

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

СТАНДАРТИ ЯКОСТІ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ HILTON HOTELS

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка IV курсу 412

групи спеціальності

242 «Туризм»

ОП «Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг»

Усата Валерія Володимирівна

Керівник: кандидат

географічних наук, доцент

Заячук Оксана Григорівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри

№ _____ від « _____ » _____ 2024 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2024

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто становлення та розвиток готельної мережі Hilton Hotels. Проаналізовано фактори успіху мережі готелів Hilton Hotels, зокрема, її підхід до якості та інноваційності. Здійснений аналіз регіональних особливостей та відмінностей у роботі готелів мережі у різних країнах світу. Проаналізовані послуги готельної мережі Hilton Hotels у різних регіонах світу. Здійснений порівняльний аналіз послуг готельної мережі Hilton Hotels з іншими готельними мережами в Україні. Визначено основні проблеми та перспективи розвитку готельної мережі Hilton Hotels в Україні.

Ключові слова: Hilton Hotel & Resort, готель, готельна мережа, основні послуги, додаткові послуги.

ABSTRACTS

The qualification work examines the formation and development of the Hilton Hotels hotel chain. The success factors of the Hilton Hotels hotel chain, in particular, its approach to quality and innovation, are analyzed. The analysis of regional peculiarities and differences in the work of the hotels in different countries of the world is carried out. The services of the Hilton Hotels hotel chain in different regions of the world are analyzed. A comparative analysis of the services of the Hilton Hotels hotel chain with other hotel chains in Ukraine is carried out. The main problems and prospects for the development of the Hilton Hotels hotel chain in Ukraine are identified.

Keywords: Hilton Hotel & Resort, hotel, hotel chain, basic services, additional services.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ В. В. Усата

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ HILTON HOTELS.....	6
1.1. Історичні особливості становлення та розвитку.....	6
1.2. Основні фактори формування мережі HILTON HOTELS та специфіка діяльності	14
РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖІ HILTON HOTELS У СВІТІ.....	22
2.1. Загальна характеристика діяльності готельної мережі HILTON HOTELS.....	22
2.2. Основні марки та управління готельною мережею.....	24
2.3. Просторове поширення закладів Hilton Hotels.....	32
2.4. Особливості надання послуг гостинності у мережі готелів Hilton Hotels.....	45
РОЗДІЛ III. HILTON HOTELS В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	63
3.1. Діяльність Hilton Hotels & Resorts в Україні.....	63
3.2. Порівняльний аналіз послуг готелів мережі Hilton Hotels з іншими готельними мережами України.....	66
3.3. Аналіз проблем та перспектив розвитку готельної мережі Hilton Worldwide в Україні.....	69
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

Готельна мережа Hilton Worldwide працює вже понад 100 років та є однією з найбільших готельних компаній та досягла успіху у світі.

Сучасна економіка та туристична галузь вимагає від готелів надання високоякісних послуг та інноваційних рішень, що відповідають вимогам сучасних подорожуючих. Hilton Hotels є однією з провідних світових мереж готелів, яка відома своїми високими стандартами обслуговування, інноваційними технологіями та різноманітними послугами. Тому дослідження Hilton Hotels є актуальним з точки зору аналізу особливостей та особливостей цієї мережі готелів, які впливають на її успіх у галузі туризму та готельного бізнесу.

Готельні мережі, такі як Hilton мають ряд переваг над немережевими готелями, що дозволяє їм бути більш конкурентоспроможними на ринку готельних послуг. Головними їхніми перевагами є централізоване управління дозволяє ефективно координувати діяльність готелів, оптимізувати витрати та приймати стратегічні рішення. Також вагомим фактором є бренд та репутація. Такі готельні мережі мають впізнаваний бренд та позитивну репутацію, що приваблює клієнтів та дозволяє їм утримувати лояльність гостей.

Ще однією перевагою є те, що готельні мережі можуть швидко розширювати свою присутність на ринку шляхом відкриття нових готелів або придбання існуючих.

Таким чином, готельні мережі мають ряд конкурентних переваг, що дозволяє їм бути більш успішними на ринку готельних послуг порівняно з немережевими готелями. Впровадження інновацій, економія на масштабі, сильний бренд та централізоване управління є ключовими факторами успіху готельних мереж.

Об'єктом дослідження є мережа готелів Hilton Hotels.

Предметом дослідження особливості надання послуг гостинності у мережі готелів Hilton Hotels.

Метою дипломної роботи є аналіз та дослідження готельної мережі Hilton Hotels. Вивчення її історії, причини успіху та перспективи розширення готелів своєї мережі в Україні.

Завданнями дослідження є:

- дослідити історію та розвиток мережі готелів Hilton Hotels, зокрема зосередитися на ключових моментах її становлення та визначити фактори, які допомогли їй стати однією з провідних мереж готелів у світі;
- проаналізувати фактори успіху мережі готелів Hilton Hotels, зокрема, її підхід до якості та інноваційності;
- проаналізувати регіональні особливості та відмінності у роботі готелів мережі Hilton Hotels у різних країнах світу та їх відповідність культурним та іншим особливостям кожної країни;
- проаналізувати послуги готельної мережі Hilton;
- здійснити порівняльний аналіз послуг готелів мережі Hilton Hotels з іншими готельними мережами України;
- дослідити проблеми та перспективи розвитку готелів Hilton в Україні;

Для досягнення поставлених завдань у дослідженні можуть бути використані різноманітні методи дослідження, зокрема:

- аналіз літературних джерел та наукових публікацій;
- статистичний метод. Використання статистичних даних що стосуються готельної галузі та конкретно мережі готелів Hilton Hotels;
- порівняння даних з іншими провідними мережами готелів, що дозволить з'ясувати проблеми та переваги роботи мережі Hilton Hotels;

Структура роботи: бакалаврська робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків та налічує 8 рисунків, 14 таблиць. Загальний обсяг сторінок 75. Основного тексту – 67 ст. Список використаних джерел включає 29 позицій.

РОЗДІЛ I

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК HILTON HOTELS

1.1 Історичні етапи становлення та розвитку мережі HILTON HOTELS

Популярність готельних мереж зросла в 20-му столітті, коли з'явилися нові форми транспорту, такі як автомобілі та літаки, що дозволило людям подорожувати швидше та далі. Готельні мережі стали розгалужуватися та розширюватися, щоб задовольняти потреби подорожуючих.

Існує багато різних поглядів на те, що саме призвело до успіху готельних ланцюгів. Однак, незаперечними факторами є стабільність якості продукту, однаковість послуг у різних готелях мережі та доступні ціни. Кожен тип готелю, що входить до складу ланцюга, має свою власну марку. Компанії, які дотримуються своїх фірмових найменувань, мають перевагу, оскільки клієнти, які користуються послугами готельної мережі, можуть мати ясне уявлення про якість обслуговування та розміщення незалежно від місцезнаходження готелю. Це дає можливість готельним ланцюгам рекламувати та бронювати нові готелі задовго до їх відкриття з упевненістю, що постійні клієнти звернуть на нього увагу новому готелю відомої марки, незалежно від його місцезнаходження. Практика показує, що готельні мережі часто приймають бронювання задовго до відкриття нового готелю. В цей же час назва готелю та всі необхідні реквізити включаються до національного переліку готелів та різних довідників.

Hilton Hotels & Resorts — це світовий бренд готелів і курортів із повним набором послуг і флагманський бренд американської багатонаціональної гостинної компанії Hilton[16].

Засновник майбутньої мережі готелів народився в Сан-Антоніо, на території, що тоді була територією Нью-Мехіко, у родині норвежця Августа Халворсена Хілтона (1854–1919) та Мері Евелін Хілтон. У дитинстві Хілтон розвинув підприємницькі навички, працюючи в загальному магазині свого батька, який був частково перетворений на 10-кімнатний готель. Завдяки цьому він отримав різноманітний досвід, включаючи перебування в якості

представника в першому законодавчому органі штату Нью-Мексико та рішення стати банкіром[5].

Перші кроки Конрада Хілтона у готельному бізнесі були пов'язані з його придбанням готелю – «The Mobley» у місті Крісті, штат Нью-Мексико, в 1919 році. Готель мав 40 номерів і Конрад Хілтон придбав його за 40 тисяч доларів, які він заплатив з власних заощаджень та позичивши недостачу в родичів.

Загалом можна виділити декілька етапів становлення та розвитку мережі[5,6,10]:

1. Заснування та ранні роки (1919-1940)
2. Розширення та інновації (1940-1950)
3. Міжнародне розширення та стандартизація (1950-1980)
4. Сучасний розвиток та технологічні інновації (1980-2020)
5. Останні роки (2020-сьогодення)

Далі зупинимося на кожному етапі окремо, щоб проаналізувати становлення цієї мережі.

Таблиця 1.1

Заснування та ранні роки[5,6,10]

1919	Початок з Mobley Hotel Конрад Ніколсон Хілтон, засновник компанії, походив з родини готельєрів. Після служби в армії під час Першої світової війни він вирішив розпочати власний бізнес. Його перша інвестиція у готельну справу відбулася у маленькому містечку Сіско, штат Техас. Готель Mobley був куплений Конрадом Хілтоном за 40 000 доларів. Він мав лише 40 номерів, але успішно функціонував завдяки високому попиту на проживання від нафтовиків, які працювали в цьому регіоні під час нафтового буму.
1925	Відкриття першого готелю під брендом Hilton Hilton Dallas: цей готель став першим, який мав назву Hilton. Відкритий у Далласі, штат Техас, він став важливим етапом у розвитку бізнесу Конрада Хілтона. Готель швидко здобув популярність завдяки своєму розташуванню і високому рівню обслуговування. Інновації у обслуговуванні: Hilton Dallas запропонував своїм гостям низку нововведень, включаючи централізовану систему кондиціонування та велику кількість зручностей, що було рідкістю на той час.

Продовження таблиці 1.1

1927	Відкриття готелю з централізованою системою кондиціонування Готель у Вако, Техас: Hilton відкриває свій перший готель з централізованою системою кондиціонування повітря у Вако. Це стало значним технічним досягненням, яке значно підвищило комфорт гостей. Вплив на індустрію: ця інновація підняла стандарти в готельному бізнесі, сприяючи тому, що кондиціонування повітря стало загальноприйнятою практикою у висококласних готелях.
1930 роки	Розширення мережі у 1930-х роках Зростання бізнесу: у 1930-х роках Конрад Хілтон продовжував купувати та розвивати нові готелі. Він зосередився на створенні мережі готелів у великих містах та транспортних вузлах. Велика депресія: незважаючи на економічні труднощі під час Великої депресії, Хілтон продовжував інвестувати в готельний бізнес, використовуючи свій підприємницький підхід для подолання фінансових викликів. Він скористався можливістю купувати готелі за зниженими цінами, що заклало основу для подальшого зростання компанії.
1940	1940: Консолідація та підготовка до післявоєнного буму Стратегія розвитку: до 1940 року Hilton володіла декількома ключовими готелями у різних містах США. Конрад Хілтон зосереджувався на створенні стандартів обслуговування та комфортності, що стали відмінною рисою готелів під брендом Hilton. Готовність до розширення: Напередодні Другої світової війни Hilton Hotels вже була добре позиціонована для подальшого розширення. Після закінчення війни попит на готельні послуги зріс, що сприяло швидкому розвитку компанії.

Ці перші кроки заклали міцний фундамент для подальшого зростання Hilton Hotels, перетворюючи її на одну з провідних готельних мереж у світі. Конрад Хілтон використав свої інноваційні ідеї, підприємницький хист та стратегічне бачення для створення бренду, який асоціюється з якістю та комфортом.

Таблиця 1.2

Розширення та інновації (1940-1950) [5,6,10]

1943	Створення першої міжнародної готельної мережі Об'єднання готелів: у 1943 році Hilton стала першою готельною мережею, яка володіла готелями від узбережжя до узбережжя США, з придбанням готелів у великих містах. Це дозволило створити мережу, яка охоплювала основні туристичні та ділові центри країни. Розширення мережі: Завдяки цьому розширенню, Hilton встановила новий стандарт в індустрії гостинності, пропонуючи послідовний рівень обслуговування та зручностей у різних місцях.
-------------	---

Продовження таблиці 1.2

1946	Заснування Hilton Hotels Corporation Корпоративна структура: заснування Hilton Hotels Corporation дозволило компанії більш ефективно управляти своїми активами та сприяти подальшому розвитку. Ця структура також полегшила залучення капіталу для нових проектів та розширення бізнесу. Вихід на біржу: заснування корпорації також підготувало ґрунт для публічного розміщення акцій у майбутньому, що стало важливим кроком для фінансування розширення.
1947	Перший телевізор в готельному номері Roosevelt Hilton у Нью-Йорку: у 1947 році готель Roosevelt Hilton став першим готелем у світі, який встановив телевізори в номерах. Це було нововведенням, яке значно підвищило комфорт і привабливість готелю для гостей. Вплив на індустрію: Встановлення телевізорів стало новим стандартом для готелів, що прагнули залучити сучасних клієнтів. Це інноваційне рішення підвищило конкурентоспроможність Hilton і підштовхнуло інші готелі до впровадження подібних технологій.

У період з 1940 по 1950 рік Hilton Hotels зробила значні кроки у розширенні своєї мережі, впровадженні інновацій та зміцненні своєї позиції в індустрії гостинності. Компанія не лише встановила нові стандарти комфорту і обслуговування, але й започаткувала ряд новаторських підходів, які продовжують впливати на готельний бізнес сьогодні[2].

Таблиця 1.3

Міжнародне розширення та стандартизація (1950-1980) [5,6,10]

1954	Придбання Statler Hotel за 111 мільйонів доларів Найбільша транзакція: придбання мережі Statler Hotel за 111 мільйонів доларів стало найбільшою угодою у сфері нерухомості на той час. Це розширило мережу Hilton на кілька важливих ринків і значно збільшило кількість готелів під управлінням компанії. Вплив на ринок: Це придбання значно зміцнило позиції Hilton на ринку готельних послуг, зробивши її однією з найбільших і найвпливовіших готельних мереж у США.
1955	Перші готелі за межами США Hilton Istanbul та Hilton Caribe: відкриття Hilton Istanbul у Туреччині та Hilton Caribe у Пуерто-Рико стали першим кроком до міжнародного розширення мережі. Це дозволило Hilton встановити свою присутність на міжнародному рівні та залучити нових клієнтів. Глобальна експансія: ці готелі стали символом глобального бачення компанії, сприяючи підвищенню престижу бренду на міжнародній арені.

1959	Перший аеропортовий готель San Francisco Airport Hilton: відкриття першого аеропортового готелю у Сан-Франциско задовольнило потреби мандрівників, які часто подорожують авіацією. Цей готель був спеціально розроблений для забезпечення максимального комфорту та зручності для пасажирів. Новий ринок: цей новаторський крок відкрив новий сегмент ринку для готельної індустрії, і Hilton стала лідером у цьому напрямку.
1965	Програма Hilton Honors Перша програма лояльності: Hilton запровадила першу в індустрії готельну програму лояльності, яка дозволяла гостям накопичувати бали за проживання та обмінювати їх на безкоштовні ночі та інші привілеї. Це стимулювало постійних клієнтів обирати готелі Hilton під час своїх подорожей. Вплив на клієнтів: програма Hilton Honors стала надзвичайно популярною і сприяла збільшенню лояльності клієнтів, що було важливим конкурентною перевагою для мережі.
1970 роки	Подальше розширення та стандартизація Нові готелі: у 1970-х роках Hilton продовжувала активно розширювати свою мережу, відкриваючи нові готелі у різних куточках світу. Компанія встановила свою присутність у ключових міжнародних містах, таких як Лондон, Токіо та Сідней. Стандартизація обслуговування: Hilton зосередилася на стандартизації своїх послуг, що забезпечувало однаковий рівень обслуговування та комфорту в усіх готелях мережі. Це сприяло підвищенню довіри клієнтів та зростанню популярності бренду. Інновації у гостинності: компанія продовжувала впроваджувати інновації, такі як централізовані системи бронювання та нові технології для покращення обслуговування гостей. Наприклад, Hilton стала однією з перших готельних мереж, які почали використовувати комп'ютерні системи для управління бронюваннями.
1979	Смерть Конрада Хілтона Спадщина засновника: Конрад Хілтон помер у 1979 році, залишаючи за собою значну спадщину у готельному бізнесі. Після його смерті компанія продовжила розвиватися під керівництвом нового керівництва, яке зберігало його принципи та бачення. Поширення впливу: спадок Конрада Хілтона продовжував надихати компанію на подальше розширення та вдосконалення. Hilton зберегла свою відданість якості обслуговування та інноваціям, що зробило її однією з найвпливовіших готельних мереж у світі.

Етап міжнародного розширення та стандартизації (1950-1980) був ключовим у розвитку Hilton Hotels. Компанія успішно встановила свою присутність на міжнародному ринку, впроваджувала інновації та стандарти обслуговування, що заклало міцний фундамент для подальшого зростання і

успіху. Hilton стала символом якості та інновацій у готельній індустрії, залишаючись лідером на ринку гостинності.

