УДК 640.41:334.7
DOI:10.32782/2415-8240-2026-109-2-928-947

МОДЕЛІ ДОВГОСТРОКОВОГО ДОСТУПУ ДО ПРОЖИВАННЯ В СИСТЕМІ ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

MODELS OF LONG-TERM ACCOMMODATION ACCESS IN HOTEL NETWORK INTEGRATION AND DEVELOPMENT

Шикіна Ольга Володимирівна
кандидат економічних наук, доцент кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5294-3367

Shykina Olga
Odesa National Economic University

Стаття присвячена організаційно-економічним умовам застосування моделей довгострокового доступу до проживання в системі інтеграційного розвитку готельних мереж. Метою є визначення умов узгодження споживчої вигоди гостя, фінансового забезпечення зобов'язань оператора та економічної прийнятності участі готелів. Використано аналіз і систематизацію наукової літератури, порівняльний аналіз програм проживання, вторинний описовий аналіз публічних онлайн-голосувань, концептуальне моделювання, дисконтування грошових потоків та аналіз чутливості. Систематизовано різновиди таймшеру й розмежовано придбання повторюваного права на проживання та інвестування в готельну нерухомість із правом особистого перебування. Концепцію Time Pass Ribas Hotels Group розглянуто в зіставленні з мережевими моделями таймшеру. Результати трьох онлайн-голосувань використано для попереднього опису сприйняття концепції та заявлених намірів учасників з урахуванням обмежень їх узагальнення. Запропоновано модель одночасного оцінювання чистої приведеної вартості заміщених витрат гостя, достатності фінансового покриття майбутніх послуг і мінімально прийнятної компенсації готелю з урахуванням можливого витіснення звичайних продажів. У базовому десятирічному сценарії чиста приведена вартість для гостя становить 45,8 тис. грн за повного використання ліміту та −28,0 тис. грн за використання 70% ліміту. Показано, що позитивна споживча оцінка може поєднуватися з недостатністю коштів для виконання безстрокових зобов'язань оператора. У детермінованому прикладі двох готелів погоджене перенаправлення запитів за наявності вільної місткості та згоди гостей підвищує частку виконаних запитів із 80 до 100%. Обґрунтовано необхідність спільного оцінювання споживчої цінності, фінансового покриття всього строку права та прийнятності компенсацій готелям. Визначено вимоги до розподілу відповідальності, сезонних квот, взаєморозрахунків і заміщення об'єктів. Отримані числові

результати характеризують задані сценарії; застосування моделі до конкретної готельної мережі потребує її перевірки за договорами, сезонними тарифами, витратами та даними бронювання.

Ключові слова: передоплата, договірна координація, номерний фонд, фінансовий резерв, сценарне моделювання, таймшер, Time Pass.

The article examines the organisational and economic conditions for applying long-term accommodation access models in the context of hotel network integration and development. Its purpose is to identify conditions for aligning guest benefits, financial coverage of the operator's obligations, and economically acceptable terms for participating hotels. The methods include analysis and systematisation of scholarly literature, comparative analysis of accommodation programmes, secondary descriptive analysis of public online polls, conceptual modelling, discounted cash flow calculations, and sensitivity analysis. Forms of timeshare are systematised, and the purchase of recurring accommodation rights is distinguished from investment in hotel real estate that includes an entitlement to personal stays. The Time Pass concept proposed by Ribas Hotels Group is examined in comparison with network timeshare models. Results from three online polls provide a preliminary description of participants' perceptions and stated intentions, with explicit recognition of the limitations on generalisability. A model is proposed to jointly assess the net present value of guests' accommodation cost savings, the adequacy of funding for future services, and the minimum acceptable compensation for hotels, accounting for the potential displacement of regular bookings. In the baseline ten-year scenario, the guest's net present value is UAH 45,800 at full utilisation of the accommodation allowance and − UAH 28,000 at 70% utilisation. The calculations show that positive value for guests may coexist with insufficient funding for the operator's perpetual service obligations. In a deterministic example involving two hotels, coordinated redirection of requests increases the fulfilment rate from 80% to 100%, provided that spare capacity is available and guests accept the alternatives. The findings support the need to jointly assess consumer value, financial coverage over the full duration of the entitlement, and acceptable compensation for participating hotels. Requirements are identified for allocating responsibilities, setting seasonal quotas, settling payments between participants, and arranging replacement accommodation. The numerical results apply to the specified scenarios; application of the model to a particular hotel network requires validation using contractual terms, seasonal rates, costs, and booking data.

Keywords: prepayment, contractual coordination, room inventory, financial reserve, scenario modeling, timeshare, Time Pass.

Постановка проблеми. Інтеграційний розвиток готельних мереж передбачає поглиблення взаємодії учасників, поєднання їхніх ресурсів і формування узгоджених механізмів надання послуг. Одним із напрямів цієї взаємодії є застосування моделей довгострокового доступу до проживання, які пов'язують повторювані перебування гостей із використанням номерного фонду різних об'єктів. Міжнародний масштаб сегмента підтверджує наведена в матеріалах ARDA у 2024 р. експертна оцінка світового обсягу продажів продуктів vacation ownership на рівні близько 21 млрд дол. США [1]. Мережевий характер їх реалізації ілюструє діяльність системи обміну RCI,

яка у 2024 р. об’єднувала 3,5 млн учасників і близько 4 тис. курортних об’єктів приблизно у 100 країнах.

Для українського готельного бізнесу інтерес до довгострокових прав проживання пов’язаний із пошуком способів фінансування розвитку, підтримання повторних відвідувань і планування завантаження. Поява окремих пропозицій, зокрема концепції Time Pass у проєкті Kryla Karpaty by Edem, засвідчує практичний інтерес до такого формату. В умовах воєнних ризиків, територіальної нерівномірності попиту та невизначеності строків відновлення туристичної інфраструктури особливого значення набуває здатність мережі забезпечувати придбані права за зміни доступності окремих готелів. Тому залучення передоплати потребує оцінювання можливостей тривалого виконання зобов’язань перед гостями.

У контексті цього дослідження інтеграційний розвиток розглядається як поглиблення договірної, операційної та фінансової координації готелів і оператора задля спільного забезпечення прав проживання. Його зміст полягає в узгодженні бізнес-процесів бронювання, використання номерного фонду та взаєморозрахунків між учасниками. Спільний клієнтський облік створює інформаційну основу цієї взаємодії, тоді як її економічний результат залежить від доступності послуг, розподілу відповідальності та прийнятності умов участі для кожної сторони.

Особливість моделей з одноразовою передоплатою полягає в часовому розриві між отриманням коштів і наданням послуг упродовж багатьох років. За цей період можуть змінюватися витрати обслуговування, сезонна структура попиту та склад готельної мережі, тоді як зобов’язання перед гостем зберігаються відповідно до умов договору. Виникає суперечність між тривалістю придбаного права та мінливістю ресурсних і фінансових можливостей його забезпечення. Наукова проблема полягає в обґрунтуванні організаційно-економічних умов, за яких довгострокові права проживання можуть реалізовуватися через узгоджене використання ресурсів готельної мережі зі збереженням споживчої цінності для гостя, фінансової стійкості оператора та економічної зацікавленості готелів-учасників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Е. Грегорі та Дж. Вайнленд систематизували дослідження таймшеру й показали різноманітність його маркетингових, управлінських та інституційних аспектів [2]. Б. Спаркс, К. Бутчер і Г. Бредлі розкрили багатовимірність споживчої цінності [3], а Б. Спаркс, Г. Бредлі та Г. Дженнінгс – її відмінності на різних стадіях володіння [4]. Тому проста сума умовно зекономлених витрат не вичерпує оцінювання продукту: важливі фактичне користування, гнучкість і відповідність способу подорожування.

