Список використаних джерел

1. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making / J.Urry // Theory, Culture and Society. – 1988. – № 5 (1). – PP. 35–55.
2. Smith, Gary V. *The New Testament in Its World: An Introduction to the History, Literature, and Theology of the First Christians.* Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2020.
3. Urry, J. The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies / J.Urry. – London : Sage Publica tions Ltd., 1990. – 180 pp.
4. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making // Theory, Culture and Society. 1988. № 5 (1). P. 35–55.
5. Dudek Z. W., Pankalla A. Psychologia kultury. Doświadczenia graniczne i transkulturowe. Warszawa : ENETEIA, 2005. 364 s.
6. Calvin, J. *Commentaries on the First Book of Moses Called Genesis.* Trans. John King. Grand Rapids, MI: Baker Book House, 2003.
7. Левитська М.С. Музи і музика мого театру / М.С. Левитська. – К. : Либідь, 2016. – 240 с.
8. MacArthur J. F. *The MacArthur Study Bible: New King James Version.* Nashville : Thomas Nelson, 1997. 2240 p.
9. *Святе Письмо Старого та Нового Завіту.* Повний переклад, здійснений за оригінальними єврейськими, арамійськими та грецькими текстами. Український переклад. Київ : United Bible Societies / Українське Біблійне Товариство, 1991. 1494 с.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Андреєва М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельний бізнес, інновації, маркетингові стратегії, цифровізація, конкурентоспроможність, управління.

Сучасний етап розвитку готельного бізнесу України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими економічними, соціальними та політичними чинниками. Воєнний стан, зміна географії туристичних потоків, скорочення міжнародного туризму та зростання ролі внутрішнього ринку формують нову модель функціонування індустрії гостинності. Підприємства змушені переглядати підходи до управління, маркетингу та сервісу, впроваджуючи інноваційні стратегії розвитку.

Одним із ключових напрямів трансформації є цифровізація готельної діяльності. Сучасні готелі активно використовують автоматизовані

системи управління номерним фондом (PMS), CRM-системи для персоналізації обслуговування, онлайн-канали бронювання (Booking.com, Expedia, Airbnb), мобільні додатки та безконтактні технології check-in/check-out. Це дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси, а й підвищити якість взаємодії з клієнтом. За даними міжнародних досліджень, понад 70 % гостей віддають перевагу готелям, що пропонують цифрові сервіси самообслуговування [1].

Цифрові канали просування відіграють вирішальну роль у формуванні попиту. Соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok), контекстна реклама, email-маркетинг та робота з онлайн-відгуками формують імідж готелю та впливають на рішення потенційного споживача. Репутаційний менеджмент стає невід'ємною частиною стратегічного управління.

Важливою складовою інноваційної стратегії є орієнтація на внутрішній туризм та сегмент бізнес-подорожей. У 2024–2025 роках внутрішній туризм демонструє стабільність, що підтверджується зростанням туристичного збору та збільшенням кількості засобів розміщення. Формат «bleisure» (business + leisure) набуває популярності: гості поєднують ділові поїздки з відпочинком. Це зумовлює необхідність створення комфортних робочих зон, наявності швидкісного інтернету, конференц-просторів та гнучких тарифів на тривале проживання.

Синергія сервісу, маркетингу та управління проявляється у формуванні комплексної клієнтоорієнтованої моделі розвитку. Персоналізація послуг (індивідуальні пропозиції, спеціальні пакети, програми лояльності), гнучке ціноутворення та партнерські проєкти з туристичними операторами підвищують конкурентоспроможність підприємства.

Таблиця 1Основні інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу

Напрям	Зміст впровадження	Очікуваний результат
Цифровізація	PMS, CRM, онлайн-бронювання, мобільні додатки	Оптимізація управління, підвищення сервісу
Маркетинг	SMM, SEO, робота з агрегаторами, бренд-стратегія	Зростання впізнаваності та попиту
Клієнтоорієнтованість	Програми лояльності, персоналізація	Формування постійної клієнтської бази
Гнучке ціноутворення	Dynamic pricing, сезонні знижки	Підвищення завантаженості
Інноваційні формати	Апарт-готелі, коворкінг-зони	Залучення нових сегментів клієнтів

Джерело: сформовано на основі [1]

У контексті відновлення готельного ринку України особливу роль відіграє середній ціновий сегмент (3–4*). Саме такі готелі демонструють стабільність попиту та інвестиційну привабливість. Вони поєднують доступність цін та достатній рівень комфорту, що відповідає потребам сучасного споживача.

Світові тенденції 2025 року також акцентують увагу на екологічній відповідальності та енергоефективності. Використання ресурсозберігаючих технологій, скорочення споживання пластику, впровадження концепції sustainable hospitality стають конкурентною перевагою. Споживач дедалі частіше обирає готелі, які демонструють соціальну відповідальність [2].

Важливим чинником розвитку є стратегічне управління ризиками. В умовах нестабільності підприємства повинні впроваджувати адаптивні управлінські моделі, що дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Це передбачає диверсифікацію каналів продажу, формування резервних фінансових фондів та активну співпрацю з місцевими громадами.

Таким чином, інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу в Україні повинні базуватися на інтеграції сучасних технологій, клієнтоорієнтованості, цифрових інструментів маркетингу та гнучкого управління ресурсами. Лише комплексний підхід забезпечить стійке функціонування підприємств індустрії гостинності в умовах трансформації туристичного ринку.

Список використаних джерел

1. Ганущак Р. М., Маргасова В. Г. Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах повоєнного відновлення економіки України. *Journal of Strategic Economic Research*. 2024. № 6. С. 166–176. URL: https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.6.17 (дата звернення: 28.02.2026).

2. Плани та звіти. *Державне агентство розвитку туризму України*. URL: https://www.tourism.gov.ua/plans-and-report (дата звернення: 28.02.2026).

3. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2024. *UNWTO World Tourism Barometer*. 2024. Vol. 22, no. 1. P. 1–44. URL: https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.1 (date of access: 28.02.2026).