

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.<sup>1</sup>, Коробчук Р.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет,  
м. Одеса

<sup>2</sup>студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

## **ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON**

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

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

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

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

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

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

Джерело: складено автором на основі [2].

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

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

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

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

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

Джерело: складено автором на основі [2].

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

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

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

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

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

### Список використаних джерел:

1. Веб-сайт Sheraton. URL: <https://sheraton.marriott.com/>
2. Marriott annual reports. URL: <https://companiesmarketcap.com/marriott-international/annual-reports-10k/>
3. Нечева Н.В., Шикіна О.В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>