

Л. М. Чепурда, О. Б. Куракін, А. М. Данилюк
Черкаський державний технологічний університет

СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТРЕНДИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АДАПТИВНІ ЗАХОДИ

Знання та аналіз досвіду щодо світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств, врахування сучасних викликів та потреба розробляти й впроваджувати адаптивні заходи під час криз і невизначеності залишається актуальною та спонукає до подальших досліджень. Досвід діяльності українських готельних підприємств навіть протягом останніх років доводить правомірність дій щодо потреби навчитися вистояти навіть у найбільш складних ситуаціях, гідно долати перешкоди на шляху до успіху. Метою статті є визначення факторів впливу на динаміку змін основних світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств із урахуванням сучасних викликів і потреби впровадження відповідних адаптивних заходів. Для проведення наукового дослідження використані методи логічного узагальнення, порівняння, класифікації, систематизації та візуалізації, аналізу та синтезу. У результаті виконаного наукового дослідження було визначено фактори впливу на динаміку змін основних світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств із урахуванням сучасних викликів і потреби впровадження відповідних адаптивних заходів. Проведено узагальнення існуючої інформації, досліджено динаміку змін пріоритетів у сфері індустрії гостинності. Виокремлено найбільш характерні тенденції для українських готельних підприємств у період воєнного стану та у повоєнний період. Доведено, що в умовах війни в Україні підприємці знаходять нові та удосконалюють підтверджені набутим досвідом механізми сприяння покращенню ситуації на ринку готельних послуг, застосовують ефективні інструменти адаптації до негативного впливу кризових явищ, умов невизначеності та спрямовують свої зусилля на розроблення стратегічних планів повоєнного відновлення країни, задоволення потреб споживачів і збільшення своїх прибутків завдяки якісним послугам. Результати дослідження можуть зацікавити науковців, здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, а також суб'єктів господарювання в індустрії гостинності та зокрема зі сфери діяльності українських готельних підприємств.

Ключові слова: адаптивність, антикризове управління, готельно-ресторанний бізнес, індустрія гостинності, організаційні засади розвитку.

Постановка проблеми та її актуальність. Якщо розглядати в ретроспективі світові та вітчизняні тренди в організації діяльності готельних підприємств на світовому ринку послуг, а також виокремлюючи тенденційні аспекти розвитку готельних послуг в Україні, варто акцентувати на наявність впливу і зовнішніх, і внутрішніх факторів на всі та низку окремих сегментів становлення, розвитку та динаміки змін в індустрії гостинності в цілому та в ракурсі її складових, серед яких готельні послуги посідають чільне місце.

Стосовно іпроблематики в організації діяльності готельних підприємств України, варто зазначити, що протягом низки років ця сфера індустрії гостинності постійно долає різні перепони, враховуючи виклики як сьогодення, так і результати екологічних, економічних, політичних аспектів зовнішнього та внутрішнього впливу. Досвід діяльності українських готельних підприємств навіть протягом останніх років доводить правомірність дій господарників і стейкхолдерів в індустрії гостинності щодо потреби навчитися вистояти навіть у найбільш складних ситуаціях, гідно долати перешкоди на шляху до успіху.

Таким чином, знання та аналіз досвіду щодо світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств, врахування сучасних викликів

і потреба розробляти та впроваджувати адаптивні заходи під час криз і невизначеності залишається актуальною та спонукає до подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які протягом останніх декількох років досліджували тематику, яка стосується світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств, доцільно зокрема назвати З. Б. Живко, С. С. Родченко, Ю. З. Боруцьку [3], С. В. Ковальчук. [4], Т. М. Чернишову [11], Д. О. Хетагурову [8], Н. В. Бакало, І. М. Кречотень [1], С. С. Галасюк [2], М. К. Турчиняк, Б. Я. Полотай [6], А. Ю. Хоптяра [9], О. Ю. Філіппову [7], В. А. Язіну [13], І. Г. Пандяка, Г. В. Кушнірук [14].

Організаційні засади розвитку ефективних комунікацій підприємств сфери гостинності дослідила в своїй науковій праці В. Ю. Світлична [5]. Церклевич В. С. та Ставська Ю. В. висвітлили питання характерних ознак й особливостей антикризового управління готелем у тиловому регіоні, здійснили аналіз інструментів менеджменту та акцентували увагу на практиці повоєнного досвіду [10]. Аналіз векторів розвитку гостинності сьогодення, у тому числі з урахуванням реальних і потенційних викликів, а також розгляд варіантів і механізмів застосування доступних інструментів для забезпечення базової основи конкурентоздатного

готельного бізнесу провели в своїй спільній науковій праці В. І. Чирка, М. З. Паска та Д. С. Цесців [12].