Таблиця 1.4

Сучасний розвиток та технологічні інновації (1980-2020) [5,6,10]

1980 роки	Створення Hilton International і впровадження нових стандартів Hilton International: у 1987 році Hilton створила Hilton International, окрему компанію, що займалася управлінням готелями за межами США. Це дозволило компанії краще адаптуватися до міжнародних ринків і розширити свою присутність по всьому світу. Впровадження нових стандартів: у 1980-х роках Hilton активно впроваджувала нові стандарти обслуговування та комфорту. Це включало оновлення номерів, введення нових послуг та зручностей для гостей, таких як бізнес-центри та сучасні фітнес-зали.
1990 роки	Технологічний розвиток і запровадження цифрових технологій Запуск Hilton.com: у 1999 році Hilton запустила свій офіційний вебсайт для онлайн-бронювання номерів — Hilton.com. Це стало значним кроком у напрямку діджиталізації бізнесу, що спростило процес бронювання для клієнтів і збільшило дохід компанії. Впровадження цифрових технологій: у 1990-х роках Hilton активно впроваджувала цифрові технології в управління своїми готелями. Це включало комп'ютеризовані системи бронювання та управління, що підвищило ефективність і точність роботи готелів.
2000 роки	Глобальні злиття і придбання, розширення мережі Придбання брендів: у 2000-х роках Hilton придбала кілька нових брендів, що дозволило розширити портфель компанії. Одним з таких придбань було Hampton Inn, який став одним з найбільш успішних брендів середнього класу в мережі Hilton. Blackstone Group: у 2007 році інвестиційна компанія Blackstone Group придбала Hilton Hotels Corporation за 26 мільярдів доларів. Це придбання стало однією з найбільших угод у сфері готельного бізнесу і дозволило Hilton залучити значні інвестиції для подальшого розвитку.
2009	Переименування на Hilton Worldwide Новий бренд: у 2009 році компанія змінила назву на Hilton Worldwide. Це відображало глобальний характер компанії та її прагнення до подальшого розширення на міжнародному ринку. Публічне розміщення акцій: у 2013 році Hilton Worldwide повернулася на Нью-Йоркську фондову біржу після шестирічної перерви. Це допомогло компанії залучити нові інвестиції для подальшого зростання.

2010 роки	Інновації в гостинності та розширення бренду Tru by Hilton: у 2016 році Hilton запустила новий бренд Tru by Hilton, орієнтований на мандрівників середнього класу. Цей бренд пропонує сучасні зручності та доступні ціни, що робить його привабливим для широкого кола клієнтів. Hilton CleanStay: у відповідь на пандемію COVID-19 у 2020 році компанія впровадила програму Hilton CleanStay. Ця програма підвищила стандарти чистоти та безпеки у готелях, забезпечуючи гостям спокій та впевненість під час проживання. Концепція "Connected Room": Hilton представила концепцію "Connected Room", що дозволяє гостям керувати освітленням, температурою, телевізором та іншими пристроями у номері за допомогою смартфона. Це забезпечило гостям більший контроль над своїм проживанням і підвищило комфорт. Розширення через франчайзинг і нові бренди Розширення через франчайзинг: Hilton активно розвивала свою мережу через франчайзинг, дозволяючи підприємцям використовувати бренд Hilton для відкриття нових готелів. Це сприяло швидкому зростанню кількості готелів під управлінням компанії. Нові бренди: у цей період Hilton запустила кілька нових брендів, таких як Curio Collection, Tapestry Collection та Canopy by Hilton, що орієнтовані на різні сегменти ринку і забезпечують гостям унікальний досвід проживання.
-----------	---

Етап сучасного розвитку та технологічних інновацій (1980-2020) був ключовим для Hilton Hotels. Компанія активно впроваджувала нові технології, розширювала свою мережу через придбання і франчайзинг, а також запускала нові бренди для задоволення потреб різних сегментів ринку. Hilton залишалася на передовій інновацій у готельній індустрії, зберігаючи свою позицію лідера і підвищуючи стандарти обслуговування для своїх гостей по всьому світу[17].

Таблиця 1.5

Останні роки (2020-сьогодення) [5,6,10]

2020	Реакція на пандемію COVID-19 Програма Hilton CleanStay: у відповідь на глобальну пандемію COVID-19, Hilton впровадила програму Hilton CleanStay, яка підвищила стандарти чистоти та гігієни у готелях. Програма включала: Співпраця з Lysol і Mayo Clinic: Hilton співпрацювала з компанією Lysol та Mayo Clinic для розробки та впровадження нових стандартів прибирання і дезінфекції. Покращене прибирання номерів: увага до прибирання номерів з акцентом на часто використовувані поверхні, такі як вимикачі, дверні ручки та пульти дистанційного керування.
------	--

Продовження таблиці 1.5

	Цифровий check-in та ключі: для зменшення контактів між гостями та персоналом, Hilton активно впроваджувала цифрові технології, такі як мобільний check-in та використання смартфонів як ключів від номерів.
2021	Інновації та розширення Hilton EventReady: для підтримки бізнесу та організації заходів під час пандемії, Hilton представила програму Hilton EventReady. Програма включала: Гігієнічні протоколи: підвищені стандарти гігієни та соціального дистанціювання під час заходів. Гібридні події: можливості для організації гібридних подій, поєднуючи фізичну присутність і віртуальну участь. Розширення брендів: Hilton продовжувала розширювати свої бренди, відкриваючи нові готелі під брендами Curio Collection, Tapestry Collection та Canopy by Hilton у різних куточках світу. Curio Collection: унікальні готелі, які зберігають свою індивідуальність, водночас користуючись перевагами приналежності до Hilton. Tapestry Collection: бутик-готелі з особливим характером та стилем, орієнтовані на досвідчених мандрівників. Canopy by Hilton: готелі, що пропонують сучасний комфорт та автентичний досвід місцевої культури.
2022	Впровадження нових технологій та сталий розвиток Hilton Connected Room: розширення концепції "Connected Room", що дозволяє гостям керувати освітленням, температурою, телевізором та іншими пристроями у номері за допомогою смартфона. Ця технологія підвищує комфорт і зручність для гостей. Екологічна відповідальність: Hilton активно працювала над зменшенням свого екологічного впливу, впроваджуючи стратегії сталого розвитку: Зменшення відходів: програми зменшення використання пластику, включаючи заміну одноразових туалетних приладдя на багаторазові контейнери. Енергоефективність: впровадження енергоефективних технологій у нових та існуючих готелях, зокрема системи освітлення та кондиціонування повітря.
2023	Відновлення та розвиток після пандемії Відновлення туризму: після пандемії COVID-19 Hilton активно працювала над відновленням туристичного потоку, пропонуючи спеціальні акції та програми для залучення гостей. Покращення програм лояльності: програма Hilton Honors отримала нові переваги для учасників, включаючи збільшення кількості балів за проживання та додаткові бонуси для постійних клієнтів. Відкриття нових готелів: Hilton продовжувала відкривати нові готелі в ключових локаціях, включаючи великі міста та туристичні напрямки, задовольняючи потреби як бізнес-клієнтів, так і туристів.

2024	Інновації в обслуговуванні та досвід гостей Розвиток цифрових послуг: Hilton продовжувала впроваджувати цифрові рішення для покращення досвіду гостей, такі як: Віртуальний консьєрж: доступ до інформації та послуг готелю через мобільні додатки. Автоматизовані системи: використання штучного інтелекту для покращення обслуговування гостей, включаючи персоналізовані рекомендації та швидке вирішення запитів. Підвищення рівня обслуговування: Hilton продовжувала вдосконалювати свої стандарти обслуговування, забезпечуючи високий рівень комфорту та задоволення гостей.
------	---

Етап останніх років (2020-сьогодення) для Hilton Hotels характеризується активною реакцією на виклики пандемії, впровадженням нових технологій, сталим розвитком та постійним покращенням досвіду гостей. Компанія зберігає свою лідерську позицію у готельній індустрії, адаптуючись до змінних умов ринку та впроваджуючи інноваційні рішення для задоволення потреб сучасних мандрівників[21].

1.2. Основні фактори формування мережі HILTON HOTELS та специфіка діяльності

Є декілька основних факторів формування мережі Hilton Hotels[18]:

- Політичні
- Економічні
- Соціальні
- Технологічні
- Юридичні
- Фактори навколишнього середовища

1. Політичні

Політична стабільність має значний вплив на бізнес, включаючи готельну індустрію. Умови політичної стабільності сприяють розвитку

туризму та ділової активності, що в свою чергу приносить дохід компанії, такої як Hilton Hotels.

Умови політичної нестабільності можуть призвести до зменшення туризму та ділової активності, що може негативно вплинути на прибуток мережі готелів, також може призвести до пошкодження будівель у разі протестів та заворушень.

Урядова підтримка, така як субсидії та податкові пільги, може значно впливати на діяльність компанії, включаючи Hilton. Стимули від уряду можуть позитивно вплинути на фінансові результати компанії.

Міжнародні відносини також можуть суттєво впливати на діяльність мережі готелів Hilton, особливо якщо компанія є американською. Погіршення міжнародних відносин може призвести до фінансових втрат та припинення діяльності у різних країнах.

Отже, політична стабільність, державна підтримка, міжнародні відносини та ризики політичної нестабільності є важливими факторами, які впливають на діяльність та успішність мережі готелів Hilton Hotels. Розуміння цих аспектів дозволяє краще прогнозувати та управляти ризиками, що можуть виникнути у готельному бізнесі в умовах змін політичного середовища[4].

2. Економічні

Високий рівень інфляції може негативно впливати на бізнес, оскільки люди уникають подорожей у таких умовах. Це може призвести до зменшення туристичного попиту та вплинути на прибуток компанії, такої як Hilton.

Високі відсоткові ставки можуть призвести до зменшення витрат споживачів, що може вплинути на дохід готельної індустрії. Низькі відсоткові ставки, навпаки, стимулюють споживання та можуть призвести до збільшення доходів Hilton.

Розвиток економіки сприяє зростанню бізнесу та підвищенню споживчого попиту. Умови економічного зростання привертають діловий туризм, що може приносити високі доходи мережі готелів.

Економічні рецесії можуть призвести до краху світової індустрії туризму, оскільки споживчий попит зменшується. У таких умовах компанії, як Hilton, можуть стикатися з викликами у збереженні прибутковості.

Економічні фактори, такі як інфляція, відсоткові ставки, економічне зростання та глобальні умови, мають суттєвий вплив на діяльність та прибутковість мережі готелів Hilton, визначаючи її успішність у різних економічних умовах[4].

3. Соціальні

Соціальні фактори мають значний вплив на діяльність мережі готелів Hilton, оскільки вони пов'язані зі змінами в суспільстві та культурі.

Ринок постійно змінюється, а смаки та вподобання споживачів також зазнають трансформацій. Наприклад, зменшення інтересу до відпочинку та зростання популярності кемпінгу можуть негативно вплинути на попит на готельні послуги Hilton.

Як багатонаціональна мережа, Hilton працює в різних культурах. Компанія повинна враховувати культурні особливості та традиції, щоб уникнути порушення культурних норм. Наприклад, забезпечення окремих басейнів для чоловіків і жінок у деяких країнах.

Hilton має враховувати демографічну структуру суспільства, в якому вона працює. Якщо більшість гостей є людьми похилого віку, готель повинен адаптувати свої послуги та інфраструктуру відповідно до потреб цієї вікової групи.

Як велика компанія, Hilton має соціальні зобов'язання перед суспільством. Впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності, таких як підтримка інклюзивності, благодійність та екологічні ініціативи, може позитивно вплинути на сприйняття бренду Hilton.

Таким чином, розуміння та адаптація до соціальних змін, культурних особливостей, демографічних тенденцій та соціальної відповідальності є ключовими для успішної діяльності мережі готелів Hilton в умовах динамічного ринку[8].

4. Технологічні

Технологічні фактори мають значний вплив на діяльність мережі готелів Hilton, оскільки вони представляють технологічні досягнення та інновації, які трансформують індустрію гостинності.

Технологічний прогрес, такий як мобільні додатки для бронювання, зробив процес бронювання номерів у Hilton більш доступним та ефективним. Це дозволяє більшій кількості людей одночасно бронювати номери, що позитивно впливає на доходи компанії.

Впровадження технологій відеоспостереження в готелях Hilton підвищує рівень безпеки для гостей та персоналу, а також покращує звітність про інциденти.

Використання аналітики даних дозволяє Hilton отримувати корисну інформацію про уподобання та демографічні характеристики клієнтів. Це допомагає компанії краще прогнозувати попит та оптимізувати свої операції.

Платформи соціальних мереж стали ефективним інструментом маркетингу для Hilton. Реклама в соціальних мережах дозволяє компанії збільшити охоплення та привернути увагу потенційних клієнтів, одночасно скорочуючи маркетингові витрати.

Економія на маркетингових витратах завдяки соціальним мережам дозволяє Hilton спрямовувати ресурси на дослідження та розробки, що сприяє вдосконаленню досвіду клієнтів та інноваціям у галузі.

Технологічні фактори, такі як онлайн-бронювання, безпека, аналітика даних та маркетинг у соціальних мережах, відіграють ключову роль у трансформації діяльності мережі готелів Hilton, підвищуючи ефективність, безпеку та конкурентоспроможність компанії в сучасному технологічному середовищі[1].

5. Юридичні

Юридичні фактори, пов'язані із законами та правовою базою країн, де працює мережа готелів Hilton, мають значний вплив на її діяльність.

Hilton повинна ретельно дотримуватися трудового законодавства в країнах присутності, особливо якщо воно є суворим. Недотримання може призвести до судових позовів та штрафів.

Компанія має гарантувати, що на її території не практикується дискримінація за будь-якими ознаками. Недотримання цього принципу може спричинити судові позови проти Hilton.

Закони про захист даних значно впливають на Hilton, оскільки вона веде облік даних своїх клієнтів. Витік даних може призвести до заборони діяльності готелю в певних країнах.

Hilton повинна суворо дотримуватися норм охорони здоров'я та безпеки, що діють у країнах присутності. Недотримання може призвести до закриття готелів.

Як відома мережа готелів, Hilton повинна забезпечувати здорову та якісну їжу в своїх закладах. Неналежна якість харчування може завдати шкоди репутації компанії та призвести до закриття готелів у певних країнах.

Дотримання трудового законодавства, заборона дискримінації, захист даних клієнтів, норми охорони здоров'я та безпеки, а також забезпечення якості харчування є ключовими юридичними факторами, що впливають на діяльність мережі готелів Hilton у різних країнах присутності.

6. Навколишнє середовище

Фактори навколишнього середовища мають значний вплив на діяльність мережі готелів Hilton, оскільки вони пов'язані з природними умовами та екологічними аспектами країн, де працює компанія.

Готелі Hilton вимагають постійного електропостачання для безперебійної роботи. Однак стихійні лиха, такі як шторми та повені, можуть призвести до перебоїв в електропостачанні, що негативно впливає на діяльність готелів. Природні катаклізми можуть завдати шкоди інфраструктурі готелів Hilton, створюючи незручності для гостей та проблеми з безпекою.

Зростає усвідомлення шкоди, яку завдає готельне пластикове сміття навколишньому середовищу. Екологічні групи тиску контролюють системи

управління відходами Hilton. Неналежне поводження з відходами може призвести до тиску на компанію з боку активістів та уряду.

Зміна клімату може вплинути на сезонність туризму та попит на готельні послуги в певних регіонах. Hilton має адаптуватися до цих змін, переглядаючи свої стратегії та пропозиції.

Зростає увага до екологічної політики та сталого розвитку в готельному бізнесі. Hilton повинна впроваджувати заходи з енергоефективності, скорочення викидів та використання відновлюваних джерел енергії, щоб відповідати очікуванням суспільства та регуляторним вимогам.

Таким чином, фактори навколишнього середовища, такі як стихійні лиха, управління відходами, адаптація до кліматичних змін та екологічна політика, мають значний вплив на діяльність мережі готелів Hilton. Компанія повинна враховувати ці фактори при розробці своїх стратегій та операційних процесів, щоб забезпечити стійкість та мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище[4].

Що ж стосується специфіки діяльності, то одна з головних специфік цієї мережі полягає в тому, що вона пропонує різні бренди готелів, які відрізняються за ціновою категорією, дизайном, обслуговуванням та іншими параметрами.

Готель Hilton пропонує широкий вибір страв і напоїв, які є важливою частиною будь-якого перебування. Клієнти можуть відпочити та повечеряти в одному з ресторанів готелю Hilton, а також мають різні варіанти сніданку, щоб задовольнити їх. У готелі пропонуються номери з обслуговуванням, які підходять для всіх типів людей. Вони пропонують розширений набір послуг для задоволення потреб і бажань, таких як тренажерний зал і розслаблюючі спа-центри.

Ще однією специфікою готельної мережі Hilton Hotels є програма лояльності Hilton Honors. Ця програма дозволяє гостям збирати бали за перебування в готелях мережі Hilton та обмінювати їх на безкоштовні ночі у готелях мережі, а також отримувати різноманітні привілеї та бонуси. Щоб

досягти срібного клубного рівня в програмі Hilton Honors, потрібно зупинитися в готелях мережі протягом 10 ночей. Однією з переваг цієї програми є можливість заробляти бали Хілтон та милі понад 50 партнерських авіакомпаній одночасно. Крім того, програма Hilton Honors охоплює найбільшу кількість готелів, і не має так званих блекаут-дат, тобто гарантується підтвердження бронювання в будь-який час.

