

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-80>

УДК 338.48:640.4:005.591.6

ПАНОРАМНІ ТЕРАСИ ЯК СУЧАСНЕ ДЖЕРЕЛО ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

PANORAMIC TERRACES AS A MODERN SOURCE OF ECONOMIC ATTRACTIVENESS OF A HOTEL ENTERPRISE

Тітомир Людмила Анатоліївнакандидат технічних наук, доцент,
Міжнародний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3701-2972>**Лебзяк Анастасія Сергіївна**викладач,
Міжнародний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4648-3978>**Titomir Lyudmila, Lebziak Anastasiia**
International Humanitarian University

Робота присвячена аналізу використання панорамних терас як елементу підвищення економічної ефективності готельних підприємств. У межах дослідження здійснено аналіз функціонального призначення панорамних терас у структурі додаткових послуг готелю, а також їх впливу на формування доходів і конкурентних переваг підприємства. Дослідження дозволяє оцінити ефективність використання відкритих і покрівельних просторів готелів, визначити основні переваги та недоліки їх інтеграції у господарську діяльність. Актуальність теми обумовлена необхідністю пошуку нових джерел підвищення економічної результативності готельних підприємств в умовах обмежених ресурсів та зростаючої конкуренції на ринку гостинності. Реалізація таких рішень позитивно впливає на економічну стійкість готельних підприємств, збільшення грошових потоків та загальний рівень їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: панорамна тераса, готельне підприємство, економічна ефективність, додаткові послуги, конкурентоспроможність, інновації.

The study is devoted to a comprehensive analysis of the use of panoramic terraces as an important instrument for increasing the economic efficiency of hotel enterprises. Within the framework of the research, a complex examination of the functional purpose of panoramic terraces in the structure of additional hotel services has been carried out, and their role in forming a positive image of the establishment and attracting new consumer segments has been determined. Special attention is focused on assessing the impact of panoramic terraces on revenue growth, expansion of the service portfolio, enhancement of guest loyalty, and strengthening of the competitive advantages of hotel enterprises in the hospitality market. The research makes it possible to comprehensively evaluate the efficiency of using open and rooftop hotel spaces as a commercial resource, to determine the key organizational, technical, and economic aspects of their operation, as well as to identify the main advantages and potential drawbacks of integrating such facilities into business activities. The study considers the possibilities of using panoramic terraces as locations for catering establishments, recreation areas, event venues, photoshoots, and entertainment programs, which expands the range of offered services and increases the attractiveness of the hotel for different consumer groups. The relevance of the topic is determined by the need for a continuous search for new sources of improving the economic performance of hotel enterprises under conditions of limited financial and spatial resources, demand seasonality, and increasing competition in national and international hospitality markets. Implementation of solutions related to the arrangement and effective use of panoramic terraces contributes to the diversification of the hotel product, improvement of profitability, optimization of available space utilization, and creation of a unique value proposition for guests. This, in turn, has a positive effect on the economic sustainability of hotel enterprises, increases cash flows, strengthens market positions, and raises the overall level of their competitiveness.

Keywords: panoramic terrace, hotel enterprise, economic efficiency, additional services, competitiveness, innovation.



Постановка проблеми. В умовах зростаючої конкуренції на ринку гостинності та обмежених можливостей екстенсивного розвитку готельних підприємств особливої актуальності набуває пошук внутрішніх резервів підвищення економічної ефективності їх діяльності. Багато готелів володіють відкритими або покрівельними просторами, зокрема терасами з панорамним видом, які використовуються фрагментарно, мають сезонний характер або виконують виключно естетичну функцію. Відсутність системного підходу до інтеграції панорамних терас у структуру готельних послуг призводить до недоотримання доходів, обмежує можливості диверсифікації грошових потоків та знижує загальний рівень конкурентоспроможності підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність наукового обґрунтування використання панорамних терас як економічного інструменту підвищення ефективності діяльності готельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання підвищення економічної ефективності готельних підприємств традиційно розглядається в контексті управління доходами, формування конкурентних переваг, розвитку додаткових послуг та впровадження інновацій у сфері гостинності. У наукових публікаціях наголошується, що в умовах посилення конкуренції та обмеженості ресурсів особливої ваги набуває диверсифікація джерел доходів і раціональне використання наявної матеріально-просторової бази підприємства.

