
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

І.П. КУДІНОВА

*к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму
Навчально-наукового інституту неперервної освіти і туризму
Національного університету біоресурсів і природокористування України
ikudinova@nubip.edu.ua*

С.В САМБОРСЬКА

*студентка 4 курсу спеціальності «Туризм»
Навчально-наукового інституту неперервної освіти і туризму
Національного університету біоресурсів і природокористування України
alekmaked@ukr.net*

Анотація. У сучасних умовах готельна сфера має важливе значення для вирішення низки соціально-економічних проблем України. Саме тому ефективний розвиток та управління готелями набуває актуальності та потребує пошуку нових підходів до їх функціонування в умовах пандемії Covid-19. Метою статті є дослідження теоретичних проблем забезпечення конкурентних переваг підприємств, розробка рекомендацій по формуванню конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії Covid-19. У статті обґрунтовано та висвітлено тенденції розвитку підприємств готельної сфери в умовах пандемії Covid-19. Виділено основні напрямки змін, що відбулися в туристичній сфері впродовж останніх років. Наголошено, що готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують у середовищі багатомірної конкуренції, при якій ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій та використання нових трендів, а також ефективних конкурентоспроможних форм туристичних послуг. Досліджено теоретичні проблеми забезпечення конкурентних переваг підприємств. Зазначено, що вітчизняний туризм на сьогоднішній день став сімейним та екологічним, безпечніше стало мандрувати всередині країни, де менше людей, велика територія і саме головне, не потрібно дотримуватись самоізоляції після повернення. Одним з нових і перспективних напрямів туристичної діяльності, який у світі функціонує вже більше десяти років, є відпочинок у глемпах на природі. Для розвитку глемпінгу в Україні є всі передумови, зокрема наявність значної кількості мальовничих природних місць та різноманіття ландшафтного середовища, доступність до них, тобто шляхи сполучень, й активні люди на місцях, які надаватимуть туристам послуги. Охарактеризовано перспективні напрями підприємств готельної сфери на сучасному етапі, а саме це розвиток

екоготельного і глемпінгового підприємництва. Передбачено тенденції та виділено актуальні тренди в індустрії гостинності на найближчий час – соло-подорожі, еко-подорожі, місцевий досвід, персоналізація та штучний інтелект. Наголошено, що створення адекватної системи формуванням конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності та туризму в умовах впливу несприятливих епідеміологічних обставин – одне з ключових завдань, яке стоїть сьогодні перед вітчизняними підприємствами цієї сфери. Наукова новизна результатів дослідження полягає в уточненні перспективних напрямів розвитку підприємництва у сфері гостинності за умов пандемії та логістичних обмежень, а також обґрунтування концептуальних переваг екоготельного і глемпінгового підприємництва, як складових розвитку внутрішнього туризму та передумов розв'язання проблеми зайнятості територіальних громад. Розроблено рекомендації по формуванню конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії.

Ключові слова: готельна сфера; індустрія гостинності; Covid-19; інновації; готель.

Актуальність.

Підприємства готельної сфери є однією із галузей економіки, на які пандемія, спричинена вірусом COVID-19 вплинула найнегативніше, додала нових викликів та ще більше ускладнила процес формування вітчизняного туризму як високоефективної, конкурентоспроможної галузі.

За офіційними дослідженнями Всесвітньої туристичної організації ООН, впродовж останніх двох років відбулися зміни в туристичній сфері за такими основними напрямками:

- внутрішній туризм демонструє позитивні показники, оскільки люди почали більше подорожувати власними країнами й обирати дестинації ближче до дому;

- плануючи свої поїздки, мандрівники все частіше почали звертати увагу на автентичність, екологічність та локальний бренд;

- в умовах тотальних карантинних обмежень надзвичайною популярністю тепер користується зелений або сільський туризм, що максималь-

но забезпечує соціальну дистанцію та усамотнення;

- у 2021 році збільшилась середня тривалість подорожей, а відповідно й відбулося значне збільшення витрат (UNWTO, 2021).