Крім того, готельна мережа Hilton Hotels прагне бути лідером у впровадженні інноваційних технологій у готельну індустрію. Наприклад, деякі готелі мережі пропонують гостям використання мобільних додатків для здійснення онлайн-реєстрації та отримання електронного ключа до номеру, а також використання голосового помічника для замовлення послуг в готелі.

На індустрію гостинності та заходів значно вплинули економічні зміни внаслідок пандемії COVID-19 і виходу Великобританії з Європейського Союзу. COVID-19 сильно вплинув на гостинність, оскільки багатьом підприємствам довелося закрити або скоротити свою діяльність. Крім того, обмеження, запроваджені урядами в усьому світі, призвели до значного скорочення подорожей і туризму, що ще більше вплинуло на індустрію гостинності (Kaushi and Guleria, 2020). Таким чином, готелям Hilton довелося знайти нові способи залишатися конкурентоспроможними та прибутковими[2].

Одним із потенційних рішень цієї проблеми є технологія штучного інтелекту (ШІ), інноваційне програмне забезпечення. Тому, Hilton Hotels активно почав впроваджувати технології штучного інтелекту. До прикладу 19 лютого 2020 року з'явився Xiao Xi, перший чат-бот Hilton для обслуговування клієнтів зі штучним інтелектом, надає учасникам Hilton Honors і всім гостям швидкий і зручний універсальний джерело консультацій для подорожей. Учасники Honors і гості можуть ставити Сяо Сі різноманітні запитання, пов'язані з подорожами, як-от інформацію про готель, місцеву погоду, перевірку Hilton Honors і деталі рекламної акції. Сяо Сі може надати додаткові поради щодо подорожей і навіть розважати гостей під час їхньої подорожі,

постійно пропонуючи розумні пропозиції та поради під час інтенсивних тренінгів[17].

З моменту запуску в лютому Xiao Xi відповів на понад 50 000 запитів клієнтів, отримавши 94-відсотковий рейтинг задоволеності, що значно перевищує середню продуктивність звичайного чат-бота зі штучним інтелектом. Зараз Xiao Xi доступний цілодобово та без вихідних через мобільні програми Hilton China, включаючи iOS, Android і міні-програму WeChat.

Дотримуючись своєї стратегії цифрових інновацій, Hilton продовжує працювати над створенням виняткових онлайн-вражень для гостей. Щоб задовольнити їхні різноманітні потреби, що постійно розвиваються, компанія Hilton досліджує різні канали та платформи, які можуть забезпечити гостей бездоганним онлайн-переживанням. У 2017 році компанія Hilton почала співпрацювати з основними платформами ОТА в Китаї, щоб пропонувати клієнтам додаткові онлайн-послуги; запустив китайський додаток Hilton Honors у 2018 році; і відкрив корпоративний флагманський магазин Hilton на Fliggy у 2019 році. Представлення Xiao Xi тепер забезпечує додаткову онлайн-платформу для надання виняткових послуг гостям.

Також Компанія Hilton шукає способи використання досягнень штучного інтелекту для адаптації до мінливих потреб мандрівників . Тому компанія тестує нові функції, які дозволять їй глибоко персоналізувати бронювання та перебування гостей.

Отже, готельна мережа Hilton Hotels постійно розвивається та впроваджує нові технології та підходи для поліпшення якості своїх послуг та забезпечення комфортного перебування гостей у своїх готелях.

РОЗДІЛ II

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖІ HILTON HOTELS У СВІТІ

2.1. Загальна характеристика діяльності готельної мережі HILTON HOTELS

Готельна мережа Hilton Hotels є однією з найбільших та найвідоміших готельних мереж у світі, яка налічує понад 7200 готелів у понад 122 країнах. Кожен готель мережі Hilton Hotels має свою унікальну архітектуру та дизайн, проте всі вони дотримуються високих стандартів якості та обслуговування.

Одним з головних принципів компанії є підтримка високих стандартів обслуговування та гостинності. Hilton надає велику увагу навчанню та розвитку свого персоналу, щоб забезпечити максимально комфортний відпочинок своїм гостям. Крім того, компанія активно працює над розробкою та впровадженням нових технологій для поліпшення якості обслуговування[4].

Hilton Hotels займається розробкою, управлінням та франчайзингом готельних власностей. Станом на 30 червня 2020 року близько 98% номерів під брендом Hilton перебували в управлінні або франчайзі незалежним операторам і компаніям. Практика франчайзингу популярна в індустрії гостинності серед більшості великих готельних мереж, оскільки материнській компанії не потрібно оплачувати утримання та накладні витрати франчайзингового майна. Франчайзі повинні дотримуватися суворих стандартів бренду, щоб підтримувати ліцензійну угоду з Hilton. Проте багатьма флагманськими об'єктами Hilton, аеропортами та найбільшими курортами керує компанія.

Він активно працює над підвищенням рівня сервісу та зручності для своїх гостей. Hilton Hotels постійно розробляє нові технології та підходи до забезпечення комфортного перебування гостей у своїх готелях, а також вдосконалює свої програми лояльності та інші послуги для покращення досвіду перебування гостей.

Hilton Hotels відома своєю відповідальністю перед суспільством та довкіллям. Вона активно працює над зменшенням впливу своєї діяльності на довкілля, забезпеченням екологічно чистого середовища для гостей та працівників, а також підтримкою соціальних та благодійних ініціатив. Також, Hilton Hotels бере активну участь в благодійних програмах. Компанія підтримує ряд глобальних благодійних ініціатив, включаючи програму підтримки дітей з обмеженими можливостями Special Olympics та допомогу жертвам стихійних лих.

Проведемо аналіз динаміки рівня завантаження готельної мережі Hilton (табл. 2.1)[2]. Так, у 2018 р. порівняно з 2017 р. рівень завантаження готелів зріс на 0,3%. За період із 2012 по 2018 р. рівень завантаження готелів зріс на 4,7%. Тобто рівень завантаження практично кожний рік зростає за винятком 2016 р. Найбільший темп росту за досліджуваний період порівняно з базисним роком спостерігався у 2018 р. і становив 1,07 рази. Найбільший темп приросту спостерігався у 2014 р. і порівняно з 2013 р. становив 3,18%. За період із 2012 по 2018 р. у середньому щорічно у мережі готелів Hilton рівень завантаження становив 74,24%. За досліджуваний період рівень завантаження готелів у середньому щорічно збільшувався на 0,78%.

Таблиця 2.1

**Динаміка рівня завантаження готельної мережі Hilton за 2012–2018
рр.[2]**

Рік	Рівень завантаження %	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту %	
		$\Delta_{\text{ц}}$	$\Delta_{\text{б}}$	$T_{\text{рц}}$	$T_{\text{рб}}$	$T_{\text{прц}}$	$T_{\text{прб}}$
2012	71,1	...	0,00	...	1,00	...	0,00
2013	72,3	1,20	1,20	1,02	1,02	1,69	1,69
2014	74,6	2,30	3,50	1,03	1,05	3,18	4,92
2015	75,4	0,80	4,30	1,01	1,06	1,07	6,05
2016	75	-0,40	3,90	0,99	1,05	-0,53	5,49
2017	75,8	0,50	4,40	1,01	1,06	0,67	6,19
2018	75,8	0,30	4,70	1,00	1,07	0,40	6,61

Для подальшого аналізу діяльності готельної мережі звернемося до показника ADR (Averagedaily room rate) (табл. 2.2). Виходячи з табл. 2.2, у 2018 р. порівняно з 2017 р. середня ціна за номер у готелях мережі Hilton

збільшилася на 2,44 дол. США. За період із 2012 по 2018 р. середня ціна за номер у готелях збільшилася на 15,87 дол. США, що могло дещо сповільнити зростання рівня завантаження у 2018 р. порівняно з 2017 р. Найбільший темп росту за досліджуваний період порівняно з базисним роком спостерігався у 2018 р. і становив 1,12 рази. Найбільший темп приросту спостерігався у 2013 р. порівняно з 2012 р. і становив 3,91%. За період із 2012 по 2018 р. у середньому щорічно у мережі Hilton середня ціна номерного фонду становила 140,88 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів у середньому щорічно збільшувався на 2,65 дол. США.

Таблиця 2.2

Аналіз динаміки показника середньої ціни за номер готельної мережі Hilton за 2012-2018 роки[2]

Рік	ADR, дол США	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту	
		$\Delta_{\text{ц}}$	$\Delta_{\text{б}}$	$T_{\text{рц}}$	$T_{\text{рб}}$	$T_{\text{прц}}$	$T_{\text{прб}}$
2012	131,35	...	0,00	...	1,00	...	0,00
2013	136,49	5,14	5,14	1,04	1,04	3,91	3,91
2014	141,52	10,17	10,17	1,04	1,08	3,69	7,74
2015	141,19	9,84	9,84	1,00	1,07	-0,23	7,49
2016	143,63	12,28	12,28	1,02	1,09	1,73	9,35
2017	144,78	13,43	13,43	1,01	1,10	0,80	10,22
2018	147,22	15,87	15,87	1,02	1,12	1,69	12,08

2.2. Основні марки та управління готельною мережею

Готельна мережа Hilton Hotels має кілька основних марок, кожна з яких спрямована на різний сегмент ринку готельних послуг. Всі вони представлені в таблиці 2.3

Таблиця 2.3

Бренди готельної мережі Hilton у 2019 році[2]

Назва бренду	Лого	Категорія	Кількість готелів	Кількість країн	Кількість номерів	Частка, %
Conrad		Люкс	33	22	10625	1,2
Waldorf Astoria Hotels & Resorts		Люкс	31	14	10502	1,2

Продовження таблиці 2.3

LXR	L X R	Люкс	1	1	234	-
Hilton Hotels & Resorts		Верхній високий рівень	586	94	215623	23,6
Embassy Suites		Верхній високий рівень	253	6	58858	6,4
Curio		Верхній високий рівень	68	22	13569	1,5
Canopy By Hilton		Верхній високий рівень	8	4	1244	0,1
Hilton Garden Inn		Висококласний	815	40	118675	13,0
DoubleTree by Hilton		Висококласний	559	45	130714	14,3
Homewood Suites by Hilton		Висококласний	482	3	54836	6,0
Tapestry collection by Hilton		Висококласний	18	1	2559	0,3
Motto		Верхній середній клас	-	-	-	-
Hampton by Hilton		Верхній середній клас	2433	25	250310	27,4
Home2 Suites by Hilton		Верхній середній клас	290	2	30125	3,3
Tru by Hilton		Середній	53	1	5019	0,6
Hilton Grand Vacations		Таймшер	51	4	8367	0,9

1. Conrad Hotels & Resorts - що охоплює 45 готелів на п'яти континентах, створив бездоганний зв'язок між сміливим дизайном, вражаючими враженнями та підібраним сучасним мистецтвом, щоб надихнути сумлінного мандрівника. Conrad — це місце, де гості можуть досліджувати завдяки інтуїтивно зрозумілому сервісу та досвіду, який справді пов'язує їх із місцевою культурою. На додаток до відзначених нагородами готельних пропозицій, бренд також пропонує розширення портфолію житлових будинків, що поєднує вишуканий дизайн, найкращі у своєму класі зручності та цілеспрямоване обслуговування в надихаючих напрямках[13].

2. Waldorf Astoria Hotels & Resorts - це портфолію з понад 30 культових об'єктів, які створюють унікальне відчуття місця з незмінною відданістю елегантному сервісу, унікальним враженням і кулінарним досвідом у визначних місцях по всьому світу. Натхненні своїм позачасовим середовищем і щиро елегантним обслуговуванням, готелі Waldorf Astoria створюють відчуття без зусиль, створюючи справжнє відчуття місця для гостей завдяки приголомшливій архітектурі, культовій алеї Павичів, вишуканим колекціям мистецтва та вишуканим зручностям у номерах. На додаток до готельних пропозицій світового рівня, Waldorf Astoria може похвалитися глобальним портфолію житлових будинків, які забезпечують комфорт приватного будинку в поєднанні з неперевершеними зручностями та високоякісним обслуговуванням. Waldorf Astoria є частиною Hilton, провідної світової гостинної компанії. waldorfastoria.com або через провідний у галузі додаток Hilton Honors[29].

3. LXR Hotels & Resorts - це ретельно підібрана колекція незалежних і енергійних розкішних готелів, які відзначають вічне прагнення до особистих пригод. Знайдений у найпривабливіших напрямках світу, LXR об'єднує легендарні заклади в ексклюзивну мережу готелів, які відрізняються індивідуальним дизайном, неперевершеною прихильністю до персоналізованого обслуговування та елегантними, але захоплюючими враженнями для гостей. Кожна властивість має власний чарівний родовід,

історію та характер, які просякнуті оригінальністю місцевості та забезпечують розкішну базу для досліджень для заінтригованого, але вибагливого шукача пригод. LXR Hotels & Resorts є частиною Hilton, провідної світової гостинної компанії, і кожен готель користується перевагами компанії Hilton і її відзначеної нагородами програми Hilton Honors.

4. Hilton Hotels & Resorts - Понад століття компанія Hilton Hotels & Resorts встановлює стандарти гостинності в усьому світі, надаючи нові інноваційні продукти та послуги, щоб задовольнити потреби гостей, що постійно розвиваються. Маючи понад 600 готелів на шести континентах, готелі Hilton Hotels & Resorts розташовані в найбільш затребуваних місцях у світі для гостей, які знають, що місце їхнього проживання має значення[16].

5. Embassy Suites by Hilton - один із 19 провідних брендів Hilton на ринку, прагне доставляти те, що є найважливішим для мандрівників. Висококласний бренд із повним набором послуг пропонує як туристам, так і діловим мандрівникам доступний, найкращий у своєму класі досвід із двокімнатними люксами, безкоштовним сніданком на замовлення, привабливими відкритими атриумами, цілодобовими фітнес-центрами та безкоштовним вечірнім прийомом. Embassy Suites by Hilton пропонує понад 260 відкритих готелів із 42 об'єктами, що знаходяться на стадії розробки[20].

6. Curio Collection by Hilton - це глобальне портфоліо з понад 135 унікальних висококласних готелів і курортів, відібраних за їхнім індивідуальним характером та індивідуальністю. Об'єкти Curio Collection пропонують гостям можливість відчувати незалежні готелі, які пропонують унікальний досвід завдяки місцевим пропозиціям, вишуканим стравам і напоям, зручностям і дизайну преміум-класу, водночас забезпечуючи переваги Hilton та її відзначену нагородами програму лояльності Hilton Honors

7. Canopy by Hilton - це вишуканий бутик-бренд, який надає гостям і місцевим жителям місце для відпочинку та зарядки сил завдяки простому, індивідуальному обслуговуванню, комфортним приміщенням, енергійній атмосфері місцевої їжі та напоїв і продуманому місцевому вибору. Кожен

готель спроектований як природне продовження свого району та забезпечує свіжий підхід до гостинності та досвіду гостей. Портфоліо Canopy включає понад 35 відкритих об'єктів по всьому світу, понад 30 з яких знаходяться на стадії розробки в 18 країнах і територіях.

8. Hilton Garden Inn - Удостоєний нагород бренд Hilton Garden Inn пропонує гостям, які приїжджають у бізнес і на відпочинок, висококласні номери за доступною ціною та сучасні зручності, щоб відчутти враження просто на новому рівні. Hilton Garden Inn Promise підтверджує мету бренду зробити перебування кожного гостя кращим і яскравішим. Гарантовано. Маючи понад 970 готелів у 57 країнах і територіях по всьому світу, бренд гарантує, що сучасні зайняті мандрівники отримають яскраві та задоволені враження, починаючи з першого привітання.

9. DoubleTree by Hilton - це глобальне портфоліо, що швидко зростає, із 660 готелів із понад 150 000 номерів у 51 країні та території. Понад 50 років DoubleTree by Hilton продовжує залишатися символом комфорту для ділових мандрівників і туристів у всьому світі, починаючи від зустрічі гостей своїм фірмовим теплим шоколадним печивом DoubleTree і закінчуючи обслуговуванням місцевої громади. DoubleTree by Hilton пропонує сучасні номери та зручності, включаючи унікальні страви та напої, найсучасніші фітнес-пропозиції та приміщення для зустрічей і заходів[23].

10. Homewood Suites by Hilton - відзначений нагородами готельний бренд Hilton, що включає лише люкси, має понад 530 місць, де дозволено проживання з домашніми тваринами в США, Мексиці, Канаді та Карибському басейні, а також понад 115 готелів .в трубопроводі. Homewood Suites by Hilton пропонує затишні простори люкси з окремими зонами вітальні та спальні, а також повністю обладнаною кухнею з повнорозмірним холодильником для гостей, які шукають домашнє житло під час тривалої або швидкої ночівлі. Додаткові зручності, орієнтовані на вартість, включають безкоштовний Wi-Fi і безкоштовний гарячий сніданок. Homewood Suites by Hilton зосереджується на задоволенні гостей і забезпечує 100% гарантію Suite Assurance.

