

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-88>

УДК 330

КУДРЯВЦЕВ Владислав

ПВНЗ «Європейський університет»

<https://orcid.org/0009-0004-5375-6693>aspir29990@gmail.com

ПРОКОПЕНКО Наталія

ПВНЗ «Європейський університет»

<https://orcid.org/0000-0001-6753-8831>

КОВАЛЕНКО Наталія

Національний транспортний університет

<https://orcid.org/0000-0001-8011-1373>kovalenko-nv@ukr.net

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті проведено детальний аналіз сучасних стратегій розвитку готельних підприємств, спрямованих на адаптацію до динамічних змін у ринковому середовищі. У статті схарактеризовано ключові чинники, що впливають на діяльність готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності, а також сформовано рекомендації для підвищення конкурентоспроможності. Розглянуто вплив економічних, політичних, соціокультурних і технологічних чинників на функціонування підприємств готельного бізнесу. Зокрема, визначено, що економічні умови, такі як рівень інфляції та зміни валютного курсу, безпосередньо впливають на попит на готельні послуги. Політична стабільність є важливим елементом, який формує довіру споживачів, тоді як соціокультурні тренди, зокрема зростаюча увага до екологічності, вимагають від підприємств адаптації своїх послуг. Технологічні інновації, включаючи автоматизацію процесів і цифровий маркетинг, також відіграють критичну роль у підвищенні ефективності бізнесу. Результати дослідження свідчать про те, що підприємства готельного бізнесу, які впроваджують інноваційні технології та орієнтуються на потреби споживачів, мають вищі шанси на успішну адаптацію до змінюваних умов ринку. Стаття також містить практичні рекомендації щодо впровадження стратегій розвитку, що допомагають підвищити стійкість готелів і забезпечити їхню конкурентоспроможність у складних економічних реаліях.

Ключові слова: готельний бізнес, стратегії розвитку, ринкова нестабільність, конкурентоспроможність, адаптація, інновації.

KUDRYAVTSEV Vladislav, PROKOPENKO Natalia

European University

KOVALENKO Natalia

National Transport University

STRATEGIES FOR DEVELOPMENT OF HOTEL ENTERPRISES IN CONDITIONS OF MARKET INSTABILITY

Modern hotel businesses face numerous challenges associated with market instability caused by economic, social and political changes. This instability is manifested in fluctuations in demand for tourist services, changes in consumer preferences, as well as increased competition in the market. In conditions of such uncertainty, enterprises are forced to adapt their development strategies in order to maintain competitiveness and efficiency. One of the key problems is the lack of flexibility of traditional strategies, which does not allow enterprises to quickly respond to changes in the market situation. This is caused not only by external factors, but also by internal limitations, such as insufficient innovation, poor adaptation to new technologies and lack of resources. As a result, many hotels lose opportunities to optimize operating costs and improve the quality of customer service.

The article provides a detailed analysis of modern hotel enterprise development strategies aimed at adapting to dynamic changes in the market environment. The article describes the key factors affecting the hotel business in conditions of market instability, and also formulates recommendations for increasing competitiveness. The impact of economic, political, socio-cultural and technological factors on the functioning of hotel business enterprises is considered. In particular, it is determined that economic conditions, such as the level of inflation and exchange rate changes, directly affect the demand for hotel services. Political stability is an important element that forms consumer trust, while socio-cultural trends, in particular, increasing attention to environmental friendliness, require enterprises to adapt their services. Technological innovations, including process automation and digital marketing, also play a critical role in increasing business efficiency. The results of the study indicate that hotel business enterprises that implement innovative technologies and focus on consumer needs have higher chances of successfully adapting to changing market conditions. The article also contains practical recommendations for implementing development strategies that help increase the sustainability of hotels and ensure their competitiveness in difficult economic realities.

Keywords: hotel business, development strategies, market instability, competitiveness, adaptation, innovation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасні підприємства готельного бізнесу зіштовхуються з численними викликами, які пов'язані з ринковою нестабільністю, що зумовлюється економічними, соціальними та політичними змінами. Ця нестабільність проявляється в коливаннях попиту на туристичні послуги, змінах у споживчих уподобаннях, а також у підвищенні конкуренції на ринку. В умовах такої невизначеності підприємства змушені

адаптувати свої стратегії розвитку, щоб зберегти конкурентоспроможність та ефективність. Однією з ключових проблем є недостатня гнучкість традиційних стратегій, що не дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Це викликано не лише зовнішніми чинниками, але й внутрішніми обмеженнями, такими як недостатній рівень інновацій, слабка адаптація до нових технологій та нестача ресурсів. Внаслідок цього, багато готелів втрачають можливості для оптимізації операційних витрат і підвищення якості обслуговування клієнтів.