Зрозуміло, що готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують в середовищі багатомірної конкуренції, при якій ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій та використання нових трендів і ефективних конкурентоспроможних форм туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Дослідженню питань розвитку підприємств готельної сфери в умовах пандемії Covid-19 присвячені праці науковців В. О. Бойка, І. В. Давиденка, Т. І. Ткаченко, Т. Л. Мостенської, Г. І. Михайліченко та інших. Але питання щодо розвитку інноваційних напрямів підприємств готельної сфери залишаються мало вивченими.

Мета дослідження. Дослідження теоретичних проблем забезпечення конкурентних переваг підприємств, розробка рекомендацій по формуванню конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії Covid-19.

Матеріали та методи дослідження.

Дане дослідження проведено на основі системного підходу з використанням широкого кола методів наукового пізнання наприклад, аналізу і синтезу, наукового узагальнення, індукції та дедукції, а також відкритих джерел міжнародної статистичної інформації та офіційних даних форумів.

Результати дослідження та їх обговорення

В умовах руйнівного впливу пандемії Covid-19 на міжнародний туризм особливої важливості та значення набуває розробка ефективних підходів щодо формування та нарощування конкурентних переваг вітчизняними підприємствами індустрії гостинності з урахуванням тенденцій розвитку світової економіки, що дозволить в майбутньому успішно протистояти конкуренції на міжнародному ринку.

Необхідно зазначити, що вітчизняний туризм на сьогоднішній день став сімейним та екологічним, безпечніше стало мандрувати всередині країни, де менше людей, велика територія і саме головне, не потрібно дотримуватись самоізоляції після повернення. Одним з нових та перспективних напрямів туристичної діяльності, який у світі функціонує вже більше десяти років, є відпочинок у

глемпах на природі. Для розвитку глемпінгу в Україні є всі передумови, зокрема наявність значної кількості мальовничих природних місць та різноманіття ландшафтного середовища, доступність до них, тобто шляхи сполучень, й активні люди на місцях, які надаватимуть туристам послуги (Бойко, 2021).

Також, на сьогоднішній день піклування про оточуюче середовище та екологічна безпека стали невід'ємною частиною сучасної сфери гостинності. Екологічний готель не тільки данина сучасній моді, передові технології дозволяють суттєво скоротити витрати на ресурсне забезпечення підприємства. Використання енергозберігаючих технологій, сортування сміття та передача його в переробку, застосування екологічних миючих засобів, використання екологічно чистих продуктів харчування, використання екологічно чистих будівельних матеріалів, використання відновлюваних джерел енергії створює позитивний імідж «екологічного» готелю, що стає конкурентною перевагою (Bovsh et al., 2021).

Тенденція до здорового способу життя викликала переорієнтацію багатьох готелів на цей сегмент і змусила їх відкрити тренажерні зали, фітнесцентри, спра-салони, побудувати басейни, оновити меню (безглютенове, дієтичне) або відкрити додаткові ресторани зі «здоровою кухнею».

Саме тому, на нашу думку, перспективними напрямами підприємств готельної сфери на сучасному етапі є розвиток екоготельного і глемпінгового підприємництва (Давиденко, 2017).

Глемпінг передбачає відпочинок на природі, навіть у природоохоронних територіях, однак з усіма необ-

хідними умовами для розміщення. Однак на відміну від готелів, глемпінги можна встановлювати будь-де, переміщувати з місця на місце, навіть туди, де заборонене будь-яке будівництво, що, очевидно, неможливо здійснити з готелями.

Перерахуємо основні риси глемпінгу:

- наявність комфортного, простого засобу розміщення (наметушара, будиночку, тощо);

- використання незвичайних для екотуризму та кемпінгу меблів - великих стільців, крісел, обідніх столів, зручних ліжок;

- умови для тимчасового проживання створюються із забезпеченням комфорту як для постійного життя.

