

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему: **«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ»**

Виконав: здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Т1-М23 групи
спеціальності: 242 Туризм і рекреація
Олександр СОСУЛА

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи, доцент
Тетяна МАРУСЕЙ

Рецензент:
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, доцент
Оксана ЛАВРУК

Кам'янець-Подільський – 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	6
1.1.Індустрія гостинності: теоретичний аспект.....	6
1.2.Тренд як фактор розвитку індустрії гостинності.....	13
1.3.Інноваційні технології як важливий чинник розвитку індустрії гостинності.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....	27
2.1. Аналіз розвитку готельного бізнесу України.....	26
2.2. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні.....	35
2.3.Цифровізація сфери гостинності: інноваційний тренд та пріоритетний напрям розвитку.....	42
Висновки до розділу 2.....	49
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	51
3.1. Проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.....	51
3.2. Екотренди в індустрії гостинності: економічний та соціальний аспект.....	60
3.3. Безбар'єрність в гостинності в умовах сьогодення.....	68
Висновки до розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ.....	91

ВСТУП

Актуальність теми. У сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, як багато в інших галузях в даний час спостерігається розгортання широкомасштабної економічної кризи. Це криза є результатом російського вторгнення в Україну. Зокрема, прояви в кризи в цей період включають скорочення обсягів міжнародного туризму та зменшення кількості внутрішніх туристів, які утримуються від відвідування окремих регіонів країни. Крім того, вітчизняні готелі та ресторани, розташовані в цих районах стикаються зі значним зменшенням кількості клієнтів. Нові умови роботи туристичного та гостинного бізнесу є складними, але вони також можуть створювати нові можливості, які можна формувати шляхом застосування інноваційних стратегій розвитку. Тому важливо, щоб індустрія гостинності розвивалась уже зараз, навіть в період війни, так як вона складає невід'ємну частину економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження перспектив розвитку індустрії гостинності є предметом дослідження вчених, серед яких такі науковці: Гузар У., Носирєв О., Кушнірук В., Єгупов І., Моргулець О., Нагернюк Д., Пандяк І. Однак, наявні проблеми актуалізують проведення досліджень і теоретичних напрацювань з метою визначення перспектив розвитку та сучасних трендів індустрії гостинності.

Мета дослідження – це розкриття теоретичних засад розвитку індустрії гостинності, аналіз тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу України та визначення шляхів розвитку індустрії гостинності України в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані та вирішені такі **завдання:**

- розглянути теоретичні аспекти індустрії гостинності;
- визначити тренди індустрії гостинності як фактор розвитку;
- охарактеризувати інноваційні технології як важливий чинник розвитку індустрії гостинності;

- проаналізувати розвиток готельного та ресторанного бізнесу України ;
- дослідити цифровізацію сфери гостинності як інноваційний тренд та пріоритетний напрям розвитку;
- визначити проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період;
- запропонувати екотренди в індустрії гостинності;
- обґрунтувати безбар'єрність в гостинності в умовах сьогодення.

Предмет дослідження – перспективи розвитку та сучасні тренди індустрії гостинності.

Об'єктом дослідження є процес формування, функціонування та розвитку індустрії гостинності.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є загальнонаукові принципи пізнання, методи аналізу та синтезу, SWOT-аналіз, графоаналітичні методи, картографічні методи, методи статистичного аналізу.

Інформаційною базою дослідження були наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених за темою дослідження; монографічна література; матеріали наукових конференцій; нормативно-правові та законодавчі акти; дані Державної служби статистики України.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в визначенні проблем та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період, здійсненні аналізу екотрендів в індустрії гостинності, обґрунтуванні безбар'єрності в гостинності в умовах сьогодення.

Практичне значення отриманих результатів. У кваліфікаційній роботі сформульовано теоретичні положення та обґрунтовано практичні рекомендації перспектив розвитку та сучасних трендів індустрії гостинності.

Апробація результатів дослідження Екологізація готелів як напрям розвитку індустрії гостинності представлено на VI Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Екологічні проблеми сучасності», 11 квітня 2024 року, м. Кам'янець-Подільський.

Публікації. Авторська наукова публікація: Сосула Олександр. Екологізація готелів як напрям розвитку індустрії гостинності. Екологічні проблеми сучасності: зб. матеріалів VI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, 11 квітня 2024 року / за наук. ред. ректора, доктора економічних наук, професора В. Іванишин. Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2024. С. 113-117.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, кожен з яких містить по 3 підрозділи, висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг 94 сторінки. В роботі міститься: 15 рисунків, 8 таблиць. Кількість використаних джерел: 64.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

1.1. Індустрія гостинності: теоретичний аспект

При вивченні теоретичних основ сфери гостинності відмічається наявність різних думок з її структурної приналежності по відношенню до індустрії туризму та до індустрії гостинності, а також відмічається відсутність розмежувань між цими поняттями. Разом з тим розуміння структурної приналежності сфери гостинності дозволяє краще зрозуміти сутність визначення поняття, а також поняття оцінки міжнародної конкурентоспроможності та факторів, які на це впливають.

У сучасній науковій та публіцистичній літературі все частіше зустрічається термін «індустрія гостинності», тоді як його визначення викликає певні труднощі і ґрунтується на суто інтуїтивному сприйнятті та синтезі окремих складових слів: «індустрія» в перекладі з латинського (*industria*) – діяльність, англійського (*industry*) – промисловість та «гостинність» – щось, пов'язане з доброзичливим прийомом, добрим та гарним обслуговуванням. Зарубіжні автори наводять різноманітні визначення індустрії гостинності. Дослідження українських науковців, присвячені вивченню питань функціонування даного феномену, представлені здебільшого перекладеними виданнями, а також науковими публікаціями вітчизняних учених, які починають активно досліджувати це нове для української практики господарювання явище[12].

Протягом тривалого часу, до кінця XX ст., в практиці нашої держави не використовувалося поняття «індустрія гостинності». Але поступово в міру переходу економіки країни до ринкового укладу та, як наслідок, появи безлічі незалежних підприємств, які конкурують між собою за відповідну частку ринку, особливу увагу стало приділятися вивченню споживачів та методів якіснішого задоволення потреб. Якщо раніше існували окремі сервісні підприємства (готелі, ресторани, кафе, транспортні компанії і т. д.), що

виробляють послуги для задоволення базових потреб (надання ночівлі, організація харчування, транспортування), то зі зростанням потреб клієнтів виникла необхідність створення міжгалузевого комплексу, що охоплює безліч різноманітних підприємств, що спеціалізуються на обслуговуванні споживачів індустрії гостинності.

Головною тенденцією світу формування сучасного суспільства другої половини XX – початку XXI ст. є перехід від індустріальної та сировинної економіки до сервісної, яка визначає характер взаємовідносин споживача та постачальника послуг, що виражається в більш повному задоволенні специфічних власних запитів та потреб клієнтів. Тобто, клієнтоорієнтованість є основною діяльністю підприємств сфери гостинності, які є представниками сервісної економіки та вдало відображають її специфіку.

Гостинність – це багатовимірне поняття, що охоплює різні аспекти взаємодії людей, пов'язані з прийомом та обслуговуванням гостей, а також зі створенням атмосфери доброзичливості, комфорту та безпеки для тих, хто перебуває поза межами свого звичного середовища. Вона передбачає не лише фізичне забезпечення простором для перебування, а й надання емоційної підтримки, прояв поваги та щирого ставлення до гостей.

У культурному контексті гостинність набуває різних форм і залежить від традицій, соціальних норм та історичних умов конкретної країни або спільноти. В деяких культурах гостинність є однією з ключових моральних цінностей, яка передається з покоління в покоління. Наприклад, у багатьох народах допомога подорожнім або гостям вважається обов'язковим елементом етичної поведінки.

З точки зору етики та філософії, гостинність виходить за межі фізичного прийому гостей. Вона розглядається як етична концепція, що передбачає відкритість до інших людей, толерантність до різноманітності та готовність приймати чужі погляди та культури. У цьому сенсі гостинність можна

інтерпретувати як метафору міжособистісних відносин, де ключову роль відіграють повага, співчуття та готовність ділитися ресурсами.

Гостинність також асоціюється з чеснотою та моральною цінністю як на індивідуальному, так і на суспільному рівні. Людина або спільнота, яка виявляє щедрість, турботу та відкритість до інших, сприяє зміцненню соціальних зв'язків і створенню гармонійного середовища для спілкування.

Тому гостинність – це не лише характеристика сфери послуг, а й фундаментальна етична категорія, що відображає загальнолюдські ідеали доброчесності, турботи та відкритості до світу. У сучасному глобалізованому суспільстві ця концепція набуває особливого значення, сприяючи культурному діалогу та взаєморозумінню між людьми з різних країн та культур[41].

Науковці-дослідники «гостинності» підкреслюють важливість не лише матеріальних аспектів цього феномену, але й психологічних щоб гості відчували себе комфортно, необхідно створювати атмосферу безпеки, доброзичливості та прийняття. З цієї точки зору гостинність стає більш складним соціальним та культурним феноменом, який об'єднує елементи етики, психології та соціальної практики.

Варто відмітити, що на сьогодні сфера діяльності індустрії гостинності пов'язана з функціонуваннями багатьох підприємств різної спрямованості та спеціалізації, це і готелі, ресторани, туристичні агенства, транспортні підприємства, музеї, які об'єднані загальною метою – задоволення усіх запитів та побажань споживачів. науковці відзначають безліч видів діяльності, які відносяться до індустрії гостинності. Відмітимо, М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало гостинність ототожнюють «з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять послуги розміщення, харчування, додаткові послуги, необхідні проживаючому для повноцінної

життєдіяльності» [35]. У визначенні «гостинність» акцентовано на вагомості сервісної складової. А сама індустрія гостинності співвідноситься з готельним бізнесом у складі туристичної індустрії. Слід зазначити багатогранність поняття «гостинність», а також складність визначення меж його функціонування, оскільки «дбайливе обслуговування», «здатність відчувати потреби клієнта» характерні для багатьох сфер діяльності. Це тягне за собою відсутність однозначного тлумачення поняття «індустрія гостинності» незважаючи на те, що в науковій літературі представлено досить велика кількість визначень цього терміну, сформульованих вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Можливо, причиною цього є різноманітність підходів до визначення структури цієї індустрії, а також специфіка самого терміна, яку можна розкривати у вузькому та широкому розумінні.

На рис. 1.1 наведено трактування поняття «індустрія гостинності» пропоновані закордонними та українськими вченими.

Провівши аналіз визначення «гостинності» авторами як закордонними, так і українськими, можна сказати, що «гостинність» як поняття досить складне та потребує наступних досліджень та уточнень. Ми розглянули дане поняття з виробничо-економічної, культурної, моральної, соціальної наукових позицій та зробили висновок, що гостинність – це всі послуги, які надані гостю для задоволення його потреб та отримання позитивних вражень.