Н. Федорченко та В. Федорченко досліджують принципи функціонування договору таймшеру [5]. І. Фатхутдінова аналізує його зміст, європейські стандарти та питання імплементації [6]. Праця С. Галасюк дає підстави розмежовувати придбання права проживання та інвестування в кондо-готель, де взаємодіють приватний власник, девелопер і оператор [7]. Історико-правовий аналіз І. Фатхутдінової пояснює розвиток договірних форм і потребу захисту споживача [8]. Ці дослідження формують правову основу порівняння.

Сучасні праці з управління мережами показують залежність результату від способу координації. М. Фернандес-Баркала, М. Гонсалес-Діас та С. Лопес-Байон зіставляють франчайзинг і управлінські контракти [9]. Їхнє дослідження мінімереж у

складі мережі встановлює, що організаційне ускладнення може мати різні результати залежно від форми управління [10]. Отже, саме збільшення портфеля не слід ототожнювати з ефективною інтеграцією. Е. Бітті та співавтори пов'язують структуру франчайзингової мережі з участю партнерів і комунікацією [11]. С. Йоосс, Ю. Ленц та Р. Бурбах обґрунтовують міжорганізаційне поєднання ресурсів у сфері управління персоналом гостинності [12]. Перенесення цієї логіки на спільну місткість є авторською аналітичною аналогією. Т. Буй, М. Джамбулінгам і М. Аміна підкреслює множинність детермінант результативності франчайзі [13]. Дж. Ко і К. Рохас вказують, що концентрація власності може впливати на ринкову владу [14]; тож підвищення цін не є достатнім показником створення спільної цінності.

К. Рамірес-Гарсія та співавтори розглядають залежність дієвості контролю від джерела ризику у франчайзингових відносинах [15]. М. Ленц, О. Березан і К. Рааб виявляють потребу узгодження програм лояльності з управлінням доходами та оцінюванням витрат [16]. С. Луссі та співавтори розмежовують виміри майнової структури й орієнтації на комісійні доходи готельних груп [17]. Дж. Чень та співавтори досліджують динамічний розподіл готельної місткості між сегментами [18]. Ці роботи підтримують включення до моделі компенсацій і вартості витісненого попиту, проте їхні числові ефекти не перенесено на українській досвід.

Теоретичну основу авторського підходу становить реляційне трактування міжорганізаційної переваги Дж. Дайєра та Г. Сінгха [19]. У запропонованій моделі спільна цінність може виникати завдяки сумісному використанню місткості, узгодженим процедурам і фінансовим гарантіям. Застосування цього підходу до довгострокових прав проживання є розширенням предмета аналізу, що потребує окремого емпіричного тестування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розглянуті підходи пояснюють споживчу цінність, договірну природу та механізми мережевої координації. Для застосування до повторюваних прав проживання потребує уточнення їх поєднання в одному відтворюваному розрахунку, який одночасно враховує вигоду гостя, забезпеченість оператора та компенсацію готелю. Окремим дослідницьким питанням є приріст виконаних запитів порівняно з обслуговуванням без перенаправлення. Стаття зосереджена на спільних умовах прийнятності продукту й вимірюванні операційного результату координації.

Метою статті є визначення організаційних та економічних умов застосування моделей довгострокового доступу до проживання в системі інтеграційного розвитку готельних мереж з урахуванням прав гостей, ресурсів готелів і зобов'язань оператора.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення завдань:

1. Уточнити зміст таймшеру, систематизувати різновиди та розмежувати придбання повторюваного права на проживання й інвестування в готельну нерухомість.

2. Зіставити окремі міжнародні та українські програми довгострокового проживання й здійснити описовий аналіз публічних голосувань щодо концепції Time Pass Ribas Hotels Group.

3. Розробити модель узгодження споживчої вигоди, фінансового покриття зобов'язань оператора та компенсацій готелям і дослідити чутливість результатів до зміни ключових параметрів.

Методика досліджень. Дослідження ґрунтується на аналізі й систематизації наукової літератури, порівняльному аналізі міжнародних та українських програм довгострокового проживання, методі кейс-стаді та сценарних розрахунках. Програми зіставлено за змістом придбаного права, строком дії, платежами й умовами доступу до готелів. Концепцію Time Pass Ribas Hotels Group розглянуто за відкритими матеріалами. Виконано описовий аналіз трьох онлайн-голосувань, оприлюднених 3.10.2026 р. у Telegram-каналі @arturlupashko. Використано зріз результатів станом на 10 жовтня 2026 р. Частки відповідей обчислено окремо для кожного питання.

Для аналізу робочих гіпотез застосовано концептуальне моделювання, дисконтування грошових потоків та аналіз чутливості. Модель поєднує оцінювання споживчої вигоди, фінансового покриття зобов'язань оператора та прийнятності компенсацій готелям з урахуванням витіснення звичайних продажів. Споживчу оцінку здійснено на десятирічному горизонті, а зобов'язання оператора враховано також за його межами. Безстрокове зобов'язання розглянуто як стресовий сценарій, відмінний від права протягом життя. Вплив координації на частку виконаних запитів досліджено на детермінованому прикладі двох готелів за незмінних попиту й місткості.

Розрахунки виконано за умовними параметрами, наведеними в таблиці 2. Отримані залежності характеризують задані сценарії; їх застосування до конкретної мережі потребує перевірки за договорами, витратами та даними бронювання. ChatGPT (OpenAI) використано як допоміжний інструмент під контролем автора, що відповідає за перевірку матеріалів і висновки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ранні форми таймшеру передбачали закріплення за споживачем права повторюваного перебування протягом визначеного періоду, зокрема фіксованого тижня щороку. До ранніх європейських прикладів належить заснована у 1963 р. компанія Hapimag, створена як альтернатива індивідуальному володінню житлом для відпочинку. Її річна звітність показує, що фінансування користування поєднує майнову участь із поточними платежами та обліком прав проживання [21]. Водночас становлення таймшеру від початку охоплювало різні організаційно-правові форми. У США з 1970-х років поширювалися також майнові форми таймшеру, пов'язані з участю у власності на курортну нерухомість [8]. Створення RCI у 1974 р. розширило зовнішній обмін між учасниками; у 2000 р. RCI запровадила бальну програму [22]. Отже, гнучкість місця відпочинку є розвитком усталених механізмів, а не достатньою ознакою нового продукту.

Marriott Vacations Worldwide та Hilton Grand Vacations описують у корпоративній звітності продаж прав відпочинку, управління курортами й клубні механізми [23; 24]. Вони не тотожні звичайним програмам лояльності відповідних готельних брендів. Публікація Ribas Hotels Group від 29.02.2024 характеризує Ribas Invest як інвестиційний формат із включеними днями особистого перебування власника [25]. Такий компонент не перетворює купівлю нерухомості на придбання лише послуги проживання.

Подальший розвиток таймшеру супроводжувався розширенням вибору періодів і місць проживання, створенням систем міжкурортного обміну,

поширенням бальних програм та залученням великих готельних брендів [8; 20; 22-24]. Основні історичні віхи цих змін узагальнено на рис. 1.