Окремий напрям досліджень Бойка В. О. присвячений трансформації готельного продукту через створення унікального сервісного середовища та «досвіду гостя», де важливу роль відіграють просторові рішення, дизайн, атмосфера й емоційна цінність перебування. У межах цього підходу додаткові простори готелю (тераси, лаунж-зони, відкриті майданчики) розглядаються як елемент підвищення привабливості закладу, здатний посилювати сприйняття бренду та збільшувати лояльність гостей [1].

Водночас у працях, присвячених інноваціям у гостинності, підкреслюється необхідність пошуку нестандартних рішень, які одночасно підвищують споживчу цінність і забезпечують економічний ефект для підприємства. Прикладом таких рішень у суміжних дослідженнях виступає розвиток альтернативних форм розміщення та модернізація інфраструктури закладів з метою зростання конкурентоспроможності, що підтверджу-

ється сучасними прикладними публікаціями у сфері готельно-ресторанної справи.

Разом з тим аналіз наукових джерел свідчить, що питання використання панорамних терас у готелях здебільшого висвітлюється фрагментарно – переважно з позицій дизайну, архітектурної привабливості або організації дозвілля, тоді як економічний аспект (оцінка впливу тераси на структуру доходів, диверсифікацію грошових потоків, операційну ефективність та конкурентні переваги) залишається недостатньо систематизованим. Це зумовлює необхідність подальших досліджень, спрямованих на обґрунтування панорамної тераси як інструменту підвищення економічної ефективності готельного підприємства та визначення умов її результативної інтеграції у систему додаткових послуг.

Формування цілей статті. Метою статті є наукове обґрунтування використання панорамних терас як чинника підвищення економічної ефективності готельних підприємств в умовах зростаючої конкуренції та обмежених можливостей екстенсивного розвитку. Для досягнення поставленої мети в статті передбачається аналіз сучасних підходів до використання відкритих і покрівельних просторів у готельному бізнесі визначення ролі панорамних терас у структурі додаткових послуг готелю обґрунтування їх впливу на формування доходів і диверсифікацію грошових потоків готельних підприємств виявлення економічних переваг використання панорамних терас без розширення номерного фонду а також формування практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності їх інтеграції у діяльність готельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний розвиток готельної індустрії характеризується посиленням конкуренції, зміною споживчих очікувань та зростанням ролі додаткових послуг у формуванні загальної економічної результативності підприємств. У наукових дослідженнях зазначається, що традиційна орієнтація готелів виключно на номерний фонд як основне джерело доходів поступово втрачає ефективність, особливо в умовах міського середовища та обмежених можливостей просторового розширення [1]. У зв'язку з цим актуалізується необхідність раціонального використання наявних ресурсів, зокрема відкритих і покрівельних просторів готелів.

Панорамні тераси розглядаються як багатофункціональні просторові елементи, здатні поєднувати рекреаційну, сервісну та еконо-

мічну функції. Як зазначають дослідники у сфері готельного менеджменту, використання додаткових просторів дозволяє формувати нові споживчі цінності та підвищувати привабливість готельного продукту без значних капіталовкладень у розширення номерного фонду [2]. При цьому панорамний вид, відкритий простір та можливість організації різних форматів дозвілля створюють унікальний досвід перебування гостей, що позитивно впливає на рівень задоволеності та лояльності гостей.

У структурі додаткових послуг готелю панорамні тераси можуть виконувати роль універсальної платформи для організації харчування, дозвілля, ділових і культурних заходів, а також індивідуального відпочинку гостей. Наукова робота Олійника О.В. підкреслює, що саме багатофункціональність є ключовою умовою економічної доцільності використання таких просторів, оскільки вона забезпечує можливість їх експлуатації протягом більшої частини року та зменшує ризики сезонності [3]. З економічної точки зору це сприяє стабілізації грошових потоків і підвищенню рентабельності діяльності підприємства.