11. Tapestry Collection by Hilton - це портфоліо зі 100 оригінальних готелів, які пропонують гостям унікальний стиль і яскраву індивідуальність, заохочуючи їх зв'язатися з місцем призначення та насолодитися освіжаючими незвичайними враженнями від проторених шляхів. У той час як кожна нерухомість має унікальну історію, кожна власність Tapestry Collection об'єднує надійність, яка приходить від імені Hilton, на додаток до переваг відзначеної нагородами програми Hilton Honors.

12. Motto by Hilton - це міський готельний бренд, створений для того, щоб допомогти гостям жити як місцеві жителі в кращих місцях по всьому світу. Motto by Hilton обслуговує мандрівників, які шукають унікальних вражень, об'єднуючи найкращі елементи стилю життя готелю – центральне розташування міста, сучасний дизайн, найкращу їжу та напої в цьому районі та місцеву атмосферу. Motto by Hilton пропонує гнучкі та інноваційні умови гостинності завдяки таким елементам, як перші у своєму роді суміжні кімнати для групових подорожей, жваві громадські простори, а також кав'ярня та бар для роботи та спілкування гостей і місцевих жителів.

13. Hampton by Hilton - Будучи франшизою номерів № 1 за останні 14 років за версією Entrepreneur, Hampton by Hilton, включаючи Hampton Inn by Hilton і Hampton Inn & Suites by Hilton, обслуговує мандрівників, які орієнтуються на якість і цінують цінність, у понад 2800 помешканнях у 36 країн і територій по всьому світу. Бренд продовжує лідирувати у своєму сегменті, надаючи гостям високоякісні, продумано спроектовані номери та зручності, такі як сучасні та просторі номери, безкоштовний Wi-Fi та безкоштовний гарячий сніданок. Компанія Hampton by Hilton прагне надавати винятково доброзичливе та автентичне обслуговування, яке забезпечується 100% гарантією Hampton Guarantee™[16, 24].

14. Home2 Suites by Hilton - один із найшвидше зростаючих брендів в історії Hilton, — це відзначена нагородами концепція готелю середнього рівня, що складається з усіх люксів, для тривалого проживання, розроблена для того, щоб запропонувати стильні номери з гнучкою конфігурацією номерів і

натхненні зручностями для економних гостей та їхніх домашніх тварин. Прагнучи до екологічно чистих продуктів і готельних операцій, Home2 Suites by Hilton пропонує безкоштовний гарячий сніданок, інноваційний та адаптований дизайн номерів, пральні та фітнес-зони, безкоштовний Wi-Fi, численні відкриті простори, цілодобові бізнес-центри, просторі громадські простори та дружнє середовище для домашніх тварин. Home2 Suites by Hilton має понад 570 відкритих готелів із 640 дюймами розвитку.

15. Tru by Hilton - це революційний готельний бренд із 235 відкритими локаціями по всій Америці, які пропонують гостям незмінні та веселі враження за доступною ціною. Енергійний, спрощений і цінний Tru by Hilton створений для привабливості між поколіннями. Ефективно спроектовані сучасні номери оснащені столами, що пересуваються, великими вікнами для природного освітлення та світлими просторими ванними кімнатами. Гості можуть насолодитися безкоштовним гарячим сніданком і безкоштовним Wi-Fi. Закуси преміум-класу, легкі закуски, вино та пиво на одну порцію можна придбати в цілодобовому ресторані Eat. & Sip. ринку.

16. Hilton Grand Vacations - З моменту свого виходу на ринок нерухомості для відпочинку у 1992 році Hilton Grand Vacations є лідером у галузі, розробляючи та керуючи видатною колекцією висококласних нерухомостей для відпочинку у найкращих місцях у Сполучених Штатах, Європі та в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Ми розвинули систему власності на відпустку, щоб запропонувати один із найбільш інноваційних і гнучких продуктів у нашій галузі[16, 24].

Ціна на розміщення в готелях різних марок мережі Hilton Hotels може значно відрізнитись залежно від країни, міста та сезону. Однак, у загальному, середня ціна на номер в готелях мережі Hilton Hotels на початок 2023 року зазначена в таблиці 2.4.

Середня ціна на номер в готелях мережі Hilton[12, 24]

Готелі	Ціна за ніч
Hilton Hotels & Resorts	від \$100 до \$500
Waldorf Astoria Hotels & Resorts	від \$300 до \$1000
Conrad Hotels & Resorts	від \$200 до \$800
Canopy by Hilton	від \$100 до \$300
DoubleTree by Hilton	від \$100 до \$300
Embassy Suites by Hilton	від \$120 до \$350
Hilton Garden Inn	від \$70 до \$200
Hampton by Hilton	від \$70 до \$200
Homewood Suites by Hilton	від \$100 до \$300
Home2 Suites by Hilton	від \$80 до \$250

Зазначу, що ціни можуть змінюватись залежно від багатьох факторів.

Отже, готельна мережа Hilton Hotels має велику кількість марок, що дає можливість задовольнити потреби різних сегментів клієнтів та пропонувати різні рівні комфорту та цінової політики.

Старший офіс Hilton відповідає за управління низкою функціональних і географічних підрозділів, а також тому, що сама компанія поділяє свою власність і, отже, свою діяльність на три сфери:

1. Право власності: власність, якою безпосередньо володіє Hilton.
2. Управління та франшиза: нерухомість, якою керує Hilton, або передається за франшизою іншим особам.
3. Таймшер: Таймшер Hilton (Grand Vacations).

Перші два підрозділи – власність, управління та франшиза – підпорядковуються Hilton Hotels & Resorts, тоді як третій – таймшер – підпадає під Hilton Grand Vacations, яка була повністю окремою організацією з моменту виділення з Hilton Hotels & Resorts а публічна компанія в 2008 році.

Виділення таймшерів Hilton в окрему компанію було частиною ініціатив генерального директора Крістофера Дж. Нассетти з реструктуризації, які були запроваджені невдовзі після того, як він очолив бізнес у 2007 році. У цей час Нассетта запровадив низку змін, зокрема:

- поступова реструктуризація вищого керівництва.

- поліпшення комунікації між готелями Hilton та окремими бізнес-підрозділами.
- перенесення головного офісу компанії з Беверлі-Гіллз, штат Каліфорнія, до міста Маклін, штат Вірджинія.
- покращення організаційної культури з метою сприяння єдності та підвищення швидкості процесу прийняття рішень на всіх рівнях.

Hilton також підкреслює, що за допомогою цінностей компанії, керівництва та активної участі всього персоналу, таких як хороші показники операційного середовища, створюються умови, які включені в систему управління ефективністю готелю Hilton - цілі з управління ефективністю і є основою для розробки системи управління ефективністю, що є фундаментом розвитку[9]. Вони повинні бути розроблені відповідно до принципу: зрозумілі, вимірні, досяжні і реалістичні. Відділ кадрів погодився підтримувати постійне спілкування з персоналом спираючись на власну розробку планів діяльності, реалізованих з урахуванням оцінки ефективності. Результати оцінки Hilton не тільки в заробітній платі персоналу, але й пов'язані з нею результати діяльності будуть використовуватися при навчанні персоналу, просуванні по службі, зміні гвардії та в інших сферах, з якими тісно пов'язаний кар'єрний розвиток персоналу. Результати діяльності Hilton в управлінні процесом обробки поділяються на чотири типи: Відбір, навчання та розвиток потенційного персоналу, звільнення, просування по службі та винагороди.

2.3. Просторове поширення закладів HILTON HOTELS

Hilton Hotels & Resorts є однією з найбільших і найвідоміших готельних мереж у світі. Станом на 2023 рік, Hilton має понад 7000 готелів у 122 країнах і регіонах. Просторове поширення закладів Hilton охоплює практично всі континенти, забезпечуючи комфортне проживання як для бізнес-туристів, так і для туристів, що подорожують з метою відпочинку[16].

Будучи американською компанією, у 2021 році більшість об'єктів Hilton, знаходились у Сполучених Штатах. Однак компанія також керувала сотнями

готелів в решті Америки, Європи, Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Близького Сходу й Африки.

Якщо подивитися на регіональний сегмент готельних номерів Hilton у всьому світі , то понад 700 тисяч номерів розташовано в США, а потім понад 120 тисяч – в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. У США компанія входить до Американського індексу задоволеності клієнтів (ACSI) уже більше десяти років. Також у 2022 році більшість готелів Hilton Worldwide Holdings Incorporated розташовані в США. Загальна кількість готелів у цьому регіоні становила 5441. Другу за величиною частку готелів Hilton Worldwide можна знайти в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де компанії належало 624 об’єкти.



Рис. 2.1 Поширення готелів у світі на 2023 рік [24]

Таблиця 2.5

Динаміка кількості номерного фонду готельної мережі Hilton у світі за макрорегіонами у 2016–2018 рр. [2]

Макрорегіон	Роки		
	2016	2017	2018
США	592774	626421	658463
Європа	75962	81759	87317
Азіатсько-Тихоокеанський	59304	67837	79971

Продовження таблиці 2.5

Америка(за винятком США)	43283	46952	51613
Середній Схід та Африка	23191	23036	25529

Розглянемо динаміку кількості номерного фонду готельної мережі Hilton у світі за макро- регіонами у 2016–2018 рр. (табл. 2.5).

За період 2016–2018 рр. номерний фонд готельної мережі Hilton демонстрував загальний ріст, тільки у регіоні Середнього Сходу та Африки був зафіксований спад у 2017 р.

Найбільший ріст кількості номерного фонду був зафіксований у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – +34,85%, на другому місці опинилася Америка (за винятком США) за темпу приросту +19,25%, на третьому місці – Європа – +14,95%, на четвертому – США +11,8%, на п'ятому – Середній Схід та Африка – +10,08%.

Найбільша кількість номерного фонду в 2018 р. спостерігалася у США, а найменша – у макрорегіоні Середній Схід та Африка.

У 2022 році у Азіатсько-Тихоокеанському макрорегіоні кількість номерного фонду становила понад 120 тисяч, і якщо порівнювати з даними, які є в нас в таблиці до 2018 року, то ми можемо зрозуміти, що цей регіон продовжував розвиватися дуже великими кроками.

Поширення готелів в Європі

Hilton має представництва у багатьох країнах Європи, зокрема в Австрії, Бельгії, Хорватії, Чеській Республіці, Данії, Франції, Німеччині, Угорщині, Ірландії, Італії, Латвії, Литві, Нідерландах, Норвегії, Польщі, Україні, Португалії, Словаччині, Іспанії, Швеції, Швейцарії, Туреччині та Великій Британії, тощо.

На даній карті, що дає нам офіційний сайт Hilton не зазначено всі країни Європи, в яких є готелі та не показано їх кількість.



Рис. 2.2 Поширення готелів Hilton Hotels в Європі [24]

У різних країнах Європи Hilton пропонує різні типи готелів, від розкішних готелів класу "люкс" до бізнес-готелів та готелів середнього класу, що задовольняють потреби туристів з різним бюджетом.

Європа є регіоном з багатою історією та культурним наслідком, тому готелі в цьому регіоні можуть мати свої особливості. Готелі в Європі можуть мати історичну архітектуру та декорації, такі як старовинні будівлі або кам'яні замки, які були перетворені на готелі. Також цей регіон славиться своїми спа-послугами, багато готелів у регіоні пропонують послуги спа-центрів та курортів з термальною водою, щоб забезпечити гостям максимальний релакс. У кожній країні є свої страви та кулінарні традиції, які можуть бути різними від західноєвропейських. Готелі в регіоні можуть пропонувати місцеву кухню та традиційні страви, щоб доповнити готельний досвід туристів. Також багато готелів знаходяться в природних місцях, таких як гірські курорти або національні парки, тобто країни Скандинавії. Це може надати гостям можливість насолоджуватися красою природи та проводити активний відпочинок. Hilton також будує багато готелів у центрі міст, неподалік від визначних пам'яток та туристичних об'єктів. Та більшість таких готелів мають конференц-зали та бізнес-центри для тих, хто подорожує з робочою метою.

Курортних готелів Hilton в Європі налічується 25. Найдорожчий з них знаходиться в Італії, готель Rome Cavalieri розташований на вершині найвищого пагорба Риму, звідки відкривається панорамний вид. Найдешевший знаходиться в Іспанії. Зрівнявши ці два готелі, можу сказати, що вони не мають великої різниці в надані послуг та інтер'єрі, адже Hilton Hotels завжди піклуються про комфорт та яскраві емоції своїх гостей.

Поширення готелів в Америці

Hilton Hotels є одним з найбільших операторів готелів у США. Ця мережа готелів має понад 5000 готелів у всіх штатах країни.

Розташування готелів Hilton є зручним, як для туристів, так і для місцевих жителів. У більш ніж 100 містах США, включаючи Нью-Йорк, Лас-Вегас, Чикаго, Лос-Анджелес, Сан-Франциско та Вашингтон. Багато готелів мають зручний доступ до місцевих визначних пам'яток та інших туристичних об'єктів.



Рис. 2.3 Поширення готелів Hilton Hotels в Америці [24]

Готелі дотримуються високих стандартів які забезпечують відповідність якості і безпеки для своїх гостей. Нововведенням у 2020 році із початком світової пандемії стало те, що готелі Hilton в Америці використовують програму "Hilton CleanStay", яка забезпечує додаткові заходи з дезінфекції та

очищення, щоб забезпечити безпечну та чисту середу для гостей. В рамках програми готелі також запроваджують обмеження на кількість людей у ліфтах та громадських приміщеннях, а також забезпечують безконтактну оплату та інші заходи для запобігання поширенню COVID-19.

Американські готелі Hilton різняться за розміром, від розкішних великих готелів до менших бутик-готелів. Також є готелі для різних бюджетів та типів подорожей - від розкішних готелів у центрі міста до готелів в аеропортах та на околицях міст.

Компанія підтримує та має різні програми, які спрямовані на підтримку місцевих спільнот, такі як програма "Room to Read", яка підтримує освіту та грамотність дітей в країнах з низьким рівнем розвитку (у Південній та Південно-Східній Азії), або програма "Hilton Effect Foundation", яка надає допомогу відчутним способом в більш ніж 100 країнах світу[22].

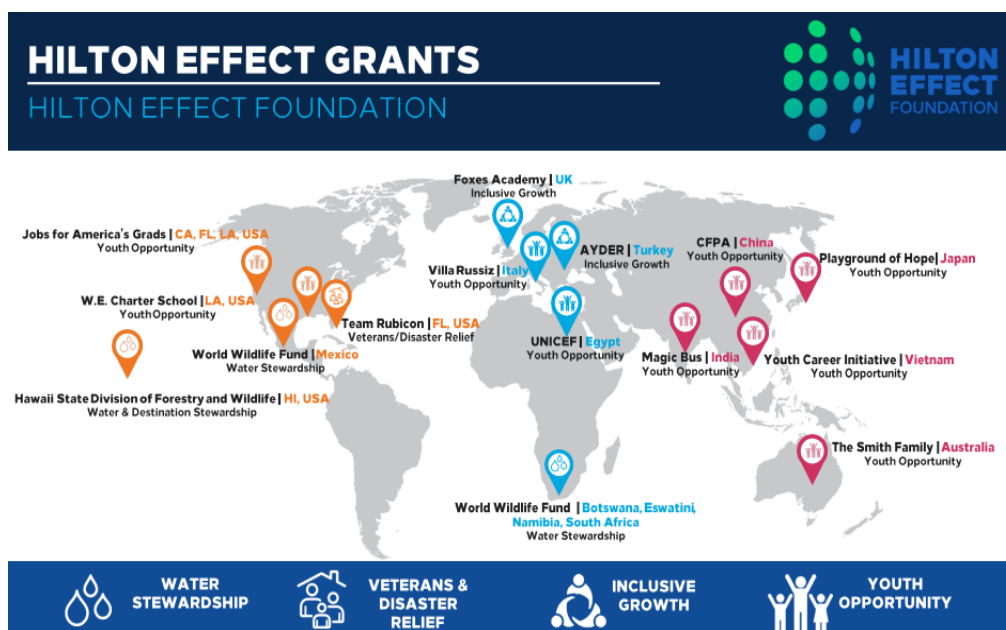


Рис. 2.4 "Hilton Effect Foundation" [15]

У загальному, готелі Hilton в Америці пропонують різноманітні послуги та високу якість обслуговування, які роблять їх популярними серед подорожуючих.

Поширення готелів в Африці

Мережа Hilton Hotels працює в Африці з 1959 року, коли було відкрито перший готель Hilton у Каїрі, Єгипті. З того часу мережа постійно розширює свою присутність в регіоні.

На даний момент, мережа Hilton Hotels має понад 40 готелів на території Африки, розташованих у більш ніж 20 країнах. Більшість готелів знаходяться в великих містах, таких як Каїр, Лагос, Кейптаун, Дар-ес-Салам, Абуджа та інші.

Найбільша кількість готелів мережі Hilton Hotels в Африці знаходиться у Єгипті. На сьогоднішній день, у Єгипті мережа Hilton Hotels має 17 готелів, що розташовані у Каїрі, Шарм-ель-Шейху, Александрії, Хургаді, Луксорі та інших містах. У більшості готелів є великі конференц-зали, ресторани, спа-центри та інші послуги для гостей[17, 24].