Отже, на основі відомих результатів наукових досліджень, практики застосування інноваційних технологій, методів та інструментарію для сприяння ефективній діяльності готельних підприємств, а також на основі прикладних засад функціонування українських готельних підприємств в умовах війни вбачається доцільність узагальнити існуючу інформацію, дослідити динаміку змін пріоритетів у сфері індустрії гостинності та виокремити найбільш характерні тренди для українських готельних підприємств у період воєнного стану та у повоєнний період.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення факторів впливу на динаміку змін основних світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств із урахуванням сучасних викликів і потреби впровадження відповідних адаптивних заходів.

З цією метою головним завданням є узагальнення існуючої інформації, дослідження динаміки змін пріоритетів у сфері індустрії гостинності та виокремлення найбільш характерних тенденцій для українських готельних підприємств у період воєнного стану та у повоєнний період.

Методологія та методи дослідження. Для проведення наукового дослідження використані методи логічного узагальнення, порівняння, класифікації, систематизації, аналізу та синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні виклики політичного, економічного, соціального, екологічного характеру не можуть залишати поза увагою наукову спільноту, яка досліджує, здійснює моніторинг та аналізує глобальні впливи, національні та регіональні проблеми, на макроекономічному та мікроекономічному рівнях узагальнює та порівнює реальну статистику, оцінює за відповідними критеріями передумови та наслідки реальних фактів впливу на економіку, рівень життя забезпечення населення та господарську діяльність суб'єктів господарювання тощо.

В умовах повномасштабної війни підприємці знаходять нові та удосконалюють підтверджені набутим досвідом механізми сприяння покращенню ситуації на ринку готельних послуг, застосовують ефективні інструменти адаптації до негативного впливу кризових явищ, умов невизначеності та спрямовують свої зусилля на розроблення стратегічних планів повоєнного відновлення країни, задоволення потреб споживачів і збільшення своїх прибутків завдяки якісним послугам.

На світовий ринок готельних послуг мають вплив численні фактори як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Глобалізаційні процеси в світі, екологічні тренди, масштабне впровадження в економічному та соціальному просторі новітніх інформаційних засобів зв'язку, інноваційні процеси у сфері технологій, роботизація та інші аспекти новітнього часу для різних сфер економіки країн світу не могли не позначитися

та продовжують свій вплив і у галузі індустрії гостинності, де вагоме значення мають готельні послуги. Значним поштовхом у реалізації найбільш ефективних методів і засобів сприяння розвитку та у разі потреби стабілізації та виведення з кризи відіграють мобілізаційні ресурсні проєкти. Таким прикладом на світовому рівні є наслідки подолання пандемії COVID-19.

Таким чином, у світі періодично виникають своєрідні тренди, вивчення характерних рис яких стає достатньо важливою складовою процесів моніторингу стану й у сфері діяльності готельних підприємств та й індустрії гостинності в цілому. Фактично трендами в готельному бізнесі називають напрями розвитку або тенденції щодо певних умов пропонованих різновидів послуг або поширюваного зацікавлення та запитів від клієнтів на споживчому ринку. Якщо брати до уваги та постійно здійснювати моніторинг різновидів готельних послуг у всіх готельних підприємствах світу, виокремлювати їх пропозиції та аналізувати запити гостей, вимальовується достатньо різноманітна картина щодо спектру сталих і таких, які постійно змінюються, послуг. І це пов'язане не лише з інноваційними процесами технологічного спрямування, економічними та організаційними важелями регулювання економічної складової готельних підприємств, але й з географічними, кліматичними, екологічними, соціальними, демографічними та іншими факторами.

Якщо в певні періоди після розпаду Радянського Союзу на пострадянському просторі мешканці різних країн, що раніше входили до складу цієї держави, намагалися масово виїздити в інші країни не лише для відпочинку, а здебільшого для ознайомлення з життям і особливостями інших країн світу та розширення простору своїх пізнавальних цілей, то завдяки масовому використанню соціальних мереж, мобільного зв'язку та можливості обирати за різними критеріями свої поїздки, вибір отримав таку характерну ознаку як персоналізація попиту. Так, наприклад, станом на 2023 рік у світі налічувалося понад 187 тис. готелів та інших закладів розміщення, де сумарна кількість номерів перевищувала 17,5 млн., що зумовлює можливість приймати більш як 1,2 млрд. туристів на рік [9, с. 817].

