

# ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей  
III Всеукраїнської  
науково-практичної конференції  
молодих учених, аспірантів і студентів  
з міжнародною участю  
(18 травня 2023 року, м. Львів)*

Львів  
ЛДУФК ім. Івана Боберського 2023

**Рецензенти:**

доктор технічних наук, професор

**Василь ПАСІЧНИЙ**

*(Національний університет харчових технологій)*

доктор економічних наук, професор

**Наталія ПАВЛЕНЧИК**

*(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)*

*Рекомендувала до друку вчена рада*

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського  
(протокол № 8 від 9 травня 2023 р.)*

I 66 **Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика** : зб. тез доп. III Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнародною участю (18 травня 2023 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. – 538 с.

У тезах доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених, аспірантів і студентів висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

**УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)**

*Матеріали публікуються в авторській редакції*

**УДК 388.488:640.4**

**Михайло Рутинський**

канд. геогр. наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та підприємництва

**Ілля Давидейко**

студент

Центральноукраїнський національний технічний університет

## **СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ГОТЕЛЬНОГО БРЕНДУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ: ПРИКЛАД ГОТЕЛЮ «REIKARTZ КРОПИВНИЦЬКИЙ»**

Просування готельного бренду – це основна стратегія зміцнення конкурентних позицій готельного підприємства на регіональному, національному та міжнародному ринках. Просування бренду здійснюється за допомогою низки маркетингових інструментів, серед яких провідну роль почали відігравати інтернет-платформи [2, с. 218].

Готелі мережі “Reikartz Hotels & Resorts” функціонують у великих містах і привабливих курортах України. Кожен готель мережі вирізняє високий рівень комфорту і сервісу, чітка відповідність європейським стандартам обслуговування, уважне ставлення до потреб і запитів гостей.

Історія компанії “Reikartz” розпочалася в Україні в 2003 році, коли група бельгійських архітекторів на чолі з Франсуа Рейкарцем (Francois Rускаerts) придбала старовинний особняк у центрі Львова на Друкарській вулиці. За наступні двадцять років мережа пошилилася майже на всі регіони України, а бренд “Reikartz Hotels” сьогодні є одним з найбільш упізнаваних у державі.

На ринку Центральноукраїнського регіону з 14.02.2011 року функціонує готель «Reikartz Кропивницький» (м. Кропивницький, вул. В. Чорновола, 1д). У кризових реаліях останніх років, коли низка інших готельних підприємств цього регіону закрилися чи балансують на межі банкрутства, підприємство «Reikartz Кропивницький» зуміло зберегти власну клієнтську базу та активно позиціонує себе на ринку як

успішний і затишний готель, бездоганна якість послуг якого підкріплена високими європейськими корпоративними стандартами бренду «Reikartz».

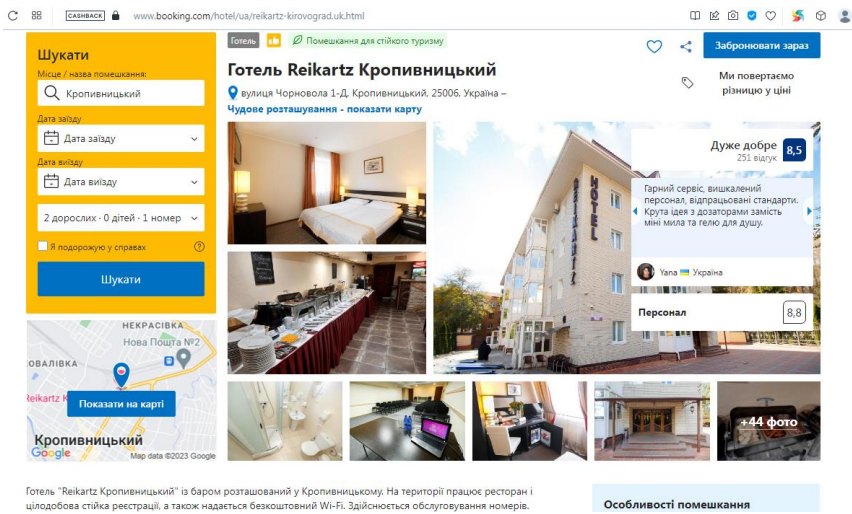


Рис. Готель «Reikartz Кропивницький» - перший у рейтингу готелів у місті Кропивницькому на глобальній платформі бронювання Booking.com

Глобальна платформа бронювання Booking.com є головним стратегічним партнером компанії “Reikartz Hotels & Resorts” у її стратегії глобального та регіонального просування. Зокрема, ця стратегія передбачає участь готелю «Reikartz Кропивницький» у глобальних соціальноорієнтованих ініціативах, наприклад, в екологічній програмі «Помешкання для стійкого туризму» (див. рис.). Запорукою доброї співпраці є заохочення клієнтів готелю залишати свої відгуки та оцінки сервісу на платформі Booking.com. Особливої уваги заслуговує активність готелю щодо забезпечення високої оцінки корпоративного вишколу персоналу. Завдяки цьому станом на 2023 рік «Reikartz Кропивницький» має одні з найвищих у Центральноукраїнському регіоні показники оцінки фаховості персоналу (8,8 з 10 балів) та загальної споживацької оцінки якості готельного сервісу (8,5 з 10 балів) [1].

*Ключові слова* : готельний бренд, стратегія просування, Reikartz

Hotels.

**Список використаних джерел :**

1. Готель Reikartz Кропивницький. URL:  
<https://www.booking.com/hotel/ua/reikartz-kirovograd.uk.html?label=reikartz-kirovograd>
2. Організація готельно-ресторанної справи : навч. 043осіб. / В. Я. Брич, Г. В. Кушнірук, М. Й. Рутинський, Н. Я. Сусол [та ін.], за заг. ред. проф. В. Я. Брича. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – 484 с.