Окрему увагу в дослідженнях приділяють впливу панорамних терас на диверсифікацію доходів готельних підприємств. Доходи, сформовані за рахунок додаткових сервісів на терасах, можуть включати прибутки від організації сніданків, барних і ресторанних послуг, проведення приватних заходів, йога-сесій, кінопоказів, фотозон та інших форматів сервісу. За даними наукових праць, диверсифікація доходів дозволяє зменшити залежність готелю від сезонних коливань попиту на проживання та підвищує загальну фінансову стійкість підприємства [4].

Важливим аспектом є також вплив панорамних терас на конкурентоспроможність готельних підприємств. У працях з маркетингу та стратегічного управління зазначається, що наявність унікальних просторових рішень виступає фактором диференціації готелю на ринку та сприяє формуванню позитивного іміджу бренду [5]. Панорамна тераса може стати ключовою конкурентною перевагою, яка визначає вибір споживача між аналогічними за категорією та ціновим рівнем засобами розміщення.

Разом з тим ефективність використання панорамних терас безпосередньо залежить від рівня управління, якості сервісу та інте-

грації цього простору в загальну концепцію готелю. Науковці підкреслюють, що відсутність чіткої концепції, слабка організація процесів обслуговування або ігнорування потреб цільової аудиторії знижують потенційний економічний ефект від використання додаткових просторів [6]. Тому панорамна тераса повинна розглядатися не як ізольований елемент, а як складова цілісної системи готельних послуг.

Таким чином, узагальнення наукових підходів дозволяє стверджувати, що використання панорамних терас є ефективним інструментом підвищення економічної результативності готельних підприємств за умови системного підходу до їх планування, функціонального наповнення та управління. Інтеграція панорамних терас у структуру додаткових послуг сприяє зростанню доходів, підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню довгострокової економічної стійкості готельних підприємств.

У наукових працях зазначається, що використання відкритих і покрівельних просторів сприяє:

- збільшенню середнього чеку гостей;
- підвищенню завантаженості готелю за рахунок немешканців;
- формуванню нових каналів доходу без зростання постійних витрат

Однією з ключових переваг використання панорамних терас є диверсифікація грошових потоків. Дослідження Кифяка В. Ф. показують, що підприємства гостинності з диверсифікованою структурою доходів є менш чутливими до сезонних коливань попиту та кризових явищ. Панорамні тераси можуть функціонувати як:

- майданчик для харчування;
- простір для подієвого туризму;
- рекреаційна зона;
- коворкінг або лаунж-простір.

Це дозволяє використовувати терасу у різних часових і функціональних режимах, що позитивно впливає на загальну економічну стійкість підприємства.

З позицій стратегічного менеджменту панорамна тераса виступає інструментом диференціації готельного продукту. Котлер Ф. та співавтори наголошують, що споживач у сфері гостинності дедалі частіше обирає не сам номер, а комплекс вражень і сервісне середовище. Панорамний вид і відкритий простір формують унікальну емоційну цінність, яка безпосередньо впливає на сприйняття бренду готелю.

Наукова новизна полягає у:

- розгляді панорамної тераси не як архітектурного або дизайнерського елементу, а як економічного активу готельного підприємства;
- систематизації функцій панорамної тераси у контексті формування доходів;
- обґрунтуванні ролі тераси як інструменту диверсифікації грошових потоків;
- доповненні існуючих підходів до управління додатковими послугами в готелях.

Таким чином, панорамна тераса розглядається як елемент стратегічного розвитку готельного підприємства, що поєднує просторові, сервісні та економічні аспекти діяльності.

Анкетування серед готелів з терасами. З метою практичного обґрунтування доцільності використання панорамних терас як інструменту підвищення економічної ефективності готельних підприємств було проведено анкетування серед готелів, які вже мають тераси та використовують їх у структурі додаткових послуг. До вибірки увійшли такі готелі м. Одеси: ArcHotel Avenue, WOL121, Panorama De Luxe, NEMO Hotel Resort & SPA. Опитування проводилося серед управлінського персоналу та представників адміністрації готелів, які безпосередньо залучені до прийняття рішень щодо розвитку сервісної інфраструктури.