Багато авторів проводили еволюційні дослідження змін поняття «гостинність» з врахуванням розвитку суспільства дозволяє стверджувати, що протягом всього часу існування даного поняття, незважаючи на зміни з часом його функціонального призначення, пропонує виконання основної функції – турбота про гостя – через надання йому ночівлі та харчування. З часом перелік послуг, що надаються гостям розширився.

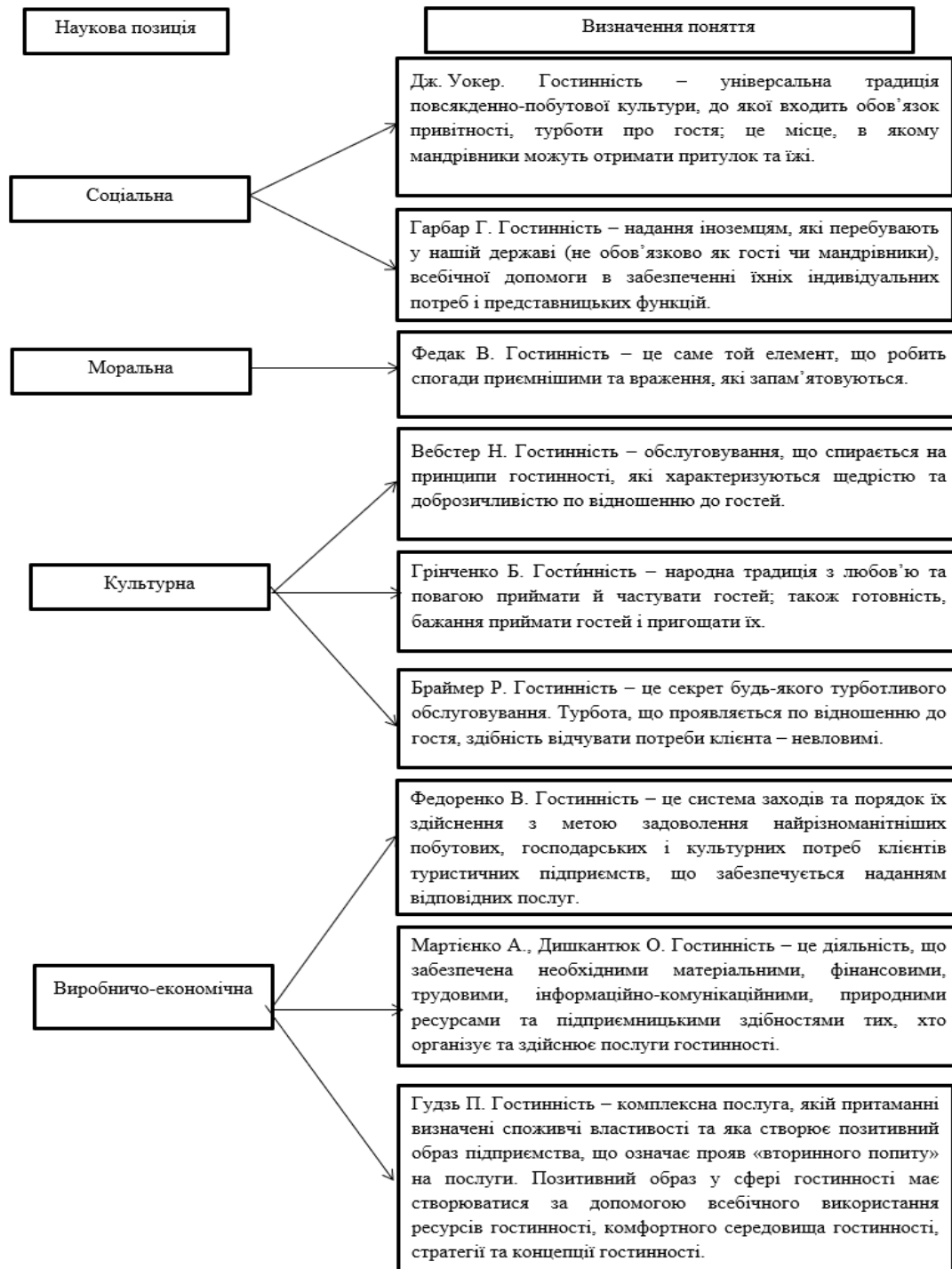


Рис. 1.1. Визначення поняття «індустрія гостинності» пропонувані закордонними та українськими вченими[12, 35, 41]

Однак важливо наголосити, що за всіх часів послуги з тимчасового розміщення та харчування є основними при наданні гостинності і не можуть бути виключені, інакше гостинність не матиме місця. Відповідно, цей факт дозволяє зробити висновок, що послуги з надання тимчасового розміщення та харчування лежать в основі поняття «гостинність» як виду діяльності, і що

діяльність з надання послуг тимчасового розміщення та харчування є ключовим критерієм щодо віднесення суб'єктів господарювання до індустрії гостинності. Іншими словами, підприємства, до основних послуг яких належать послуги з надання тимчасового розміщення та харчування, лежать в основі та утворюють індустрію гостинності.

Гостинності притаманні давні традиції світової культури, які відображають специфічні культурні риси різних народів та епох, які утілено в типах засобів розміщення. Науковцями виокремлено такі основні етапи еволюції сфери гостинності (рис.1.2).

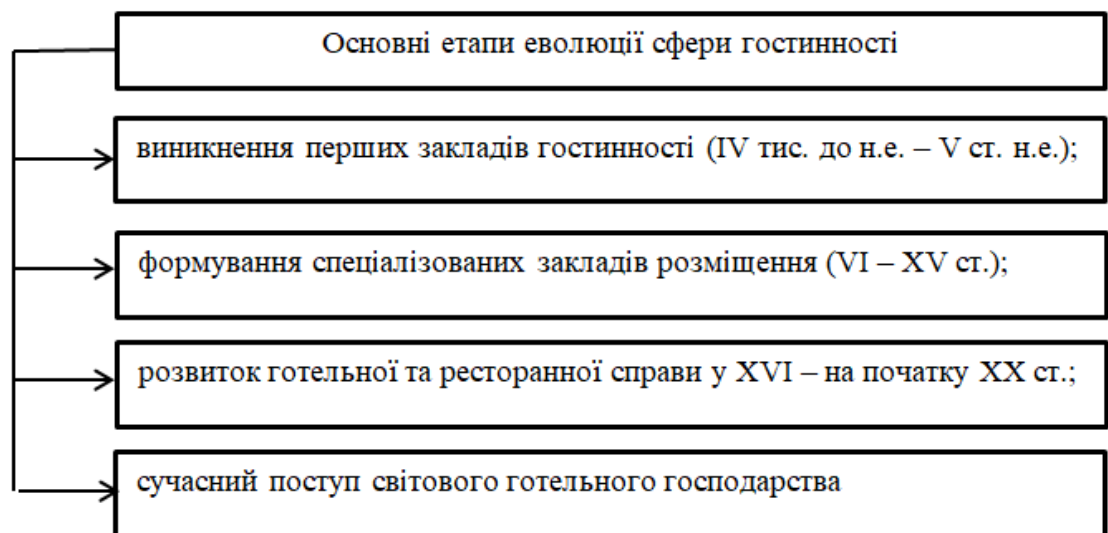


Рис. 1.2. Основні етапи еволюції сфери гостинності [35]

Індустрія гостинності включає в себе складові, які допомагають максимально задовольнити споживачів готельно-ресторанних послуг. Розглянемо характеристику складових гостинності у готельно-ресторанній сфері (рис. 1.3.).

Назва складової	Визначення поняття
Персонал	кваліфіковані стресостійкі працівники, які дотримуються лише посадові інструкцій, а й здатні врегулювати будь-яку позаштатну ситуацію.
Сервіс	обслуговування на високому рівні у форматі «friendly» та з індивідуальним підходом.
Атмосфера	сучасний дизайн екстер'єру та інтер'єру, зручні меблі, приємна музика.
Інноваційні технології	використання мобільних додатків та штучного інтелекту, що дозволяє оптимізувати роботу персоналу.
Продукт/послуга	стандартизація обслуговування, впровадження системи НАССР.
Безпека	наявність укриттів, свіжість сировини, чистота приміщень.

Рис. 1.3. Характеристика складових гостинності у готельно-ресторанній сфері

Отже, нами проведено дослідження визначення «гостинності» авторами як закордонними, так і українськими, та визначено, що «гостинність» як поняття досить складне та потребує наступних досліджень та уточнень. Розглянули дане поняття з виробничо-економічної, культурної, моральної, соціальної наукових позицій та зробили висновок, що гостинність – це всі послуги, які надані гостю для задоволення його потреб та отримання позитивних вражень. Гостинності притаманні давні традиції світової культури, які відображають специфічні культурні риси різних народів та епох, які утілено в типах засобів розміщення. Виокремлено чотири основні етапи еволюції сфери гостинності. Розглянуто характеристики складових гостинності у готельно-ресторанній сфері, такі як персонал, сервіс, атмосферу, інноваційні технології, продукт/послугу, безпеку.

1.2. Тренд як фактор розвитку індустрії гостинності

На сьогодні наше суспільство переживає досить швидкі зміни стану як соціальних, так і економічних систем. Саме на даних етапах велику роль відіграє спроможність контролю спрямування трансформаційних процесів. У науковій літературі ця спрямованість характеризується поняттями «тренд» та «тенденція». Тренди виникають на перетині змін у суспільстві, культури та технологій. Вони відображають певний колективний стан розуму, відповідають на актуальні виклики та запити часу. Часто тренди втілюють у собі потребу людей у самовираженні, належності, новизні. Тренди відповідають бажанню відкривати нове та втілювати прогрес. Тренд — це стійка, тривала тенденція або напрямок змін, що характеризує розвиток явищ, подій або процесів у певний період часу. Тренди також відображають загальні зміни, які відбуваються в конкретних сферах, таких як економіка, мода, технології, культура, соціальні відносини або інші важливі аспекти суспільного життя. Вони можуть стосуватися як глобальних, так і локальних явищ, що мають значний вплив на поведінку людей, структуру суспільства та розвиток окремих індустрій. Розглянемо основні характеристики тренду:

- 1) тривалість — тренд відрізняється від короточасних коливань чи випадкових явищ. Це явище, яке зберігається протягом тривалого періоду часу — від кількох місяців до десятиліть. Його характерною рисою є стабільність змін, що дозволяє визначити певний напрямок розвитку в обраній сфері;
- 2) напрямок — тренд може бути різнобічно спрямований. Позитивний тренд відображає зростання та розвиток, наприклад, зростання попиту на технології або стійке підвищення економічних показників. Негативний тренд може відображати падіння чи занепад, наприклад, спад економічної активності, падіння популярності певних товарів чи ідей. Існують також нейтральні тренди, коли змінюється лише форма явища, але його сутність залишається сталою;

- 3) поширеність – тренди зазвичай відображають загальні зміни в певній групі людей або в індустрії. Наприклад, тренд на здоровий спосіб життя або на веганство не обмежується лише окремими людьми, а охоплює великі групи людей в різних регіонах. Вони можуть впливати на поведінку споживачів, стратегії компаній і навіть державну політику;
- 4) масштабність – тренд може бути локальним або глобальним. Локальні тренди можуть виникати в окремих країнах чи містах і мати вплив на конкретні соціальні чи культурні групи. Глобальні тренди, такі як зміни клімату, цифровізація або глобалізація, охоплюють весь світ і мають значний вплив на різні аспекти життя людей у всіх куточках планети[18].