Для організації глемпінгу потрібні наступні складові:

- спеціальні намети і будиночки, які повинні відповідати екологічним стандартам, створюватись із використанням сучасних будівельних технологій;

- глемпінг-намети або шатри оснащуються сучасними інженерними системами, навіть передбачається наявність водопровідної системи, електрики і Wi – Fi;

- досить високі вимоги до елементів комфорту та оснащення наметів, наприклад, можлива наявність ваз для квітів, килимків, картин, тощо.

Переваги глемпінгу полягають у тому, що, по-перше, він окупається набагато швидше готелю, а саме за 2–3 роки; по-друге, установка глемпінгу не вимагає ніякої дозвільної документації. Юридично глемп класифікується як звичайна палатка, його можна поставити практично де завгодно, хіба що варто узгодити це з лісництвом, якщо це глемпінг у лісі або заповіднику, або з підприєм-

ством, яке має це місце на балансі. Іноді за встановлення глемпу можуть стягувати відповідну плату. Крім того, установка глемпінгу не завдає шкоди навколишньому середовищу. Глемп – це конструкція з металу, дерева й тентової тканини (Грановська & Бойко, 2020).

Можна сказати, що глемпінг – люксовий відпочинок на природі у будиночках зі зручними ліжками замість наметів та спальних мішків, а також комфортною ванною замість туалету під деревом. Саме такий стиль підходить для тих, хто прагне єднання з природою, але не хоче проводити відпустку у незручних умовах.

Слід наголосити, що розвиток глемпінг туризму спричинений перетином інтересів як споживачів так і підприємців. При цьому споживачі постійно потребують урізноманітнення та індивідуалізації пропозиції, а підприємці – здешевлення собівартості послуги та формування стійкого тривалого платоспроможного сегмента.

Серед споживачів глемпінг відпочинку виділяють такі категорії:

- молоді пари, компанії знайомих між собою людей, або, навпаки, незнайомці;

- сімейні пари з дітьми;

- компанії співробітників під час проведення спільних відпочинково-командоутворюючих заходів;

- категорія споживачів luxury сегмента, які заробляють вище середнього, мають великий досвід подорожування.

Зазначимо, що всі ці групи споживачів глемпінгів об'єднує єдиний психологічний фактор – всі вони жителі великих мегаполісів зі складним, розписаним, напруженим графіком, тому вони все частіше прагнуть уса-

мітнення та спокою. Але є і активний сегмент споживачів глемпінгу іншого характеру, які прагнуть до активних видів відпочинку, навіть з елементами екстриму, при цьому все одне бажають мати високий рівень комфорту на відпочинку та згодні за це платити.

На платформах Booking.com, Airbnb представлені пропозиції сотень шикарних глемпінгів. Лідером таких пропозицій у світі є США, Велика Британія, Австралія. За даними Booking.com, найкращими місцями для глемпінгу у США є Zion Wildflower (Virgin), Grand Canyon RV Glamping (Williams), Alpine Lodge (Red Lodge). Однак першими цю креативну нішу концепційного житла почали розвивати британці. Перші глемпінги почали з'являтися на музичних фестивалях у Великій Британії 15 років тому (Glemping, 2018).

Серед українських глемпінгів виокремлено такі: «Шатро Stodola» (с. Долинівка, Львівська обл.), глемпінг «Шатро» (с. Уляники, Київська обл.), глемпінг «Mandra» (Затока, Одеська обл.), глемпінг у готелі «ШишкіNN» (с. Слов'янка, Чернігівська обл.), еко-глемпінг «Sfera 365» (м. Біла Церква). Середня добова вартість проживання у глемпі становить 2–3 тис. грн. (Shcho take hlempinh, 2020).

За розрахунками бізнес-консалтингової компанії Grand View Research, до 2025 року середнє зростання ринку глемпінгів у світі становитиме 12,5%, а його загальний обсяг досягне \$ 4,8 млрд. На Кіпрі 2023 рік навіть оголосили роком глемпінгу. Днями Саввас Пердіос, заступник міністра туризму країни, пообіцяв, що в найближчі два роки уряд сприятиме розвитку лакшері-кемпінгів. Правда, для цього необхідно внести зміни до законодавства, адже

наразі такий бізнес у республіці ніяк не регулюється (П'ять зірок для намету, 2022).