Крім того, актуальним є питання ефективного управління ризиками, що виникають в умовах нестабільності. Готельні підприємства потребують стратегій, які б враховували не лише короткострокові фінансові показники, а й довгострокову стратегію сталого розвитку. Це включає впровадження інноваційних технологій, оптимізацію ресурсів, розвиток маркетингових стратегій, а також підвищення рівня сервісу.

Таким чином, проблема формування ефективних стратегій розвитку в умовах ринкової нестабільності є надзвичайно актуальною і потребує глибокого дослідження, що дозволить підприємствам готельного бізнесу не лише вижити, а й досягти успіху в умовах постійно змінюваного середовища.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз останніх досліджень і публікацій українських вчених у сфері стратегій розвитку підприємств готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності свідчить про зростаючу увагу до цієї теми в контексті швидко змінюваного ринкового середовища. Останні роботи, зокрема, досліджують вплив економічних криз на функціонування готельних підприємств та їх адаптацію до нових умов. Вчені, такі як В. Кушнірук, О. Величко та О. Коваль [1] зауважують, що ефективне управління бізнесом у сфері готельно-ресторанного господарства є ключовим чинником для збереження конкурентоспроможності під час кризи. Це передбачає зосередження на задоволенні потреб клієнтів, раціональному управлінні фінансовими ресурсами, підтримці високого рівня якості послуг, ефективному керуванні персоналом та реалізації дієвих маркетингових і просувальних стратегій. Управління бізнес-процесами у готельно-ресторанній індустрії передбачає розробку стратегії, яка враховує динамічність ринку, зміни в перевагах клієнтів та впровадження технологічних рішень, орієнтованих на клієнтські потреби. Ю. Ковтуненко, Д. Ольшевська, А. Алексєнко та Є. Савков [2] підкреслюють у своєму дослідженні необхідність використання інноваційних технологій, зокрема, автоматизації процесів обслуговування, як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності. І. Пандяк [3] та Л. Завідна [4] акцентують на необхідності формування стратегій управління ризиками, які дозволяють підприємствам не лише виживати, але й активно розвиватися в умовах економічної невизначеності. Автори пропонують комплексний підхід до ризик-менеджменту, що включає аналіз зовнішніх та внутрішніх загроз, а також розробку планів дій у разі їх реалізації. О. Зайцева, А. Фурсов [5], обговорюють значення маркетингових стратегій, які відповідають сучасним вимогам споживачів, включаючи використання цифрових каналів комунікації та соціальних медіа для залучення клієнтів. Автори вважають, що ефективні комунікаційні стратегії можуть суттєво вплинути на зростання лояльності клієнтів та поліпшення фінансових показників.

Таким чином, українські дослідники відзначають важливість інтеграції нових технологій, стратегій управління ризиками та адаптивного маркетингу для досягнення сталого розвитку підприємств готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності. Це свідчить про актуальність обраної теми та необхідність подальших досліджень у цій сфері.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою наукової статті є аналіз та систематизація сучасних стратегій розвитку, що використовуються готельними підприємствами для адаптації до динамічних змін у ринковому середовищі. Досягненню мети передують вирішення таких завдань: дослідити основні чинники, що впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності; визначити ключові стратегії, що забезпечують конкурентоспроможність готельних підприємств; представити практичні рекомендації для готельних підприємств щодо впровадження стратегій розвитку, спрямованих на підвищення їх стійкості та адаптивності в умовах ринкової нестабільності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Економічна невизначеність є складним явищем, яке характеризується нестабільністю економічних показників, змінністю ринкових умов, а також непередбачуваними політичними і соціальними подіями. У такому контексті підприємства готельного бізнесу зіштовхуються з новими викликами, що потребує гнучкості, адаптивності та стратегічного планування. У зв'язку з цими викликами, важливо визначити основні чинники, що впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу.