Тренди можна класифікувати за різними критеріями, виокремимо такі основні види трендів:

технологічні тренди – це зміни у використанні нових технологій, інноваційних рішень і пристроїв. Прикладом може бути розвиток штучного інтелекту, автоматизація виробництва, зростання популярності технологій блокчейн і криптовалют. Ці технологічні нововведення змінюють економічні моделі, знижують витрати, підвищують ефективність і відкривають нові можливості для людей і компаній;

соціальні тренди – відображають зміни в поведінці людей і суспільних установках. Наприклад, тренди на інклюзивність, зміну соціальних норм, популярність онлайн-взаємодії або зростання інтересу до екології та стійкого розвитку. Вони можуть включати зміни у способах комунікації, роботі з інформацією або впливі соціальних мереж на повсякденне життя;

економічні тренди – ці тренди відображають зміну в економічних процесах, таких як коливання на ринках, зміну споживчих уподобань, вплив нових економічних факторів. Наприклад, зростання попиту на певні товари чи послуги, зміни в інвестиційних пріоритетах, а також глобальні економічні кризи або нові моделі споживання (наприклад, е-комерція або нові фінансові технології);

модні тренди – вони стосуються змін у стилі, дизайні, кольорових палітрах або формах, які популярні в певний час. Це можуть бути модні напрямки в одязі, архітектурі, графічному дизайні або музиці. Модні тренди часто мають циклічний характер і можуть змінюватися в залежності від сезону, культурних та соціальних змін;

політичні та культурні тренди – це зміни в політичних установах, ідеологіях, культурних або релігійних поглядах. Зміни в політичних тенденціях можуть відображати нові форми управління або взаємодії між країнами, а культурні тренди можуть визначати актуальні напрямки в музиці, кінематографі, мистецтві, літературі тощо.

Розглянемо як трактується поняття «тренд». Представимо різні тлумачення цього явища (рис.1.4).

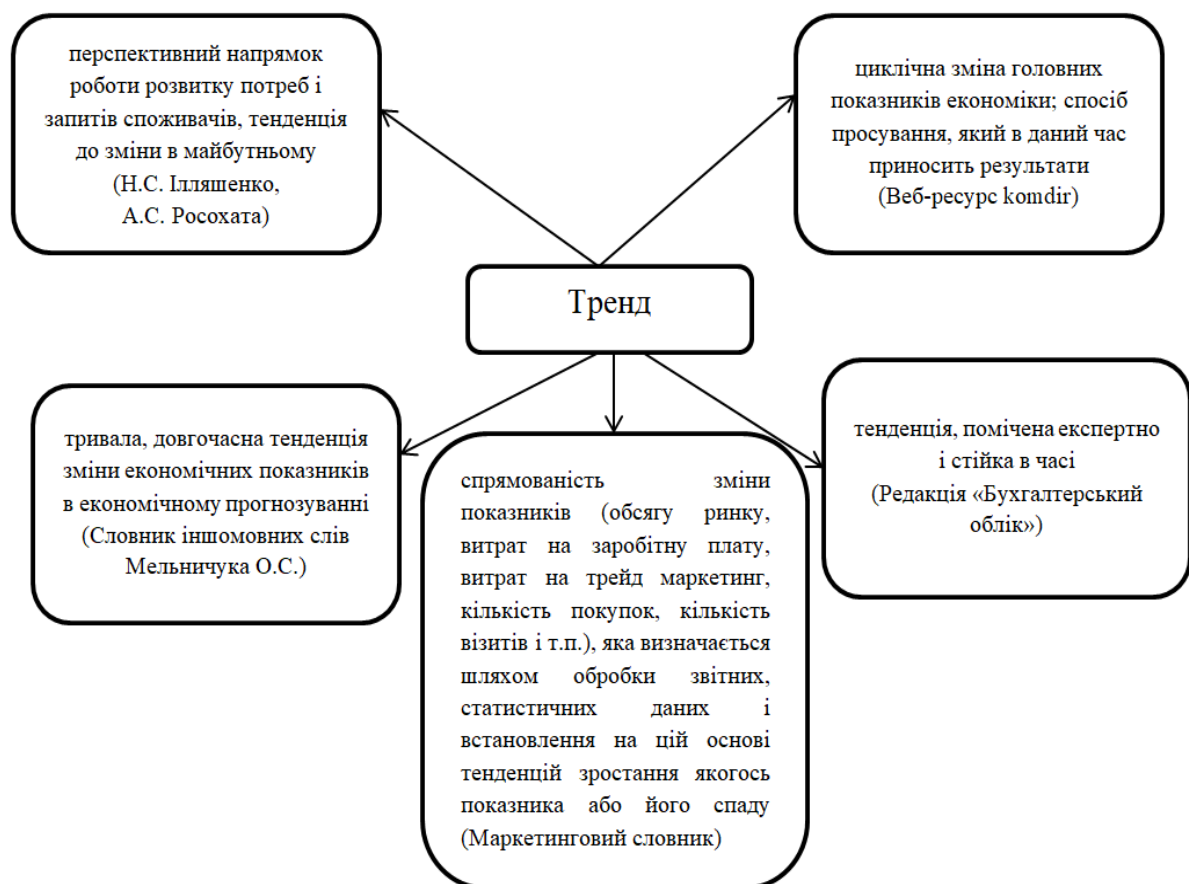


Рис.1.4. Визначення поняття «тренд»[18, 21]

Власне поняття «тренд» досить близьке за своїм значенням до вживанішого поняття «тенденція» (з англ. під «trend» трактують

«тенденція»), «тенденція» з лат. «tendo» – направляти, спрямовувати. Цих два поняття можна рахувати як синоніми. На основі достовірних фактів, проаналізованих подій, явищ визначаються певні закономірності, які вказують на те, що спочатку «зароджується новий тренд», а потім «намічається тенденція» (рис. 1.5).



Рис.1.5. Алгоритм формування та еволюція «тенденції»[21]

Сучасна індустрія гостинності переживає етап значних змін, що відображаються у нових тенденціях та трендах. Ось більш детально пояснення кожного з сучасних трендів в індустрії гостинності:

1. Персоналізація досвіду гостей:

- а) індивідуальні пропозиції – завдяки збору та аналізу даних про попередні вподобання та поведінку гостей, заклади можуть пропонувати персоналізовані послуги, такі як спеціальні знижки, рекомендації по ресторанах або навіть персональні вітання;
- б) персоналізовані цифрові інтерфейси – мобільні додатки та інтерактивні платформи дозволяють гостям налаштовувати свій досвід (наприклад, вибір температури в номері, бажаного виду або освітлення) і отримувати точні рекомендації за допомогою штучного інтелекту.

2. Сталий розвиток та екологічність:

- а) зелені ініціативи (гостинні підприємства активно інтегрують екологічно чисті практики у свою діяльність. Це включає в себе використання поновлюваних джерел енергії, технологій для зменшення споживання води та енергії, а також вторинне використання матеріалів);

- б) безвідходне виробництво)впровадження програм з переробки, використання органічних продуктів, зменшення пластикових відходів і пропагування безвідходного туризму. Також важливим аспектом є підтримка місцевих фермерів та постачальників, щоб зменшити вуглецевий слід);
- в) зелені сертифікати (багато готелів та ресторанів отримують сертифікати сталого розвитку (наприклад, Green Key), що підвищує довіру до них з боку екологічно свідомих гостей).

3. Технологічні інновації:

- а) штучний інтелект (ШІ) (використання чат-ботів і голосових асистентів для автоматизації обслуговування гостей. Це може бути використанням чат-ботів на сайтах або в мобільних додатках для прийому запитів або замовлень, а також голосових систем для управління номерами та іншими сервісами);
- б) безконтактні технології (впровадження безконтактних реєстрацій, оплати та доступу до номерів через мобільні телефони. Це стало особливо актуально під час пандемії та воєнного вторгнення росії, коли безпека та комфорт стали головними пріоритетами).
- в) віртуальна та доповнена реальність (використання VR/AR для створення вражень та турів, що дозволяє клієнтам здійснювати «цифрові екскурсії» перед тим, як забронювати номер або послугу).

4. Гнучкість у бронюванні та скасуванні:

- а) зміни у політиках бронювання (оскільки непередбачувані ситуації (такі як пандемія або природні катастрофи, війна в нашій країні) змушують туристів змінювати свої плани, готелі та туристичні компанії стали надавати більш гнучкі умови для скасування та перенесення бронювань);
- б) гнучкі тарифи (відсутність жорстких штрафів за скасування, можливість змінювати дати перебування без додаткових витрат стали ключовими перевагами для готелів у залученні клієнтів).

5. Здоров'я та благополуччя:

- а) Wellness-послуги (заклади гостинності впроваджують все більше wellness-послуг, таких як йога, медитація, спа-процедури та спеціалізовані

програми для відновлення сил і боротьби зі стресом. Вони відповідають на потребу в оздоровчому туризмі, де головний акцент робиться на фізичне та емоційне благополуччя);

б) органічне харчування (популярність здорового харчування зростає, тому багато ресторанів в готелях пропонують органічні продукти, спеціалізовані дієти та меню без глютену, молочних продуктів або з низьким вмістом цукру).

6. Гостинність на основі досвіду:

а) тематика подорожі (більша кількість готелів і ресторанів пропонують унікальні досвіди для гостей, орієнтуючись на автентичні місцеві культури, традиції та активності, такі як дегустація місцевих страв, народні ремесла або культурні вистави);

б) тематичні пакети (від турів по винам до еко-подорожей або пригодницьких турів — всі ці пакети стають дедалі популярнішими серед клієнтів, які шукають не просто відпочинок, а незабутні враження).

7. Короткострокова оренда та альтернатива традиційним готелям:

а) платформи для оренди житла (Airbnb та інші платформи стають популярними для тих, хто хоче жити як місцевий, а не в традиційному готелі. Це дозволяє мандрівникам отримати більш особистий досвід, бути ближчими до місцевої культури і мати більший контроль над своїм перебуванням);

б) унікальні варіанти розміщення (популярними стають будинки на колесах, глемпінг (розкішний кемпінг), а також відпочинок на фермах або в історичних будівлях, що дає новий тип досвіду для туристів).

8. Цифровий маркетинг і соціальні мережі:

а) інфлюенсери та блогери (використання соціальних мереж для просування послуг, залучення відомих блогерів та інфлюенсерів для створення контенту, що збільшує охоплення та залучає нових клієнтів);

б) візуальний контент (готелі активно використовують Instagram, TikTok та інші платформи для просування своїх послуг через фото та відео контент, який має велику привабливість для молодшої аудиторії)[47].