Так, як на сьогодні в Україні та світі спостерігається тенденція до збереження природних ресурсів, оскільки вони не безмежні і вичерпні, саме тому розвиток екоготельної індустрії у вигляді глемпів, основна діяльність якої спрямована на збереження природних ресурсів є високоприбутковим бізнесом, який здатен зробити значний внесок у зростання валового внутрішнього продукту за відносно низьких затрат та коротких термінів окупності (Oliinyk et al., 2019).

Крім того, підприємства готельної сфери в умовах вірусу Covid-19 впроваджують комп'ютерні технології, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж. Тому у сучасних реаліях, готельна індустрія використовує досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін.

Використання сучасних мобільних додатків в готелях – це потужний маркетинговий інструмент, який може вирішити багато місій та задач: створити свій власний імідж, підтримати бренд, завоювати лояльність з боку споживачів, щоб оптимізувати комунікаційні процеси та створити певний інформаційний простір.

Очевидно, що пандемія та карантинна криза спровокували прискорення переходу до цифрових технологій як споживачами, так і підприємствами. Цифровізація стає основним трендом, що помітно про-

являється у моделях дистрибуції послуг готелів, а також активно приходять у сферу автотизації внутрішніх бізнес-процесів (комунікації з клієнтами, розподіл завдань усередині команди, електронні папки та меню та ін.). Автоматизується і номерний фонд та громадські зони. На сьогоднішній день сучасний готель це місце, де все створено виключно для зручності та комфорту клієнтів.

Крім того, загальновідомо, що створення нового, якісного, трендового туристичного продукту на внутрішньому ринку стає першочерговим завданням для відновлення індустрії. На нашу думку, на сьогоднішній день, потрібно створювати туристичні оздоровчі пакети, які стосуються зміцнення імунітету, а також пов'язані з реабілітацією після перенесеного захворювання, зокрема на коронавірус, для проведення комплексної перевірки та діагностики організму. У штат готельного комплексу потрібно додати медичного працівника, медичну продукцію та створити співробітництво з відомими клініками, це відразу ж дасть змогу підвищити конкурентоспроможність рекреаційно-оздоровчого закладу.

На основі поточних тенденцій та економічних перспектив можна передбачити тенденції та виділити актуальні тренди в індустрії гостинності на найближчий час:

- соло-подорожі – на відміну від попередніх років, все частіше спостерігається тенденція поодиноких подорожей. Мотиви мандрівників є різноманітними: подорож наодинці, нові знайомства, спілкування, пошук пари тощо. Ці тенденції тільки починають набирати обертів;

- еко-подорожі – все частіше починають впливати на рішення ту-

риста при купівлі туристичного продукту ідеали і переконання нового покоління. Еко-подорож, наприклад, означає поєднання туризму із залученням до природоохоронних робіт або ж можливість орендувати електрокар, наявність вуглецевих кредитів при бронюванні рейсу тощо;

- місцевий досвід – залучення туристів до місцевої культури: насолода місцевою кухнею, участь у фестивалях та різноманітних святкуваннях тощо. Тури, в яких турист отримує найкращий досвід місцевих традицій, в майбутньому для нього стають улюбленим напрямком;

- персоналізація – сьогоднішні туристи очікують послуги, що досить тісно відповідають їх особистим уподобанням: місце призначення, житло, розваги, запропоновані їм на відпочинку. Набагато більше шансів отримати постійних клієнтів, коли досвід туриста буде тісно пристосований до його бажань та очікувань;

- штучний інтелект набуває все більшого значення для туристичної індустрії. Персоналізація досвіду пошуку, бронювання турів та поїздок, визначення потреб гостя і підбір готельного номера за його вподобаннями – зробити все це дає можливість технологія машинного навчання – штучний інтелект.