Економічні умови є ключовим чинником, що суттєво впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу. Ці умови включають різні аспекти, такі як загальний стан економіки, рівень інфляції, процентні ставки, валютний курс та доступність фінансування. У періоди економічного зростання, коли споживачі мають більше ресурсів і готові витратити на подорожі та відпочинок, попит на готельні послуги зазвичай зростає. Однак в умовах економічної нестабільності або рецесії, коли споживчі витрати

скорочуються, підприємства готельного бізнесу можуть зазнавати значних втрат. Високий рівень інфляції може призвести до зростання витрат на матеріали та послуги, що, в свою чергу, вплине на ціни номерів і прибутковість підприємств. Крім того, зміни валютного курсу можуть суттєво впливати на туристичний потік, оскільки зміна вартості місцевої валюти стосовно іноземних валют може робити країну або регіон більш чи менш привабливими для іноземних туристів [6; 7]. У результаті, підприємства готельного бізнесу повинні ретельно аналізувати економічні умови та адаптувати свої стратегії, щоб забезпечити стабільність та конкурентоспроможність на ринку.

Політична ситуація є важливим чинником, що впливає на діяльність підприємств готельного бізнесу. Політична стабільність або нестабільність може безпосередньо відобразитися на рівні довіри споживачів і туристів, їхньому бажанні подорожувати до певних регіонів. У країнах з політичною стабільністю, де існують передбачувані правила гри, підприємства готельного бізнесу можуть розраховувати на стабільний попит і розвиток. У таких умовах інвестори більш схильні вкладати кошти у розвиток інфраструктури, що підвищує якість послуг і привертає туристів. Політична підтримка туристичної галузі через програми промоції та маркетингу також може сприяти зростанню попиту. Проте в умовах політичної нестабільності, конфліктів або воєнних дій, попит на готельні послуги, як правило, різко знижується. Туристи часто уникають регіонів, де існує ризик для безпеки, що негативно позначається на заповнюваності готелів та їх прибутковості. Політичні рішення, такі як зміни в візовій політиці, податковій системі або регулюванні бізнесу, також можуть істотно впливати на умови ведення бізнесу в готельному секторі [8; 9]. Таким чином, підприємства готельного бізнесу повинні уважно стежити за політичною ситуацією в країні та адаптувати свої стратегії в залежності від змін, що відбуваються, щоб забезпечити свою стійкість і конкурентоспроможність на ринку.

Соціокультурні чинники значною мірою впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу, формуючи потреби, уподобання та очікування споживачів. Основні аспекти, що варто враховувати [10-13]:

1. Культурні особливості. Різні національності мають свої культурні традиції, звичаї, харчові вподобання та стилі відпочинку. Готелі, які враховують ці нюанси, можуть запропонувати більш персоналізований сервіс, що підвищує задоволеність клієнтів. Наприклад, наявність традиційної кухні, специфічних заходів або культурних програм може привабити туристів.

2. Соціальні тренди. Зміни в соціальних вподобаннях, такі як зростаючий інтерес до екологічної відповідальності, здорового способу життя, а також локального туризму, впливають на стратегії готельного бізнесу. Сучасні споживачі часто віддають перевагу екологічним готелям, які пропонують органічні продукти, програми сталого розвитку та інші ініціативи.

3. Демографічні зміни. Вікові категорії, сімейний статус і соціально-економічний статус клієнтів також є важливими чинниками. Наприклад, зростання числа подорожей для сімей з дітьми вимагає від готелів наявності сімейних номерів та спеціальних послуг, тоді як популярність подорожей серед молоді може стимулювати розвиток хостелів або бюджетних готелів.

4. Глобалізація та технології. З розвитком інформаційних технологій та соціальних мереж, туристи стали більш обізнаними про різноманітні пропозиції. Соціальні платформи впливають на рішення споживачів, оскільки відгуки, рейтинги та рекомендації стають важливими чинниками, які впливають на вибір готелю.

5. Туристичні традиції та практики. У різних країнах існують свої унікальні традиції подорожей. Розуміння цих практик допомагає готелям адаптувати свої послуги до специфічних запитів гостей. Наприклад, в країнах з розвинутою туристичною інфраструктурою готелі можуть запропонувати спеціалізовані пакети для бізнес-мандрівників, тоді як в інших регіонах можуть бути популярні програми для сімейного відпочинку.