Отже, визначені тренди формують індустрію гостинності в напрямку більш персоналізованого, екологічного та технологічно просунутого досвіду для клієнтів, що ставить нові виклики та можливості для готельного та ресторанного бізнесу. Загалом, індустрія гостинності сьогодні більше, ніж будь-коли, зосереджена на інноваціях, сталому розвитку та індивідуальних потребах клієнтів. Ці тренди пропонують нові можливості для бізнесу в цій галузі. Тренд є важливим інструментом для розуміння і прогнозування змін у різних сферах життя. Він відображає не лише поточний стан речей, але й напрямок, у якому можуть розвиватися події, поведінка людей та технології, що дозволяє бізнесу, урядам та іншим інституціям своєчасно реагувати на зміни.

1.3. Інноваційні технології як важливий чинник розвитку індустрії гостинності

Інновації – це рушійна сила сучасного світу, яка формує економіку, суспільство та технологічний прогрес. Вони охоплюють процеси створення, впровадження та поширення нових ідей, продуктів, технологій або методів, що сприяють покращенню якості життя, продуктивності, екологічності або ефективності. Тобто, в загальному сенсі, інновації – це не просто винаходи чи нові технології, а спосіб трансформувати ідеї в практичні рішення, що мають цінність для суспільства. Вони можуть виникати в різних сферах: від науки і техніки до освіти, охорони здоров'я, культури та соціальних ініціатив. Ключовими ознаками інновацій є: новизна – створення чогось, що раніше не існувало або має суттєво вдосконалений характер, застосовність – здатність до практичного впровадження у реальних умовах, цінність – економічна, соціальна або екологічна користь, яку отримують від впровадження інновації.

Термін «інновація» (нім. *innovation*) в науковий лексикон першим увів Йозеф Шумпетер. дослідник тлумачив інновації як «будь-якої можливої зміни, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, післяпродажного обслуговування»[9].

Проведені дослідження літератури на рахунок інновацій визначили різні точки зору щодо трактування поняття «інновації» (рис. 1.6). Термін інновація має різні трактування в залежності від авторів та контексту використання. Нижче наведено кілька визначень терміну, зокрема з точки зору різних теорій та напрямів у науці.

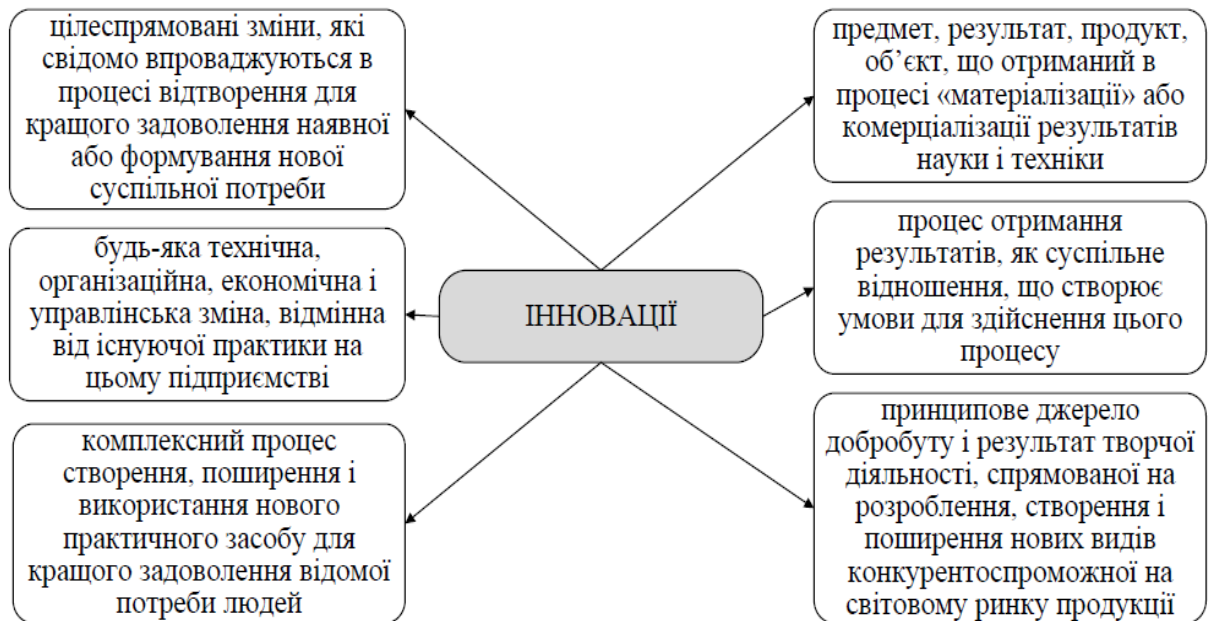


Рис. 1.6. Різновиди визначення поняття інновацій[9, 51]

Усі ці визначення відображають різні аспекти інновацій, що охоплюють як технічні, так і організаційні нововведення, а також підкреслюють різноманітність підходів до впровадження інновацій в залежності від конкретних цілей і умов бізнесу чи суспільства. Інновація, зазвичай, є важливим елементом для досягнення економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності і вирішення соціальних проблем.

Таким чином, інновація в різних трактуваннях стосується нових ідей, технологій або підходів, які впроваджуються для досягнення більшої ефективності, створення конкурентних переваг і розвитку економіки, бізнесу чи суспільства в цілому. Вона може охоплювати як технічні зміни, так і бізнес-процеси, а також моделі взаємодії.

Теорія інновацій у сфері гостинності визначає інновації як стратегічний інструмент, спрямований на трансформацію послуг, процесів і моделей управління для досягнення вищої ефективності, якості обслуговування та конкурентоспроможності. Інновації у цій галузі базуються на взаємодії економічних, технологічних, соціальних і культурних факторів, які впливають на попит споживачів і формують нові підходи до надання послуг.

Теоретичний підхід до інновацій у сфері гостинності базується на кількох ключових принципах:

- клієнтоцентричність – орієнтація на задоволення потреб і очікувань гостей, забезпечення персоналізованого досвіду;
- гнучкість та адаптація – здатність реагувати на зміну ринкових умов і впроваджувати нововведення відповідно до тенденцій;
- стійкість і довгостроковий розвиток – спрямування інновацій на досягнення сталих екологічних, соціальних і економічних результатів[16].

Роль інновацій у сфері гостинності полягає в забезпеченні конкурентної переваги, оптимізації операційної діяльності, розширенні клієнтської бази і підвищенні прибутковості. Теорія підкреслює необхідність стратегічного підходу до впровадження інновацій як інтегрального елемента розвитку підприємств гостинності. В таблиці 1.1 прокласифіковано інновації за різними категоріями.

Таблиця 1.1

Класифікація інновацій за різними категоріями

Тип інновації	Опис
Технологічні інновації	Впровадження нових технологій, які покращують ефективність і продуктивність, наприклад, автоматизація процесів, використання AI, IoT, Big Data.

Тип інновації	Опис
Процесні інновації	Покращення операційних і виробничих процесів, наприклад, оптимізація обслуговування клієнтів, вдосконалення логістики та управління ресурсами.
Продуктові інновації	Розробка нових або вдосконалених продуктів чи послуг, таких як нове меню в ресторані або оновлені пакети послуг у готелях.
Моделі бізнесу	Зміна підходів до ведення бізнесу, наприклад, дистрибуція через онлайн-платформи (Booking, Airbnb), зміна стратегії ціноутворення або використання нових моделей управління.
Еко-інновації (сталий розвиток)	Впровадження рішень для збереження ресурсів, зниження витрат енергії та впливу на довкілля, наприклад, використання сонячних панелей, енергоефективних технологій, переробка відходів.
Інновації в обслуговуванні клієнтів	Персоналізація послуг для гостей, використання даних клієнтів для покращення досвіду, інтеграція нових каналів взаємодії (мобільні додатки, чат-боти).
Соціальні інновації	Розробка нових підходів до взаємодії з громадськістю, підтримка місцевих ініціатив або інклюзивних практик, сприяння соціальному розвитку через діяльність бізнесу.

Ця таблиця дає загальне уявлення про різні типи інновацій, які можуть бути застосовані в індустрії гостинності для покращення продуктивності, досвіду клієнтів і забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Теоретичне обґрунтування інновацій допомагає зрозуміти їхню сутність, класифікувати типи та визначити підходи до впровадження. У сфері гостинності інновації є ключовим фактором адаптації до змін і створення конкурентних переваг. Ефективне управління інноваціями дозволяє бізнесу відповідати сучасним вимогам, забезпечуючи стійкість і зростання

Сфера гостинності є однією з найдинамічніших галузей, яка постійно адаптується до змін у технологіях, потребах клієнтів і світових трендів. Інновації в готельному бізнесі дозволяють не лише підвищити якість обслуговування, а й оптимізувати витрати, зміцнити конкурентоспроможність і покращити екологічну стійкість.

1. Технологічні інновації

а) автоматизація процесів – системи самостійного заселення та виселення: використання терміналів self-check-in/check-out, які дозволяють гостям уникнути черг і взаємодії з персоналом; розумні системи управління

номером: гостям доступне регулювання освітлення, температури та інших функцій через мобільний додаток або голосових асистентів (наприклад, Alexa або Google Home); CRM-системи: збір і аналіз даних про гостей для персоналізації послуг (улюблені напої, побажання щодо кімнати тощо);

б) роботизація – роботи-консьєржі: роботи, які надають базову інформацію про готель, місцеві визначні пам'ятки чи меню ресторану; роботи-доставники: використання автоматизованих пристроїв для доставки багажу чи їжі в номери;

в) інтеграція штучного інтелекту (AI) – чат-боти: доступні 24/7 для миттєвої відповіді на запити гостей; AI-аналітика: прогнозування попиту на номери, визначення ідеальної ціни (Revenue Management);

г) віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) – віртуальні тури: можливість переглянути номер чи об'єкти готелю до бронювання; AR-додатки: показ важливих об'єктів готелю через смартфон (наприклад, меню ресторану чи інформація про заходи).

2. Екологічні інновації

а) енергоефективність – використання сонячних панелей, вітряних турбін та геотермальних систем для енергопостачання; встановлення розумних термостатів та освітлення, які автоматично регулюються залежно від часу доби та присутності гостей;

б) водозберігаючі технології – впровадження систем повторного використання води (наприклад, очищення стічних вод для поливу); встановлення економічних змішувачів і душових систем із регуляторами водного потоку.

в) управління відходами – використання біорозкладного пакування; запровадження програм із сортування та повторного використання відходів; встановлення компостувальних систем для органічних відходів[30].

3. Соціальні інновації

а) персоналізація досвіду – використання даних гостей для адаптації послуг до їхніх уподобань (тип харчування, улюблені напої, особливості

проживання); впровадження концепції «готель як дім»: створення комфортного середовища з особистими елементами, такими як подушки на вибір або індивідуальні привітальні повідомлення.