У Південній Африці мережа Hilton Hotels має 13 готелів, що знаходяться у містах, таких як Кейптаун, Йоганнесбург, Дурбан та Порт-Елізабет. Готелі мережі Hilton в Південній Африці пропонують різноманітні послуги для гостей, включаючи ресторани з місцевою та міжнародною кухнею, бари, спа-центри, басейни та фітнес-центри. Одним з найбільших готелів мережі Hilton Hotels в Африці є Hilton Cairo Heliopolis у Каїрі, Єгипті, який має більше 580 номерів та більше 15 конференц-залів. Крім того, у готелі є басейн, фітнес-центр, спа-центр, ресторани та бари. Ще один відомий готель мережі в Африці - Hilton Nairobi в Кенії, який є одним з найстаріших готелів мережі у регіоні. Готель був відкритий у 1969 році та з тих пір зазнав багатьох реконструкцій. На сьогодні, у готелі є понад 280 номерів, конференц-зали, ресторани та інші зручності.

управління проектами. Інший проект полягає в підтримці жінок-фермерів у Танзанії та забезпеченні їх доступом до ресурсів та технологій для підвищення продуктивності та доходів[22].

Крім того, мережа готелів Hilton Hotels в регіоні Африки докладає зусиль для зменшення негативного впливу своєї діяльності на довкілля. Компанія працює над зменшенням використання пластику та одноразових матеріалів у своїх готелях, впроваджує програми з ефективного використання енергії та води, а також сприяє збереженню біорізноманіття в окремих регіонах.

Поширення готелів в Азії та Близькому Сході

Мережа готелів Hilton Hotels має значну присутність в Азії та на Близькому Сході, з понад 772 готелями у 22 країнах регіону. Мережа займає провідну позицію у готельній індустрії і продовжує активно розширювати свою присутність в цих регіонах.

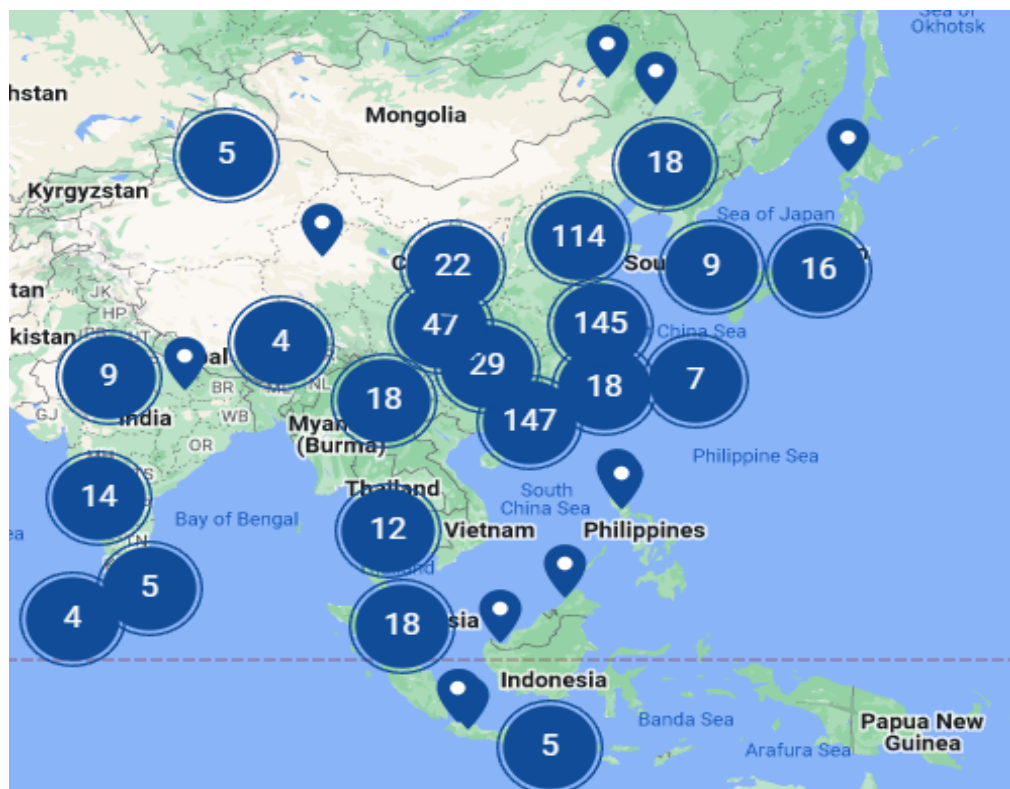


Рис 2.6 Поширення готелів Hilton Hotels в Азії [24]

Азія є важливим ринком для мережі готелів Hilton. Найбільшим ринком для компанії в Азії є Китай, де мережа має 557 готелів. У Шанхаї відкритий

величезний готель Hilton Shanghai Hongqiao з 672 номерами, який є одним з найбільших готелів мережі в світі. В Китаї також є багато готелів під брендом DoubleTree by Hilton, які відомі своєю комфортною обстановкою та відмінним сервісом.

Велика кількість готелів знаходиться в найбільших містах, таких як Шанхай, Пекін та Гуанчжоу, а також в інших важливих туристичних місцях, таких як Ханчжоу та Санья. У 2019 році Hilton відкрила свій перший готель в Гонконгу, який зайняв першу лінію набережної в центрі міста.

У Японії мережа готелів Hilton має декілька готелів, включаючи готель Hilton Tokyo, який розташований в самому серці міста. Готелі Hilton в Японії часто мають традиційний японський дизайн та архітектуру, що додає їм особливого шарму. У Токіо також є кілька готелів під брендом Conrad, які є одними з найрозкішніших готелів мережі у світі.

Таїланд є ще одним важливим ринком для мережі готелів Hilton в Азії. Готель Hilton Pattaya розташований на пляжі та має вражаючі види на море, а готель Hilton Phuket Arcadia Resort and Spa є одним з найбільших готелів на острові Пхукет.

У В'єтнамі мережа готелів Hilton відкрила кілька готелів, включаючи Hilton Hanoi Opera та Hilton Garden Inn Hanoi. У Малайзії компанія має готелі в Куала-Лумпурі та на острові Лангкаві. Готелі Hilton в В'єтнамі пропонують розкішні номери та відпочинкові зони, а також велику кількість ресторанів та барів, де гості можуть скуштувати місцеву кухню та насолодитися коктейлями[24].



Рис 2.7 Поширення готелів Hilton Hotels на Близькому Сході [24]

На Близькому Сході мережа готелів Hilton має декілька готелів в країнах, таких як Оман, Катар та ОАЕ. У Дубаї готелі мережі включають серед себе такі видатні об'єкти, як Waldorf Astoria Dubai Palm Jumeirah, Conrad Dubai та Hilton Dubai Jumeirah Beach. Крім того, у Саудівській Аравії мережа має кілька готелів, включаючи Hilton Riyadh Hotel & Residences та Hilton Garden Inn Riyadh Olaya.

У Індії мережа готелів Hilton має значну присутність, починаючи з готелів Hilton Mumbai International Airport та Hilton Chennai, і закінчуючи готелями під брендом DoubleTree by Hilton та Conrad. У Колкаті відкритий готель Hilton Kolkata, який пропонує розкішне проживання в елегантному середовищі.

У Сінгапурі мережа готелів Hilton має кілька готелів, включаючи Conrad Centennial Singapore та Hilton Singapore. Готель Hilton Singapore пропонує широкий вибір номерів та відмінний сервіс, а також розташований в центрі міста.

У Кореї Південної мережа готелів Hilton має кілька готелів, включаючи Conrad Seoul та Hilton Gyeongju. Готель Conrad Seoul розташований в одному з найбільш модних районів міста та пропонує розкішне проживання та найсучасніші зручності.

Зважаючи на швидко зростаючу економіку та туризм у регіоні, мережа готелів Hilton активно розширює свою присутність в Азії. Hilton запустив новий бренд готелів для молодих подорожуючих під назвою "Motto by Hilton". Перший готель цього бренду відкрили в головному місті Грузії, Тбілісі, і він був успішно прийнятий гостями. Інші готелі бренду "Motto by Hilton" відкрили в Китаї, Японії та Філіппінах.

Також в Азії дуже популярні розкішні курорти, і мережа готелів Hilton не могла не приділяти увагу цьому сегменту готельного бізнесу. У Мальдівах Hilton має декілька розкішних курортів на приватних островах, таких як Conrad Maldives Rangali Island та Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi. У Таїланді Hilton також має розкішний курорт на острові Пхукет - Hilton Phuket Arcadia Resort and Spa.

Крім того, мережа готелів Hilton активно працює над впровадженням нових технологій у своїх готелях в Азії. Наприклад, в готелі Hilton Singapore використовуються інноваційні технології для забезпечення безпеки гостей, такі як система безконтактної реєстрації за допомогою мобільного телефону, а також розумні системи керування енергоспоживанням та кондиціонуванням повітря. Такі ініціативи сприяють поліпшенню якості обслуговування та розширенню клієнтської бази в регіоні[1].

Поширення в Австралії та Океанії

З мережею готелів Hilton в Австралії пов'язано багато історій успіху та інновацій. На сьогоднішній день, Hilton володіє одним з найбільших портфоліо готелів у країні, що охоплює майже всі штати та території.

Загалом, в Австралії налічується приблизно 18 готелів мережі Hilton, серед яких є готелі класу «люкс», такі як Hilton Sydney, DoubleTree by Hilton Esplanade Darwin та Hilton Surfers Paradise Hotel & Residences. Останній з них розташований на знаменитому пляжі Gold Coast та пропонує розкішні номери та апартаменти з видом на океан.

Крім того, мережа готелів Hilton також присутня на південному заході Австралії з готелями у містах Перт та Аделаїда. Hilton Adelaide - один з

найкращих готелів міста та має більш ніж 400 номерів, що відповідає потребам як бізнес-подорожуючих, так і туристів.

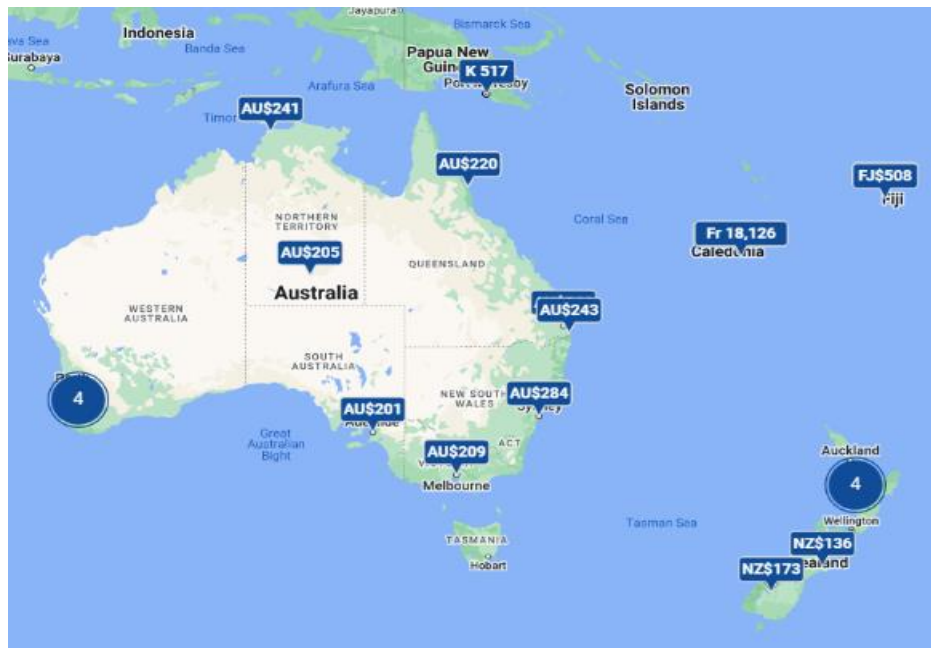


Рис 2.8 Поширення готелів Hilton Hotels в Австралії та на тихоокеанських островах [24]

Мережа готелів Hilton також активно розширює свою присутність на островах Тихого океану. Наприклад, в Гуамі є два готелі мережі Hilton: Hilton Guam Resort & Spa та DoubleTree by Hilton Hotel Guam. Готель Hilton Moorea Lagoon Resort & Spa на Французькій Полінезії пропонує розкішні бунгало на воді та над водою з прекрасним видом на лагуну. Hilton Bora Bora Nui Resort & Spa - ще один ексклюзивний готель на Французькій Полінезії, розташований на приватному острові в лагуні Бора-Бора.

Найбільш відомі готелі мережі Hilton у Південній Тихоокеанській області та Австралії Острів Фіджі є домівкою готелю Hilton Fiji Beach Resort & Spa, розташованого на узбережжі коралового рифу на північному заході Віту-Леву. Цей готель пропонує вілли з приватним басейном, просторі номери з балконами, ресторани з місцевою та міжнародною кухнею, коктейльні бари та спа-центр. Гості можуть насолоджуватися пляжем та заняттями водними видами спорту, такими як сноркелінг, дайвінг та віндсерфінг[24].

Ще один готель мережі Hilton на острові Фіджі – DoubleTree Resort by Hilton Hotel Fiji – знаходиться в районі Сонайалеї на заході острова Віту-Леву. Готель розташований на пляжі та має номери з видом на океан, спа-центр та відкритий басейн. Його гості можуть користуватися послугами кафе та ресторанів з місцевою та міжнародною кухнею, а також займатися водними видами спорту та заняттями на свіжому повітрі, такими як теніс та гольф.

На острові Норфолк, що належить Австралії, готель мережі Hilton – Broad Leaf Villas – пропонує вілли з терасами та видом на океан. Цей готель розташований в декількох кроках від пляжу та має власний басейн. Гості можуть насолоджуватися кавою та коктейлями в лаундж-барі, або замовляти обід чи вечерю в кафе, що пропонує страви з місцевих продуктів.

На острові Вануату, Hilton пропонує курорт Hilton Vanuatu Resort & Spa, розташований на пляжі Ефате. Цей готель має 148 номерів, кожен з яких має власний балкон або терасу з видом на океан. Також є кілька ресторанів, барів та спа-салон.

Узагалі, мережа готелів Hilton виявилася досить популярною в Австралії та на островах Тихого океану завдяки своєму репутаційному бренду та відповідним стандартам обслуговування. Готельський ланцюг Hilton Hotels & Resorts також відомий своєю екологічною ініціативою, що додає до його привабливості для багатьох туристів та подорожуючих.

2.4. Особливості надання послуг гостинності у мережі готелів Hilton Hotels

Мережа Hilton Hotels відома своїми високими стандартами обслуговування та широким спектром послуг, які вона пропонує, але деякі послуги у готелях можуть відрізнятись, це залежить від готелю та його розташування.

Після аналізу послуг готелів, я виділила основні послуги та зробила по ним таблицю 2.6.

Аналіз послуг готелів[20,24,26,28]

Класифікація послуг, які надаються у готелях Hilton Hotels					
Харчування	Обслуговування гостей	Фітнес і здоров'я	Відпочинок	Особливості готелю	Бізнес і робота
Безкоштовний сніданок, ресторан на території готелю, безкоштовний вечірній прийом, обслуговування номерів	Безкоштовна парковка, безкоштовний Wi-Fi, цифровий ключ, консьєрж, трансфер до аеропорта, зарядка EV	Закритий басейн, відкритий басейн, фітнес-центр, спа	Пляжний, гольф, теніс, лижі, казино	Суміжні номери, готельні резиденції, дозволяється розміщення з домашніми тваринами, не палити, потокове телебачення	Діловий центр, кімнати для переговорів

Також є унікальні послуги та зручності, які надаються мережею такі, як наприклад цифровий ключ, який дає можливість використання цифрових ключів через мобільний додаток «Hilton Honors», що дозволяє гостям використовувати свої смартфони, як ключі від номерів. Та є декілька спеціалізованих послуг, які пропонуються гостю:

- вибір подушок послуга включає в собі такі варіанти, як перо та пух, альтернативний пух тощо, гарантуючи, що гості можуть вибрати подушку, яка відповідає їхнім особистим уподобанням щодо комфорту. Зазвичай ця послуга надається безкоштовно в рамках зобов'язань готелю щодо комфорту гостей.
- консьєрж-сервіси для особливих випадків, ці послуги є досить комплексними, пропонуючи допомогу з будь-чим – від повсякденних запитів до екстраординарних питань. Консьєржі Hilton можуть допомогти з бронюванням столиків у ресторані,

квитками на заходи, організацією транспорту та навіть з унікальними запитами, як-от організація особливих випадків або пошук речей, які важко знайти.

Ці послуги створені, щоб зробити перебування більш комфортним, зручним і персоналізованим, що відображає прагнення Hilton до досконалості гостинності.

У сучасному світі гостинності, де конкуренція постійно зростає, розуміння відгуків клієнтів є ключовим фактором успіху для будь-якого готельного бренду. Мережа готелів Hilton, яка відома своїми високими стандартами обслуговування і широким спектром послуг, не є винятком. Аналіз відгуків клієнтів дозволяє зрозуміти, наскільки добре готель виконує свої обіцянки та виявляє потенційні напрямки для покращення. Тому я детально проаналізувала відгуки та оцінки клієнтів по кожній категорії послуг, які надаються в готелях Hilton, з метою виявлення загальної задоволеності та можливих тенденцій незадоволеності[4].