Відповідно до аналітичних даних, які стосуються причин вибору того чи іншого готельного підприємства та кількості відвідувань одними й тими ж гостями протягом певного часу, що враховується під час дослідження, варто зазначити такі категорії які мають популярність тривалий час. Такими трендами на ринку гостинності є зокрема великі готельні корпорації, до яких на Світовому готельному ринку відносять майже 50 інтернаціональних готельних компаній. Серед таких корпорацій об'єктивно за кількістю готелів і кількістю номерів лідерами визнані Marriott International (США), Hilton Worldwide (США), IHG Hotels & Resorts (Велика Британія), Wyndham Hotels and Resorts (США), Accor (Франція). Також серед цієї когорти лідируючих готельних корпорацій доцільно назвати й тих, хто позиціонує себе як найбільш впливових гравців із можливістю

поглинати менш ефективних і таким чином збільшувати сферу свого впливу. Це зокрема китайські Huazhu Hotels Group, BTG Homeinn hotel group індійська OYO [9, с. 818]. Відповідно даним American Hotel & Lodging Association (AHLA) наразі в світі налічується 300 готельних груп [7, с. 64]. Отже, саме ці корпорації на сьогодні активно реагують на зміни в кон'юктурі трендів і диктують умови розвитку індустрії гостинності, зумовлюючи тривалість цих трендів.

Іншим тривалим трендом є дещо антагоністична конкуренція між готельними корпораціями та ринком шерингу. Прикладом лідера в сервісі туристичного шерингу є Airbnb із багатомільйонною базою постійних і регулярних користувачів, а також все зростаючим обсягом кількості орендодавців, які пропонують винаймати за межами постійного місця проживання споживачів частину житла для забезпечення туристичного, бізнесового та попиту або з іншою метою [9, с. 818]. Однією з переваг, завдяки чому готельні підприємства порівняно з туристичним шерингом не здають свої лідируючі позиції, є значно більший спектр послуг та гарантії забезпечення вищого рівня комфорту для клієнтів. Глобальний запит на онлайн тревел-агенції та соціальні мережі сьогодні залишається третім за значимістю серед тривалих трендів й основоположним фактором під час вибору та бронювання готелю клієнтом. Через онлайн тревел-агенції, такі як Booking.com, Hotels.com, Trip.com та ін., у світі здійснювалося понад 80% бронювань. Так, наприклад, у 2022 році найбільшою онлайн-агенцією за кількістю бронювань у 226 країнах світу була визнана Booking.com (Нідерланди) [9, с. 819].

На прикладі успішного готелю в наш час можливо переконатися про реальну потребу створення відповідної SMM-служби або як мінімум хоча б одного штатного SMM-менеджера. Однією з найбільш вагомих причин є широке поширення соціальних мереж не лише на рівні суб'єктів господарювання, але й будь-кого з мешканців населених пунктів, вільного цілодобового доступу до інтернет-ресурсів, що зумовлює потребу в постійному моніторингу запитів потенційних споживачів готельних/туристичних послуг і практично миттєвий зворотній зв'язок.

До трендів, які набули найбільшу популярність в готельній індустрії за останні роки, варто віднести, перш за все, цифровізацію готельного середовища та безконтактну систему надання послуг. До цього спектру послуг відносяться «безконтактні системи оплати, оповіщення про послуги та доступні номери, передача ключів від номеру, користування туалетом, замовлення харчування та додаткових послуг тощо» [9, с. 819]. Важливою та навіть безумовною для оптимізації виконання запитів клієнта готельного підприємства є можливість використання спеціального додатку в смартфонах гостей готелю, у тому числі цей мобільний застосунок дозволяє відчиняти та зачиняти номер, отримувати доступ до платних приміщень (наприклад, спортзалу) тощо. Набувають поширення й такі цифрові

технології, які дозволяють під час користування готельними послугами розпізнавати обличчя та голос клієнтів готелю, що сприяє спрощенню безконтактної комунікації між персоналом і гостями.

