренди: WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive, WorldHotels Crafted), *Best Western Hotels & Resorts* (бренди: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vīb, GLō, Aiden, Sadie, BW Premier Collection, BW Signature Collection), *SureStay Hotel Group* (бренди: SureStay, SureStay Plus, SureStay Collection, SureStay Studio SM). Перший український готель бренду Best Western – Best Western Plus Market Square відкрився у Львові у серпні 2022 р. Це чотиризірковий готель категорії Upper Midscale. Варто відзначити, що до анексії Криму у Севастополі діяв готель бренду мережі – The Best Western Sevastopol

Hotel, проте у 2017 р. договір про франшизу з Best Western припинив дію через санкції.

Американська багатонаціональна компанія *Marriott International* управляє 31 брендом по всьому світу, а також класифікується за категоріями: *Luxury* (бренди: The Ritz-Carlton, St. Regis, JW Marriott, Ritz-Carlton Reserve, The Luxury Collection, W Hotels, Edition), *Premium* (бренди: Marriott Hotels, Sheraton, Marriott Vacation Club, Delta Hotels, Le Méridien, Westin, Renaissance Hotels, Gaylord Hotels), *Select* (бренди: Courtyard Hotels, Four Points, SpringHill Suites, Protea Hotels, Fairfield Inn & Suites, AC Hotels, Aloft Hotels, Moxy Hotels), *Longer Stays* (бренди: Marriott Executive Apartments, Residence Inn, TownePlace Suites, element, Homes & Villas by Marriott International), *Collections* (бренди: Autograph Collection Hotels, Design Hotels, Tribute Portfolio). В Україні діяльність Marriott International представлена брендом Design Hotels з категорії Collections, готелем 11 Mirrors Design Hotel, що функціонує в Києві. Це сучасний чотиризірковий дизайн-готель зі стильними номерами у стилі мінімалізму.

Зауважимо, що загальна кількість представлених в Україні міжнародних готельних брендів становить 16: Park Inn by Radisson, Radisson Blu, Radisson, Hyatt Regency, IHG Hotels & Resorts, Holiday Inn, Ibis, Ibis Styles, Fairmont, Mercure, MGallery, Adagio, Hilton Hotels & Resorts, Ramada by Wyndham, Best Western Plus, Design Hotels. На рис. 1 наведено логотипи міжнародних готельних брендів, що позиціонують на ринку України.

Таким чином, серед міжнародних готельних мереж найбільш представленими в Україні є *Radisson Hotel Group* та *Accor Group*. Найбільша кількість брендів готелів, що входять до міжнародних мереж, представлена в Києві (14 готелів). Інтерес для міжнародних готельних мереж становлять ділові та відпочинкові центри України, зокрема, м. Львів (4 готелі) та м. Одеса (2 готелі), а також 1 готель представлений на гірськолижному курорті «Буковель». Всього на території України функціонує 21 брендовий готель міжнародних готельних мереж.

Варто відмітити, що світові мережі входять на український готельний ринок з обережністю, тому, в основному, вони представлені одним – двома готелями. Серед особливостей розвитку міжнародних готельних мереж в Україні варто вказати і те, що першочергово відкривались



**Рис. 1. Логотипи міжнародних готельних брендів, що позиціонують на ринку гостинності України**

*Джерело: власне дослідження авторів. Фото логотипів взято з офіційних сайтів міжнародних готельних мереж [5; 6; 7; 8; 9; 12; 14; 17]*

готелі 4\* та 5\* в потужних ділових та туристичних центрах, натомість сьогодні на український ринок виходять бюджетні 3\* готелі брендів Ibis, Ibis Styles та Ramada. На просування міжнародних готельних мереж негативний вплив має агресивна військова кампанія росії з 2014 р. А російсько-українська війна з 24 лютого 2022 р. ще більше ускладнила перспективи входження міжнародних готельних мереж на ринок гостинності України.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Готельний ринок України є надзвичайно привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. На територію України готельні мережі тільки почали входження. Попит на готельні послуги в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається на низькому рівні. Слід зазначити, що протягом останніх років було реалізовано лише декілька великих проєктів зі спорудження готелів. Однак уже найближчим часом, як прогнозують експерти,

відбудеться активний розвиток готельного сектору і освоєння міжнародними операторами ринку гостинності України.