б) соціальна відповідальність – підтримка місцевих виробників продуктів харчування та товарів; участь у соціальних проектах і благодійних ініціативах.

в) освітні програми для персоналу – навчання співробітників навичкам використання нових технологій; курси з етикету, міжкультурної комунікації та роботи з людьми з інвалідністю.

4. Маркетингові інновації

а) мобільні додатки – створення мобільного додатка готелю, який дозволяє бронювати номери, замовляти додаткові послуги, отримувати персоналізовані пропозиції та бонуси;

б) інтерактивні платформи – використання платформ для управління відгуками гостей і покращення сервісу на основі зворотного зв'язку;

в) створення унікального досвіду пропозиція унікальних тематичних номерів (наприклад, «еко-зона» або «розумний номер»); організація заходів, які відповідають сучасним трендам (наприклад, кулінарні майстер-класи з місцевими шефами).

5. Інновації в інфраструктурі

а) гнучкі простори – використання трансформованих кімнат і меблів для адаптації під різні потреби (конференції, сімейні подорожі);

б) коворкінг-зони – обладнання зон для дистанційної роботи (швидкий Wi-Fi, окремі кабінки, зарядні станції);

в) розумні будівлі – інтеграція IoT-систем, які дозволяють відстежувати та автоматизувати управління енергією, водопостачанням і безпекою[14, 15].

Отже, інновації також є стратегічним інструментом для бізнесу, дозволяючи компаніям адаптуватися до змін, залишатися конкурентоспроможними і створювати нові ринки. Успіх сучасних компаній базується на інноваціях, що стали ключовими елементами їх бізнес-стратегії.

Проте впровадження інновацій має свої виклики. Це високий рівень ризику, значні витрати, потреба в глибоких знаннях і вміннях. Незважаючи на це, інновації залишаються основним драйвером змін у сучасному світі, здатним трансформувати уявлення про межі можливого.

Впровадження інновацій у сферу гостинності – це стратегічний крок для створення конкурентоспроможного бізнесу, що відповідає сучасним трендам і очікуванням гостей. Інновації допомагають оптимізувати процеси, підвищити лояльність клієнтів і знизити операційні витрати, створюючи при цьому екологічно стійкий і технологічно розвинений продукт. Головне – адаптувати нові рішення під специфіку конкретного готелю та потреби цільової аудиторії.

Висновки до розділу 1

Гостинність – це багатовимірне поняття, що охоплює різні аспекти взаємодії людей, пов'язані з прийомом та обслуговуванням гостей, а також зі створенням атмосфери доброзичливості, комфорту та безпеки для тих, хто перебуває поза межами свого звичного середовища. Вона передбачає не лише фізичне забезпечення простором для перебування, а й надання емоційної підтримки, прояв поваги та щирого ставлення до гостей.

Провівши аналіз визначення «гостинності» авторами як закордонними, так і українськими, можна сказати, що «гостинність» як поняття досить складне та потребує наступних досліджень та уточнень. Ми розглянули дане поняття з виробничо-економічної, культурної, моральної, соціальної наукових позицій та зробили висновок, що гостинність – це всі послуги, які надані гостю для задоволення його потреб та отримання позитивних вражень.

Сучасна індустрія гостинності переживає етап значних змін, що відображаються у нових тенденціях та трендах. Визначені тренди формують індустрію гостинності в напрямку більш персоналізованого, екологічного та технологічно просунутого досвіду для клієнтів, що ставить нові виклики та

можливості для готельного та ресторанного бізнесу. Загалом, індустрія гостинності сьогодні більше, ніж будь-коли, зосереджена на інноваціях, сталому розвитку та індивідуальних потребах клієнтів. Ці тренди пропонують нові можливості для бізнесу в цій галузі. Тренд є важливим інструментом для розуміння і прогнозування змін у різних сферах життя. Він відображає не лише поточний стан речей, але й напрямок, у якому можуть розвиватися події, поведінка людей та технології, що дозволяє бізнесу, урядам та іншим інституціям своєчасно реагувати на зміни.

Інновації – це рушійна сила сучасного світу, яка формує економіку, суспільство та технологічний прогрес. Вони охоплюють процеси створення, впровадження та поширення нових ідей, продуктів, технологій або методів, що сприяють покращенню якості життя, продуктивності, екологічності або ефективності. Тобто, в загальному сенсі, інновації – це не просто винаходи чи нові технології, а спосіб трансформувати ідеї в практичні рішення, що мають цінність для суспільства. Вони можуть виникати в різних сферах: від науки і техніки до освіти, охорони здоров'я, культури та соціальних ініціатив. Ключовими ознаками інновацій є: новизна – створення чогось, що раніше не існувало або має суттєво вдосконалений характер, застосовність – здатність до практичного впровадження у реальних умовах, цінність – економічна, соціальна або екологічна користь, яку отримують від впровадження інновації.

Теорія інновацій у сфері гостинності визначає інновації як стратегічний інструмент, спрямований на трансформацію послуг, процесів і моделей управління для досягнення вищої ефективності, якості обслуговування та конкурентоспроможності. Інновації у цій галузі базуються на взаємодії економічних, технологічних, соціальних і культурних факторів, які впливають на попит споживачів і формують нові підходи до надання послуг.

РОЗДІЛ 2

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

2.1. Аналіз розвитку готельного бізнесу України

Незважаючи на виклики, спричинені пандемією COVID-19 та військовим вторгненням країни-агресора, Україна активно відновлює туристичну галузь. Значною втратою для індустрії стало захоплення Криму та окупація частини території України, що негативно позначилося на туристичній інфраструктурі країни. З 2013 року спостерігається стале скорочення кількості колективних засобів розміщення (КЗР) — щороку з ринку зникає близько 175 об'єктів. Найбільше це торкнулося оздоровчих закладів, санаторіїв-профілакторіїв, туристичних баз, пансіонатів відпочинку, таборів, кемпінгів, а також бальнео- та грязелікарень.

Військові дії спричинили руйнування готельної інфраструктури – було пошкоджено або зруйновано щонайменше 12 готелів. Проте, попри ці виклики, динаміка розвитку ринку колективних засобів розміщення демонструє позитивні зміни. Зокрема, від початку війни кількість готелів зросла на 9,1%, мотелів – на 10,7%, а хостелів – на 28,7%. Це свідчить про активне відновлення та адаптацію бізнесу до нових умов. Така динаміка вказує на гнучкість та стійкість туристичної галузі України, яка, попри значні втрати та економічні виклики, продовжує відновлювати інфраструктуру та створювати нові можливості для розвитку внутрішнього туризму. Подальший розвиток цієї галузі сприятиме не лише економічній стабільності регіонів, а й покращенню міжнародного іміджу країни.



Рис. 2.1. Діючі готелі в Україні[43]

Соціально-демографічні чинники відіграють важливу роль у розвитку індустрії гостинності. Аналіз статистичних даних за 2010-2023 роки свідчить про стійку тенденцію до скорочення чисельності населення в Україні. Станом на 2023 рік населення країни становить близько 36,8 млн. осіб, що на 9,2 млн. менше, ніж у 2010 році, та на 4,4 млн. менше порівняно з 2022 роком. Основними причинами такого зменшення є кілька факторів. По-перше, пандемія COVID-19, яка у 2020 році призвела до значної кількості смертей не лише в Україні, а й у всьому світі. По-друге, повномасштабне вторгнення Росії, яке зумовило не лише підвищену смертність, а й масову міграцію населення за кордон у пошуках безпеки. Додатковими факторами є низький рівень народжуваності та зростання рівня смертності внаслідок погіршення соціально-економічних умов та психологічного стресу серед населення. Зниження чисельності населення безпосередньо впливає на індустрію гостинності. Зменшення кількості внутрішніх туристів та споживачів послуг громадського харчування призводить до зниження попиту на послуги готелів, ресторанів та інших об'єктів гостинності. Це змушує підприємства галузі адаптувати свої бізнес-моделі, фокусуючись на залученні

іноземних туристів та розширенні спектра пропозицій для внутрішніх клієнтів.

Зважаючи на ці виклики, подальший розвиток галузі потребує стимулювання внутрішнього туризму, розробки програм підтримки бізнесу та створення умов для повернення громадян, які були змушені виїхати за кордон. Такі кроки можуть сприяти відновленню попиту на послуги індустрії гостинності та забезпеченню її стабільного розвитку. (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Демографічні показники розвитку України за 2010-2023 рр.

Джерело: [6]

Відмітимо, що саме міграція є так званим «каталізатором», тому зміна місця проживання зазвичай обдуманною. Але в нашій країні проходять воєнні дії, і саме в цей період процеси міграції є некерованими. Саме це призвело до збільшення ВПО (внутрішньо-переміщені особи), а це в свою чергу посилює процеси міграції, впливає на туризм та гостинність. Як було відмічено, пандемія у 2020 році обмежила по всьому світу можливість подорожувати, але ситуація з відкриттям кордонів кардинально змінилась у 2021 році (рис. 2.3).

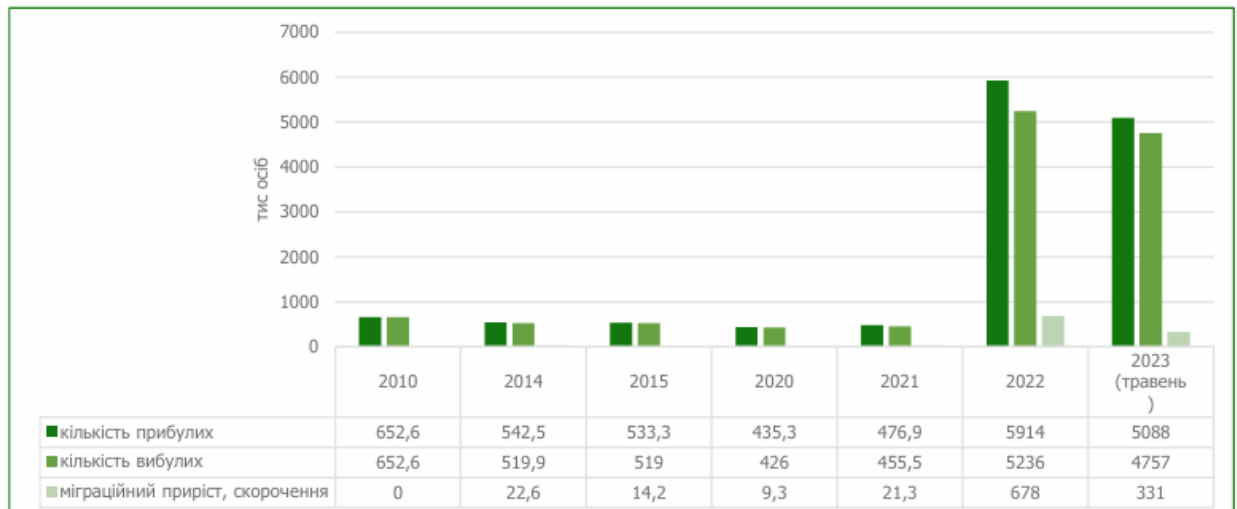


Рис. 2.3. Міграційні процеси в Україні (2010-2023 рр.)