Врахування соціокультурних чинників допомагає підприємствам готельного бізнесу створювати конкурентоспроможні пропозиції, задовольняти потреби споживачів і покращувати якість обслуговування, що, зі свого боку, сприяє їхньому успіху на ринку.

Технологічні інновації також стають важливим чинником, що суттєво впливає на діяльність підприємств готельного бізнесу. Застосування нових технологій не лише підвищує ефективність роботи готелів, але й покращує якість обслуговування клієнтів. Основні аспекти впливу технологічних інновацій на готельний бізнес [13-17]:

1. Автоматизація процесів. Використання систем управління готелями дозволяє автоматизувати бронювання, облік номерів, управління фінансами та звітність. Це зменшує ймовірність помилок, покращує обслуговування гостей та дозволяє співробітникам зосередитися на більш важливих аспектах обслуговування.

2. Впровадження нових комунікаційних технологій. Сучасні комунікаційні системи, такі як чат-боти та мобільні додатки, надають можливість здійснювати комунікацію з клієнтами в реальному часі. Це дозволяє швидко реагувати на запити та побажання гостей, що покращує їхній загальний досвід перебування.

3. Цифровий маркетинг. Технології дозволяють готелям ефективно просувати свої послуги через різні цифрові платформи, такі як соціальні мережі, сайти відгуків та онлайн-агрегатори. Аналітика даних допомагає краще розуміти поведінку споживачів та адаптувати маркетингові кампанії під їхні потреби.

4. Енергозберігаючі технології. Впровадження нових технологій для зменшення споживання енергії, таких як системи автоматичного контролю освітлення та температури, допомагає знизити витрати та підвищувати екологічну ефективність готелів. Це також відповідає сучасним вимогам споживачів, які все більше звертають увагу на екологічність послуг.

5. Безконтактні технології. У світлі пандемії COVID-19 безконтактні технології, такі як мобільні ключі, онлайн-реєстрація та оплата, стали невід'ємною частиною готельного бізнесу. Вони не лише забезпечують безпеку гостей, але й спрощують процеси, що підвищує загальний рівень задоволеності клієнтів.

6. Системи управління відносинами з клієнтами (CRM). Використання CRM-систем допомагає готелям зберігати інформацію про гостей, аналізувати їхні вподобання та покращувати персоналізацію сервісу. Це, зі свого боку, сприяє підвищенню лояльності клієнтів і повторних бронювань.

Відзначимо, технологічні інновації дозволяють оптимізувати операційні процеси, покращити обслуговування гостей і зменшити витрати. Впровадження таких технологій також сприяє адаптації готелів до змінюваних умов ринку, що є критично важливим у сучасному бізнес-середовищі.

Екологічні чинники значно впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу, оскільки зростаюча свідомість споживачів щодо екологічних проблем сприяє попиту на стійкі та екологічні послуги. Готелі змушені впроваджувати екологічні практики, такі як зменшення споживання води, енергії та використання безвідходних технологій, щоб відповідати очікуванням клієнтів. Впровадження енергозберігаючих технологій і використання відновлювальних джерел енергії не тільки знижують витрати, але й підвищують репутацію готелів. Екологічні сертифікації, такі як Green Key або LEED, стали важливими для залучення свідомих споживачів і підвищення конкурентоспроможності на ринку [18]. Таким чином, інтеграція екологічних принципів у бізнес-модель готелів стає не лише етичним, але й економічно вигідним рішенням.

Конкуренція є також одним з ключових чинників, що впливають на діяльність підприємств готельного бізнесу, оскільки високий рівень змагання змушує готелі постійно вдосконалювати свої послуги та пропозиції. У умовах насиченого ринку готелі повинні пропонувати унікальні переваги, такі як індивідуальний підхід до клієнтів, спеціальні акції та програми лояльності, щоб залишатися конкурентоспроможними. Конкуренція також стимулює впровадження інновацій, таких як нові технології бронювання та управління, які підвищують ефективність операцій. Важливим аспектом є також цінова конкуренція, коли готелі намагаються знизити ціни, щоб залучити більше клієнтів, що може вплинути на їх прибутковість [19]. Загалом, конкуренція змушує підприємства готельного бізнесу адаптуватися до змінюваних умов ринку і постійно шукати нові шляхи для підвищення своєї привабливості для споживачів.