Таким чином, присутність глобальних готельних мереж та позиціонування міжнародних готельних брендів на ринку гостинності України підвищить загальний рівень сервісних послуг та дозволить готельному бізнесу розвиватися більш стрімко та ефективно.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні сучасних трендів для головних ринкових можливостей готельної індустрії України, інноваційних способів для підсилення та зміцнення готельних брендів серед потенційних споживачів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Андренко І., Шестірко А. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-6>
2. Бліщук К. М., Козак І. І. Брендінг у сфері готельного бізнесу. *Ефективність державного*

управління. 2021. Вип. 3/4 (68/69). Ч. 1. С. 22–32. DOI: <https://doi.org/10.36930/506802>

3. Горіна Г. О. Сутність та специфіка мережевої організації міжнародного готельного бізнесу. *Економіка та держава*, 2011. № 3. С. 107 – 109.

4. Мельниченко С., Кудлай Т. Готельна мережа: вибір форми управління. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. №3. С. 38-48.

5. Accor Group. URL: <https://group.accor.com/en> (дата звернення: 20.12.2022).

6. BWH Hotel Group. URL: <https://www.bwhhotelgroup.com/> (дата звернення: 19.12.2022).

7. Hilton Worldwide. URL: <https://www.hilton.com/en/corporate/> (дата звернення: 20.12.2022).

8. Hyatt Hotels Corporation. URL: <https://www.hyatt.com> (дата звернення: 18.12.2022).

9. InterContinental Hotels Group. URL: <https://www.ihgplc.com/en> (дата звернення: 18.12.2022).

10. Ivanov S., Ivanova M. Do hotel chains stimulate globalisation? *Tourism Management Perspectives*. 2016. № 19. С. 102–108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.004>

11. Keller L. M. Branding and brand equity. In B. A. Weitz & R. Wensley (Eds.), *Handbook of marketing*. Thousand Oaks, CA : SAGE, 2002.

12. Marriott International. URL: <https://www.marriott.com/> (дата звернення: 20.12.2022).

13. O’Neill J. W., Carlbäckb M. Do brands matter? A comparison of branded and independent hotels’ performance during a full economic cycle. *International Journal of Hospitality Management*. 2011. № 30. С. 515–521. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.003>

14. RadissonHotelGroup. URL: <https://www.radissonhotelgroup.com> (дата звернення: 19.12.2022).

15. Richard B. Hotel chains: survival strategies for a dynamic future. *Journal of Tourism Future*. 2017. № 3(1). С. 56–65. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2016-0018>

16. The annual report on the most valuable and strongest hotel brands. URL: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2022-preview.pdf> (дата звернення: 21.12.2022).

17. Wyndham Hotels & Resorts. URL: <https://www.wyndhamhotels.com/en> (дата звернення: 18.12.2022).

*Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-6> (in Ukrainian)

2. Blishchuk, K. M., Kozak, I. I. (2021), “Branding in the field of hotel business”, *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia*, vol. 3/4 (68/69), pp. 22–32. DOI: <https://doi.org/10.36930/506802> (in Ukrainian)

3. Horina, G. O. (2011), “The essence and specifics of the chain organization of the international hotel business”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 3, pp. 107–109. (in Ukrainian)

4. Melnychenko, S., Kudlai, T. (2017), “Hotel chain: choice of management form”, *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, vol. 3, pp. 38–48. (in Ukrainian)

5. Accor Group. Available at: <https://group.accor.com/en>

6. BWH Hotel Group. Available at: <https://www.bwhhotelgroup.com>

7. Hilton Worldwide. Available at: <https://www.hilton.com/en/corporate>

8. Hyatt Hotels Corporation. Available at: <https://www.hyatt.com>

9. InterContinental Hotels Group. Available at: <https://www.ihgplc.com/en>

10. Ivanov, S., & Ivanova, M. (2016). Do hotel chains stimulate globalisation? *Tourism Management Perspectives*, vol. 19, pp. 102–108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.004>

11. Keller, L. M. (2002). Branding and brand equity. In B. A. Weitz & R. Wensley (Eds.), *Handbook of marketing*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

12. Marriott International. Available at: <https://www.marriott.com>

13. O’Neill, J. W., & Carlbäckb, M. (2011). Do brands matter? A comparison of branded and independent hotels’ performance during a full economic cycle. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 30, pp. 515–521. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.003>

14. Radisson Hotel Group. Available at: <https://www.radissonhotelgroup.com>

15. Richard, B. (2017). Hotel chains: survival strategies for a dynamic future. *Journal of Tourism Future*, 3(1), 56–65. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2016-0018>

16. The annual report on the most valuable and strongest hotel brands. Available at: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-hotels-50-2022-preview.pdf>

17. Wyndham Hotels & Resorts. Available at: <https://www.wyndhamhotels.com/en>

## REFERENCES

1. Andrenko, I., Shestirko, A. A. (2022), “Peculiarities of the operation of hotel chains in Ukraine”.

Стаття надійшла до редакції  
28 листопада 2022 р.