Ще одним трендом в готельному обслуговуванні є запит на суміщення відпочинку та роботи [9, с. 820]. Досвід адаптаційних заходів у сфері готельно-ресторанного бізнесу під час пандемічного періоду, а також під час воєнних дій фактично доводить практичну значимість такої форми забезпечення умов проживання гостей у готельних закладах. Це зокрема підтверджується й потребою українських ВПО, працівників низки підприємств, які вимушені були здійснити релокацію повністю або частково подалі від зони бойових дій, або через знищення чи пошкодження інфраструктури своїх підприємств/організацій. Наразі під час війни з російськими окупантами релокація відбувається здебільшого до центральних і західних регіонів України. При цьому технічно й технологічно в готельних підприємствах має бути забезпечена значно більша кількість доступних розеток, наданий безкоштовний високошвидкісний Wi-Fi, облаштовані Zoom-кімнати, які можуть використовуватись як простори для проведення вебінарів, онлайн-лекцій тощо. За умов, коли переселитися з зони бойових дій або з тимчасово окупованих територій України вимушені сім'ї, особливо з дітьми або особами похилого віку чи з інвалідністю, у тому числі з проблемами опорно-рухового апарату або зору, це вимагає від готельних підприємств забезпечення особливих і персоналізованих потреб, що в подальшому може сприяти позиціонуванню відповідного готельного закладу як такого, що має свій тренд.

На світовому рівні готельний бізнес вже багато десятиліть освоює екологічний напрямок для своїх послуг, адже екологічна свідомість та обізнаність людей про переваги екологічно сприятливих готельних і ресторанних послуг у глобальному контексті вже давно сприймається як щось беззаперечне та те, що викликає довіру споживачів і гарантує якість. Прикладами екологічно сприятливих заходів є використання готелями сонячної енергії, раціональне використання питної води, зменшення кількості або й повна відмова від використовуваного пластику, встановлення датчиків руху, заміна м'ясних продуктів корисною альтернативою. Великі готельні корпорації, готельні компанії міжнародного рівня можуть дозволити собі значно розширити пропозиції екологічно сприятливого обслуговування. Малі підприємства також поступово впроваджують екологічні ініціативи, для чого активізують свою діяльність у пошуку відповідних інвестиційних екологічних проєктів. «Глобальні запити на персоналізацію клієнта, мультикультуралізм, «велнес-туризм», «економіку вражень» та подальше впровадження цифрових технологій і штучного інтелекту в діяльність готелів» в глобальному аспекті стають все більш поширеними та спонукають готельні підприємства в конкурентному середовищі переглядати свої бізнес-плани та мислити стратегічно [9, с. 820].

Отже, в розглянутому вище контексті варто акцентувати увагу на таких основних напрямках формування глобальних трендів у готельному бізнесі як довготривалі та нещодавно сформовані тренди. Важливість розуміння тенденцій в готельному бізнесі пояснити можливо, перш за все, тим, що мають бути враховані очікування та запити потенційних споживачів готельних послуг, а також мотивацією підприємців впроваджувати ефективні та економічно виправдані інновації, потребами свідомої адаптації до викликів часу. Таким чином, до глобальних тенденцій розвитку готельного господарства можливо віднести технологічні інновації, у тому числі інноваційні готельні бари, віртуальні тури та сторітеллінг в соціальних мережах; стійкість і екологічність, персоналізацію сервісу, розвиток глобальної та локальної гастрономії, поєднання роботи та відпочинку, новий рівень розкоші, автентичний місцевий досвід та культурне занурення, оздоровчий відпочинок [6]. Практика доводить, що глобальним трендам розвитку готельного бізнесу мають бути притаманні гнучкість та адаптивність до змін і викликів часу.

Щодо організаційних аспектів тенденційних факторів розвитку готельних підприємств на світовому рівні доцільно «виділити два основні сегменти – це компанії та незалежні підприємства» [7, с. 64]. Компаніям притаманно здійснювати колективний бізнес і перебувати під керівництвом своєї головної компанії та підпорядковуватися головному офісу. Незалежне підприємство характеризується незалежністю в своєму управлінському та організаційному контексті та самостійно розподіляє свій прибуток.

Щодо організаційних аспектів функціонування готельних підприємств на світовому рівні варто акцентувати увагу на трьох базових тенденціях в індустрії гостинності [7, с. 65]. Це, перш за все, стосується налагодження міцних зв'язків між туристичними підприємствами та туристами. По-друге, готельні компанії мають чітко відслідковувати та реагувати на можливу та фактичну зміну каналів збуту з боку туристичних підприємств. І в-третьє, адаптація до конкурентного середовища з боку Booking Holdings і Expedia в сегменті рекламування та інформування потенційних клієнтів про свої послуги.