Для аналізу відгуків я обрала платформи TripAdvisor та Google Reviews тому, що ці дві платформи є одними з найбільших платформ для відгуків про подорожі на світовому рівні, які мають велику кількість користувачів та відгуків. Також оскільки TripAdvisor збирає відгуки про широкий спектр готелів усіх класів, це дозволяє порівнювати Hilton Hotels з іншими готелями у різних регіонах та категоріях, що забезпечує більш об'єктивне оцінювання послуг[28]. А на платформі Google Reviews можна шукати відгуки по категоріям, що є дуже зручним.

Північна Америка

Зробивши аналіз багатьох відгуків у різних готелях, що знаходяться у Північній Америці я виділила 3 основних критерія, по яких найбільше було відгуків. Це харчування, обслуговування гостей та чистота[28].

Харчування

Проаналізувавши біля 25 готелів різних категорій у Північній Америці, я зробила висновки, що відгуки щодо харчування в більшості є позитивними.

У великій частині відгуків люди наголошують, щодо смачної їжі та високого рівня обслуговування. Також гості відзначають різноманітність послуг, наприклад у готелі DoubleTree by Hilton Phoenix North гості мають доступ до різноманітних закладів харчування, включаючи сніданок "шведський стіл", безкоштовну розчинну каву та спеціальні дієтичні меню. Але було декілька негативних відгуків про те, що персонал поводив себе непрофесійно, щодо деяких незручностей гостя, коли той звертався до адміністратора з певними питаннями.

Обслуговування гостей

Більшість відгуків готелів про обслуговування гостей, які я аналізувала, жахливі. Гості жалілися на поганий WI-FI те, що він або взагалі не працював, або працював з перебоями. У відгуках були нарікання на холодність та непривітність персоналу та те, що персонал не вміє вирішувати питання щодо скарг відпочиваючих. Наприклад у готелі Home2 Suites by Hilton Anchorage/Midtown був відгук про те, що був заброньований номер люкс із двоспальним ліжком розміру "king-size" був змінений на інший, при цьому навіть не попередивши по телефону або ж не надіславши лист на електронну пошту. Також було декілька готелів де гості дякували персоналу або ж відзначали, що як адміністратори так і кухарі професіонали в своїй справі. Ось наприклад відгуки у готелі Hilton Lexington/Downtown щодо персоналу всі позитивні.

Чистота

Було дуже багато відгуків щодо не чистих та старих меблів. Навіть був один відгук у готелі DoubleTree Suites by Hilton Hotel Phoenix про клопів, відпочиваючий оповістив про це адміністратора, після чого його поселили у новий номер та провели розслідування, але сказали, що нічого не знайшли. Два відгуки у різних готелях були про липкі та сильно забрудненні килими. Також у різних готелях, що знаходяться навіть у різних штатах були коментарі щодо плісняви у готелях, один відпочиваючий у готелі Hilton Minneapolis/Bloomington навіть написав, що після 5 ночей у номері у нього та

його дівчини розвилась алергія, це було через брудну систему вентиляції та кондиціонування. У готелі Hampton Inn Verona at Turning Stone, всі відгуки щодо чистоти були позитивними[28].

У висновку хочу сказати, що найбільше нарікань гостей готелів мережі Hilton Hotels у Північній Америці саме на чистоту, що становить серйозну проблему у декількох готелях, а найменше щодо харчування, гості часто відзначали високу якість їжі та сервісу, а також різноманітність меню та їжі. Загалом, хоча більшість готелів Hilton у Північній Америці отримують позитивні відгуки щодо харчування та чистоти, проблеми з обслуговуванням та утриманням стандартів чистоти у декількох локаціях можуть негативно впливати на загальне враження гостей. Важливо для управління готелю вирішувати ці проблеми для підтримання високої репутації мережі Hilton.

Центральна Америка

У Центральній Америці було проаналізовано біля 15 готелів у різних місцях. На основі цього склались певні 4 критерія про, які писали найбільше відпочиваючі.

Харчування

У готелях мережі Hilton Hotels у Центральній Америці відгуки про харчування є або нейтральними або ж позитивними. Були позитивні відгуки, як і про шведський стіл так і про страви у ресторані, а також багато хто з гостей відзначав приємних та ввічливих працівників у цих зонах. Тільки невелика кількість відгуків була негативними. Як наприклад відгук одного гостя, що відпочивав у готелі Hampton by Hilton San Jose Airport про те, що у ресторані було мало посадкових місць та мало працівників, але він зазначив, що всі працівники були привітними та були раді допомогти у будь-якому питанні. Але один відгук на мою думку був дуже серйозним, він стосувався харчового отруєння, яке сталось від сніданку системою «шведський стіл» у готелі Hilton Garden Inn Guatemala. Гість стверджував, що він отруївся саме у готелі, крім цього він зазначив, що служба підтримки була жахливою тому, що він

попросив принести води у номер на, що йому відповіли, що це просто неможливо[28].

Обслуговування гостей

Як стверджувало багато гостей обслуговування було неймовірним. Відгуки багатьох відпочиваючих свідчать про професійний та ввічливий персонал. У більшості негативних відгуків, які я бачила говорилося про те, що у людей стягувалась або подвійна плата за проживання або три різні ціни за номер. Гість, який знаходився у готелі Hampton Inn by Hilton Queretaro Tecnológico, дав відгук про те, що за чотириденне проживання він отримав три різні ціни та незважаючи на письмову скаргу від нього все одно вимагали більшу суму[26].

Чистота

Відгуки про чистоту тут в більшості є нейтральними, гості відзначали чисте ліжко та відносно нові меблі. Було два відгуки у різних готелях про те, що немає гарячої води. Також був один відгук про затхлий запах у номері і у цьому ж відгуку писали про брудний номер та відсутність гарячої води. Гість, який відпочивав у готелі Hampton Inn by Hilton Queretaro Tecnológico, писав про те, що зникла електрика через, що не працювали ліфти та не було води у ванній кімнаті. Відгук з готелю Hampton Inn & Suites San Jose Airport також був негативним, гість написав про мурах та постільних клопів, також зазначив відсутність замка на балконі, що змусило його відчуватись у небезпеці та дискомфортно. Але інші відгуки свідчили про хороший досвід проживання у готелях Центральної Америки.

Транспорт

Було декілька відгуків про трансфери та чудових водіїв. Трансфер приїжджав вчасно, як з аеропорта так і в аеропорт. Негативних відгуків не знайшла, адже відгуків про транспорт загалом було небагато.

На основі аналізу відгуків про готелі мережі Hilton Hotels в Центральній Америці можна зробити загальні висновки, що в більшості готелів Hilton у Центральній Америці відзначається високий рівень обслуговування та

харчування, існують питання, що стосуються оплати за проживання у готелі та стандартів чистоти в окремих локаціях. Це вимагає уваги менеджменту для підтримки репутації та забезпечення високого рівня задоволеності гостей.

Південна Америка

На основі відгуків мережі готелів Hilton Hotels у Південній Америці, я виділила основні послуги, які були описані у відгуках.

Харчування

Відгуки щодо харчування у Південній Америці відносно непогані, в багатьох готелях даного регіону діє система харчування «шведська лінія», деякі відгуки були хорошими, але більшість були нейтральними. Було декілька скарг саме не на їжу, а на обслуговування непрофесійними офіціантами і такі відгуки були від декількох готелів, які знаходяться у різних місцевостях. Також у готелі Hampton by Hilton Bogota був негативний відгук, що персонал не слідкує за тим, як люди брали їжу собі у тарілку, а йшлося саме про те, що гості не користувались приборами, а брали їжу руками. Але загалом відгуки нейтральні[28].

Обслуговування гостей

Майже у всіх готелях відгуки щодо обслуговування в середньому поділились приблизно 10% на 90%, 10% - негативних відгуків та 90% - позитивних. Гості з різних готелів писали, що персонал досить приємний та вирішує майже всі питання. Також відзначалось, що прибирання номерів було досить швидким. Відпочиваючий з готелю Hilton Garden Inn Cali Ciudad поскаржився на бармена тому, що коли йому принесли рахунок за напої, там були додані додаткові напої, які гість не замовляв. В деяких готелях йшлося про незручні подушки та ліжко. Скарги були також і на відсутність води у номер. Один відгук з готелю Hilton Garden Inn Belo Horizonte був про жахливий WI-FI та відсутність міжнародної розетки. Загалом всі інші відгуки мали позитивний досвід[12, 24].

Чистота та загальне враження від номеру

Загалом щодо чистоти скарг не було. Декілька відгуків з різних готелів було про те, що у номерах дуже шумно і було неможливо спати. Був один відгук про те, що не було взагалі рушників у номері та гостю прийшлося підходити два рази до стійки реєстрації, щоб просити рушники. Один відгук про рушники у готелі Hilton Garden Inn Cali Ciudad взагалі, як на мене був жахливий, йшлося про рушники з дірками. У цьому ж готелі був відгук про таргана, який був у ванній кімнаті. У іншому готелі були скарги на погано працюючий кондиціонер або взагалі не працюючий через, що у номерах була задуха.

Транспорт

Відгуки про послуги парковки були поганими, а саме йшлося про те, що не вистачало місць для паркування або ж послуга була платною.

Фітнес і здоров'я

У готелі Hilton Garden Inn Belo Horizonte скарга була щодо того, що басейн не охоронявся та те, що там було мало місця біля басейну через, що коли відпочивали компанії, які голосно говорили, неможливо було відпочивати біля басейну. Ще один негативний відгук був про фітнес-центр, йшлося про те, що зала була маленька через, що було дуже жарко.

Готелі мережі Hilton Hotels у Південній Америці в цілому надають задовільну якість послуг, особливо в аспектах обслуговування та харчування. Однак, щоб підтримати високий рівень задоволеності гостей, необхідно усунути вказані недоліки, особливо ті, що стосуються утримання номерів і паркування[28].

Європа

На основі аналізу відгуків про готелі мережі Hilton Hotels в Європі, можна зробити наступні висновки по декільком основним критеріям, які я виділила завдяки аналізу найчастіших відгуків по різних послугам.

Харчування

Зібравши відгуки з різних готелів мережі Hilton Hotels, я зробила висновок, що вони є неоднозначними. У деяких готелях все було чудово з

харчуванням. А в інших було декілька негативних відгуків. Наприклад у готелі Hilton Garden Inn Riga Old Town, що знаходиться у Латвії, гостя попросила воду для своєї дитини під час сніданку, спитавши тип цієї води, персонал не сказав про те, що це вода з-під крану. Через це дитина опинилась у лікарні з харчовим отруєнням. Також декілька відгуків свідчили про несвіжу та суху їжу. Загалом всі інші відгуки є нейтральними або хорошими.

Обслуговування гостей

На основі аналізу відгуків про готелі мережі Hilton у Європі можна зробити деякі висновки. Більшість гостей у відгуках позитивно оцінюють обслуговування в готелях Hilton. Гості часто відзначають дружність та професіоналізм персоналу, що сприяє комфортному перебуванню. Наприклад, відгуки про Hilton London Tower Bridge та Hilton Prague Old Town говорять про високий рівень задоволеності гостей з обслуговуванням, включаючи швидке заселення та увагу до деталей. Попри загальне задоволення, існують звіти про індивідуальні випадки, де сервіс міг бути кращим. Деякі гості зазначали недоліки, як наприклад, недостатньо швидке реагування на запити чи помилки в рахунках за послуги в готелі. Негативних відгуків майже не було, тому загалом, готелі Hilton в Європі мають сильні позиції в плані обслуговування та зручностей, які вони надають.

Чистота та загальні враження

У всіх готелях, які я аналізувала більша частина гостей отримувала тільки позитивний досвід від відпочинку у готелях Hilton. Було декілька відгуків в різних готелях щодо клопів. Так наприклад у готелі Hilton Garden Inn Tours Centre, що знаходиться у Франції був відгук, щодо неякісного та пізнього прибирання, також гості думають, що у номері були клопи, але адміністрація сказала, що це неможливо[28]. У іншому відгуку іншого гостя, було написано, що був брудний килим та недотримання опису номера. Коли відпочиваючий звернувся до адміністрації, вони майже не дослухались до його скарг, жодним чином вибачень також не було. Взагалі цей готель здався мені з дуже дивними стандартами гостинності, хоча рейтинги у них на TripAdvisor

та Google Reviews не є поганими. Я зробила такі висновки після ще одного відгуку про те, що гість залишився на дві ночі та його ліжко навіть не застелили. На стійці реєстрації йому сказали, що це з екологічних причин. У номері не прибирають, якщо ви живете там менше ніж 3 ночі. Якщо відпочиваючі хочуть, щоб їх ліжко було застелиним, то треба за день до цього, про це попередити. У готелі Hilton Garden Inn Budapest City, що знаходиться в Угорщині. Було багато негативних відгуків, щодо чистоти. Гості жалілися на брудну підлогу, незмінні простирадла, брудну ванну кімнату, відсутність тапочок та халатів. Але у інших країнах та у інших готелях більшість відгуків були позитивними.

Паркінг

У Європі на відмінну від Америки є більше відгуків про паркінг. Багато людей писало про платний паркінг або ж його відсутність, але в таких випадках найчастіше готелі надають знижку на міський паркінг. Були неприємні моменти, коли гостей не попередили про те, що послуга паркінгу є платною, а сказали це у день від'їзду. Також негативний досвід отримав ще один відпочиваючий, у відгуку було написано, що йому потрібен був паркінг, тому він дізнався чи це можливо у готелі Hilton Garden Inn Riga Old Town, гостю відповіли, що у них є паркінг і коштує це 20 євро на день, прибувши у готель, адміністратор довів до відома, що підзваний паркінг закритий, а відкритий повністю заповнений[26].

В цілому, мережа готелів Hilton в Європі підтримує високі стандарти якості в обслуговуванні та умовах проживання, але існують певні критерії гостинності, де можливе покращення, особливо у сфері комунікації з клієнтами та детальнішого контролю за виконанням стандартів гігієни у ресторанах готелів.

Середній Схід

Проаналізувавши відгуки у готелях країн середнього сходу можна зробити висновки, що їх послуги гостинності знаходяться на досить високому рівні.

Харчування

Відгуки щодо харчування в готелях Hilton в країнах середнього Сходу мене приємно здивували. Негативних відгуків було дуже мало, а якщо такі і були, то скарги були саме на обслуговування офіціантами людей. У одному з відгуків говорилося, що офіціантка забула принести декілька страв. Також був відгук, щодо грубих офіціанток, але не було написано, чому саме вони були грубі. Був відгук, щодо нестачі персоналу у ресторані. Але таких відгуків майже на всі готелі, які я переглядала було приблизно 3%.

Обслуговування гостей

Гості часто відзначають високий рівень обслуговування в багатьох готелях країн середнього Сходу, але найвищий рейтинг мають два готелі: Hilton Dubai Palm Jumeirah і Hilton Ras Al Khaimah Beach Resort. У відгуках хвалять уважність та дружелюбність персоналу, зазначаючи, що співробітники часто виходять за рамки своїх обов'язків, щоб забезпечити комфорт гостей. Незважаючи на велику кількість позитивних відгуків, деякі гості також вказували на проблеми. Це включало повільне обслуговування в ресторанах під час високого сезону та невеликі непорозуміння з персоналом. Також у номерах був повільний WI-FI або не працювало TV. Всі ці відгуки свідчать, що готелі Hilton в цьому регіоні здебільшого відповідають високим стандартам бренду, забезпечуючи високий рівень задоволення гостей.

Чистота та загальні враження

Загалом у відгуках високо оцінюють чистоту в номерах готелів Hilton, які часто згадуються як добре утримувані та доглянуті. Особливо позитивні відгуки надходять з готелів, таких як Hilton Dubai The Walk, де гості відзначають прекрасний стан номерів. Гості часто залишають позитивні відгуки щодо загальних вражень від номерів, зокрема зазначають просторі та добре оснащені кімнати з красивими видами, як у Hilton Dubai Palm Jumeirah. Проте, існують окремі згадки про застарілий декор у деяких готелях. Деякі відгуки вказують на проблеми, такі як шум з сусідніх територій або з нічних клубів поруч з готелями. Це може впливати на комфорт гостей, особливо якщо

їхні кімнати розташовані близько до джерел шуму. Було декілька відгуків про те, що після декількох днів проживання, покоївки не прибирали номер до кінця, а тобто, лишали брудні простирадла, склянки та інший посуд. У одному готелі також був відгук, про знайденого у ванні мертвого таргана. І більшість відгуків щодо бруду стосувались ванних кімнат.

Паркінг

У багатьох готелях Hilton, гості високо оцінюють наявність паркінгу. Наприклад, у Hilton Dubai The Walk гості згадують, що паркінг є і загалом задовольняє їхні потреби. Питання вартості паркінгу часто згадується у відгуках. У деяких випадках гості відзначають, що паркінг може бути досить дорогим, особливо у преміальних локаціях, як Dubai. Існують випадки, коли гості стикаються з проблемами, такими як недостатність місць для паркування або неочікувані витрати, що не були чітко вказані при бронюванні. Це може викликати деяке невдоволення серед гостей. У відгуках згадується, що готелі зазвичай намагаються забезпечити зручність і безпеку паркінгу, що є важливим аспектом для комфорту гостей.

Загальний висновок полягає в тому, що готелі мережі Hilton Hotels у країнах середнього сходу в цілому добре сприймаються гостями, особливо за якість обслуговування та чистоту, але існують певні аспекти, які потребують уваги та покращення, зокрема аспекти гостьового сервісу[28, 24].