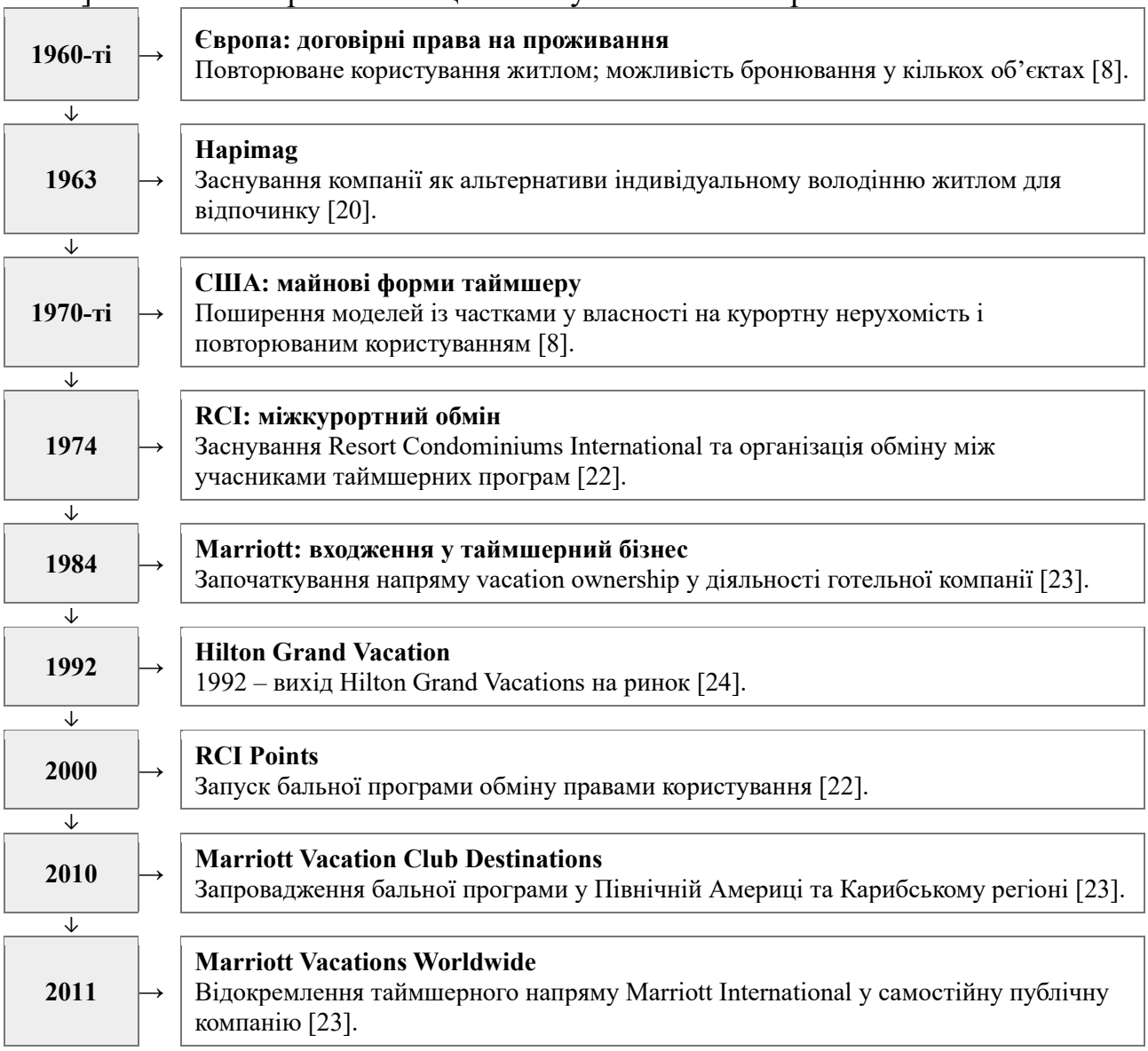


Рисунок 1. – Історична еволюція таймшеру в контексті інтеграційного розвитку готельних мереж

Джерело: складено автором на основі [8; 20; 22-24].

Під таймшером розуміємо організаційно-економічну модель довгострокового набуття повторюваного права на проживання протягом визначених періодів в одному або кількох об'єктах розміщення, яке може забезпечуватися майновою участю або договором користування [6; 23; 26]. Клубний формат організації програми може поєднуватися з різними правовими основами такого користування [23; 24].

Різновиди таймшеру систематизовано за шістьма ознаками: правовою основою, календарем користування, способом обліку права, охопленням об'єктів, періодичністю надання права та строком його дії (рис. 2). Ознаки характеризують різні сторони моделі й можуть поєднуватися відповідно до правил програми. Зокрема, договірне право користування може передбачати доступ до кількох об'єктів, бальний облік і щорічне надання квоти [23].

Таймшер	Правова основа	Майнова участь		Договірне право користування
	Календар користування	Фіксований	Плаваючий	Ротаційний
	Спосіб обліку права	Календарна квота (тижні, доби)		Бальний облік
	Охоплення об’єктів	Один об’єкт		Кілька об’єктів
	Періодичність надання права	Щороку	Через рік	Інший погоджений цикл
	Строк дії права	Визначена кількість років	Протягом життя правоволодільця	Без обмеження строку

Рисунок 2. – Класифікаційні ознаки та різновиди таймшеру

Джерело: *складено автором на основі [6; 23-24; 26-27].*

Фіксований календар закріплює період проживання, плаваючий дозволяє обирати дати в установлених межах, а ротаційний передбачає зміну періоду між роками за погодженим графіком [6; 27]. За способом обліку право виражається календарною квотою у тижнях, добах чи балами, які використовуються для бронювання за правилами програми. Бальний облік може застосовуватися за різних правових основ користування [23; 24]. Охоплення об’єктів характеризує доступ до одного чи кількох засобів розміщення. Обмін між самостійними програмами розглядаємо як механізм розширення доступу; його слід відрізняти від користування об’єктами в межах однієї програми [23; 26]. Періодичність надання права визначає цикл, за яким учаснику доступна квота проживання: щороку, через рік або за іншим погодженим циклом. Щорічне та дворічне надання прав і балів описано у звітності Hilton Grand Vacations [24]. Ця ознака характеризує умови надання права незалежно від фактичної частоти поїздок.

Строк дії права характеризує загальну тривалість його збереження. В авторській систематизації розрізняємо право на визначену кількість років, право протягом життя зазначеного в договорі правоволодільця та право без установленого обмеження строку. Пожиттєвий строк виокремлено для подальшого зіставлення з концепцією Time Pass. Отже, щорічна квота може надаватися протягом обмеженої кількості років, упродовж життя правоволодільця або без установленого кінцевого строку. Тривалість окремого перебування та загальний строк дії права є різними характеристиками.Мережевий формат розширює вибір дестинацій, але обмежений фактичним портфелем програми. Обмінна система додає можливості інших учасників за окремими правилами. Доступ до кожного готелю однойменного бренду не випливає автоматично з жодної з цих моделей. Так само членство зі знижками, звичайний подарунковий сертифікат на разове

перебування та бонусна програма не стають таймшером лише через передоплату або клубну назву [26].

Наявність українських аналогів слід оцінювати за змістом придбаного права. Для цього важливо розрізняти історично описану мережеву пропозицію, сучасну модель у проєкті курорту та право особистого перебування власника готельної нерухомості. Продукт Time Pass від Kryla Karpaty by Edem визначено через базовий день проживання; мінімальний пакет відповідає тижню. Придбання пов'язується з членством і паєм у кооперативі, а дні пропонуються «назавжди» з щорічним використанням та можливістю їх розподілу. Також передбачено окрему плату за сервіс – 35 євро за базовий день [18, с. 23]. Отже, це близька за повторюваністю і гнучкістю модель, але з іншою основою прав і явним додатковим платежем. Заявлені організатором прибутковість та окупність не приймаються в цій статті як підтверджені результати.