Джерело: [6]

Туристичні потоки значною мірою залежать від міграційних процесів, які зазнали суттєвих змін із початком повномасштабного вторгнення Росії. Кількість іноземних туристів в Україні різко скоротилася через військові дії та загрозу безпеці. Водночас, за даними Агентства ООН у справах біженців, близько 6,6 млн. українців були змушені покинути країну. З них 6 млн. осіб знайшли тимчасовий притулок у країнах Європи, а ще 600 тисяч українців отримали захист в інших державах світу. Попри ці виклики, індустрія гостинності України демонструє стійкість та здатність до відновлення. Основним драйвером відродження галузі став внутрішній туризм та переміщення внутрішньо переміщених осіб (ВПО) у межах країни. Цей процес сприяє активізації попиту на послуги готелів, оренду житла та заклади громадського харчування.

За даними 2023 року, у 13 регіонах України обсяг податкових надходжень від туристичної діяльності перевищив показники 2021 року, що свідчить про відновлення туристичного бізнесу навіть в умовах воєнного стану. До цих регіонів належать Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька та Чернівецька області.

- Ribas Hotels – 21 готель;
- Premier Hotels and Resorts – 11 готелів.

Також зростає присутність міжнародних готельних мереж. Зокрема, у серпні 2022 року у Львові було відкрито Best Western Plus Market Square Lviv, що стало помітною подією для ринку. Серед іноземних мереж, найбільшу кількість готелів в Україні мають:

- Accor – 9 готелів;
- Radisson – 5 готелів.

Війна стимулювала українські готельні мережі до міжнародної експансії. Деякі компанії почали розширювати діяльність за межами країни:

- - Reikartz – відкриття готелів у Казахстані, Узбекистані та Грузії;
- - Premier Hotels – вихід на ринок Угорщини;
- - Ribas Hotels – експансія у Польщу, Молдову та навіть на острів Балі (Індонезія).

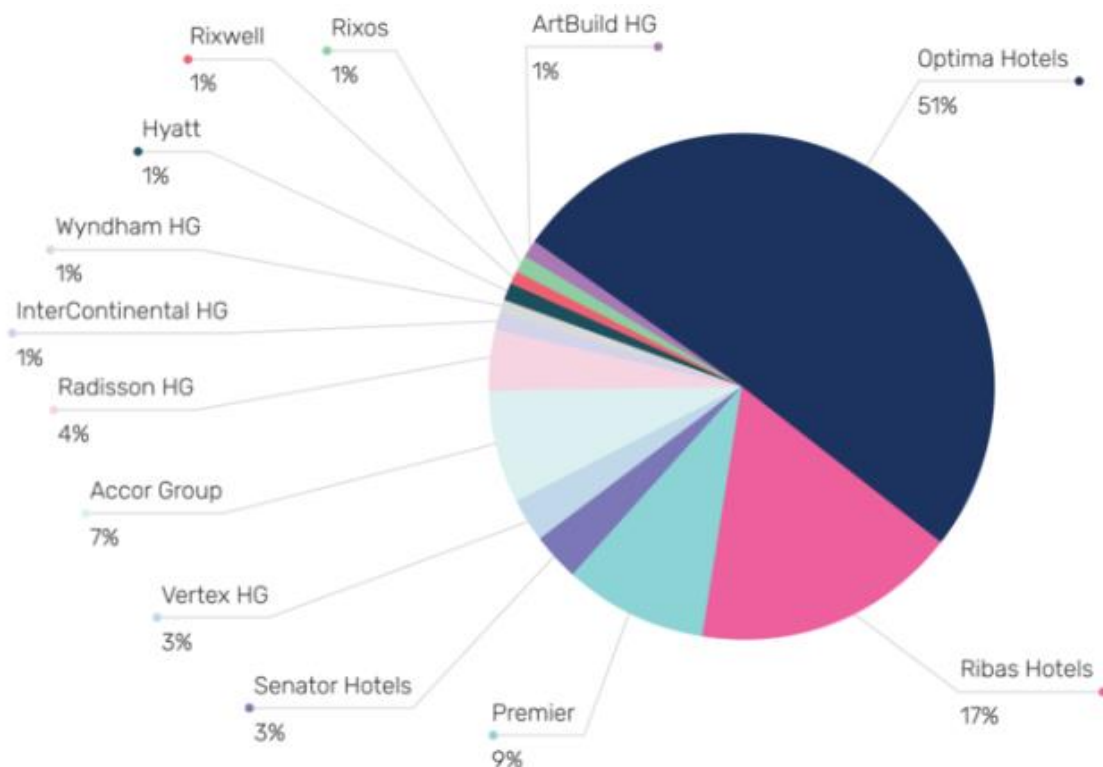


Рис. 2.5. Частка ринку операторів готелів, як національних, так і міжнародних за кількістю мережних готелів [43]

Активна міжнародна діяльність українських мереж є свідченням їхньої гнучкості та здатності швидко адаптуватися до нових викликів. Експансія на міжнародні ринки відкриває нові можливості для диверсифікації бізнесу, підвищення конкурентоспроможності та отримання валютних надходжень, що позитивно впливає на економіку країни.

Внутрішній туризм в Україні демонструє позитивну динаміку зростання. Основними відвідувачами стали іноземні делегації урядів, представники міжнародних компаній та учасники волонтерських організацій. Ці групи туристів сприяють активізації попиту на послуги готельного бізнесу та інфраструктури гостинності.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у першому кварталі 2024 року кількість платників податків у туристичній галузі зросла на 19% у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року. Крім того, спостерігається збільшення надходжень до державного бюджету від діяльності туристичного бізнесу, що свідчить про його поступове відновлення та зростання фінансової стабільності.

Значним показником для оцінки ефективності готельного бізнесу є завантаженість номерного фонду. В Україні вона стабілізувалася у діапазоні 34-38%, що є позитивним сигналом для галузі. У деяких регіонах цей показник значно вищий. Зокрема, у Львівській, Івано-Франківській та Закарпатській областях завантаженість готелів перевищує 60-70%, що пов'язано зі збільшенням попиту на внутрішній туризм, релокацією бізнесу та розміщенням внутрішньо переміщених осіб (ВПО) (рис. 2.6).

Такі позитивні тенденції свідчать про поступове відновлення туристичної галузі та її адаптацію до сучасних викликів. Подальший розвиток внутрішнього туризму може стати ключовим фактором для зміцнення економіки країни, створення нових робочих місць та залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру.

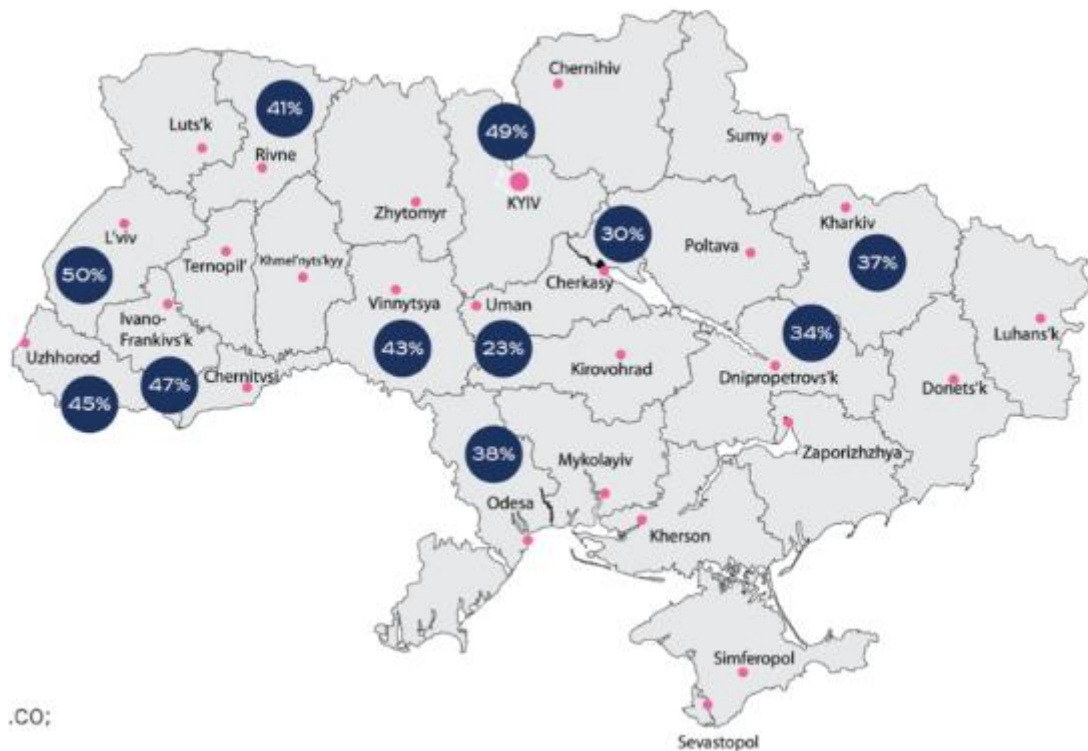


Рис. 2.6. Завантаженість готелів по певних областях України у 2024 році[43]

Стейкхолдери та експерти сфери гостинності вказали на головні втрати, які мала готельна сфера України з початку воєнного вторгнення росії:

1. Припинення розвитку МІСЕ-туризму.
2. Переформатування туристичних потоків, так як спостерігаємо внутрішню міграцію всередині України. ВПО – основні клієнти готелів, особливо на заході країни.
3. Регрес курортних готелів, так як війною зруйновано курортні готелі переважно на півдні країни. Велика частина морського узбережжя замінована та є небезпечною для відпочинку. В Одесі у 2023 році пляжний сезон відкрили тільки у серпні.
4. Відтік та скорочення кадрів.

Отже, наша держава активно відновлює готельний бізнес, незважаючи на останні виклики, які завдав COVID-19 та військове вторгнення країни-агресора. Варто відмітити, що основними пріоритетами відновлення є значне зростання попиту на заході країни, адже з початку війни готелі не будувались, але на разі відновлено зведення об'єктів готельного

господарства. Втрати, які мала готельна сфера України з початку воєнного вторгнення росії: припинення розвитку МІСЕ-туризму, переформатування туристичних потоків, так як спостерігаємо внутрішню міграцію всередині України; регрес курортних готелів, відтік та скорочення кадрів. Але, незважаючи на ці втрати, готельний бізнес залишається привабливим об'єктом інвестування.

2.2. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні

Ресторанний бізнес є важливим елементом економіки України, оскільки його розвиток позитивно впливає не лише на туристичну сферу, а й на інші ключові галузі – транспорт, будівництво, зв'язок та торгівлю. Зростання доступності послуг громадського харчування прямо залежить від підвищення купівельної спроможності населення, що стимулює частіші візити до кафе, барів та ресторанів.