Отже, в полі зору підприємців на глобальному світовому рівні доцільно мати загальну тенденцію до глобалізації та транснаціоналізації економіки, чітко розуміти сутнісні ознаки ключових тенденцій, у тому числі щодо глибини спеціалізації та розмаїття послуг, спеціалізації готельних компаній; утворення готельних ланцюгів, які перетворюються у транснаціональні компанії; використання інформаційних систем, технологічного забезпечення та маркетингу; інтеграції капіталу з іншими секторами економіки, використання наукового менеджменту, розвитку мережі невеликих готельних підприємств [7, с. 66].

Привабливість української кухні поступово стає все більш популярною для відвідувачів іноземних країн, а тренди в кулінарії на основі етнічних страв і напоїв, а

також технології їх приготування за деякими даними є серед найбільш пізнаваних в світі. Для заповнення готелів навіть у міжсезоння в туризмі на туристичних локаціях активізується діяльність з напрямку МІСЕ-туризму, для чого готельні підприємства організовують не лише простір для проведення конференцій, виставок тощо, але й сприяють навчанню свого персоналу, опануванню відповідних навичок комунікації та технічного обслуговування під час таких заходів, наприклад, більш тісні ділові взаємовідносини з представниками туристичних підприємств, бізнес-структур різних галузей та національних, регіональних організацій, органів місцевого самоврядування, наукових й освітніх установ.

Сьогодні вже не є чимось специфічним для готельного підприємства, коли активно використовується різноманіття пропозицій та можливостей системи управління готельним господарством PMS [4, с. 28]. Для України наразі через певні економічні проблеми в соціально-економічному стані країни, пов'язаних, перш за все, з війною, проблемними питання є збереження висококваліфікованих кадрів і підбір мотивованого персоналу. Також на протигагу довоєнному періоду існує перевага запитів на більш економічно доступні місця розміщення, в тому числі міні-готелі [4, с. 28]. У тилових містах фіксується більша активізація прибуття гостей, які перебувають у відрядженнях або планують відвідати наукові, культурні, мистецькі, спортивні заходи, що сприяє розвитку ділового, активного та ознайомлювального туризму. Під час війни туристичний потік в Україні значно знизився, але серед тенденцій стабілізації та подальшого розвитку туризму й готельного бізнесу важливим напрямом є відкриття та модернізація готелів у Києві, адже в столиці знаходиться найбільший за обсягами перевезень у всій Україні міжнародний аеропорт, низка інфраструктурних об'єктів туристичного та ділового призначення. Завдяки сприянню готельних операторів світу в Україні відбувається модернізація вже існуючих готелів і будуються нові. Серед таких інвесторів – Crowne Plaza, Renaissance, Hilton, Marriott. Найбільш привабливими для споживачів тенденціями світових готельних ланцюгів є стабільність їх продукту та обслуговування, а також збережений тривалий час ідентичний стиль на різних підприємствах у своїй мережі, приваблива за своєю доступністю цінова політика. Одночасно в Україні існує попит і на якісні готельні послуги в невеликих готелях, мотелях, які не зважаючи на відсутність сертифікації за системою зірок, мотивовані відповідати категоріям за рівнем комфорту та якістю обслуговування. Домашній затишок, сучасний комфорт і високий рівень обслуговування в таких закладах розміщення – це далеко не повний перелік мотивуючих гостей факторів, щоб обрати відпочинок саме в такому готелі або мотелі [4, с. 31].

В умовах війни в Україні готельні підприємства мають забезпечити належні заходи безпеки як для гостей, так і для свого персоналу, що зумовлює не лише

запровадження заходів фізичної безпеки людей, але й посилення рівня уваги та моніторингу інформаційних ресурсів про наявну та очікувану ситуацію, розробку та введення евакуаційних планів й ефективних заходів їх реалізації, навчання персоналу необхідним діям за надзвичайних обставин. Воєнний стан зумовлює готельні підприємства належним чином готуватися до певних диверсифікаційних змін у своїй організаційній структурі, ставати у разі потреби прихистком не лише для гостей, ВПО, але й для місцевих мешканців і навіть ЗСУ. Отже, може відбуватися переформатування готельних підприємств від відпочинкової та розважальної функції до надання критично важливих послуг у періоди кризи та надзвичайної ситуації. Отже, до основних проблем формування безпечного середовища у сфері готельного бізнесу в Україні під час війни варто віднести такі як вплив воєнного стану на стабільність регіону, зменшення туристичних потоків, потреба у збільшенні засобів і заходів безпеки, проблеми з інфраструктурою та логістикою, економічна нестабільність. Під час повномасштабного вторгнення ворога на нашу землю багато які готельні підприємства змушені були вирішувати одночасно за наявності обмежених ресурсів логістичні та фінансові задачі через неочікуване збільшення попиту та проживання, зокрема вишукувати додаткові заходи безпеки та комфорту для ВПО [3, с. с. 800–801].