Суміжний формат є й у Ribas Invest. У пакеті описано щорічне особисте перебування: 19 включених днів, із них 14 у низький і 5 у високий сезон, та ще 19 днів зі знижкою 50% [25]. Ці умови стосуються наведеного компанією опису інвестиційної моделі й не є встановленими універсальними умовами всіх проєктів. Предмет придбання тут – нерухомість із можливістю отримання доходу від її експлуатації, а особисте проживання є додатковим правом власника.

Концепція Time Pass від Ribas Hotels Group, яка передбачає 5, 10 або 15 діб проживання щороку після одноразового платежу, створює підстави для зіставлення продукту з таймшером. Для готельної мережі особливо важливо, чи спроможна вона забезпечити єдине право проживання в об'єктах з різними власниками, витратами та сезонністю. Ribas Hotels Group позиціонує себе як компанія з управління готелями, розвитку проєктів і франчайзингу [25]. Тому дослідження Time Pass від Ribas Hotels Group має враховувати можливу відмінність між юридичною особою, яка отримує передоплату, власником готелю та підприємством, яке фактично надає послугу. Належність об'єкта до бренду сама по собі не підтверджує забезпечення пожиттєвих прав гостя. У Time Pass предметом заявлено сам ресурс проживання. Тому інвесторські дні кондо-готелю не слід автоматично ототожнювати з таймшерним абонементом [7].

Емпіричну базу дослідження становлять результати трьох онлайн-голосувань щодо концепції Time Pass Ribas Hotels Group, оприлюднених 3 жовтня 2026 р. у відкритому Telegram-каналі @arturlupashko. Було здійснено вторинний описовий аналіз публічно доступних агрегованих результатів. Формулювання питань і варіанти відповідей відтворено в таблиці 1.

На момент опрацювання матеріалів голосування залишалися відкритими для подальшої участі користувачів, тому кількість голосів та співвідношення відповідей могли змінюватися. У статті використано результати, зафіксовані станом на 10 жовтня 2026 р. Наведені значення характеризують цей зріз даних і можуть відрізнятися від результатів, доступних за посиланнями під час наступних переглядів. Кожне питання розглянуто як окреме голосування з власною кількістю учасників. Відкритий формат допускав участь користувачів лише в частині голосувань, тому їхня чисельність не мала обов'язково збігатися. Водночас агреговані результати не дозволяють установити перетин учасників

між трьома питаннями. Відсоткові частки розраховано окремо для кожного голосування; кількість голосів не підсумовується як число унікальних респондентів.

Таблиця 1. Результати опитування Ribas Hotels Group щодо імовірності купівлі Time Pass потенційними клієнтами

Питання	Варіанти відповідей	Кількість голосів	Питома вага варіанта відповіді, %
Чи купили би Ви собі або на подарунок такий Time Pass у мережі Ribas Hotels?	Так, це супер пропозиція	20	14,9
	Ймовірно, але треба рахувати та аналізувати	66	49,3
	Точно ні	16	11,9
	Скоріше ні, ніж так	32	23,9
Загальна кількість відповідей	-	134	100,0
Чи придбали би Ви Time Pass як подарунок рідним, друзям, близьким, або як премія команді?	Купив би тільки для себе	50	51,5
	Це гарний подарунок	47	48,5
Загальна кількість відповідей	-	97	100,0
Якщо Ribas Hotels Group запустить Time Pass у грудні цього року – Ви придбаєте його собі або на подарунок	Подумаю до грудня	42	34,4
	Скоріше ні	69	56,6
	Скоріше так	11	9,0
Загальна кількість відповідей	-	122	100,0

Джерело: розраховано автором за результатами опитувань, проведених Ribas Hotels Group.

Результати використано для попереднього опису сприйняття концепції та заявлених намірів учасників. Через самовідбір користувачів і відсутність відомостей про склад та перетин учасників отримані частки не поширюються на всіх потенційних покупців і не використовуються як підтвердження ринкового попиту або прогноз продажів.

У загальній оцінці позитивна й умовно позитивна відповіді разом становлять 86 із 134 голосів, або 64,2%. Найбільша група відповідей – 49,3% – відображає потребу в розрахунку й аналізі пропозиції. Негативні варіанти отримали 48 голосів, або 35,8%. Отже, результати свідчать про неоднорідність сприйняття та значну частку умовної зацікавленості серед учасників опитування. Сукупні 64,2% не є часткою гарантованих покупців, оскільки охоплюють також відповіді, які передбачають додаткове оцінювання умов придбання.

У питанні про придбання під час запуску варіант «скоріше так» отримав 11 із 122 голосів, або 9,0%; «подумаю до грудня» – 42 голоси, або 34,4%, а «скоріше ні» – 69 голосів, або 56,6%. Це підкреслює необхідність розмежування загального схвалення ідеї та заявленого наміру здійснити покупку в певний строк. Переважання відповіді «скоріше ні» характеризує реакцію учасників саме цього опитування. Менша частка позитивної відповіді порівняно із загальною оцінкою пропозиції не доводить зниження попиту або впливу дати запуску, оскільки склад учасників та індивідуальні переходи між відповідями невідомі.

У питанні про призначення придбання варіант особистого користування отримав 50 із 97 голосів, або 51,5%, а подарунковий варіант – 47 голосів, або 48,5%. Відповіді розподілилися майже порівну між двома запропонованими варіантами. Водночас питання не містило відповіді «не придбав би», тому його результати описують співвідношення особистого та подарункового призначення серед учасників, які проголосували. Значення 48,5% не можна переносити на всіх потенційних покупців чи використовувати як оцінку місткості подарункового ринку.

Було висунуто дві гіпотези. Перша – приріст доступності в мережевій програмі є економічно прийнятним лише за сумісності споживчої цінності, фінансового покриття оператора й компенсації готелям. Друга гіпотеза – спільний розподіл місткості може збільшити виконання запитів за взаємодоповнюваного попиту та згоди гостей на альтернативи. Обидва положення досліджено як умовні аналітичні залежності, без статистичного підтвердження на даних реальної мережі.

Сценарні розрахунки виконано для одного умовного пакета за річними потоками наприкінці року. Повний набір параметрів подано в табл. 2.

Таблиця 2. Вихідні параметри умовної програми

Параметр	Базове значення	Статус і призначення
Передоплата P	200 000 грн	Аналітичне припущення; не фактична ціна Time Pass.
Річний ліміт D; горизонт T	10 діб; 10 років	Фіксовані параметри зіставлення споживчих потоків.
Використання u; виконання q	100%; 100%	База; окремо перевірено u = 70% і припинення послуг.
Альтернативний тариф a_1	4 000 грн/добу	Сценарна одиниця; не вибірка сезонних тарифів.
Дисконт r; зростання тарифу g_a	10%; 0%	Чутливість r = 14; 18%, g_a = 8%.
Річна доплата F	0 грн	Окремий сценарій F = 5 000 грн.
Початкові витрати A; покриття R_0	20 000; 180 000 грн	Умовний розподіл передоплати; не норматив резерву.
Компенсація b_1; адміністрування z_1	1 600; 60 грн/використану добу	Вартість виконання для оператора k_1 = 1 660 грн.
Доходність коштів y; зростання витрат g_k	10%; 0%	Для зіставлення; окремий стрес-сценарій g_k = 8%.
Додаткові надходження; податки	Не включено	Супутні доходи не доведені; податки потребують окремої специфікації.