Отже, підприємства готельного бізнесу в умовах економічної невизначеності повинні враховувати різноманітні чинники, що впливають на їх діяльність. Гнучкість, стратегічне планування, інновації та орієнтація на споживача стають ключовими компонентами успішного функціонування в таких умовах. Здатність адаптуватися до змін і своєчасно реагувати на нові виклики дозволяє готельним підприємствам не лише вижити, але й розвиватися в складних економічних реаліях. У цьому контексті важливо зосередитися на аналізі стратегій, які сприятимуть їхній стійкості та конкурентоспроможності. Основними напрямками стратегії, які допомагають готелям вижити і процвітати, є впровадження інноваційних технологій, що покращують ефективність управлінських процесів і підвищують якість обслуговування клієнтів. Зокрема, автоматизація бронювання та управління запасами може зменшити витрати та оптимізувати роботу персоналу. Іншим важливим напрямом є розвиток стратегій маркетингу, орієнтованих на цільову аудиторію, що дозволяє залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність постійних. Крім того, готелі можуть зосередитися на покращенні своїх пропозицій, включаючи екологічно чисті практики та послуги, які відповідають сучасним трендам. Завдяки таким стратегіям, підприємства готельного бізнесу можуть не лише подолати економічні труднощі, але й створити конкурентну перевагу на ринку. У таблиці 1 представимо детальний аналіз стратегій розвитку підприємств готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності.

Підсумовуючи, відзначимо, що забезпечення конкурентоспроможності готельних підприємств у сучасних умовах вимагає інтеграції різноманітних стратегій, які враховують як традиційні, так і інноваційні підходи. Використання ефективних маркетингових стратегій, управління ризиками та орієнтація на інновації стають ключовими компонентами для досягнення успіху в динамічному готельному бізнес-середовищі.

У ході дослідження, беручи до уваги вищеподану інформацію, варто представити практичні рекомендації для готельних підприємств щодо впровадження стратегій розвитку, спрямованих на підвищення їх стійкості та адаптивності в умовах ринкової нестабільності, зокрема:

1. Проводити постійний аналіз ринкових тенденцій та споживчих уподобань, а саме здійснювати моніторинг конкурентів та їх стратегій, збір і аналіз відгуків клієнтів для визначення їхніх потреб і очікувань, використовуючи при цьому аналітичні інструменти для прогнозування майбутніх змін у ринку.

2. Впроваджувати сучасні технології, що дасть можливість суттєво підвищити ефективність роботи готелів, а саме такими шляхами, як: інвестувати в системи управління готелем, які автоматизують процеси бронювання, реєстрації та обслуговування клієнтів; використовувати аналітику даних для прийняття рішень на основі реальних показників ефективності; запроваджувати безконтактні технології, щоб забезпечити безпеку та комфорт гостей.

3. Швидко та гнучко адаптувати бізнес-модель діяльності у відповідь на зміни в зовнішньому середовищі, зокрема через: створення резервних планів для різних сценаріїв (наприклад, зменшення кількості гостей, зміна правил безпеки); упровадження гнучких тарифів і пропозицій для залучення різних категорій клієнтів; підготовку персоналу до змін і навчання новим навичкам.

4. Постійно диверсифікувати послуги, що дасть можливість підвищити стійкість, а саме: розширювати асортимент послуг, наприклад, включати wellness-послуги, проведення корпоративних заходів або туристичні пакети; впроваджувати програми лояльності, які заохочують повторні візити; співпрацювати з місцевими підприємствами для створення спільних пропозицій.

5. Впроваджувати екологічно чисті практики в бізнес-діяльність, що дозволить не лише знизити витрати, але й підвищити імідж готелю, зокрема: використовувати енергоефективні технології, такі як LED-освітлення і сонячні панелі; зменшувати споживання води та відходів, запроваджуючи програми повторного використання та переробки; просувати екологічні ініціативи серед гостей, що може привернути увагу свідомих споживачів.

6. Розробити та реалізувати чітку стратегію управління ризиками, яка включатиме: ідентифікацію потенційних ризиків; розробку планів реагування на надзвичайні ситуації; регулярний перегляд і оновлення стратегій управління ризиками в залежності від змін у зовнішньому середовищі.