З джерел відкритої інформації відомо про переважне представлення на ринку засобів розміщення в Україні незалежних готелів (92%) і лише 7% – це готелі національної готельної мережі та 1% – готелі міжнародних готельних мереж. В умовах війни в Україні функціонують тільки 22 готелі від дев'яти операторів міжнародних готельних мереж. Дещо більше готелів, які входять до складу національних готельних мереж. Їх кількість станом на 2025 рік становила лише 138 закладів, підпорядкованих восьми керуючим компаніям. Доцільно зазначити певні переваги в організаційному плані національних готельних мереж відносно до міжнародних, у тому числі це стосується їх більшої адаптованості до внутрішнього ринку, кращої обізнаності в законодавчій базі країни, кращого розуміння місцевих традицій, особливостей споживчих запитів, можливостей більш оперативніше реагувати на зміни кон'юнктури ринку тощо [2, с. 230].

На порталі YouControl оприлюднена інформація про чисельність готельних підприємств України станом на 2024 рік. Їх кількість становила 7368 од., але враховуючи продовження гарячої фази війни, інформація може

змінюватися через об'єктивні причини. Лідерами за кількістю фактично функціонуючих готельних підприємств були місто Київ, Львів, Одеса, Івано-Франківськ, у процентному відношенні це відповідно – 979 од. (13,0%), 859 од. (12,0%), 692 од. (9,0%), 487 од. (7,0%). І хоча щороку в Україні через певні ресурсні втрати зменшується в середньому кількість колективних засобів розміщення, до яких належать оздоровчі заклади, санаторії, профілакторії, пансіонати з лікуванням, бальнео- та грязелікарні, туристичні бази, табори, кемпінги та бази відпочинку, навіть під час війни фіксується зростання кількості готелів, мотелів і хостелів (відповідно на 9,1%, 10,7% і 28,7%). Станом на 2024 рік у цілому середня завантаженість номерного фонду в Україні становить 34–38%, а в найбільш популярних туристичних містах сягає 60–70%. Це насамперед у таких містах як Львів, Івано-Франківськ [11, с. 227–229]. Отже, станом на 2024–2025 роки до основних трендів відносять безпеку, фінансування, мережеві формати, цифровізацію, екологічні готелі.

Загалом вбачається, що в Україні тенденції стосовно організації діяльності готельних підприємств на найближчу перспективу мають бути динамічними, спрямованими на дотримання умов сталого (збалансованого) розвитку та інноваційну технологічну складову.

Висновки. За результатами виконаного наукового дослідження було визначено фактори впливу на динаміку змін основних світових і вітчизняних трендів в організації діяльності готельних підприємств із урахуванням сучасних викликів і потреби впровадження відповідних адаптивних заходів. Проведено узагальнення існуючої інформації, досліджено динаміку змін пріоритетів у сфері індустрії гостинності. Виокремлено найбільш характерні тенденції для українських готельних підприємств у період воєнного стану та у повоєнний період. У зв'язку з продовженням повномасштабної війни в Україні, розв'язаної з боку російського уряду, та глобалізаційними, національними й регіональними змінами на багатьох напрямках соціально-економічного, технологічного, екологічного спрямування, організаційні питання в індустрії гостинності залишаються актуальними та зумовлюють подальший аналіз факторів впливу на зміну трендів у готельному бізнесі.

Представлені результати дослідження можуть зацікавити науковців, здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, а також суб'єктів господарювання в індустрії гостинності та зокрема зі сфери діяльності українських готельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бакало Н. В., Кречотень І. М. Розвиток та особливості управління готельного господарства в умовах воєнного стану. *Економіка та регіон*. 2023. № 4 (91). С. 17–23. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3188](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3188) (дата звернення: 14.07.2025)
2. Галасюк С. С. Моніторинг сучасного розвитку національних готельних мереж в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-27> (дата звернення: 12.07.2025)
3. Живко З. Б., Родченко С. С., Боруцька Ю. З. Характеристика основних викликів перед сферою туризму й готельним бізнесом: умови безпечного функціонування в регіоні воєнного часу. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 2 (30). С. 796–805. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-2\(30\)-796-805](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-2(30)-796-805) (дата звернення: 16.07.2025)