Джерело: авторські припущення для відтворення моделі.

Аналіз чутливості змінює по одному параметру, крім окремо позначеного спільного інфляційного сценарію. Це дає змогу відокремити вплив кожного припущення. Строк у 10 років використано для зіставлення споживчих потоків; для безстрокового зобов'язання оператора додатково враховано залишкову вартість усіх майбутніх послуг.

Гість надає початковий платіж P і, якщо це передбачено договором, періодичний платіж F. Оператор веде облік прав, формує доступну місткість і компенсує готелю фактичне обслуговування. Готель резервує погоджені категорії та дати й отримує компенсацію b за використану добу. Початковий платіж розподіляється між обґрунтованими витратами залучення й адміністрування A та початковим фінансовим забезпеченням $R_0 = P - A$. Вільним доходом оператора не вважається вся одержана передоплата.

Обсяг проданих прав обмежується місткістю найбільш напруженого сезону, а не лише її річною сумою. Якщо доступність і використання знижуються через відмови, це може поліпшити короткостроковий фінансовий баланс оператора, але погіршити виконання договорів та цінність для гостя. Тому частка невикористаного ліміту не може самостійно бути цільовим показником успішності програми.

Чисту приведену вартість заміщених витрат гостя визначено за формулою:

$$NPV_g(T) = -P + \Sigma(t = 1 \ldots T)\ [D \cdot u_t \cdot q_t \cdot a_t - F_t] / (1 + r)^t. \qquad (1)$$

Тут D – річний ліміт діб; u_t – частка ліміту, яку гість планує використати; q_t – частка цих діб, реально забезпечена програмою; a_t – ціна зіставного альтернативного проживання; F_t – обов'язкові додаткові платежі; r – ставка дисконту; T – горизонт. Добуток $u_t \cdot q_t$ відокремлює рішення гостя від невиконання програми. У базових сценаріях $q_t = 1$, $u_t = u$, $a_t = a_1(1 + g_a)^{(t - 1)}$. Витрати подорожі враховуються додатково лише тоді, коли відрізняються між порівнюваними варіантами.

Дисконтований строк компенсації – перший цілий рік τ, для якого накопичена дисконтована економія не менша P. Це компенсація споживчих витрат, а не фінансова прибутковість інвестиції. Без дисконту, зростання тарифів і доплат простий строк дорівнює $P / (D \cdot u \cdot a_1)$. Формула має зміст лише за додатної щорічної економії.

За повного використання NPV_g = 45,8 тис. грн, але за використання 70% ліміту показник становить − 28,0 тис. грн. Тому позитивний результат бази не поширюється на всіх гостей. За незмінного тарифу мінімальна частка використання для невід'ємної десятирічної NPV становить 81,4%. Строк 5 років у простому розрахунку відповідає 8-му року за дисконтування базових потоків.

Зростання тарифу на 8% підвищує споживчу *NPV* до 135,3 тис. грн лише за незмінності решти припущень. Цей сценарій не встановлює строку компенсації фактичного Time Pass і не дозволяє ігнорувати зростання витрат оператора. Окремий сценарій припинення послуг після п'яти років знижує NPV до −48,4 тис. грн навіть за початково повного використання. Непідтверджені твердження про окупність конкретного продукту «менше п'яти років» чи «три-чотири роки» не використовуються.

Таблиця 3. Чутливість десятирічної споживчої оцінки

Сценарій	Зміна до бази	*NPV g*, тис. грн	Дисконтована компенсація
Базовий	Без змін	45,8	8-й рік
Використання 70%	u = 0,70	-28,0	Не досягнуто за 10 років
Тариф 3000 грн	a_1 = 3 000	-15,7	Не досягнуто за 10 років
Тариф 5000 грн	a_1 = 5 000	107,2	6-й рік
Дисконт 14%	r = 0,14	8,6	10-й рік
Дисконт 18%	r = 0,18	-20,2	Не досягнуто за 10 років
Зростання тарифу 8%	g_a = 0,08	135,3	6-й рік
Річна доплата 5000 грн	F = 5 000	15,1	9-й рік
Припинення після 5-го року	*q_t* = 0 для *t* > 5; без повернення P	-48,4	Не досягнуто за 10 років

Джерело: розраховано за формулою (1); зміни ізольовані, якщо не вказано інше. Округлення до 0,1 тис. грн.

Для зіставлення з простим розрахунком: за умовних $P = 250$ тис. грн, $D = 15$, $a_1 = 4$ тис. грн і $u = 1$ недисконтований строк становить 4,17 року. Це арифметична властивість заданих параметрів, яка не є підтвердженням комерційної обіцянки. Належне порівняння потребує однакових категорій номера, сезонів, складу послуг і умов скасування.

Оцінювання оператора охоплює всі витрати виконання проданих прав. Наявна передоплата не дорівнює прибутку, а виконання послуг не припиняється наприкінці десятирічної таблиці. Для одного пакета загальну приведену вартість майбутніх виплат визначено так:

$$L_0 = \Sigma(t = 1 \dots T)\ [D \cdot u_t \cdot k_t + H_t - F_t] / (1 + y)^t + L_T / (1 + y)^T; \quad R_0 \geq L_0. \quad (2)$$

$k_t = b_t + z_t$ – компенсація готелю й адміністрування на використану добу; H_t – інші щорічні витрати програми; y – умовна номінальна доходність активів покриття; L_T – вартість невиконаних майбутніх зобов'язань на кінець T. На відміну від споживчого розрахунку, відмова в обслуговуванні не зменшує договірного обов'язку: тут оцінюється вартість забезпечення обсягу, на який гість має право і який планує використати. Нерівність є модельною перевіркою достатності коштів, а не підтвердженням юридичного статусу резерву чи платоспроможності оператора. Навіть за її виконання слід окремо перевіряти ліквідність кожного періоду, доступність готелів, податки та ризик активів.

За безстрокового зобов'язання, $F_t = H_t = 0$, постійного u і зростання k_t на g_k формула спрощується:

$$L_0(\infty) = D \cdot u \cdot k_1 / (y - g_k), \text{ якщо } y > g_k. \quad (3)$$

Якщо $y \leq g_k$, наведений нескінченний ряд не збігається. За базових $k_1 = 1$ 660 грн, $D = 10$ і y = 10% без зростання витрат потрібно 166 тис. грн на пакет за повного використання; $R_0 = 180$ тис. грн перевищує цю суму лише на 14 тис. грн. Якщо обмежитися 10 роками, потреба була б занижена до приблизно 102,0 тис.

грн. Різниця є залишковим зобов'язанням, яке не можна виключати з безстрокової програми.

За зростання витрат на 8% та у = 10% приведені безстрокові зобов'язання становлять 830 тис. грн за повного використання і 581 тис. грн за *u* = 70%. Отже, у заданому сценарії фінансове забезпечення 180 тис. грн є недостатнім. Модель не припускає фінансування старих зобов'язань передоплатою нових гостей. Визначений договором строк, додаткові внески, інша ціна або надійне фінансування можуть змінити результат, але кожну зміну треба повторно перевірити й з боку гостя.