7. Постійно підвищувати кваліфікацію персоналу, а саме: регулярно проводити тренінги та семінари для покращення навичок обслуговування; заохочувати професійний розвиток та навчання в нових технологіях; створювати мотиваційні програми для підвищення задоволеності та залученості співробітників.

Таблиця 1

Стратегії розвитку підприємств готельного бізнесу в умовах ринкової нестабільності

Стратегія	Опис	Приклади
Інноваційні стратегії	Впровадження нових технологій та процесів для підвищення ефективності та зручності обслуговування клієнтів.	Використання систем управління готелем (PMS), онлайн-бронювання, мобільні додатки для зручності гостей.
Стратегія маркетингу	Розробка унікальних пропозицій, орієнтованих на цільову аудиторію, а також використання різноманітних каналів просування для залучення клієнтів.	Соціальні медіа, контент-маркетинг, SEO, партнерства з туристичними агенціями, програми лояльності.
Стратегія управління ризиками	Визначення потенційних загроз для бізнесу та розробка стратегій їх мінімізації, що дозволяє зберігати стабільність у складних умовах.	Аналіз ринкових трендів, страхування, диверсифікація послуг, резервування ресурсів на випадок непередбачених обставин.
Стратегія сталого розвитку	Впровадження екологічних практик, що зменшують вплив на навколишнє середовище, та задовольняють запити свідомих споживачів.	Використання енергоефективних технологій, безвідходні системи, локальні продукти в ресторанах.
Стратегія адаптивності до змін	Гнучкість у бізнес-плануванні та оперативне реагування на зміни в ринковому середовищі, поведінці споживачів або зовнішніх умовах.	Зміна цінової політики під час економічної кризи, адаптація пропозицій до нових умов попиту.
Стратегія клієнтоорієнтованості	Орієнтація на потреби та бажання клієнтів, забезпечення високого рівня обслуговування, що сприяє формуванню довгострокових відносин.	Персоналізація послуг, зворотний зв'язок з клієнтами, програми лояльності.
Стратегія партнерства	Співпраця з іншими підприємствами та організаціями для розширення пропозицій і збільшення клієнтської бази.	Партнерство з туристичними агенствами, місцевими атракціями, ресторанами, транспортними компаніями.
Стратегія якості обслуговування	Постійне вдосконалення процесів обслуговування та забезпечення високих стандартів якості.	Навчання персоналу, моніторинг задоволеності клієнтів, використання системи управління якістю (наприклад, ISO 9001).
Стратегія управління брендом	Розробка та підтримка сильного бренду, що вплине на сприйняття компанії споживачами та конкурентами.	Активна присутність у соціальних мережах, реклама, участь у виставках, створення унікального брендової ідентичності.

Джерело: удосконалено на основі [1; 20-25].

Отже, відзначимо, що впровадження зазначених вище рекомендацій дозволить готельним підприємствам підвищити свою стійкість та адаптивність в умовах ринкової нестабільності. Системний підхід до стратегічного розвитку, використання інноваційних технологій, увага до потреб клієнтів і забезпечення високої якості обслуговування сприятимуть успішному функціонуванню бізнесу в динамічному середовищі.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ**

У результаті проведеного дослідження було визначено, що сучасні підприємства готельного бізнесу зіштовхуються з численними викликами в умовах ринкової нестабільності. Важливими чинниками, що

впливають на їх діяльність, є економічні, політичні, соціокультурні, технологічні та екологічні аспекти. Гнучкість і адаптивність стають критично важливими для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості готелів. Аналіз стратегій розвитку вказує на необхідність впровадження інноваційних технологій, які підвищують ефективність управління та якість обслуговування клієнтів. Окрім того, маркетингові стратегії, орієнтовані на цільову аудиторію, сприяють залученню нових споживачів та підвищенню лояльності. Екологічні практики стають важливими не лише для покращення іміджу готелів, а й для задоволення потреб свідомих споживачів. Таким чином, адаптація до змінюваних умов ринку є запорукою успіху готельних підприємств у сучасному бізнес-середовищі.