Отже, створення адекватної системи формуванням конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності та туризму в умовах впливу несприятливих епідеміологічних обставин – одне з ключових завдань, яке стоїть сьогодні перед вітчизняними підприємствами цієї сфери.

За результатами власних досліджень та погоджуючись з думкою провідних вчених, що досліджували дану проблематику (Вецепура & Зем-

ліна, 2021) вважаємо, що в процесі формування конкурентних переваг підприємствами індустрії гостинності та туризму слід керуватися такими положеннями:

- система формування конкурентних переваг суб'єктів індустрії гостинності та туристичного бізнесу повинна включати: визначення та планування конкурентних переваг; виявлення факторів, що впливають на конкурентоспроможність діяльності підприємства індустрії гостинності; формування портфеля конкурентних переваг; розробка заходів, що дозволяють нарощувати конкурентні переваги; виявлення проблемних напрямів діяльності;

- створення та нарощування конкурентних переваг потребує зусиль усіх учасників сфери гостинності;

- усі зміни ринкової ситуації мають стати вирішальними чинниками внутрішніх перетворень;

- управління бізнесом має ґрунтуватися на сталому розвитку та принципах постійного вдосконалення;

- основою сучасної конкурентоспроможності є переваги, що швидко змінюються, пов'язані з науково-технічним прогресом та інноваціями, тому варто їх запроваджувати у сферу діяльності;

- подальше поширення технологій призведе до ще більшого скорочення життєвого циклу будь-якого продукту, тому варто своєчасно бачити той момент у життєвому циклі продукту, коли він починає втрачати свої особливості та стає масовим, здатним конкурувати лише за ціною;

- більша частина вартості послуг з розміщення повинна припадати не на безпосередній процес надання, а на розробку нових послуг, менеджмент якості, маркетинг.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Україні сьогодні необхідно стимулювати внутрішній туризм, промотувати нові DESTИНАЦІЇ, створювати туристичні продукти, які привернуть увагу подорожуючих та розвивати нові тренди туристичної індустрії.

Аналіз глемпінгу, наведений у даній статті дає підстави розглядати його, з одного боку, як нову концепцію відпочинку в природному середовищі, яка має свої особливості, переваги, групи споживачів та виключну еко-спрямованість, а з іншого – як перспективний, дохідний різновид готельного бізнесу. Українські реалії свідчать про значний розвиток глемпінгу на свої теренах, адже практично в усіх ландшафтних зонах вже працюють глемпінги.

Відзначимо, що саме використання сучасних технологій та інновацій в підприємствах готельної сфери є невід'ємною частиною розвитку готельних підприємств в умовах COVID-19. Постійне самовдосконалення, рішучість та генерація нових ідей дає змогу готелям ставати лідерами ринку та максимально задовольняти потреби сучасних споживачів готельних послуг.

Перспективи подальших досліджень щодо розвитку підприємств готельної сфери в умовах пандемії Covid-19 потребують державної підтримки та комплексного підходу маркетингової, рекламної, інноваційної та промоційної політики.

Список використаних джерел

1. UNWTO: International Tourism Highlights. (2021). Edition. URL: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
2. Бойко В. О. Глемпінг – новий тренд