Африка

Відгуки у готелях Hilton у регіоні Африки, були достатньо неоднозначними, але більшість з них позитивні.

Харчування

Відгуки щодо смаку їжі та обслуговування офіціантами в більшості випадків нейтральне. У відгуках або ж було вказано, що немає страв, які є у меню або ж вони середні по якості приготування. Було декілька відгуків про відсутність вегетаріанського меню. У деяких відгуках були скарги, що для сніданку у залі мало місця, тому не всі гості могли поснідати з 7 по 8 годину ранку. У готелі Hilton Cabo Verde Sal Resort, був негативний відгук про те, що

всі ресторани окрім пляжного закриті, тому гості пішли до пляжного ресторану і отримали негативний досвід, а саме було описано те, що у тарілках були мухи і комарі, а більшість фруктів були гнилими. У більшості інших готелів було навпаки описано про дуже свіжі фрукти. Був відгук про те, що страви подали сирою та не було напоїв, також у залі було дуже брудно.

Обслуговування гостей

В багатьох готелях таких, як DoubleTree by Hilton Cape Town Upper Eastside і Hilton Sandton, гості часто відзначають високий рівень обслуговування[28]. Персонал цих готелів характеризується як дуже доброзичливий та уважний, з особливою увагою до потреб гостей. Гості хвалять готелі за швидке реагування на запити та за загальну гостинність персоналу. Наприклад, у готелі Hilton Sandton відзначають, що співробітники завжди готові допомогти і вирішити будь-які проблеми. Незважаючи на переважно позитивні відгуки, деякі гості також повідомляють про негативний досвід, особливо під час високого сезону, коли обслуговування може бути повільнішим, а також деякі технічні проблеми, такі як повільний Wi-Fi або проблеми з телебаченням. Негативний відгук був також з готелю Hilton Skanes Monastir Beach про те, що гостя при виселенні змушували платити 160 TD за обслуговування номерів. Менеджер на чергуванні був дуже грубим та навіть погрожував, що не дозволить гостю виїхати з готелю. Було багато відгуків про непрацюючі кондиціонери у номерах. Також у одному з готелів була скарга, що технічний працівник, почав щось лагодити о 12 годині ночі, гості двічі дзвонили на рецепцію та просили припинити, але це все закінчилось через 40 хвилин. Випадків щодо непрофесійності працівників мало, але ось щодо проблем з кондиціонером багато.

Чистота та загальне враження

Загалом, гості високо оцінюють чистоту в номерах, називаючи їх добре утримуваними і доглянутими. Відгуки з різних готелів, включно з Hilton Seychelles Labriz Resort & Spa та Hilton Seychelles Northolme Resort & Spa, згадують про високий стандарт чистоти та уважність до деталей під час

прибирання. Багато гостей висловлюють задоволення від просторих, добре оснащених номерів з красивими видами, особливо в курортних локаціях на Сейшелах. Проте, деякі відгуки вказують на застарілий декор в деяких готелях, що може вплинути на загальне сприйняття якості проживання. В окремих випадках гості зазначали про проблеми, такі як шум з сусідніх територій або нічних клубів, а також неповне прибирання номерів після декількох днів проживання. Такі інциденти, хоч і нечасті, викликали незадоволення серед деяких гостей. Також були скарги на відсутність гігієнічних засобів та рушників у ванній кімнаті. В цілому, готелі Hilton в Африці мають добру репутацію за чистоту та комфортабельність номерів, але є декілька аспектів, які вимагають уваги для покращення загального досвіду гостей.

Фітнес і здоров'я

Гості, які відвідували фітнес-центри та спортзали у готелях Hilton, часто залишають позитивні відгуки, вказуючи на добре обладнані та сучасні умови для тренувань. Наприклад, у Hilton Sandton у Південній Африці гості відзначають великий та добре оснащений спортзал, який задовольняє їхні потреби у фізичній активності. Басейни також отримують високі оцінки за чистоту та обслуговування. Гості зазначають, що басейні зони добре підтримуються, із зручними шезлонгами та приємною атмосферою. Це особливо цінується у курортних готелях, де басейн є ключовим елементом відпочинку. Негативні відгуки були щодо трохи прохолодного басейну або ж те, що вони замалі, але такий відсоток відгуків майже у всіх готелях, які я переглядала малий. Також гості загалом дуже задоволені спа-послугами в готелях Hilton, особливо у таких як Hilton Seychelles Labriz Resort & Spa та Hilton Mauritius Resort & Spa. Відгуки часто згадують професійний персонал спа, високу якість обслуговування та різноманітність доступних процедур, що дозволяють глибоко релаксувати та відновити сили. В негативних відгуках згадується, що іноді можуть виникати невеликі незручності через обмежені години роботи спа центрів[16].

Загальний висновок полягає в тому, що готелі мережі Hilton Hotels в Африці загалом добре оцінюються гостями за якість обслуговування, чистоту і умови для відпочинку. Однак, є певні аспекти, такі як харчування та швидкість реакції на запити гостей, які потребують уваги та поліпшення для підвищення загального рівня задоволеності гостей.

Азія

Виходячи з аналізування відгуків гостей готелів Hilton у різних аспектах, таких як харчування, обслуговування, чистота, фітнес і здоров'я, можна стверджувати про високий рівень задоволеності серед відвідувачів.

Харчування

Гості готелів, таких як Hilton Kuala Lumpur і Hilton Tokyo, загалом високо оцінюють якість і різноманітність харчування. В готелі Hilton Kuala Lumpur відзначають наявність численних ресторанів, які пропонують різноманітні кулінарні вибори, включаючи місцеві та міжнародні страви. Проте декілька гостей у різних готелях скаржаться на невеликий вибір страв та відсутність рису. Хоч і багато гостей задоволені рівнем сервісу, деякі відзначають проблеми з обслуговуванням у деяких готелях, як наприклад в Hilton Manila, де гості скаржилися на повільне обслуговування. Сніданки зазвичай отримують високі оцінки за якість та різноманітність. Проте, іноді гості вказують на відсутність вегетаріанських страв. Такі проблеми можуть вплинути на загальне враження від ресторанів готелю. Більшість негативних відгуків вказують саме на повільне обслуговування або ж на несмачну їжу, але загалом негативних відгуків все ж мало[20].

Обслуговування гостей

В цілому гості позитивно оцінюють рівень обслуговування в азійських готелях мережі Hilton. Вони часто згадують дружелюбність і професіоналізм персоналу, який готовий допомогти і вирішити будь-які проблеми. Гості відзначають уважність до деталей і особистий підхід, який робить їхнє перебування приємним. Багато негативних відгуків стосувались щодо повільного обслуговування менеджером стійки реєстрації. Також у готелі

Hilton Garden Inn Lucknow люди часто скаржились на грубого та непрофесійного працівника. В деяких випадках гості зазначали про мовний бар'єр, а саме про незнання англійської мови працівниками і це ускладнювало спілкування і розуміння між персоналом і гостями. Щодо WI-Fi, то у багатьох готелях мережі Hilton у Азії, згідно з відгуками, Wi-Fi працює добре, хоча існують згадки про періодичні проблеми з підключенням або швидкістю інтернету. Було декілька позитивних відгуків, щодо послуг консьєржа, гості відзначають, що консьєржі готові допомагати з організацією трансферів, бронюванням екскурсій, рекомендаціями щодо ресторанів та іншими місцевими порадами, що значно полегшує планування їхнього перебування. Також було більше відгуків, ніж у інших регіонах про використання цифрових ключів, яке дозволяє гостям використовувати свої смартфони для доступу до номерів. Це додає додатковий рівень комфорту та безпеки, дозволяючи гостям відчувати більшу незалежність і контроль над своїм перебуванням. Однак, в деяких випадках гості вказували на проблеми зі стабільністю технології цифрових ключів, особливо коли вони не працювали належним чином, що вимагало традиційних ключів або карток для доступу до номерів.

Чистота

Більшість гостей відзначають високу чистоту в номерах та громадських просторах. Готелі, такі як Hilton Tokyo та Hilton Singapore Orchard, часто отримують похвалу за добре підтримані умови та регулярне прибирання. Проте деякі відгуки вказують на інциденти, коли чистота в номерах не відповідала стандартам. Зокрема, відзначаються проблеми з неприємними запахами, тобто цвілі або застарілим обладнанням у номерах та ванних кімнатах. Гості також скаржаться на повільне або неякісне прибирання. Скаржи є і на старі простирадла та рушники. Було декілька відгуків, що при заїзді гостя номер не був прибраний. Але відсоток таких відгуків досить малий.

Фітнес та здоров'я

У відгуках високо оцінюють якість фітнес-центрів у багатьох готелях, наприклад у таких готелях , як Hilton Kuala Lumpur та Hilton Tokyo, гості зазначають, що умови для тренувань сучасні і добре обладнані. Басейни часто отримують високі оцінки за чистоту, доступність та загальну атмосферу. Відпочинкові зони навколо басейну добре утримуються, з комфортними умовами для релаксації. Спа-послуги також отримують позитивні відгуки, з особливими відзначеннями професіоналізму персоналу та різноманітності процедур, що сприяють загальному відновленню і релаксації гостей. У негативних відгуках зазначається, що деколи фітнес-центри і басейни можуть бути переповнені у пікові періоди, що знижує якість відпочинку.

У висновку можна сказати, що більшість відгуків є позитивними. Готелі мережі Hilton Hotels в Азії продовжують забезпечувати високий стандарт послуг. Проте, для подальшого підвищення рівня задоволеності гостей та збереження їхньої лояльності, керівництву готелів варто звернути увагу на вирішення вказаних проблем та забезпечити більш вищий рівень послуг у сфері обслуговування, особливо під час високих сезонів[12].

Острови Тихого океану та Австралія

Харчування

Більшість гостей у відгуках відзначають високу якість харчування і сервісу у готелях Hilton у цьому регіоні, з незначною кількістю відгуків про недоліки, що зазвичай стосуються повільного обслуговування або обмеженості вибору в ресторанах. У готелі DoubleTree by Hilton Hotel Alice, що знаходиться у Австралії відпочиваючий поскаржився на стягнення плати за сніданок, хоча бронювання гостя включало сніданок. Менеджери стверджували, що це не так, тому гостю довелось звернутись до свого туроператора. Але зазвичай сніданки отримують позитивні відгуки за якість та різноманітність. Проте, декілька гостей у різних готелях вказували на обмежений вибір страв та їх завищену ціну. Відгуки щодо ресторанів хороші. Наприклад такі готелі, як Hilton Cairns і Hilton Surfers Paradise, загалом

отримують хороші відгуки за якість і різноманітність харчування. Ресторани пропонують широкий вибір місцевих і міжнародних страв, що задовольняє різні смаки[24].

Обслуговування гостей

На основі аналізу відгуків про обслуговування гостей у готелях мережі Hilton в Австралії та на островах Тихого океану можна зробити висновки про те, що співробітники описуються, як уважні, дружелюбні професіонали, які готові вирішити будь-які проблеми. Також були відгуки про ефективність консьерж-служб у допомозі з різними питаннями. Деякі скарги стосувались повільного обслуговування та недостатнього рівня англійської мови у персоналу, що створювало мовний бар'єр. Ще один негативний відгук стосувався того, що номер був погано прибраний, тому відпочиваючий подзвонив на рецепцію декілька разів, але ніхто не відповідав. Декілька відгуків у різних готелях свідчили про проблеми з кондиціонерами. Але такі скарги зустрічаються у відгуках у готелях даного регіону рідко.

Чистота

У більшості відгуків відпочиваючі відзначають досить чисті та нові номери. Відсоток негативних відгуків є досить малим і в більшості випадків там зазначають проблеми з пилом, плямами, волоссям у килимах або неприємними запахами в окремих номерах. Більше негативних відгуків було про брудні ванні кімнати. Хоч і переважна кількість гостей у відгуках позитивно оцінюють чистоту в готелях Hilton в Австралії та на островах Тихого океану, є певні випадки, які вимагають уваги з боку управління готелем, для забезпечення якісних стандартів чистоти.

Готелі мережі Hilton Hotels в Австралії та на островах Тихого океану мають добру репутацію за якість послуг та загальну гостинність. Велика частина відгуків підкреслює задоволення гостей від їх перебування. Проте, існують певні аспекти, які потребують уваги для покращення, зокрема в областях обслуговування та чистоти, щоб забезпечити більш позитивний досвід від перебування у своїх готелях.

РОЗДІЛ III

HILTON HOTELS В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

3.1 Діяльність Hilton Hotels & Resorts в Україні

Hilton Hotels & Resorts, міжнародна мережа готелів і курортів, була заснована Конрадом Хілтоном у 1919 році.

У березні 2022 року Hilton та інші готелі Європи оголосили про надання безкоштовного розміщення для українців, які вимушені були втекти з країни внаслідок військового конфлікту. Мережа готелів Hilton дарувала 1 млн номерів у своїх готелях для українців, які потребували короткострокової зупинки та перепочинку.

У березні 2014 року мережа готелів Hilton Hotels & Resorts відкрила перший в Україні п'ятизірковий готельний комплекс Hilton Kyiv на бульварі Тараса Шевченка в Києві. Це був перший крок Hilton на українському ринку.

Hilton Kyiv пропонує своїм гостям безкоштовне зберігання багажу та салон краси. Також готель має ресторани, бари, конференц-зали, спортивний зал та інші зручності. Складається сам готель з 262 номерів. Кожен номер готелю Hilton Kyiv оснащений електронним сейфом і кавоваркою. Номери обладнані сучасними меблями. Готель пропонує розкішне ранкове харчування з широким вибором страв європейської кухні для своїх гостей. У барі готелю можна насолоджуватися музикою за допомогою діджейського пульта та відпочити на терасі. Також безкоштовно доступні хаммам та сауна, які гості можуть використовувати[9].

Політика готелю Hilton Kyiv така: важливо, щоб гості були знайомі з правилами готелю та були добре проінформовані, щоб зробити своє перебування максимально комфортним. При виникненні будь-яких питань гість зв'язатися з готелем і поговорити з членом команди.

Загалом готель Hilton Kyiv має кілька ключових переваг над іншими готелями в Києві, що робить його популярним вибором серед туристів та бізнес-подорожуючих. Нижче наведено основні переваги Hilton Kyiv:

Престижне розташування, а саме в центрі міста. Готель знаходиться на бульварі Тараса Шевченка, у самому центрі Києва, поруч з основними історичними та культурними пам'ятками, такими як Золоті ворота, Софійський собор та Національна опера України. Також він дуже близько до бізнес-центрів, і це зручне розташування для бізнес-подорожуючих завдяки близькості до головних бізнес-центрів та урядових установ.

Розкішні зручності та сервіс у вигляді номерів та. Розкішні та просторі номери з сучасним дизайном та всіма необхідними зручностями, включаючи високошвидкісний Wi-Fi, великі робочі столи та зручні ліжка. Також висококласний спа-центр та фітнес-зал з найсучаснішим обладнанням, критий басейн, сауна та послуги масажу представлений для туристів. І не можна не виділити високоякісні ресторани, включаючи The Park Kitchen, що пропонує страви міжнародної кухні, а також елегантні бари та лаунжі.

Бізнес-послуги та конференц-зали, тут представлено широкий вибір конференц-залів та банкетних залів, обладнаних сучасною аудіо- та відеотехнікою, ідеально підходять для проведення зустрічей, конференцій та інших заходів і також присутній повністю обладнаний бізнес-центр з послугами друку, копіювання та доступом до Інтернету.

Преміальний сервіс у вигляді 24-годинного обслуговування номерів, що забезпечує максимальний комфорт та зручність для гостей і також є професійні консьєрж-послуги, що допомагають гостям організувати екскурсії, трансфери та інші послуги[9].

Безпека та комфорт в цьому готелі на вищому рівні завдяки сучасній системі безпеки, включаючи відеоспостереження, системи пожежної безпеки та охорону. Завдяки цьому всьому тут присутні високий рівень комфорту та приватності для гостей, також він забезпечений через високоякісні матеріали та звукоізоляцію в номерах.

Також є додаткові послуги у вигляді паркування та організації трансферу з аеропорту та назад. А також участь у програмі Hilton Honors, що дозволяє гостям накопичувати бали та отримувати додаткові привілеї та

знижки. У готелі дозволено курити і для цього є спеціальні кімнати/номери. В даному готелі, як в усіх інших є свої правила проживання, наприклад, щоб заселитися з домашньою твариною, вам прийдеться заплатити 35 євро, але при цьому вага собаки не має бути більшою ніж 34 кг.

Визнання бренду, а саме готель належить до відомої міжнародної мережі Hilton, що гарантує високий стандарт якості обслуговування та комфорту.

Також потрібно виділяти досвід та професіоналізм роботи з міжнародними гостями забезпечує високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Ці переваги роблять Hilton Kyiv одним з найкращих готелів у Києві, як для туристів, так і для бізнес-подорожуючих, забезпечуючи високий рівень комфорту, зручності та безпеки.

Що стосується статистичних даних по типу заповнюваності готелю за роки, то на жаль у відкритому доступі їх нема, а на листи з проханням надання цієї інформації готель не відповідає.