Література

1. Кушнірук В., Величко О., Коваль О. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2023. № 47. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2157>
2. Ковтуненко Ю. В., Ольшевська Д. О., Алексеєнко А. А., Савков Є. О. Особливості використання інноваційних технологій за сучасних умов у готельному та ресторанным бізнесі. Бізнес Інформ. 2020. № 12. С. 195-201.
3. Пандяк І. Конкурентоспроможність готельних підприємств: ресурси, ризики, стратегія управління. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2018. № 52. С. 222-231.
4. Завідна Л. Д. Оцінка стратегії розвитку підприємства готельного господарства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. № 1(29). С. 150-153.
5. Зайцева О. І., Фурсов А. М. Маркетинг вражень як інструмент реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності готельних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 4. С. 95-99.
6. Моргулець О. Б., Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023. № 8. С. 88-96.
7. Шевчук Ю. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу України: чинники та проблеми. Вісник КНУТД. Серія Економічні науки. 2020. № 143(1). С. 41-51.
8. Носирев О. О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Науковий вісник. Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету. 2022. № 11-12. С. 300-301.
9. Безручко Л., Білоус С., Філь М. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2023. № 47. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145>
10. Брич В. Я., Охота В. І. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні. Економіка та держава. 2018. № 8. С. 9-12.
11. Солоненко Ю. В., Криворучко Д. М. Стан та сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу в світі за впливу зовнішніх факторів. Галицький економічний вісник. 2023. № 83(4). С. 130-140.
12. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак. Ужгород, 2019. Вип. 23, Ч. 1. С. 126-130.
13. Кашук К. М., Мосійчук І. В., Саух І. В. Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. Бізнес Інформ. 2023. № 6. С. 93-99.
14. Капліна Т. В., Красномоєць В. А. Інновації в системі розвитку підприємств готельного господарства. Підприємництво та інновації. 2021. № 16. С. 63-66.
15. Транченко Л., Терещук Н. Автоматизація бізнес-процесів як механізм підвищення ефективності діяльності готельного підприємства. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2021. № 1-2(3-4). С. 14-24.
16. Стегней М. І., Нодь О. Л., Бергхауер О. О., Кампов Н. С. Трансформація готельно-ресторанного обслуговування в умовах цифровізації. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 9, № 3. С. 26-29.
17. Ганущак-Єфіменко Л. М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2017. № 4. С. 51-56.
18. Тітомир Л. А., Коротич О. М., Халілова-Чуваєва Ю. О. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Економіка харчової промисловості. 2021. Том 13, Випуск 3. С. 88-93.
19. Соколюк Г. О., Прилепа Н. В. Формування стратегії конкуренції підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Університетські наукові записки. 2016. № 4. С. 186-194.
20. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450>

21. Нецадим Л., Прайтно Г. Стратегії інноваційного розвитку готельно-ресторанних підприємств України. Журнал сталого соціально-економічного розвитку. 2023. № 1(1-2). С. 67-72.
22. БАНЄВА, І., & ПІЮРЕНКО, І. (2024). РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ. *Development Service Industry Management*, (2), 56–64. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(9\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(9))
23. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні: кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2021. 189 с.
24. Кохан М., Бірюкова Ю., Шпарик Я. Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України у часи невизначеності та швидких змін. Економіка та суспільство. 2023. № 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3155>
25. Бліщук К. М., Козак І. І. Брендінг у сфері готельного бізнесу. Ефективність державного управління. 2023. № 68/69. С. 22-32.

References:

1. Kushniruk V., Velychko O., Koval O. Upravlinnia biznes-protsesamy v hotelno-restorannomu biznesi. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 47. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2157>
2. Kovtunenka Yu. V., Olshevska D. O., Aliksieienko A. A., Savkov Ye. O. Osoblyvosti vykorystannia innovatsiinykh tekhnolohii za suchasnykh umov u hotelnomu ta restorannomu biznesi. *Biznes Inform*. 2020. № 12. S. 195-201.
3. Pandiak I. Konkurentospromozhnist hotelnykh pidpryiemstv: resursy, ryzyky, stratehiia upravlinnia. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia heohrafichna*. 2018. № 52. S. 222-231.
4. Zavidna L. D. Otsinka stratehii rozvytku pidpryiemstva hotelnoho gospodarstva. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*. 2018. № 1(29). S. 150-153.
5. Zaitseva O. I., Fursov A. M. Marketynh vrazhen yak instrument realizatsii kliientoorientovanoho pidkhdodu v diialnosti hotelnykh pidpryiemstv. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. 2019. № 4. S. 95-99.
6. Morhulets O. B., Nyshenko O. V. Hotelno-restorannyyi biznes Ukrainy u dovoiennyi, voiennyi ta pisliavoiennyi period. *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*. 2023. № 8. S. 88-96.
7. Shevchuk Yu. A. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku hotelnoho biznesu Ukrainy: chynnyky ta problemy. *Visnyk KNUTD. Seriiia Ekonomichni nauky*. 2020. № 143(1). S. 41-51.
8. Nosyriev O. O. Konkurentospromozhnist ta innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstv hotelno-restorannoho i turystychnoho biznesu. *Naukovyi visnyk. Zbirnyk naukovykh prats Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*. 2022. № 11-12. S. 300-301.
9. Bezruchko L., Bilous S., Fil M. Hotelne gospodarstvo Ukrainy v umovakh viiny: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 47. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145>
10. Brych V. Ya., Okhota V. I. Osnovni faktory vplyvu na funktsionuvannia hotelno-restorannykh kompleksiv ta turyzmu v Ukraini. *Ekonomika ta derzhava*. 2018. № 8. S. 9-12.
11. Solonenko Yu. V., Kryvoruchko D. M. Stan ta suchasni tendentsii rozvytku hotelnoho biznesu v sviti za vplyvu zovnishnykh faktoriv. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*. 2023. № 83(4). S. 130-140.
12. Kovalchuk T. H. Perspektyvy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh hlobalizatsii svitovoho gospodarstva. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu: seriiia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo / holov. red. M. M. Palinchak. Uzhhorod, 2019. Vyp. 23, Ch. 1. S. 126-130.*
13. Kashchuk K. M., Mosiichuk I. V., Saukh I. V. Suchasni tekhnolohii upravlinnia v hotelno-restorannomu biznesi: praktyky ta innovatsii. *Biznes Inform*. 2023. № 6. S. 93-99.
14. Kaplina T. V., Krasnomovets V. A. Innovatsii v systemi rozvytku pidpryiemstv hotelnoho gospodarstva. *Pidpryiemnytstvo ta innovatsii*. 2021. № 16. S. 63-66.
15. Tranchenko L., Tereshchuk N. Avtomatyzatsiia biznes-protsesiv yak mekhanizm pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti hotelnoho pidpryiemstva. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*. 2021. № 1-2(3-4). S. 14-24.
16. Stehnei M. I., Nod O. L., Berkhauer O. O., Kampov N. S. Transformatsiia hotelno-restorannoho obsluhovuvannia v umovakh tsyfrovizatsii. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*. 2024. T. 9, № 3. S. 26-29.
17. Hanushchak-Yefimenko L. M. CRM-systema yak efektyvnyi instrument rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dizainu. Seriiia: Ekonomichni nauky*. 2017. № 4. S. 51-56.
18. Titomyr L. A., Korotych O. M., Khalilova-Chuvaieva Yu. O. Ekolohizatsiia hoteliv yak napriam rozvytku hotelno-restorannoho biznesu. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*. 2021. Tom 13, Vypusk 3. S. 88-93.
19. Sokoliuk H. O., Prylepa N. V. Formuvannia stratehii konkurentsii pidpryiemstv hotelno-restorannoho biznesu. *Universytetski naukovyi zapysky*. 2016. № 4. S. 186-194.
20. Lysiuk T., Tereshchuk O., Pasichnyk M. Innovatsiini tekhnolohii u hotelno-restorannomu gospodarstvi. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450>
21. Neshchadym L., Praitno H. Stratehii innovatsiinoho rozvytku hotelno-restorannykh pidpryiemstv Ukrainy. *Zhurnal staloho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku*. 2023. № 1(1-2). S. 67-72.
22. БАНЬЄВА, І., & ПІЮРЕНКО, І. (2024). RISK MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS. *Development Service Industry Management*, (2), 56–64. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(9\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(9))
23. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні: кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2021. 189 с.
24. Кохан М., Бірюкова Ю., Шпарик Я. Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України у часи невизначеності та швидких змін. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3155>
25. Blishchuk K. M., Kozak I. I. Brendynh u sferi hotelnoho biznesu. *Efektyvnist derzhavnogo upravlinnia*. 2023. № 68/69. S. 22-32.