Серед сегментів ресторанного бізнесу найбільше зростання демонструє сектор швидкого харчування, який є найбільш доступним за ціновим критерієм. Також спостерігається підвищений попит на заклади середнього цінового сегмента, які пропонують якісні послуги харчування за помірними цінами.

Окрім того, у багатьох містах України активно розвиваються підприємства громадського харчування з диференційованим рівнем сервісу та широким асортиментом страв. Відвідувачі мають доступ до кухонь різних народів світу, зокрема української, європейської, східної, китайської та інших, що задовольняє попит споживачів на гастрономічне різноманіття у різних цінових категоріях.

Водночас рівень розвитку громадського харчування в Україні поки що поступається світовим стандартам. Кількість закладів на одиницю населення значно менша, ніж у більшості європейських країн. Це свідчить про наявність

значного потенціалу для розширення ринку та збільшення ділової активності в цій галузі. Подальший розвиток ресторанного бізнесу може сприяти підвищенню зайнятості населення, зростанню податкових надходжень до бюджету та покращенню інвестиційного клімату в країні.

Але не все так просто у ресторанному бізнесі сучасної України. Спочатку була пандемія, потім ринок ресторанів, кафе та інших закладів харчування відчув на собі шкоду від масштабного вторгнення окупантів. Тому, ще у 2022 році заклади громадського харчування зупинили роботу на територіях близьких до фронту, а також на територіях посилених обстрілів. Експертами визначено, що з початку 2022 року було закрито майже 7 тисяч (більше 3 тисяч – це кафе та ресторани). Найбільше постраждали східні та південні області, Донецька, Запорізька Харківська та Миколаївська.

Попри виклики, пов'язані з воєнними діями, підприємства сфери громадського харчування змогли адаптуватися до нових умов та забезпечити своє функціонування. Зокрема, у Львівській, Хмельницькій, Чернівецькій та Закарпатській областях у 2022-2023 роках було відкрито майже 2000 нових закладів харчування. У 2022 році загальна кількість ресторанів та кафе в Україні зменшилася на 9%, що було наслідком воєнних дій, порушення логістичних ланцюгів та зниження споживчого попиту. Однак у 2023 році та в першому кварталі 2024 року ситуація почала поступово покращуватися. Кількість закладів громадського харчування зросла на 15% порівняно з 2022 роком. Навіть через позитивну динаміку, рівень відвідуваності закладів досі не досяг показників, які спостерігалися до початку війни. Це зумовлено економічною нестабільністю, зміною споживчих звичок та обмеженням купівельної спроможності населення. Проте відкриття нових закладів свідчить про поступове відновлення індустрії та зростання довіри інвесторів до цієї галузі. [55].

Таблиця 2.1

**Тенденції частоти відвідування закладів громадського харчування
2022-2023 рр. у порівнянні з 2021 роком, у розрізі міст та типів закладів**

	Київ	Львів	Дніпро	Одеса	Харків	Інші обласні центри	Інші н.п.
Ресторани	-14,0%	-14,9%	-16,6%	-16,4%	-16,1%	-16,1%	-17,0%
Кафе	-9,4%	-10,8%	-13,1%	-14,8%	-11,4%	-13,6%	-14,5%
Кав'ярні	-7,8%	-8,2%	-9,2%	-13,1%	-7,7%	-8,8%	-11,8%

Джерело: [55]

У 2023 році найбільше зростання відвідуваності спостерігалось у барах – кількість візитів зросла на 15% порівняно з 2022 роком. Експерти пояснюють цю тенденцію збільшенням часу перебування гостей у барах, а також активними маркетинговими заходами. Серед ключових інструментів просування виділяють впровадження тематичних барних меню, проведення дегустацій та організацію спеціальних подій та святкових вечорів. Зростання відвідуваності спостерігалось й в інших закладах громадського харчування, хоча й у меншому масштабі. У ресторанах відвідуваність збільшилася на 11%, у кав'ярнях – на 9%, у кафе – на 7%, а у фаст-фудах – на 5% порівняно з попереднім роком. Загалом така динаміка свідчить про поступове відновлення попиту на послуги громадського харчування та успішне застосування закладами нових форматів взаємодії з клієнтами. [50].

Таблиця 2.2

**Кількість відвідувачів у сфері громадського харчування у 2023 році,
млн. осіб**

	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Ресторан	219,4	174,1	193,3
Фаст-фуд	3330,0	275,5	289,3
Кафе	513,9	416,7	445,8
Кав'ярня	737,4	613,9	669,2

Джерело: [50]

Дослідження показало, що у другому півріччі 2023 року середній чек у кафе та ресторанах України зріс на 18% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Основними чинниками цього підвищення стали зростання собівартості продукції та збільшення цін на продукти харчування.

Ключовою причиною здорожчання стало послаблення позицій гривні на валютному ринку, що призвело до зростання вартості імпортованої сировини та інгредієнтів. Це, своєю чергою, змусило заклади громадського харчування коригувати ціни, щоб компенсувати збільшені витрати.

Така тенденція відображає загальні економічні виклики, з якими стикається український бізнес, та свідчить про необхідність адаптації стратегії ціноутворення закладів громадського харчування до умов інфляції та валютних коливань. [50].

Таблиця 2.3

Порівняння середнього чеку в закладах громадського харчування в Україні у II півріччі 2022 року та II півріччі 2023 року, грн.

Формат закладу	II півріччя 2022 року, грн.	II півріччя 2023 року, грн.	Темп приросту, %
Ресторан	508	625	23,0%
Кафе	187	219	17,1%
Кав'ярня	82	98	19,5%
Фаст-фуд	145	175	20,7%

Джерело: [50]

В Україні серед закладів різних форматів, таких як кафе, бар, паб, кав'ярня, ресторан, фаст-фуд домінують локальні або місцеві бренди. А вже до мережових відноситься значно менша кількість закладів. В таблиці 2.4 розглянуто найбільші мережі громадського харчування України.

Таблиця 2.4

Найбільші мережі за видами ведення бізнесу України у 2023 році

Формат закладу	Кількість закладів
Ресторани і кафе	
Львівські круасани	153 (120 – за франшизою)
Холдинг емоцій! FEST	105
Gastrofamily	66
Domino's Pizza	65
Pizza Celentano	50
Пузата хата	36
Чорноморка	31
Сушия	22

Джерело: [50]

Розглянемо динаміку транзакцій у закладах громадського харчування по областях (Рис.2.7).

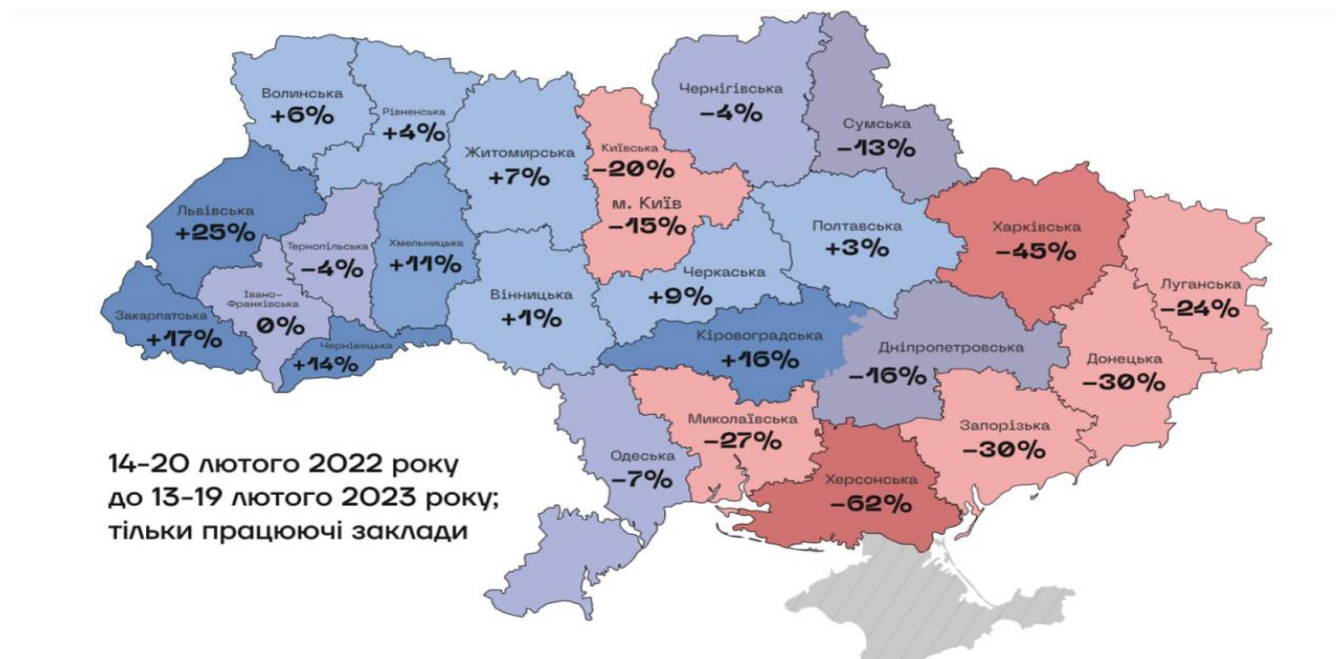


Рис. 2.7. Динаміка транзакцій у закладах громадського харчування (по областях)[11]

За даними варто відмітити, у лютому кількість транзакцій по закладах Києва зменшилась на 15%, Харківська область зменшення на 45%, Запорізька

зменшення на 30%. Хоча позитивну динаміку ми бачимо по західних та центральних областях України, а саме збільшення транзакцій у Львівській області на 25%, Хмельницькій на 11%, у Закарпатській – на 17% в порівнянні періодів.

Проаналізувавши український ринок ресторанів та кафе, виокремимо наступні загрози, які стримують відновлення та розвиток даної галузі:

- часті повітряні тривоги та обстріли (в деяких областях безперервні);
- перебої електропостачання, недотримання графіків відключень;
- запровадження комендантської години;
- заходи мобілізації;
- рівень інфляції;
- нестача кваліфікованих кадрів;
- пошук нових постачальників та логістичних ланцюгів;
- погіршення співпраці з дистриб'юторами.

З усіма цими викликами зіткнувся ресторанний бізнес із початком повномасштабних військових дій (Рис. 2.8).

В Україні за останні роки почала розвиватись доставка їжі та онлайн-замовлення. Перші впровадження відбулися під час пандемії, коли по всьому світу закривались заклади гостинності, а часом підприємства адаптувались та почали працювати «на виніс». Певні обмеження діяли на доставку алкоголю. Але доставкою займались не тільки звичайні заклади харчування, з'явилися так звані «віртуальні» заклади, які працюють лише на виніс. Популярні українські сервіси доставки Rocket і Glovo.