- індустрії гостинності. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. Вип. 8. С. 22-28. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.3>
3. Давиденко І. В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Вип. 26. С. 10-13.
 4. Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. Економіка АПК. 2020. № 3. С. 57-65. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>
 5. Глэмпинг: в Украине появился новый бизнес, генерирующий прибыль. URL: <http://derevo.ua/articles/details/glempling-v-ukraine-royavilsya-novyy-biznes-generir-99>
 6. Що таке глемпінг та де його шукати в Україні. URL: <https://veterdoit.com/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini>
 7. 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. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-38-46](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-38-46)
 8. Вецепура Н. В., Земліна Ю. В. Управління конкурентними перевагами підприємств індустрії гостинності та туризму в сучасних умовах. Економіка та суспільство. 2021. № 33. С. 82-88. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-62>
 9. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. URL: <http://aigu.org.ua/> (дата звернення: 10.07.2022).
 10. The page. Офіційний сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-zgotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення: 10.07.2022).
 11. П'ять зірок для намету. Що таке глемпінги і де їх знайти в Україні. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/487738-ryat-zvezd-dlya-palatki-chto-takoe-glemplingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine>
 12. Boiko V.O. (2020). Green tourism as a perspective direction for rural entrepreneurship development. Scientific approaches to modernizing the economic system: vector of development: collective monograph. LvivToruń : Liha-Pres. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-189-6/1-18>.
 13. Намет з кондиціонером та Wi-Fi: що таке глемпінг та чи є він в Україні. URL: <https://shotam.info/namet-z-kondytsionerom-ta-wi-fi-shcho-take-hempinh-ta-chy-ie-vin-v-ukraini/>.
 14. Що таке глемпінг та де його шукати в Україні? URL: <https://veterdoit.com/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini>.
 15. Bovsh, L., Hopkalo, L., Levytska, I., Komarnitskyi, I., Rasulova, A. (2021). Simulation of behavior of hotel and restaurant business staff in the conditions of covid-19 viral pandemic. Journal of Environmental Management and Tourism. 12(1). p. 186–195. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.12.1\(49\).16](https://doi.org/10.14505/jemt.12.1(49).16).

References

1. UNWTO (2021). International Tourism Highlights, 2021 Edition. URL: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
2. Boyko, V. O. (2021) Hlempinh – novyi trend industrii hostynnosti. [Glamping is a new trend in the hospitality industry]. Tavriyskiy naukoviy visnik. Ekonomika. 8. 22-28. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.3>
3. Davydenko, I. V. (2017). Hlempinh yak perspektyvna forma rozvytku ekoturizmu [Glamping as a promising form of ecotourism development]. Naukoviy visnik Mizhnarodnogo humanitarnogo universitetu. 26. 10-13.
4. Hranovska, V. G., & Boiko, V. O. (2020). Funktsionuvannya ekohoteliv v Ukraini yak chynnyk aktyvizatsii pidpriemnytskoi diialnosti [Functioning of eco-hotels in Ukraine as a factor of activation of entrepreneurial activity].

- Ekonomika APK. 3. 57-65. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>
5. Glamping: v Ukraine poyavilsya novyy biznes, generiruyuschiy pribyil [Glamping: a new profit-generating business has appeared in Ukraine]. URL: <http://derevo.ua/articles/details/glamping-v-ukraine-poyavilsya-novyy-biznes-generir-99>
 6. Shcho take hlempinh ta de yoho shukaty v Ukraini [What is glamping and where to look for it in Ukraine]. URL: <https://veterdoit.com/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini>
 7. Oliinyk, O. V., Mostenska, T. L., Tarasiuk, G. M., & Chahaida, A. O. (2019). Perspektyvy rozvytku hoteliv u styli hlempinh v Ukraini [Perspectives of glamping-style hotel development in Ukraine]. *Ekonomika, upravlinnya ta administruvannya*. 4(90). P. 38-46. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-38-46](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-38-46)
 8. Vetsepura, N. V., & Zemlina, Yu. V. (2021). Upravlinnia konkurentnyimi perevahami pidpriemstv industrii hostynnosti ta turyzmu v suchasnykh umovakh [Management of competitive advantages of enterprises of the hospitality and tourism industry in modern conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 33. P. 82-88. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-62>
 9. The Association of hospitality industry of Ukraine. Official site. URL: <http://aigu.org.ua/> (accessed 10 July 2022)
 10. The page. Official site. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus>
 11. P'jatj zirok dlja nametu. Shho take ghlempinghy i de jikh znajty v Ukraini [Five stars for the tent. What are glampings and where to find them in Ukraine]. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlyapalatki-chtotakoe-glampingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine>
 12. Boiko V.O. (2020) Green tourism as a perspective direction for rural entrepreneurship development. Scientific approaches to modernizing the economic system: vector of development: collective monograph. Lviv Toruń: Liha-Pres, p. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-189-6/1-18>
 13. Namet z kondytsionerom ta Wi-Fi: shcho take hlempinh ta chy ye vin v Ukraini [A tent with an air-conditioner and Wi-Fi: what is glamping and if it is available in Ukraine]. URL: <https://shotam.info/namet-z-kondytsionerom-ta-wi-fi-shcho-take-hlempinh-ta-chy-ie-vin-v-ukraini/>
 14. Shcho take hlempinh ta de yoho shukaty v Ukraini [What is glamping and where it can be found in Ukraine]. URL: <https://veterdoit.com/shcho-take-hlempinh-ta-de-yoho-shukaty-v-ukraini>
 15. Bovsh, L., Hopkalo, L., Levytska, I., Komarnitskiy, I., Rasulova, A. (2021). Simulation of behavior of hotel and restaurant business staff in the conditions of covid-19 viral pandemic. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 12(1). p. 186–195. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.12.1\(49\).16](https://doi.org/10.14505/jemt.12.1(49).16)
-