4. Ковальчук С. В. Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності України. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 2. С. 27–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-7-5> (дата звернення: 15.07.2025)
5. Світлична В. Ю. Організаційні засади розвитку ефективних комунікацій підприємств сфери гостинності. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 8 (36). С. 424–435. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8\(36\)-424-435](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-424-435) (дата звернення: 17.07.2025)
6. Турчиняк М. К., Полотай Б. Я. Глобальні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-27> (дата звернення: 17.07.2025)
7. Філіппова О. Ю. Тенденції міжнародної готельної індустрії послуг. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Тугана-Барановського. Серія «Економічні науки»*. 2023. № 2 (79). С. 63–68. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4819-2023-79-2-63-68> (дата звернення: 17.07.2025)
8. Хетагурова Д. О. Управління сталим розвитком підприємств сфери гостинності в умовах невизначеності. *Інфраструктура ринку*. 2025. Випуск 82. С. 257–261. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct83-44> (дата звернення: 17.07.2025)
9. Хоптяр А. Ю. Світова готельна індустрія: визначальні тренди у 2022–2023 рр. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 14 (28). С. 816–822. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14\(28\)-816-822](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28)-816-822) (дата звернення: 18.07.2025)
10. Церклевич В. С., Ставська Ю. В. Антикризове управління готелем в тиловому регіоні: інструменти менеджменту, поствоєнний досвід, туристичні можливості. *Трансформаційна економіка*. 2024. № 3. С. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-8-8> (дата звернення: 16.07.2025)
11. Чернишова Т. М. Сучасний стан готельного ринку в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2025. Випуск 92. с. 226–231. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.92-34> (дата звернення: 15.07.2025)
12. Чирка В. І., Паска М. З., Цесців Д. С. Аналіз векторів розвитку гостинності сьогодення: від викликів до можливостей. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-65> (дата звернення: 16.07.2025)
13. Язіна В. А. Сучасні HR-тренди у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-166> (дата звернення: 18.07.2025)
14. Pandyak I., Kushniruk H., Telish P. (2023). Hotel chains in ukraine: structural and spatial organization and the trends in the hotel business corporatization. *Economics and Region*. № 1 (88). 81–90. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.1\(88\)](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.1(88)).

References:

1. Bakalo N., Krekoten I. (2023). Rozvytok ta osoblyvosti upravlinnia hotelnoho hospodarstva v umovakh voiennoho stanu [Development and characteristics of hotel management under the conditions of the martial state]. *Economics and Region* № 4 (91). 17–23. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3188](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3188) (accessed 14.07.2025)
2. Galasyuk S. (2025). Monitorynh suchasnoho rozvytku natsionalnykh hotelnykh mrezh v Ukraini [Monitoring the current development of national hotel chains in Ukraine]. *Economy and society*. № 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-27> (accessed 12.07.2025)
3. Zhyvko Z. B., Rodchenko S. S., Borutska Yu. Z. (2024). Kharakterystyka osnovnykh vyklykiv pered sferoiu turyzmu y hotelnym biznesom: umovy bezpekovoho funktsionuvannia v rehioni voiennoho chasu [Characteristics of the main challenges facing the tourism and hotel business: conditions for security operation in a wartime region]. *Scientific innovations and advanced technologies*. № 2 (30). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-2\(30\)-796-805](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-2(30)-796-805) (accessed 16.07.2025)
4. Kovalchuk S. (2024). Doslidzhennia stanu ta tendentsii rozvytku industrii hostynnosti Ukrainy [Research on the state and trends of the hospitality industry in Ukraine]. *Transformational economy*. № 2. 27–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-7-5> (accessed 15.07.2025)
5. Svitlychna V. Yu. (2024). Orhanizatsiini zasady rozvytku efektyvnykh komunikatsii pidpriemstv sfery hostynnosti [Organizational principles for the development of effective communications in hospitality enterprises]. *Scientific innovations and advanced technologies*. № 8 (36). 424–435. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8\(36\)-424-435](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-424-435) (accessed 17.07.2025)
6. Turchyniak M., Polotai B. (2025). Hlobalni tendentsii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [Global trends in the development of the hotel and restaurant business]. *Economy and society*. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-27> (accessed 17.07.2025)
7. Filippova O. Yu. (2023). Tendentsii mizhnarodnoi hotelnoi industrii posluh [International hotel service industry trends]. *Mykhailo Tuhana-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade*. № 2 (79). 63–68. <https://doi.org/10.33274/2079-4819-2023-79-2-63-68> (accessed 17.07.2025)
8. Khetahurova D. (2025). Upravlinnia stalym rozvytkom pidpriemstv sfery hostynnosti v umovakh nevyznachenosti [Managing sustainable development of hospitality enterprises in conditions of uncertainty]. *Market infrastructure*. Issue 82. 257–261. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct83-44> (accessed 17.07.2025)
9. Khoptiar A. Yu. (2023). Svitova hotelna industriia: vyznachalni trendy u 2022–2023 rr. [World hotel industry: main trends in 2022–2023]. *Scientific innovations and advanced technologies*. № 14 (28). 816–822. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14\(28\)-816-822](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-14(28)-816-822) (accessed 18.07.2025)
10. Tserklevych V., Stavskaya Ju. (2024). Antykryzove upravlinnia hotelem v tylovomu rehioni: instrumenty menedzhmentu, postvoiennyi dosvid, turystychni mozhlyvosti [Anti-crisis hotel management in the rear region: management tools, post-war experience, tourist opportunities]. *Transformational economy*. № 3. 56–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-8-8> (accessed 16.07.2025)