Що стосується номерного фонду, то він представлений 262 номерами, як було зазначено вище. Надалі всі види номерів представлені в таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Номерний фонд готелю[10, 12, 24]

Номери	Види	Переваги
Стандартні	1)Guest Room: стандартні одномісні та двомісні номери з сучасним дизайном. 2) Deluxe Room: більш просторі кімнати з додатковими зручностями.	Сучасний інтер'єр. Високошвидкісний Wi-Fi. Розкішні ліжка. Телевізори з плоским екраном. Просторі ванні кімнати з високоякісними туалетними засобами.
Номери підвищеного комфорту	1)Executive Room: номери з доступом до Executive Lounge, де гості можуть насолоджуватися безкоштовними сніданками, закусками та напоями протягом дня. 2)Executive Deluxe Room: розкішні номери з	Доступ до Executive Lounge. Розширена площа номера. Додаткові послуги та зручності, такі як халати та тапочки. Привілейований check-in та check-out.

	покращеним інтер'єром та додатковими зручностями.	
Люкси	1)Junior Suite: просторі люкси з окремою зоною відпочинку. 2)King Executive Suite: розкішні люкси з великими вітальнями, спальнями та окремими робочими зонами. 3)Presidential Suite: найрозкішніший люкс з панорамним видом на місто, окремою їдальнею, декількома ванними кімнатами та ексклюзивними зручностями.	Максимальний простір та приватність. Елегантний дизайн інтер'єру. Додаткові зручності, такі як великі ванні кімнати з джакузі, просторі вітальні та обідні зони. Привілейований доступ до Executive Lounge. Персоналізоване обслуговування.

Hilton Kyiv пропонує широкий вибір номерів, від стандартних до розкішних люксів, що задовольняють різні потреби гостей. Кожен номер забезпечує високий рівень комфорту та сучасні зручності, що робить перебування в готелі приємним та зручним. Привілейовані номери та люкси забезпечують додаткові переваги, такі як доступ до Executive Lounge, розширені послуги та підвищений рівень обслуговування.

3.2 Порівняльний аналіз послуг готелів мережі Hilton Hotels з іншими готельними мережами України

Бренд Hilton Hotels отримує значну маркетингову підтримку від материнської компанії, що дозволяє підвищувати впізнаваність бренду та залучати клієнтів. Основними перевагами готелів мережі Hilton є їх соціальна відповідальність, прагнення розвиватися на українському ринку, зручне розташування, широкий спектр послуг, членство в міжнародній мережі та високий рівень матеріально-технічної бази.

В таблиці 3.2 представлено порівняльний аналіз послуг різних готелів.

Аналіз послуг різних готелів [16, 23, 24, 25]

Характеристика	Hilton Kyiv	Fairmont Grand Hotel Kyiv	InterContinental Kyiv	Marriott Hotels Kyiv	Radisson Blu Hotel Kyiv	Hyatt Regency Kyiv
Номерний фонд	262 номери	258 номерів	272 номери	173 номери	255 номерів	234 номери
Ціни	Від 250 \$ за ніч	Від 220 \$ за ніч	Від 230 \$ за ніч	Від 270\$ за ніч	Від 210\$ за ніч	Від 290\$ за ніч
Ресторани та бари	The Park Kitchen, H Bar, Skylounge	Vogue Café, Vintage Cocktail Bar	Olivera, b-hush Rooftop Lounge, Lobby Lounge	Grill Asia, Lobby Bar	Bistro Côté Est, K-Largo Lounge Bar	Grill Asia, Lobby Lounge Bar
Спа та фітнес	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал	Спа-центр, критий басейн, фітнес-зал
Конференц зали	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Бізнес-центр	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Парковка	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Wi-Fi	Безкоштовний	Безкоштовний	Безкоштовний	Безкоштовний	Безкоштовний	Безкоштовний
Консьєрж-послуги	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Обслуговування номерів	24/7	24/7	24/7	24/7	24/7	24/7
Додаткові послуги	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, послуги няні, бізнес-послуги	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, послуги няні, оренда автомобілів	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, оренда автомобілів, послуги няні	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, послуги няні, оренда автомобілів	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, послуги няні, оренда автомобілів	Трансфер з/до аеропорту, послуги пральні, послуги няні, оренда автомобілів
Розташування	Центр міста, бул. Тараса Шевченка	Поділ, вул. Набережно-Хрещатицька	Центр міста, вул. Велика Житомирська	Центр міста, вул. Велика Житомирська	Центр міста, вул. Ярославів Вал	Центр міста, вул. Алли Тарасової

Програми лояльності	Hilton Honors	Le Club AccorHotels	IHG Rewards Club	Marriott Bonvoy	Radisson Rewards	World of Hyatt
---------------------	---------------	---------------------	------------------	-----------------	------------------	----------------

Hilton Kyiv

Переваги: розкішний дизайн, високий рівень сервісу, сучасні зручності для бізнесу та відпочинку.

Недоліки: висока ціна порівняно з деякими іншими готелями.

Fairmont Grand Hotel Kyiv

Переваги: вигідне розташування на Подолі, історичний шарм, висока якість обслуговування.

Недоліки: менший вибір додаткових послуг порівняно з Hilton.

InterContinental Kyiv

Переваги: центральне розташування, відомий бренд з високими стандартами обслуговування, розкішні зручності.

Недоліки: ціна може бути високою, але загалом відповідає рівню послуг.

Marriott Hotels Kyiv

Переваги: відомий бренд з глобальним охопленням, висока якість обслуговування та престиж, програма лояльності Marriott Bonvoy, яка також дуже популярна, сучасні зручності та дизайн номерів.

Недоліки: вищі ціни, схожі з Hilton Kyiv, менший номерний фонд порівняно з Hilton Kyiv.

Radisson Blu Hotel Kyiv

Переваги: дещо нижчі ціни порівняно з Hilton Kyiv, хороше розташування та висока якість обслуговування, радіус доступності до багатьох історичних та культурних пам'яток, програма лояльності Radisson Rewards.

Недоліки: менш розкішний інтер'єр та зручності порівняно з Hilton та Marriott.

Hyatt Regency Kyiv

Переваги: високий рівень розкоші та обслуговування, програма лояльності World of Hyatt, центральне розташування та сучасні зручності.

Недоліки: найвищі ціни серед порівнюваних готелів, менший номерний фонд порівняно з Hilton Kyiv.

Мережа Hilton Hotels, зокрема Hilton Kyiv, має багато переваг, включаючи високий рівень обслуговування, зручне розташування, розкішні номери та розширену програму лояльності. Проте, висока вартість проживання та жорстка конкуренція з боку інших провідних готельних мереж в Україні можуть бути викликами.

Fairmont Grand Hotel Kyiv, InterContinental Kyiv, Marriott, Radisson та Hyatt також пропонують високий рівень комфорту та зручностей, і можуть бути більш привабливими з точки зору вартості за схожий рівень послуг. Вибір залежить від індивідуальних потреб гостей: чи це бізнес-подорож, чи відпочинок, чи особисті переваги щодо місця розташування та додаткових послуг.

3.3 Аналіз проблем та перспектив розвитку готельної мережі Hilton Worldwide в Україні

За останні кілька років готельна мережа Hilton Worldwide в Україні стикнулася з рядом проблем, які ускладнюють її розвиток. Одна з головних проблем, з якою стикається готельна мережа в Україні - це низький попит на готельні послуги через економічну кризу та війну, яка триває в країні вже декілька років. В Україні зменшився потік туристів, особливо іноземців. Показник дещо покращився після 2016 року, але потім залишався приблизно на тому ж рівні до нового спаду у 2020 році, який стався на тлі пандемії COVID-19[20].

Політична ситуація в країні не дуже стабільна, що лякає багатьох іноземців і місцевих туристів. Більшість місць у готелях порожні, тому конкурентоспроможність ще більша. Також є інші послуги розміщення, такі,

як мотелі, хостели, приватні приміщення та ін. Тому, через описані обставини в найближчий час не слід очікувати ріст готелів мережі Hilton Worldwide та інших мереж готелів. Також крім місцевих готелів, у країні є готелі міжнародних мереж, таких як Marriott та Radisson, які також пропонують високоякісне обслуговування та зручне розташування.

Україна має 18 міжнародних готельних мереж, які змагаються за відвідуваність, не зважаючи на невелику кількість туристів. Кількість місць для розміщення гостей у готелях та інших подібних закладах зменшується після подій 2014 року, але кількість готелів залишається стабільною. Можливо, що номери в готелях здаються в оренду для інших видів діяльності, щоб зберегти прибуток.

Майже всі міжнародні готельні мережі присутні в Києві, де їх представництва складаються з чотирьох та п'ятизіркових готелів. Будівництво готелів у столиці України є економічно та фінансово вигідним, оскільки місто є центром бізнес-проектів та зустрічей, що сприяє попиту на готельні послуги. Також однією з основних проблем розвитку Hilton Hotels в Україні є недостатня кількість готелів цієї мережі. На відміну від інших країн Європи, де Hilton має багато готелів, в Україні є лише один готель цієї мережі - Hilton Kyiv. Це значно обмежує можливості для туристичного та бізнес-туризму в Україні, оскільки багато туристів та бізнесменів вважають готелі Hilton як одні з найкращих у світі. Отже, Hilton повинен розширювати свої готелі, щоб бути конкурентоспроможним в Україні. Також необхідно урегулювання економічної кризи в країні та відновлення безпеки, для перебування та подорожування іноземних та місцевих туристів[9].

У 2019 році планувалось побудування ще одного готелю мережі Hilton Worldwide у Львові, проте будівництво так і не відбулось тому, що планували побудувати готель у 72 м, тобто 20 поверхів, це викликало дискусію, адже у попередніх містобудівних умовах та обмеженнях гранична висота становила 34 м.

Готель не був побудований з другої причини - місце, де планували його зводити, знаходиться на земельній ділянці площею 1 га, де зараз розташований колишній музей історії військ Прикарпатського військового округу. Також зазначимо, що ця ділянка знаходиться в буферній зоні ЮНЕСКО та історичному ареалі Львова, тому будівництво і реконструкція тут суттєво обмежені. Крім того, на цій ділянці колись розташовувався замиський Стрийський цвинтар, де поховано людей, що померли від різних хвороб у часи польського короля Яна Казимира. Згідно з Державними санітарними правилами та нормами, ділянки, де раніше були кладовища, після відповідного впорядкування можуть використовуватись лише для парків та скверів. Мешканці у яких будинки прилягали до майбутнього готелю, також були проти. Тому через раніше названі причини будівництво так і не відбулось[7].

Одним з основних викликів для готельної галузі під час війни є зменшення потоку туристів і падіння попиту на готельні послуги. Це може призвести до скорочення обсягів бізнесу. Проте, при правильному використанні можливостей, які виникають під час таких складних періодів, можливі й деякі перспективи для розвитку готельної мережі. Hilton Hotels може зосередитися на розвитку готелів у менш ризикованих місцях або на місцях, де війна не має великого впливу на туризм. Наприклад, відкрити гірськолижні курорти, тощо.

У мережі Hilton WorldWide є перспективи, але тільки після закінчення війни, адже вони мають велику та широку сферу бізнесу, можливість ефективного утримання клієнтів та надання високоякісного обслуговування завдяки впровадженню технологічних інновацій, та великий досвід у поширенні своїх готелів по всьому світу.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було сформовано такі висновки теоретичного та практичного спрямування:

1. На основі проведеного дослідження щодо історії та розвитку готельної мережі Hilton Hotels, можна зробити висновок, що заснована у 1919 році готельна мережа Hilton Hotels відіграла значну роль у формуванні глобальної готельної індустрії. Через століття інновацій та експансії, готельна мережа Hilton Hotels не лише забезпечила високий стандарт послуг у своїх готелях по всьому світу, але й зуміла адаптуватися до змінюваних потреб мандрівників.

2. Технологічні інновації, такі як онлайн-бронювання, мобільні додатки, та впровадження штучного інтелекту, дозволяють Hilton Hotels підвищувати якість обслуговування та оптимізувати внутрішні процеси.

3. Готельна мережа Hilton Hotels є однією з провідних у світі, що представлена у всіх значних регіонах, зокрема в Америці, Європі, Азії, Близькому Сході, Африці, Австралії та Океанії. Hilton забезпечує високий стандарт послуг у всіх готелях своєї мережі, пропонуючи від розкішних готелів класу "люкс" до бізнес-готелів і середнього класу, з великою увагою до безпеки та комфорту. Hilton також активно розвиває нові ініціативи та веде екологічні програми, підкреслюючи свою роль як лідера готельної індустрії, який не лише розширює свої географічні охоплення, але й сприяє сталому розвитку.

4. У результаті аналізу послуг готельної мережі Hilton Hotels у різних регіонах можна сказати, що у кожному готелі різної марки є свої проблеми та переваги. Для подолання проблем у готелях Hilton Hotels потрібно звернути увагу на скарги гостей та покращити надання цих послуг.

5. На основі порівняльного аналізу послуг готелів мережі Hilton Hotels з іншими провідними готельними мережами в Україні можна зробити такий висновок, що Hilton Kyiv вирізняється завдяки своїй високій маркетинговій підтримці, соціальній відповідальності, стратегічному розташуванню, а також різноманітності та якості послуг. Hilton Kyiv забезпечує високий рівень

сервісу, розкішні номери та має розвинену програму лояльності Hilton Honors, що робить його привабливим вибором для багатьох мандрівників. Але з іншого боку, інші готелі також мають свої переваги, які можуть приваблювати різні сегменти гостей.

6. Аналізуючи ситуацію готельної мережі Hilton Hotels в Україні, можна виділити низку серйозних проблем, які стримують розвиток цієї мережі. Відсутність туристичного потоку зменшує попит на готельні послуги через війну та економічну кризу. Це, в свою чергу, збільшує конкуренцію між місцевими та готелями інших готельних мереж, які прагнуть залучити обмежену кількість гостей. Додатковими труднощами є обмежена присутність Hilton в Україні з лише одним готелем у Києві, а також складнощі з розширенням через містобудівні та історичні обмеження, як випадок з нездійсненим проектом у Львові.

Результати дослідження можуть бути корисними для управління та планування розвитку готельної індустрії в Україні, а також для подальших наукових досліджень у цій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глобальні тренди готельного бізнесу URL: <https://elearn.nubip.edu.ua>
2. Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С., Шикіна О.В. Дослідження функціонування готельної мережі Hilton Hotels, 2019 URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/22_2019/22_2019.pdf#page=176
3. Готельний інтерес: Хто до нас йде? URL: <https://investory.news/>
4. Давидова О.Ю., Н.В. Постяна. Тенденції розвитку готельних мереж, 2013 URL: <http://eprints.kname.edu.ua>
5. Історія Конрада Хілтона URL: <https://calendate.com.ua/person/5>
6. Історія Конрада Хілтона у Вікіпедії URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Conrad_Hilton
7. Львівський портал URL: <https://portal.lviv.ua/>
8. Програми заохочення і стимулювання постійних і віп-клієнтів URL: https://stud.com.ua/65759/turizm/programi_zaohochennya_stimulyuvannya_postiynih_kliyentiv
9. Романів О.Я. Скабара Р.М. Територіальна організація міжнародних готельних мереж в Україні та стратегія їх розвитку на прикладі Hilton Worldwide. URL: <http://www.market-infr.od.ua/>
10. Сторінка новин та історій готелів Hilton URL: <https://stories.hilton.com/>
11. Твоє місто URL: <https://tvoemisto.tv/>
12. Booking.com. URL: <http://www.booking.com>
13. Conrad Hilton URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Conrad_Hilton
14. Dallas Hilton URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Dallas_Hilton
15. Hilton Celebrates 100th Anniversary with ‘Random Acts of Hospitality,’ A New Foundation and a Dynamic Launch into its Next Century URL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4093593.html>
16. Hilton Hotels & Resorts URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Hilton_Hotels_%26_Resorts

17. Hilton Introduces AI Customer Service Chatbot as Part of New Move in Digital Strategy URL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4100264.html>
18. Hilton PESTLE Analysis: Tourism isn't the Only Factor Affecting Hotels URL: <https://pestleanalysis.com/hilton-pestle-analysis/>
19. Hilton Wants to Use AI to Personalize Hotel Bookings URL: <https://skift.com/2023/03/30/hilton-wants-to-use-ai-to-personalize-hotel-bookings/>
20. Hilton Worldwide URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Hilton_Worldwide
21. Hilton Worldwide Named Official Hotel Sponsor of Special Olympics URL: <https://www.hospitalitynet.org/news/4051979.html>
22. Hilton Worldwide Partners with Room to Read To Empower and Educate Young People in South and Southeast Asia URL: <https://www-3blmedia-com>
23. Hilton's 18 Hotel Brands Explained URL: <https://hoteltechreport.com/news/hilton-hotel-brands>
24. Hilton.com URL: <https://www.hilton.com/>
25. Statista URL: <https://www.statista.com/>
26. The Hilton Hotel URL: <http://stravelandtourism.weebly.com/the-hilton-hotel.html>
27. Trending Stories URL: <https://stories.hilton.com/>
28. Tripadvisor URL: <https://www.tripadvisor.com/News>
29. Welcome to Hilton URL: <https://www.hilton.com/en/corporate/>