Kudinova I., Samborska S. (2022).

DEVELOPMENT TRENDS OF HOTEL INDUSTRY ENTERPRISES UNDER THE CONDITIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC

BIOECONOMY AND AGRARIAN BUSINESS, 14(3): 77-86.

[https://doi.org/10.31548/economics13\(3\).2022.65-73](https://doi.org/10.31548/economics13(3).2022.65-73)

Abstract. *In today's conditions, the hotel industry is important for solving a number of socio-economic problems of Ukraine. That is why the effective development and management of hotels is gaining relevance and requires the search for new approaches to their operation in the conditions of the Covid-19 pandemic. The purpose of the article is to study the theoretical problems of ensuring the*

competitive advantages of enterprises, to develop recommendations for the formation of competitive advantages of enterprises of the hospitality industry in the conditions of the Covid-19 pandemic. The article substantiates and highlights the development trends of hotel industry enterprises in the conditions of the Covid-19 pandemic. The main directions of changes that have taken place in the tourism sphere in recent years have been highlighted. It is emphasized that hotel enterprises of Ukraine in modern conditions operate in an environment of multidimensional competition, in which effective management depends on the timely introduction of innovations and the use of new trends, as well as effective competitive forms of tourist services. The theoretical problems of ensuring the competitive advantages of enterprises are studied. It is noted that today domestic tourism has become family-friendly and ecological, it has become safer to travel within the country, where there are fewer people, a large territory and most importantly, there is no need to observe self-isolation after returning. One of the new and promising directions of tourist activity, which has been operating in the world for more than ten years, is recreation in glamping in nature. For the development of glamping in Ukraine, there are all the prerequisites, in particular, the presence of a significant number of picturesque natural places and the diversity of the landscape environment, accessibility to them, that is, communication routes, and active people on the ground who will provide services to tourists. The promising directions of the hotel industry enterprises at the current stage are characterized, namely the development of eco-hotel and glamping entrepreneurship. Trends are predicted and current trends in the hospitality industry are highlighted for the near future - solo travel, eco-travel, local experience, personalization and artificial intelligence. It was emphasized that the creation of an adequate system for the formation of competitive advantages of enterprises in the hospitality and tourism industry under the influence of adverse epidemiological circumstances is one of the key tasks facing domestic enterprises in this field today. The scientific novelty of the research results lies in the clarification of promising directions for the development of entrepreneurship in the field of hospitality under the conditions of a pandemic and logistical restrictions, as well as the substantiation of the conceptual advantages of eco-hotel and glamping entrepreneurship as components of the development of domestic tourism and prerequisites for solving the problem of employment in territorial communities. Recommendations on the formation of competitive advantages of enterprises of the hospitality industry in the conditions of the pandemic have been developed.

Keywords: *hotel industry; hospitality industry; Covid-19; innovation; hotel*