11. Chernyshova T. (2025). Suchasnyi stan hotelnoho rynku v Ukraini [Current state of the hospitality market in Ukraine]. *Black Sea Economic Studies*. Issue 92. 226–231. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.92-34> (accessed 15.07.2025)
12. Chyrka V., Paska M., Tsestiv D. (2025). Analiz vektoriv rozvytku hostynnosti sohodennia: vid vyklykiv do mozhlyvosti [Analysis of the vectors of hospitality development today: from challenges to opportunities]. *Economy and society*. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-65> (accessed 16.07.2025)
13. Yazina V. (2025). Suchasni HR-trendy u hotelno-restorannomu biznesi [Modern hr trends in the hotel and restaurant business]. *Economy and society*. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-166> (accessed 18.07.2025)
14. Pandyak I., Kushniruk H., Telish P. (2023). Hotel chains in ukraine: structural and spatial organization and the trends in the hotel business corporatization. *Economics and Region*. № 1 (88). 81–90. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.1\(88\)](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.1(88)).

Larysa Chepurda, Oleksandr Kurakin, Alla Danyliuk
Cherkasy State Technological University

GLOBAL AND DOMESTIC TRENDS IN THE ORGANIZATION OF HOTEL ENTERPRISES: MODERN CHALLENGES AND ADAPTIVE MEASURES

The knowledge and analysis of experience regarding global and domestic trends in the organization of hotel enterprises, consideration of modern challenges and the need to develop and implement adaptive measures during crises and uncertainty remains relevant and encourages further research. The experience of Ukrainian hotel companies, even in recent years, proves the legitimacy of actions regarding the need to learn how to survive even in the most difficult situations and overcome obstacles to success with dignity. The article is aimed at determining the factors influencing the dynamics of changes in the main global and domestic trends in the organization of hotel enterprises' activities, taking into account current challenges and the need to implement appropriate adaptive measures. The methods of logical generalization, comparison, classification, systematization, analysis and synthesis were used to conduct the research. As a result of the carried out scientific research, the factors influencing the dynamics of changes in the main global and domestic trends in the organization of hotel enterprises' activities have been identified, taking into account current challenges and the need to implement appropriate adaptive measures. The existing information is summarized, the dynamics of changes in priorities in the hospitality industry is studied. The most characteristic trends for Ukrainian hotel enterprises during martial law and in the postwar period are highlighted. It is proved that in the context of the war in Ukraine, entrepreneurs find new and improve the mechanisms confirmed by the experience gained to promote the improvement of the situation in the hotel services market, apply effective tools for adaptation to the negative impact of crisis phenomena, conditions of uncertainty and direct their efforts to develop strategic plans for the post-war recovery of the country, meet the needs of consumers and increase their profits through quality services. The results of the study may be of interest to scientists, higher education students, research and teaching staff, as well as business entities in the hospitality industry, and in particular, in the field of Ukrainian hotel enterprises.

Keywords: adaptability, crisis management, hotel and restaurant business, hospitality industry, organizational development principles.

Стаття надійшла: 10.09.2025
Стаття прийнята: 22.09.2025
Стаття опублікована: 18.11.2025