Анкетування показало, що опитані готелі розглядають тераси як важливий елемент формування готельного продукту. Всі респонденти зазначили, що тераса відіграє значну роль у створенні емоційних вражень гостей та підвищенні привабливості закладу.

Отримані результати свідчать, що більшість опитаних готелів уже активно використовують панорамні тераси як елемент додаткових послуг та визнають їх значний вплив на формування емоційних вражень гостей і зростання продажів. Високий рівень підтримки ідеї створення та розвитку панорамних зон відпочинку підтверджує актуальність і доцільність впровадження таких просторів у діяльність готельних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності та економічної ефективності.

Огляд терас у готелях інших міст. Київ:

– CityHotel Apartments Roof Terrace. Готель має панорамну терасу на даху площею близько 240 м², яка використовується не лише для відпочинку гостей, але й як простір для проведення корпоративних заходів, приватних вечірок чи барбекю-тусів. Тераса обладнана зоною для барбекю, кухнею та сервісом за запитом, що дозволяє організовувати заходи з індивідуальним меню від шеф-кухаря.

– Rooftop ресторан «Тераса» у Воздвиженському готелі (Київ). Ця панорамна тераса на даху поєднана з рестораном, забезпечує вид на Андріївські схили та пропонує гастрономічні сервіси для гостей і зовнішніх відвідувачів. Тут можливі банкетні, фуршетні формати та організація заходів, що підтверджує високий попит на території столиці.

Київ також має численні готелі з rooftop-просторами, які відвідувачі включають у рейтинги найкращих місць із баром на даху – зокрема Premier Palace Kyiv, Intercontinental Kyiv та інші – що свідчить про широкий попит