Спільна перевірка особливо показова, якщо тариф для гостя та витрати оператора зростають однаково на 8%. Для невід'ємної десятирічної *NPV* гостю потрібно використати щонайменше 59,7% ліміту. Водночас для безстрокового покриття витрат із R_0 = 180 тис. грн оператору в цій моделі допустиме використання не більше 21,7%. Діапазони не перетинаються. Отже, за цього набору припущень позитивну споживчу оцінку не можна одночасно поєднати з фінансовою забезпеченістю без зміни конструкції продукту. Це результат сценарної перевірки H1, а не оцінка будь-якої реальної компанії.

Мінімальна компенсація готелю має враховувати релевантні витрати та можливе витіснення звичайного продажу:

$$b_min,t = v_t + p_t \cdot max\{a_net,t - v_t; 0\}. \quad (4)$$

v_t – додаткові витрати на обслуговування доби; *a_net,t* – чистий дохід альтернативного продажу після витрат каналу; *p_t* – умовна ймовірність витіснення такого продажу саме бронюванням програми. Ця ймовірність не дорівнює автоматично загальному завантаженню готелю. За *v* = 1 400 грн і *a_net* = 3 200 грн компенсація становить щонайменше 1 400 грн, коли витіснення відсутнє; 2 300 грн за p = 0,5; 3 200 грн за *p* = 1. Базові *b* = 1 600 грн прийнятні лише за p не більше 11,1% у межах заданих витрат. Отже, єдина незмінна компенсація потребує сезонних обмежень або правил перегляду.

Щоб відокремити інтеграційний результат від самого продажу абонемента, порівнюємо частку виконаних запитів за однакових загального попиту й місткості. Нехай два готелі мають по 10 доступних номеро-діб на один період, а первинні запити становлять 14 і 6. Без перенаправлення перший готель задовольняє 10, другий – 6, тобто 16 із 20 запитів. Позначимо x кількість запитів, які перенаправлено до другого готелю за згодою гостей; $0 \le x \le 4$.

$$CR_0 = 16 / 20 = 80\%; \quad CR_1 = (16 + x) / 20; \quad \Delta CR = x / 20. \quad (5)$$

Таблиця 4. Виконання запитів у прикладі двох готелів

Прийняті альтернативи *x*	Виконано / усі запити	Частка виконання	Приріст до бази
0	16 / 20	80%	0 в. п.
2	18 / 20	90%	10 в. п.
4	20 / 20	100%	20 в. п.

Джерело: *авторський детермінований приклад.*

Приклад підтримує другу гіпотезу у заданих межах: за наявності вільної альтернативи та згоди гостя координація підвищує частку виконаних запитів. Якщо обидва готелі одночасно повністю завантажені або альтернативи неприйнятні, приріст може дорівнювати нулю. Результат також не доводить приросту прибутку: з додаткового обслуговування слід відняти компенсації, адміністрування та витрати перенаправлення. Потрібно окремо контролювати задоволеність гостя, оскільки формальна заміна не завжди є рівноцінною.

Отримані залежності доповнюють дослідження споживчої цінності [3; 4] тим, що оцінку заміщених витрат пов'язано з покриттям зобов'язань на стороні оператора. Економія гостя не є дзеркальним прибутком організатора. На відміну від опису лише простого строку компенсації, модель показує можливість розбіжності між позитивною *NPV* гостя та від'ємним фінансовим балансом програми.

Результат узгоджується з працями про готельні контракти й мінімережі [9; 10] у визнанні залежності ефекту від організаційної конструкції. Водночас ці дослідження не перевіряли запропоновані тут параметри пакета. З роботами про реляційне управління та контроль [11; 15] модель пов'язує визначення відповідальності, компенсацій і контрольних показників. Приріст виконаних запитів інтерпретовано як можливий операційний результат спільного використання ресурсів у реляційному підході [19], а не як наслідок будь-якого об'єднання готелів.

Порівняння міжнародних програм [21; 23; 24] показує управлінське значення регулярного фінансування користування й розмежування платежу за право та витрат фактичного перебування. Воно не дозволяє механічно встановити українську ціну або норматив резерву. Ribas Invest і кондо-готельний формат [7; 25] мають інший предмет придбання. Включені дні власника не є доказом фінансової стійкості окремого абонемента.

Основне обмеження – відсутність емпіричного калібрування моделі за договорами, сезонними тарифами, витратами та бронюваннями конкретної мережі. Параметри не оцінено статистично, а гіпотези не перевірено на репрезентативних даних. Використано річний крок і спрощене інвестування коштів, податки, курсові зміни, кореляція попиту, витрати гарантій та ризик активів потребують подальшого моделювання. Безстроковість у формулі (3) є стресовим припущенням, право, пов'язане з тривалістю життя, потребує актуарних і договірних даних.

До запуску програми доцільно перевіряти три умови одночасно: споживчу цінність на зіставних послугах, фінансове покриття всього строку права й прийнятність компенсацій готелям. У договорі слід визначити боржника перед гостем, обсяг і строк права, перелік послуг, усі доплати, календарні обмеження, правила передачі та порядок компенсації за невиконання. Продаж нових пакетів має обмежуватися місткістю найбільш завантажених періодів.

Фінансову конструкцію слід оцінювати окремо від поточного припливу коштів: передбачити відокремлене фінансування, резервний механізм або інший належно оформлений спосіб покриття, періодичний перерахунок зобов'язань і перевірку ліквідності. Ескроу є одним із можливих інструментів лише за

відповідної правової та договірної конструкції, сама назва рахунку не забезпечує економічної достатності. Норматив резерву для реального продукту за наведеними сценаріями не встановлюється.

Угоди з готелями повинні містити сезонні квоти, компенсації, строки платежів і порядок виходу. Для гостя потрібно передбачити рівноцінне заміщення об'єкта за його згодою або визначений спосіб повернення коштів. Моніторинг має охоплювати відмови у бажаних датах, прийнятність альтернатив, прострочені компенсації, дефіцит коштів і концентрацію використання. Це робить договірну координацію вимірюваною та пов'язує розвиток програми з виконанням уже проданих прав.

Висновки. Запропоновано модель узгодження споживчої вигоди, фінансового покриття оператора та компенсацій готелям. За базових припущень десятирічна *NPV* гостя становить 45,8 тис. грн за повного використання та −28,0 тис. грн за використання 70% ліміту. За зростання тарифів і витрат на 8% прийнятні частки використання не перетинаються для десятирічної оцінки гостя та безстрокових зобов'язань оператора. У модельному прикладі перенаправлення підвищує виконання запитів із 80 до 100%; інтеграційна роль координації залишається гіпотезою, що потребує емпіричної перевірки. Модель рекомендовано для попереднього проєктування програм. Достовірність числових висновків обмежена заданими припущеннями; їх застосування потребує перевірки за договорами, сезонними тарифами, витратами й бронюваннями реальних мереж.

Внесок автора. *Шикіна О.В.: концептуалізація, методологія, добір і критичне опрацювання джерел, формування сценаріїв, інтерпретація результатів, підготовка та редагування рукопису.*

Фінансування. *Автори заявляють, що дослідження виконано без зовнішнього фінансування.*

Подяки. *Автор дякує рецензентам за зауваження, які сприяли уточненню методології та меж інтерпретації результатів.*

Конфлікт інтересів. *Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ARDA. New Research Highlights the Resiliency and Adaptability of the Vacation Ownership Industry. 25 July 2024. URL: https://www.arda.org/news/new-research-highlights-the-resiliency-and-adaptability-of-the-vacation-ownership-industry/ (дата звернення: 20.10.2026).

