

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ТА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Ковалевська Н.С., канд. екон. наук, проф.

Курило В.В., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Підприємства готельного бізнесу у галузевому комплексі сфери туризму займають провідне місце, формуючи один із найперспективніших напрямів діяльності. Світове готельне господарство демонструє стійку динаміку зростання як номерного фонду, так і якості послуг, але такі тенденції зовсім не характерні для України [1, с. 106]. Аналіз діяльності підприємств готельного господарства України за останні роки свідчать про нестійку динаміку та тенденції їх функціонування особливо в умовах пандемії та повномасштабної війни. Тому розвиток готельного бізнесу потребує виваженої стратегії, що враховує ринкові тенденції, вимоги споживачів та інноваційні підходи до обслуговування. Ключовими етапами стратегії розвитку готельного бізнесу є:

1. *Аналіз ринку та конкурентоспроможність.* Ретельне вивчення ринкових тенденцій, попиту, сильних та слабких місць сторін конкурентів для позиціонування відповідно до потреб клієнтів.

2. *Сегментація ринку.* Визначення цільових аудиторій та розробка гнучкої стратегії для кожної сегментації (може включати розробку спеціальних пакетів послуг для різних категорій клієнтів).

3. *Якість обслуговування.* Фокус на вдосконаленні обслуговування та створенні унікального досвіду для гостей (навчання персоналу, впровадження нових технологій та створення комфортного середовища для відпочинку).

4. *Інновації та технології.* Використання новітніх технологій для оптимізації процесів, покращення внутрішнього управління та підвищення комфорту гостей (впровадження системи онлайн-бронювань, використання розумних технологій у номерах та інше).

5. *Стабільність та ефективність.* Забезпечення ефективного управління витратами та оптимізація бізнес-процесів для досягнення стабільності та підвищення прибутковості.

6. *Соціальна відповідальність.* Увага до екологічних аспектів, участь у соціальних програмах та ініціативах сприяння громадськості може позитивно вплинути на репутацію готелю.

7. *Маркетинг та продажі.* Розвиток стратегії маркетингу та продажів для просування послуг готелю та привертання нових

клієнтів.

8. *Оцінка та аналіз результатів*. Постійний моніторинг результатів та аналіз ефективності стратегії для постійного вдосконалення та коригування планів.

9. *Гнучкість та адаптивність*. Здатність швидко адаптуватися до змін у вимогах ринку та потребах клієнтів.

10. *Партнерства та співпраця*. Розвиток партнерств та співпраця з іншими готелями або відомими брендами можуть допомогти розширити клієнтську базу та підвищити конкурентоспроможність [2, с. 192; 3, с. 51].

Управління готелями включає в себе ряд складових, які спрямовані на забезпечення ефективної роботи та задоволення потреб гостей, а саме: операційне управління (координація денної діяльності готелю, така як реєстрація гостей, обслуговування номерів, харчування, прибирання та інші операційні процеси); фінансове управління (управління фінансами готелю, включаючи бюджетування, контроль витрат, облік прибутків, управління податками та інвестиціями); управління персоналом (рекрутинг, навчання та розвиток персоналу, ведення кадрового обліку, оцінка працівників, створення мотиваційних систем); маркетинг та продажі (реклама, продаж послуг готелю, розробка стратегій продажу, участь у маркетингових заходах та співпраця з партнерами); інформаційні технології (використання сучасних ІТ-систем для управління готелем, включаючи бронювання, облік, аналітику) [4, с. 155].

Таким чином, розвиток готельного бізнесу постійно змінюється під впливом різних чинників, включаючи технологічні нововведення, зміни в уподобаннях споживачів, соціальні та економічні тенденції.

Список використаних джерел

1. Sharplin A. *Strategic Management*. N.-Y. McGraw-Hill Inc., 2017. 516 p.

2. Нестеренко І., Ковалевська Н. Становлення облікової політики та її вплив на показники звітності підприємств харчової індустрії. *Економічний аналіз: науковий журнал*. Том 31. № 3. 2021. С. 190-197 DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.03.190>

3. Wood K. *The Goot Tourist*. Mandarin, London, 2020. 140 p.

4. Kashchena N., Kovalevska N., Nesterenko I. Organizational and methodological aspects of audit of integrated reporting of enterprise. *Zeszyty naukowe wyższej szkoły technicznej w Katowicach*. 2022. No 14. P. 153-164. DOI: 10.54264/0040.