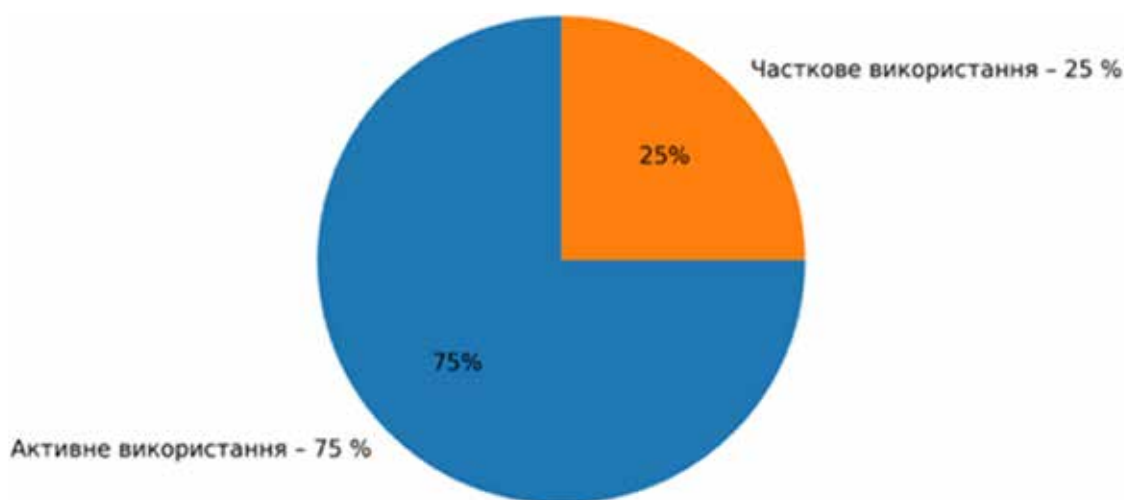


Рис. 1. Використання панорамної тераси як додаткової послуги

Джерело: сформовано автором на основі проведених опитувань

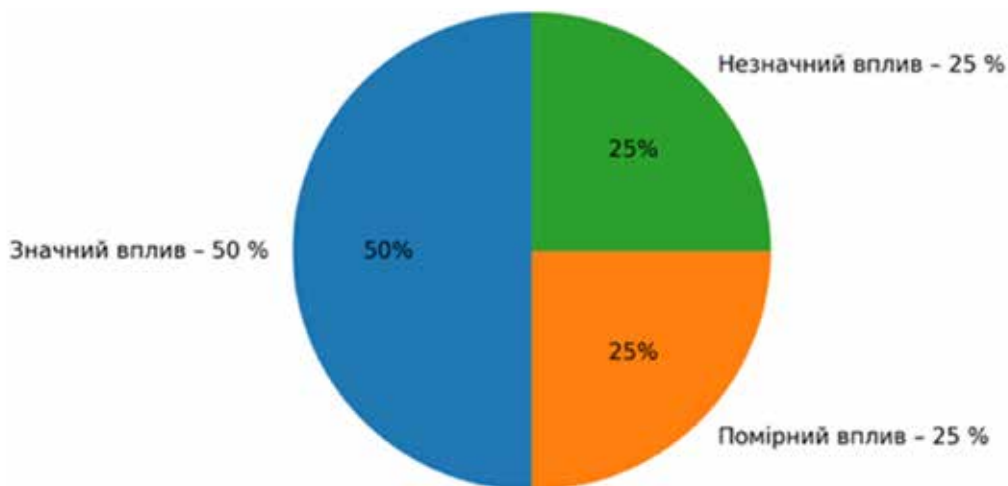


Рис. 2. Вплив панорамної тераси на емоційні враження гостей

Джерело: сформовано автором на основі проведених опитувань

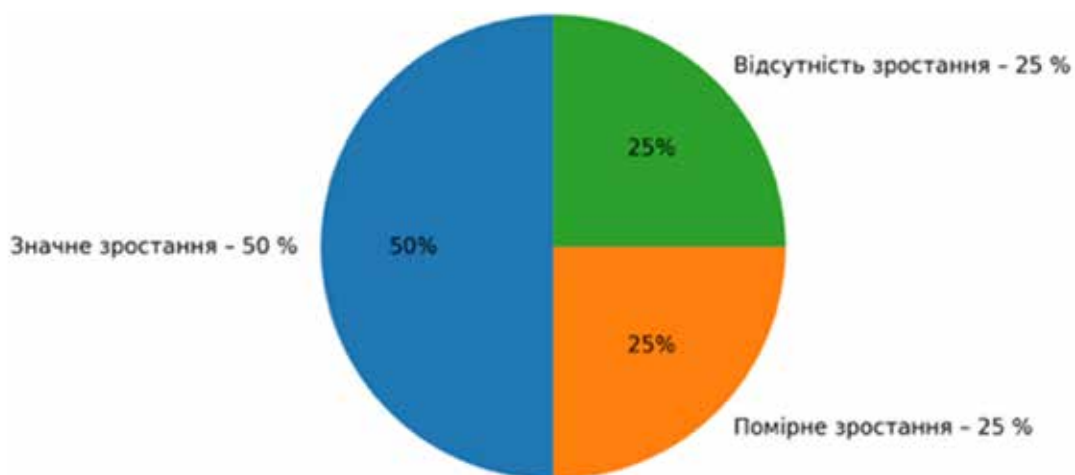


Рис. 3. Вплив панорамної тераси на зростання продажів додаткових послуг

Джерело: сформовано автором на основі проведених опитувань

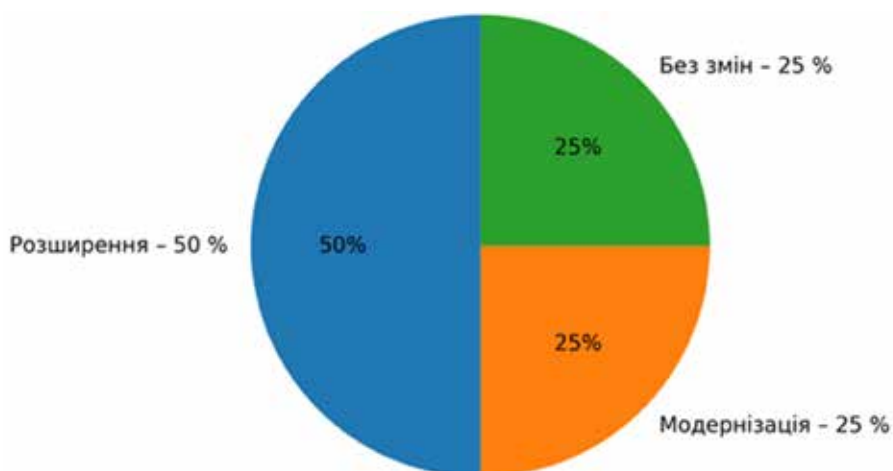


Рис. 4. Плани готелів щодо розвитку панорамних терас

Джерело: сформовано автором на основі проведених опитувань

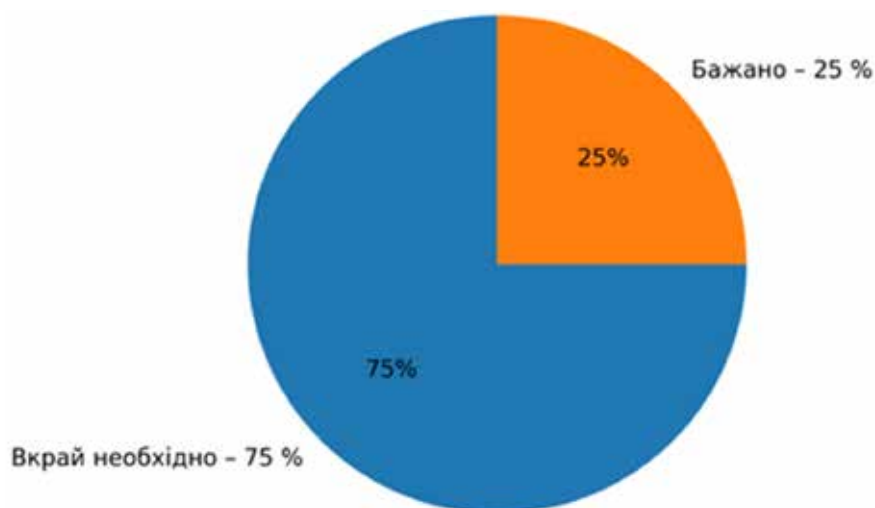


Рис. 5. Доцільність створення панорамних зон відпочинку

Джерело: сформовано автором на основі проведених опитувань

на подібні формати сервісу серед туристів і містян.

Львів:

– Hotel RIUS. На сьомому поверсі готелю є відкритий майданчик (roof terrace) з панорамою міста, який можна орендувати для проведення заходів. Це демонструє, що тераси у Львові використовуються як комерційні простори для різних подій, що сприяє підвищенню їхньої цінності для гостей.

– Swiss Hotel. Одне з найатмосферніших місць у Львові має панорамну терасу/ресторацію на даху, яку відзначають у соцмережах та travel-оглядах як популярний формат для відпочинку та споживання їжі/напоїв із видом на місто.

У багатьох містах України туристичні платформи виділяють готелі з rooftop-барамі або терасами, які позитивно оцінюються гостями.

На основі аналізу практики можна зробити такі узагальнення:

Запит на панорамні зони:

– Центральні міста (Київ, Львів, Одеса) мають найвищий рівень попиту на тераси на даху як для відпочинку гостей, так і для організації заходів (corporate events, private parties).

– Готелі з терасами часто представлені у рейтингах найкращих місць із баром на даху, що вказує на високий рівень інтересу серед туристів.

Додаткові послуги:

– Тераси часто супроводжуються додатковими сервісами: ресторани, бари, BBQ-зони, зона для подій, кейтеринг від шеф-кухаря, що розширює спектр послуг готелю.

– У деяких випадках тераси використовують для проведення заходів, що створює додаткові джерела доходу для готелів.