2. Gregory A. M., Weinland J. Timeshare research: a synthesis of forty years of publications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2016. Vol. 28, no. 3. P. 438–470. DOI: https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0614 (дата звернення: 20.10.2026).

3. Sparks B., Butcher K., Bradley G. Dimensions and correlates of consumer value: An application to the timeshare industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2008. Vol. 27, no. 1. P. 98–108. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.003 (дата звернення: 20.10.2026).

4. Sparks B., Bradley G., Jennings G. Consumer value and self-image congruency at different stages of timeshare ownership. *Tourism Management*. 2011. Vol. 32, no. 5. P. 1176–1185. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.009

5. Федорченко Н. В., Федорченко В. К. Договір таймшеру: принципи функціонування та виклики. *Нове українське право*. 2024. Вип. 1. С. 48–54. DOI: https://doi.org/10.51989/NUL.2024.1.6 (дата звернення: 20.10.2026).

6. Фатхутдінова І. В. Зміст договору таймшеру: європейські стандарти та їх імплементація в законодавство України. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2024. № 4. С. 172–176. DOI: https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.04.28 (дата звернення: 20.10.2026).

7. Галасюк С. С. Кондо-готель як новий формат провадження готельного бізнесу в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-14 (дата звернення: 20.10.2026).

8. Фатхутдінова І. В. Ґенеза правового регулювання договору таймшеру: порівняльно-правовий аспект. *Нове українське право*. 2023. Вип. 6. С. 26–32. DOI: https://doi.org/10.51989/NUL.2023.6.4 (дата звернення: 20.10.2026).

9. Fernández-Barcala M., González-Díaz M., López-Bayón S. Choosing contracts to support ALFO strategy: Insights from comparing franchised and managed hotels. *Industrial Marketing Management*. 2022. Vol. 105. P. 94–108. DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.05.015 (дата звернення: 20.10.2026).

10. González-Díaz M., Fernández-Barcala M., López-Bayón S. Mini-chains within chains: Do they affect hotel performance? *Tourism Economics*. 2026. Vol. 32, no. 5. P. 907–927. DOI: https://doi.org/10.1177/13548166251362030 (дата звернення: 20.10.2026).

11. Bitti E. J. S., Lanchimba C., Vilcacundo D., Narváez S. J. Multi-unit franchising and relational governance: A study of operating networks in Brazil. *BAR – Brazilian Administration Review*. 2023. Vol. 20, no. 3. Article e220068. DOI: https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2023220068 (дата звернення: 20.10.2026).

12. Jooss S., Lenz J., Burbach R. Beyond competing for talent: An integrative framework for coopetition in talent management in SMEs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2023. Vol. 35, no. 8. P. 2691–2707. DOI: https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0419 (дата звернення: 20.10.2026).

13. Bui T. T. H., Jambulingam M., Amin M. A literature review of franchisee performance: Insights for further research. *Cogent Business & Management*. 2022. Vol. 9, no. 1. Article 2044573. DOI: https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2044573

14. Koh J. H., Rojas C. Multi-unit ownership and market power: A study of the lodging industry in Texas. *Managerial and Decision Economics*. 2022. Vol. 43, no. 8. P. 4087–4105. DOI: https://doi.org/10.1002/mde.3657 (дата звернення: 20.10.2026).

15. Ramírez-García C., Ramón-Jerónimo M. Á., García-Álvarez de Perea J., Vélez-Elorza M. L. Risk sources and the effectiveness of the control system in the franchisor's risk perception management. *Industrial Marketing Management*. 2024. Vol. 117. P. 202–219. DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.024 (дата звернення: 20.10.2026).

16. Lentz M., Berezan O., Raab C. Uncovering the relationship between revenue management and hotel loyalty programs. *Journal of Revenue and Pricing*

Management. 2022. Vol. 21. P. 306–320. DOI: https://doi.org/10.1057/s41272-021-00331-0 (дата звернення: 20.10.2026).

17. Lussi S., Masset P., Weisskopf J.-P., Blal I. Cross-dimensional measures of asset lightness and fee orientation in lodging groups. *International Journal of Hospitality Management*. 2023. Vol. 109. Article 103391. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103391 (дата звернення: 20.10.2026).

18. Chen J., Xu Y., Yu P., Zhang J. A reinforcement learning approach for hotel revenue management with evidence from field experiments. *Journal of Operations Management*. 2023. Vol. 69, no. 7. P. 1176–1201. DOI: https://doi.org/10.1002/joom.1246 (дата звернення: 20.10.2026).

19. Dyer J. H., Singh H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*. 1998. Vol. 23, no. 4. P. 660–679. DOI: https://doi.org/10.5465/amr.1998.1255632 (дата звернення: 20.10.2026).

20. Hapimag AG. AGM 2026: Shareholders approve all motions. Press release. 13 May 2026. URL: https://assets.ctfassets.net/tzyjn3z7mm9b/2WLI5NDys4zBw3fgxejaqD/c363ae3ea3665d7b190325fc1ae5d911/2026-05-13_MM_en_Annual_General_Meeting_2026.pdf (дата звернення: 20.10.2026).

21. Hapimag AG. Annual Report 2023. Steinhausen, 2024. URL: https://assets.ctfassets.net/tzyjn3z7mm9b/1loKL6fhhd4oEsseYWVFTh/b88878d0fb8ee99fc8c2dc1d90c50547/Hapimag_Annual_Report_2023_English.pdf (дата звернення: 20.10.2026).

22. RCI. RCI's 50th anniversary: 1974–2024. 2024. URL: https://www.rci.com/pre-rci/us/en/landing/50th-anniversary (дата звернення: 20.10.2026).

23. Marriott Vacations Worldwide Corporation. Annual Report on Form 10-K for the year ended December 31, 2024. 28 February 2025. URL: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1524358/000152435825000044/vac-20241231.htm (дата звернення: 20.10.2026).

24. Hilton Grand Vacations Inc. Annual Report on Form 10-K for the year ended December 31, 2024. 2025. URL: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1674168/000162828025009254/hgv-20241231.htm (дата звернення: 20.10.2026).

25. Ribas Hotels Group. Чому інвестування з Ribas Invest – це зручно і вигідно? 29.02.2024. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/pochemu-investirovanie-v-ribas-invest-eto-udobno-i-vigodno/ (дата звернення: 20.10.2026).

26. European Parliament and Council. Directive 2008/122/EC of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts. Official Journal of the European Union. 2009. L 33. P. 10–30. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008L0122 (дата звернення: 20.10.2026).

27. Innovation, Science and Economic Development Canada. Timeshares. Office of Consumer Affairs. Оновлено 12.06.2024. URL: https://ised-

isde.canada.ca/site/office-consumer-affairs/en/buying-and-leasing-big-ticket-items/timeshares (дата звернення: 22.10.2026).

28. Kryla Karpaty by Edem. Презентація проєкту. URL: https://kryla.land/files/_Kryla_Karpaty%20by%20Edem.pdf (дата звернення: 10.10.2026).

REFERENCES

1. ARDA. (2024, July 25). New research highlights the resiliency and adaptability of the vacation ownership industry. Available at: https://www.arda.org/news/new-research-highlights-the-resiliency-and-adaptability-of-the-vacation-ownership-industry/ (accessed October 20, 2026).

2. Gregory, A. M., & Weinland, J. (2016). Timeshare research: A synthesis of forty years of publications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 28, no. 3, pp. 438–470. DOI: https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0614 (accessed October 20, 2026).

