

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.¹, Обревко О.М.²

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

² студент, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ RIXOS HOTELS

Серед численних міжнародних брендів особливе місце посідає мережа Rixos Hotels, яка за відносно короткий проміжок часу зуміла перетворитися з локальної турецької ініціативи на впізнаваного гравця світового рівня у сегменті luxury hospitality. Сьогодні Rixos асоціюється не лише з високоякісним сервісом, але й з унікальною концепцією відпочинку «All-Inclusive, All-Exclusive», яка поєднує масштабність та доступність формату «все включено» з індивідуалізованими, ексклюзивними послугами для кожного гостя.

Мережа була заснована у 2000 році в Туреччині бізнесменом Феттахом Тамінджі, який поставив за мету створення курортів нового типу, здатних поєднувати турецькі традиції гостинності із сучасними міжнародними стандартами готельного бізнесу [1]. Вже протягом першого десятиліття існування Rixos вийшов за межі Туреччини, відкривши курорти у Казахстані, ОАЕ, Єгипті та кількох інших країнах.

Ключовим елементом ранньої стратегії було опиратися не лише на архітектурну розкіш, а й на інноваційний підхід до розваг і сервісу. Rixos виводив у своїх проєктах інтернаціональні шоу-програми, запрошував артистів, створював унікальні дитячі клуби (бренд Rixu), а також впроваджував концепти спеціалізованих кухонь та гастрономічних івентів.

Візитівкою Rixos став проєкт The Land of Legends – тематично-розважальний комплекс у районі Белеку. Це не лише аквапарк, а повноцінне місто розваг із зонами шоу, торговими вулицями, концертними аренами й готелями (Kingdom Hotel, Nickelodeon Hotels & Resorts Antalya). Гості Rixos отримують VIP-доступ, трансфери та знижки через програму «Legendary App». Такий формат поєднує відпочинок і розваги в одному продукті, формуючи унікальний досвід для родин із дітьми [2].

Важливим чинником розвитку стало стратегічне партнерство з міжнародними готельними групами, що дозволило Rixos зміцнити позиції на ринку та інтегруватися у глобальну систему управління гостинністю. Співпраця з великою міжнародною групою **Accor** стала ключовим моментом у цій глобалізації. У 2016 році Rixos увійшов у спільне підприємство з Accor, що

надало бренду доступ до потужних систем дистрибуції, міжнародного маркетингу, а також ресурсів для масштабних проєктів. Саме ця угода дозволила Rixos значно збільшити кількість готелів: зокрема, зараз у звітах зазначається, що бренд оперує 24 готелями з понад 10 000 номерами, а ще близько 26 об'єктів із понад 14 000 кімнат перебувають у стадії pipeline – тобто будівництва чи підготовки до відкриття [3].

Регіональна структура мережі Rixos Hotels станом на 20.02.2025 р. характеризується виразною концентрацією в кластері Близький Схід та Африка (MEA), де зосереджено 36 із 45 готелів, тобто 80,0% портфеля, і 14 631 із 16 600 номерів, або 88,1% номерного фонду. На Європу та Північну Африку припадає 9 об'єктів (20,0%) і 1 969 номерів (11,9%). Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Америка у вибірці відсутні, що вказує на наявність «білих плям» у глобальному покритті та одночасно – на нереалізований потенціал диверсифікації.

Таблиця 1 – Розподіл готелів Rixos Hotels за регіонами, станом на 20.02.2025 р.

Регіон	Кількість готелів	Кількість номерів
Європа та Північна Африка	9	1969
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	0	0
Близький Схід та Африка	36	14631
Америка	0	0
Всього:	45	16600

Джерело: складено автором за [4]

Середній розмір готелю у мережі становить 369 номерів, при цьому в регіоні MEA він підвищений до 406, тоді як у європейсько-північноафриканському регіоні – 218, що відображає переважно великоформатну курортну спеціалізацію бренду з менш масивними активами у європейському периметрі.

Таблиця 2 – Розподіл готелів Rixos Hotels за формою власності, станом на 20.02.2025 р.

Форма власності	Кількість готелів	Кількість номерів
Власні готелі	0	0
В управлінні Ассог	28	11354
За франшизою	17	5246
Всього:	45	16600

Джерело: складено автором за [4]

Структура за формами власності демонструє домінування asset-light підходу: власних готелів немає, 28 об'єктів (62,2%) із 11 354 номерами (68,3%) перебувають в управлінні Accor, ще 17 готелів (37,8%) із 5 246 номерами (31,6%) працюють за франшизою. Середній розмір об'єкта під управлінням Accor сягає приблизно 405 номерів, що узгоджується з концентрацією великих резортів у портфелі, тоді як франшизні одиниці є меншими – близько 308 номерів. Така конфігурація вказує на прагнення утримувати під посиленням операційним контролем найбільш й репутаційно критичні активи, спираючись на дистрибутивні, цінові та CRM-можливості платформи Accor, і паралельно розширювати ринкову присутність через менш капіталомісткі франшизні формати.

Один з об'єктів, який функціонує під брендом Rixos на території України – це курортний комплекс Rixos Pnykarpattya у Трускавці. Це п'ятикласний лікувально-курортний комплекс, який відкрився у 2005 році, має 359 комфортних номерів різного класу, сучасний медичний центр, SPA-центр, конференц-зали, дитячий клуб і різноманітну інфраструктуру для відпочинку і оздоровлення. Цей об'єкт вже давно утвердився як один із флагманів бренду на українському курортному ринку і є прикладом адаптації бренду до умов регіону з мінеральними джерелами та оздоровчими туристичними запитами [5].

Таким чином, Rixos Hotels – це не просто мережа готелів, а інноваційна екосистема сучасної гостинності, яка формує нові стандарти у сфері відпочинку, технологій та сталого розвитку. Її досвід підтверджує, що майбутнє світового туризму – за брендами, здатними поєднати комфорт, креативність, екологічну свідомість і справжню емоцію для кожного гостя [6].

Список використаних джерел:

1. Веб-сайт Rixos. URL: <https://www.rixos.com/>.
2. The Land of Legends. URL: <https://www.reservations.com/Hotel/rixos-premium-tekirova--all-inclusive-kemer-tr>.
3. Accor Hotels and Rixos Hotels announce a strategic partnership.

URL: <https://press.accor.com/accorhotels-and-rixos-hotels-announce-a-strategic-partnership>.

4. Accor. Hotel Portfolio – December 2024. URL: <https://surl.lu/ntarpg>

5. 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>

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