Емоційні враження та вплив на вибір:

– Панорамні тераси часто згадуються у відгуках як простори з красивими видами, що сприяє задоволенню гостей і підвищенню брендової привабливості. (Wanderlog)

Практика українських готелів свідчить, що панорамні тераси широко представлені в ключових містах, зокрема в Києві, Львові, Полтаві та Кременчуці, та є важливим елементом готельної пропозиції. Такі простори активно використовуються як додаткові сервіси, що забезпечують не лише рекреацію, але й можливість для організації заходів, гастрономічних сервісів та підвищення привабливості готелю. Попит на подібні формати зростає, що підтверджується присутністю терас у рейтингах найкращих готельних послуг і високими оцінками гостей.

У результаті панорамні тераси можуть виступати ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності готельного підприємства.

На сьогодні існують приклади впровадження концепції панорамних терас у готелях не лише в літній період, а протягом усього року, що підтверджує універсальність та практичну доцільність даного підходу. Для обґрунтування наукової ідеї було здійснено економічний розрахунок на базі готелю Ark Palace Hotel. У межах проєкту на панорамній терасі було сформовано декілька функціональних зон, що дало змогу розширити спектр додат-

кових послуг, підвищити прибутковість діяльності готелю та зміцнити його конкурентні позиції на ринку гостинності.

За результатами розрахунків загальні витрати на впровадження концепції склали 1 054 751 грн, тоді як прогнозований обсяг реалізації додаткових послуг у перший рік експлуатації становив 1 220 000 грн. Чистий прибуток від реалізації проєкту за перший рік склав 165 249 грн, що свідчить про досягнення позитивного фінансового результату вже на початковому етапі впровадження. У подальші роки передбачається зростання обсягів реалізації послуг і прибутковості проєкту за рахунок стабілізації операційних процесів, зменшення впливу одноразових інвестиційних витрат та розширення попиту на додаткові послуги панорамної тераси.

Таким чином, результати економічних розрахунків підтверджують, що впровадження панорамної зони відпочинку є дієвим та економічно обґрунтованим рішенням, яке забезпечує підвищення ефективності діяльності готельного підприємства та створює передумови для його сталого розвитку.

Висновки. У ході проведеного дослідження було всебічно розглянуто використання панорамних терас як одного з перспективних напрямів підвищення економічної ефективності готельних підприємств в умовах динамічних змін ринку гостинності. Встановлено, що сучасний розвиток готельного бізнесу характеризується зростаючою конкуренцією, зміною споживчих пріоритетів та обмеженими можливостями екстенсивного розвитку, що зумовлює необхідність пошуку внутрішніх резервів підвищення результативності діяльності підприємств. Одним із таких резервів є раціональне та системне викорис-

тання наявних відкритих і покрівельних просторів, зокрема панорамних терас.

Дослідження показало, що панорамні тераси за умови їх інтеграції у загальну концепцію готелю можуть виконувати не лише естетичну або рекреаційну функцію, але й відігравати важливу економічну роль. Вони здатні стати самостійним джерелом формування доходів, сприяти диверсифікації грошових потоків та зменшенню залежності готельних підприємств від сезонних коливань попиту на основну послугу розміщення. На відміну від розширення номерного фонду, використання панорамних терас не потребує значних капіталовкладень і характеризується більш гнучким підходом до організації сервісу, що підвищує їх інвестиційну привабливість.

У процесі дослідження обґрунтовано, що багатофункціональність панорамних терас дозволяє використовувати їх як простір для організації харчування, подієвих заходів, рекреаційних активностей, культурно-дозвілєвих програм та інших форматів сервісу. Це, у свою чергу, створює додаткову споживчу цінність для гостей, підвищує рівень їх задоволеності та лояльності, а також позитивно впливає на імідж і конкурентоспроможність готельного підприємства.