3. Sparks, B., Butcher, K., & Bradley, G. (2008). Dimensions and correlates of consumer value: An application to the timeshare industry. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 27, no. 1, pp. 98–108. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.003 (accessed October 20, 2026).

4. Sparks, B., Bradley, G., & Jennings, G. (2011). Consumer value and self-image congruency at different stages of timeshare ownership. Tourism Management, vol. 32, no. 5, pp. 1176–1185. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.009

5. Fedorchenko, N. V., & Fedorchenko, V. K. (2024). Dohovir taimsheru: pryntsypy funktsionuvannia ta vyklyky [Timeshare agreement: Principles of functioning and challenges]. *Nove ukrainske pravo*, no. 1, pp. 48–54. DOI: https://doi.org/10.51989/NUL.2024.1.6 (accessed October 20, 2026) [in Ukrainian].

6. Fatkhutdinova, I. V. (2024). Zmist dohovoru taimsheru: yevropeiski standarty ta yikh implementatsiia v zakonodavstvo Ukrainy [Content of the timeshare agreement: European standards and their implementation in Ukrainian legislation]. *Analitychno-porivnialne pravoznavstvo*, no. 4, pp. 172–176. DOI: https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.04.28 (accessed October 20, 2026) [in Ukrainian].

7. Halasiuk, S. S. (2024). Kondo-hotel yak novyi format provadzhennia hotelnoho biznesu v Ukraini [Condo-hotel as a new format of hotel business in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 60. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-14 (accessed October 20, 2026) [in Ukrainian].

8. Fatkhutdinova, I. V. (2023). Geneza pravovoho rehuliuvannia dohovoru taimsheru: porivnialno-pravovyi aspekt [Genesis of the legal regulation of the timeshare agreement: Comparative legal aspect]. *Nove ukrainske pravo*, no. 6, pp. 26–32. DOI: https://doi.org/10.51989/NUL.2023.6.4 (accessed October 20, 2026) [in Ukrainian].

9. Fernández-Barcala, M., González-Díaz, M., & López-Bayón, S. (2022). Choosing contracts to support ALFO strategy: Insights from comparing franchised and managed hotels. *Industrial Marketing Management*, vol. 105, pp. 94–108. DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.05.015 (accessed October 20, 2026).

10. González-Díaz, M., Fernández-Barcala, M., & López-Bayón, S. (2026). Mini-chains within chains: Do they affect hotel performance? *Tourism Economics*, vol. 32, no. 5, pp. 907–927. DOI: https://doi.org/10.1177/13548166251362030 (accessed October 20, 2026).

11. Bitti, E. J. S., Lanchimba, C., Vilcacundo, D., & Narváez, S. J. (2023). Multi-unit franchising and relational governance: A study of operating networks in Brazil. *BAR – Brazilian Administration Review*, vol. 20, no. 3, art. e220068. DOI: https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2023220068 (accessed October 20, 2026).

12. Jooss, S., Lenz, J., & Burbach, R. (2023). Beyond competing for talent: An integrative framework for coopetition in talent management in SMEs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 35, no. 8, pp. 2691–2707. DOI: https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0419 (accessed October 20, 2026).

13. Bui, T. T. H., Jambulingam, M., & Amin, M. (2022). A literature review of franchisee performance: Insights for further research. *Cogent Business & Management*, vol. 9, no. 1, art. 2044573. DOI: https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2044573

14. Koh, J. H., & Rojas, C. (2022). Multi-unit ownership and market power: A study of the lodging industry in Texas. *Managerial and Decision Economics*, vol. 43, no. 8, pp. 4087–4105. DOI: https://doi.org/10.1002/mde.3657 (accessed October 20, 2026).

15. Ramírez-García, C., Ramón-Jerónimo, M. Á., García-Álvarez de Perea, J., & Vélez-Elorza, M. L. (2024). Risk sources and the effectiveness of the control system in the franchisor's risk perception management. *Industrial Marketing Management*, vol. 117, pp. 202–219. DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.12.024 (accessed October 20, 2026).

16. Lentz, M., Berezan, O., & Raab, C. (2022). Uncovering the relationship between revenue management and hotel loyalty programs. *Journal of Revenue and Pricing Management*, vol. 21, pp. 306–320. DOI: https://doi.org/10.1057/s41272-021-00331-0 (accessed October 20, 2026).

17. Lussi, S., Masset, P., Weisskopf, J.-P., & Blal, I. (2023). Cross-dimensional measures of asset lightness and fee orientation in lodging groups. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 109, art. 103391. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103391 (accessed October 20, 2026).

18. Chen, J., Xu, Y., Yu, P., & Zhang, J. (2023). A reinforcement learning approach for hotel revenue management with evidence from field experiments. *Journal of Operations Management*, vol. 69, no. 7, pp. 1176–1201. DOI: https://doi.org/10.1002/joom.1246 (accessed October 20, 2026).

19. Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, vol. 23, no. 4, pp. 660–679. DOI: https://doi.org/10.5465/amr.1998.1255632 (accessed October 20, 2026).

20. Hapimag AG. (2026, May 13). AGM 2026: Shareholders approve all motions [Press release]. Available at: https://assets.ctfassets.net/tzyjn3z7mm9b/2WLI5NDys4zBw3fgxejaqD/c363ae3ea3665d7b190325fc1ae5d911/2026-05-13_MM_en_Annual_General_Meeting_2026.pdf (accessed October 20, 2026).

21. Hapimag AG. (2024). Annual report 2023. Steinhausen. Available at: https://assets.ctfassets.net/tzyjn3z7mm9b/1loKL6fhhd4oEsseYWVFTh/b88878d0fb8ee99fc8c2dc1d90c50547/Hapimag_Annual_Report_2023_English.pdf (accessed October 20, 2026).

22. RCI. (2024). RCI's 50th anniversary: 1974–2024. Available at: https://www.rci.com/pre-rci/us/en/landing/50th-anniversary (accessed October 20, 2026).

23. Marriott Vacations Worldwide Corporation. (2025, February 28). Annual report on Form 10-K for the year ended December 31, 2024. Available at: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1524358/000152435825000044/vac-20241231.htm (accessed October 20, 2026).

24. Hilton Grand Vacations Inc. (2025). Annual report on Form 10-K for the year ended December 31, 2024. Available at: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1674168/000162828025009254/hgv-20241231.htm (accessed October 20, 2026).

25. Ribas Hotels Group. (2024, February 29). *Chomu investuvannia z Ribas Invest – tse zruchno i vyhidno?* [Why is investing with Ribas Invest convenient and profitable?]. Available at: https://ribashotelsgroup.ua/blog/pochemu-investirovanie-v-ribas-invest-eto-udobno-i-vigodno/ (accessed October 20, 2026) [in Ukrainian].

26. European Parliament and Council. (2009). Directive 2008/122/EC of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts. *Official Journal of the European Union*, L 33, pp. 10–30. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008L0122 (accessed October 20, 2026).

27. Innovation, Science and Economic Development Canada. (2024, June 12). Timeshares. *Office of Consumer Affairs*. Available at: https://ised-isde.canada.ca/site/office-consumer-affairs/en/buying-and-leasing-big-ticket-items/timeshares (accessed October 22, 2026).

28. Kryla Karpaty by Edem. (n.d.). *Prezentatsiia proiektu* [Project presentation]. Available at: https://kryla.land/files/_Kryla_Karpaty%20by%20Edem.pdf (accessed October 10, 2026) [in Ukrainian].