Отримані результати свідчать, що ефективність використання панорамних терас значною мірою залежить від рівня управління, якості сервісу та відповідності функціонального наповнення потребам цільової аудиторії. Відсутність чіткої концепції, несистемне використання простору або недостатня увага до організації процесів обслуговування можуть суттєво знизити потенційний економічний ефект. У зв'язку з цим панорамна тераса повинна розглядатися як складова цілісної системи готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бойко В. О. Економічна ефективність підприємств готельного господарства в умовах конкурентного середовища. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. № 4. С. 45–52.
2. Покологна М. М., Полчанінова І. Л., Рябев А. А.. Глемпінг як перспективний різновид туризму та готельного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 6. С. 157–169.
3. Олійник О. В., Мостенська Т. Л., Тарасюк Г. М., Чагайда А. О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4 (90). С. 38–46.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності: навчальний посібник. Чернівці : Книги – XXI, 2018. 344 с.
5. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж.. Маркетинг гостинності і туризму. Київ : Хімджест, 2019. 544 с.
6. Тітомир Л. А., Жовтяк К. О. Глемпінгові комплекси на Одещині як інноваційний засіб підвищення конкурентоспроможності в готельному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 73.
7. Сайт готелю Ark Palace Hotel. URL: <https://www.arkpalacehotel.com> (Дата звернення: 10.12.2025)
8. Сайт готелю WOL.121. URL: <https://wol121.com> (Дата звернення: 10.12.2025)

9. Сайт готелю Panorama de Luxe. URL: <https://panoramadeluxe.com> (Дата звернення: 10.12.2025)
10. Сайт готелю Nemo Hotel Resort & SPA. URL: <https://odessa.nemohotels.com> (Дата звернення: 10.12.2025)

REFERENCES:

1. (2020) Boiko, V. O. Ekonomichna efektyvnist pidpriemstv hotelnoho hospodarstva v umovakh konkurentnoho seredovyshcha [Economic efficiency of hotel enterprises in a competitive environment]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy* [Economics and Enterprise Management], no. 4, pp. 45–52. (in Ukrainian)
2. (2021) Pokolodna, M. M., Polchaninova, I. L., Riabiev, A. A. Hlempinh yak perspektyvnyi riznovyd turyzmu ta hotelnoho biznesu [Glamping as a promising type of tourism and hotel business]. *Biznes Inform* [Business Inform], no. 6, pp. 157–169. (in Ukrainian)
3. (2019) Oliinyk, O. V., Mostenska, T. L., Tarasiuk, H. M., Chahaida, A. O. Perspektyvy rozvytku hoteliv u styli hlempinh v Ukraini [Prospects for the development of glamping-style hotels in Ukraine]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia* [Economics, Management and Administration], no. 4 (90), pp. 38–46. (in Ukrainian)
4. (2018) Kyfiak, V. F. Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti: navchalnyi posibnyk [Organization of tourism activity]. Chernivtsi: Knyhy – XXI, 344 p.
5. (2019) Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J. Marketyng hostynnosti i turyzmu [Marketing for hospitality and tourism]. Kyiv: Khimdzhest. 544 p. (in Ukrainian)
6. (2025) Titomyr, L. A., Zhovtiak, K. O. Hlempinhovi komplekсы na Odeschyni yak innovatsiinyi zasib pidvyshchennia konkurentospromozhnosti v hotelnomu hospodarstvi [Glamping complexes in the Odesa region as an innovative means of increasing competitiveness in the hotel industry]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], issue 73. (in Ukrainian)
7. Сайт hoteliu Ark Palace Hotel [Official website of Ark Palace Hotel]. Available at: <https://www.arkpalacehotel.com> (accessed December 10, 2025).
8. Сайт hoteliu WOL.121 [Official website of WOL.121 Hotel]. Available at: <https://wol121.com> (accessed December 10, 2025)
9. Сайт hoteliu Panorama de Luxe [Official website of Panorama de Luxe Hotel]. Available at: <https://panoramadeluxe.com> (accessed December 10, 2025)
10. Сайт hoteliu Nemo Hotel Resort & SPA [Official website of NEMO Hotel Resort & SPA]. Available at: <https://odessa.nemohotels.com> (accessed December 10, 2025).