Основними тенденціями на ринку громадського харчування, які є популярними під час воєнних дій:

- збереження попиту на домашню їжу;
- налагодження логістики доставки їжі;
- поширення фаст-фудів;
- збільшення закладів продажу напівфабрикатів;

швидкий відпочинок у закладах громадського харчування;
 впровадження правил воєнного часу;
 скорочення робочого часу закладів;
 обов'язкове дотримання норм повітряної тривоги.



Рис. 2.8. Виклики, із котрими зіткнувся ресторанний бізнес із початком повномасштабних військових дій [20]

Отже, на сьогодні ресторанний бізнес переживає велику кількість загроз та викликів у своєму розвитку, які гальмують його та не дають стати

успішним. Проаналізувавши український ринок ресторанів та кафе, виокремимо наступні загрози, які стримують відновлення та розвиток даної галузі: часті повітряні тривоги та обстріли; перебої електропостачання, недотримання графіків відключень; запровадження комендантської години; заходи мобілізації; рівень інфляції; нестача кваліфікованих кадрів; пошук нових постачальників та логістичних ланцюгів; погіршення співпраці з дистриб'юторами.

Ресторанний бізнес сучасного українського ринку має великі неохоплені ніші. Рестораторам для розвитку свого бізнесу потрібно вибрати дієві підходи з застосуванням нових інноваційних технологій та трендів. Впровадження саме інновацій дозволить власникам бізнесу працювати ефективніше, віднаходити нові резерви підвищення якості в обслуговуванні та наданні «новітніх» послуг.

2.3. Цифровізація сфери гостинності: інноваційний тренд та пріоритетний напрям розвитку

Цифровізація перетворила індустрію гостинності на динамічну та високотехнологічну сферу, де кожен аспект – від бронювання номерів до обслуговування гостей – може бути оптимізований і автоматизований завдяки новітнім технологіям. У глобалізованому світі цифрові інструменти дозволяють готелям, ресторанам і туристичним компаніям значно підвищити ефективність, забезпечуючи безперервну доступність послуг та зручність для клієнтів. Тобто цифровізація сфери гостинності – це інноваційний тренд, що стає дедалі важливішим для розвитку індустрії в Україні. В умовах глобальної конкуренції, цифрові технології не лише покращують обслуговування клієнтів, а й дозволяють оптимізувати внутрішні бізнес-процеси, збільшувати прибутки та знижувати витрати. Нами наведено детальний розгляд цього тренду та його ключових напрямів.

1. Автоматизація обслуговування клієнтів:

- 1) використання чат-ботів та штучного інтелекту для бронювання, консультацій та вирішення стандартних запитів гостей;
- 2) Впровадження самостійної реєстрації (self-check-in) у готелях через мобільні додатки або інтерактивні кіоски.

2. Інтелектуальні системи управління ресурсами:

- 1) смарт-рішення для енергоефективності (наприклад, автоматичне регулювання освітлення та температури в номерах);
- 2) системи управління готельним господарством (Property Management Systems, PMS) для моніторингу всіх операцій.

3. Віртуальні технології:

- 1) використання віртуальної реальності (VR) для віртуальних турів готелями чи ресторанами, що допомагає клієнтам обрати оптимальні послуги;
- 2) доповнена реальність (AR) для інтерактивних карт або меню.

4. Цифрові платежі та фінансові технології:

- 1) можливість безконтактної оплати через мобільні додатки, QR-коди, крипто валюту;
- 2) інтеграція з програмами лояльності, що стимулює повторні візити[46].

На сьогодні пріоритетними напрямками цифровізації в Україні є:

- розвиток онлайн-платформ: платформи для швидкого та зручного бронювання номерів, столиків у ресторанах або турів. Наприклад, Booking.com чи локальні сервіси; маркетплейси для пошуку готелів, що відповідають екологічним чи інклюзивним вимогам.
- інтеграція хмарних технологій: впровадження хмарних рішень для управління клієнтською базою, фінансовою звітністю та аналізу даних; аналітичні системи на базі хмар для прогнозування запитів клієнтів та персоналізації послуг.
- кібербезпека: захист персональних даних гостей, особливо в умовах зростання кібератак; відповідність нормам міжнародної сертифікації даних (наприклад, GDPR).

- цифровий маркетинг: використання таргетованої реклами, соціальних мереж та інфлюенсерів для залучення клієнтів; програми лояльності, інтегровані в мобільні додатки.
- розвиток мобільних технологій: розробка мобільних додатків для управління усіма послугами готелів чи ресторанів; функції для замовлення послуг у режимі реального часу (room service, бронювання).
- інтеграція з екосистемами: взаємодія з транспортними системами, культурними заходами, туристичними агенціями через єдину цифрову платформу; синергія з «розумними містами» (smart cities) для створення унікальних клієнтських вражень[57].

Основними перевагами цифровізації є:

- підвищення рівня задоволеності клієнтів;
- скорочення операційних витрат;
- підвищення конкурентоспроможності українських готелів і ресторанів на міжнародному ринку;
- підтримка екологічних ініціатив (безпаперові процеси, оптимізація енергоспоживання).

Цифровізація – це не лише інновація, а й необхідність для сучасної сфери гостинності, особливо в умовах глобальних викликів та війни, що стимулює адаптацію до нових реалій.

Використання штучного інтелекту (ШІ) у сфері гостинності відкриває нові можливості для підвищення ефективності бізнесу, покращення клієнтського досвіду та оптимізації операцій. ШІ стає важливим інструментом у цифровій трансформації, забезпечуючи інноваційні рішення в готелях і ресторанах. Основними напрямками використання штучного інтелекту в гостинності є:

1. Автоматизація взаємодії з клієнтами:
 - чат-боти та голосові помічники: використовуються для обробки запитів клієнтів у режимі реального часу (бронювання номерів, консультації щодо

послуг); інтеграція голосових помічників, таких як Alexa чи Google Assistant, для керування номером (освітлення, температура, замовлення послуг);

– персоналізація послуг: аналіз поведінки клієнтів для пропонування індивідуальних рішень (персоналізовані знижки, рекомендації щодо меню чи туристичних маршрутів).

2. Аналітика та прогнозування:

– динамічне ціноутворення: ШІ аналізує сезонність, попит і конкурентне середовище, щоб автоматично встановлювати оптимальні ціни.

– прогнозування попиту: моделі ШІ допомагають передбачити заповненість готелю чи ресторану та адаптувати ресурси відповідно;

– аналіз відгуків: ШІ може обробляти тисячі відгуків клієнтів для виявлення трендів і швидкого реагування на проблеми.

3. Операційна ефективність:

– системи управління ресурсами: ШІ допомагає оптимізувати використання енергоресурсів у готелях (регулювання освітлення, опалення, кондиціювання);

– розподіл персоналу: алгоритми ШІ оптимізують розклад співробітників на основі прогнозу завантаженості;

– керування запасами: в ресторанах ШІ може прогнозувати споживання продуктів, запобігаючи їх надлишку або дефіциту.

4. Інновації в обслуговуванні:

– роботи-асистенти: у готелях використовуються роботи для доставки їжі, багажу або прибирання;

– віртуальні помічники: надання гостям доступу до віртуальних гідів для організації подорожей чи екскурсій.

5. Безпека та кіберзахист:

– ШІ у системах безпеки: розпізнавання облич для реєстрації гостей та забезпечення безпеки;

– захист даних: використання ШІ для моніторингу кібератак та запобігання витоку даних клієнтів.

Інтеграція ІІІ в гостинність має також свої переваги:

- 1) підвищення задоволеності клієнтів – швидка реакція на запити, персоналізований сервіс, передбачення потреб;
- 2) зниження витрат – скорочення витрат на персонал завдяки автоматизації процесів.
- 3) ефективність управління – оптимізація ресурсів та автоматизація рутинних задач.
- 4) збільшення прибутків – динамічне ціноутворення та зростання лояльності клієнтів[52].

Основними викликами впровадження ІІІ в Україні є:

- 1.Фінансові бар'єри – висока вартість впровадження технологій.
- 2.Кадрова підготовка – нестача фахівців для впровадження та обслуговування систем ІІІ.
- 3.Довіра клієнтів – побоювання клієнтів щодо конфіденційності даних.
- 4.Інфраструктурні обмеження – не всі заклади мають доступ до швидкісного Інтернету та сучасного обладнання.

Цифровізація зі ІІІ у сфері гостинності є стратегічним напрямом, що дає змогу українським готелям і ресторанам відповідати міжнародним стандартам, залучати іноземних туристів та створювати унікальний клієнтський досвід.

Розробка QR-коду для меню ресторану – це сучасний та зручний спосіб покращення обслуговування клієнтів, особливо в умовах пандемії або для дотримання безконтактного сервісу. Етапи розробки QR-коду для меню:

1. Цифровізація меню:
 - розміщення свого меню в цифровому форматі (наприклад, у PDF або на веб-сторінці);
 - використання сервісів хмарного зберігання (Google Drive, Dropbox) або створіть спеціальну сторінку на сайті ресторану.
2. Вибір генератора QR-кодів:

- використання онлайн-сервісів для створення QR-кодів (QR Code Generator, QR Stuff, Beaconstac);
- обирається тип QR-коду (наприклад, посилання на веб-сайт або PDF).

3. Створення QR-коду:

- завантажується посилання або файл із меню до генератора;
- налаштовується вигляд QR-коду (колір, логотип ресторану, рамка тощо);
- згенеровується та завантажується QR-код у форматі PNG або SVG.

4. Інтеграція та тестування:

- перевіряється робота QR-коду на різних пристроях;
- розміщається код на столах, входній зоні, рекламних матеріалах або сайті.

5. Додаткові функції:

- інтеграція з онлайн-замовленням або оплатою;
- відстеження статистики (доступно у платних генераторах, наприклад, Beaconstac).

Основними перевагами QR-кодів для меню є:

- безконтактність – клієнти можуть переглядати меню зі своїх пристроїв;
- екологічність – зменшення друку паперових меню;
- зручність оновлення – швидка зміна асортименту чи цін без необхідності повторного друку;
- маркетинг – можливість додати промоакції чи відгуки клієнтів[62].

Нами систематизовано програмне забезпечення для готелів та ресторанів українських розробників, яке використовується для управління різними аспектами бізнесу в індустрії гостинності.

Таблиця 2.5

Програмне забезпечення для готелів та ресторанів українських розробників

Назва програмного забезпечення	Опис	Функціонал	Підприємство-розробник
MotelSoft	Програмне забезпечення для управління готелем, яке дозволяє автоматизувати	Бронювання, касові операції, облік заселення.	MotelSoft

Назва програмного забезпечення	Опис	Функціонал	Підприємство-розробник
	бронювання, реєстрацію гостей, облік послуг.		
EasyHotel	Програмне забезпечення для автоматизації готельного бізнесу, яке включає в себе функції для управління номерами, бронювання, звітність.	Бронювання, облік, фінансова звітність.	EasySoft
iRestaurant	Ресторанне програмне забезпечення для автоматизації процесів обслуговування клієнтів у ресторанах.	Управління замовленнями, облік продуктів, фінансова звітність.	iRestaurant
Futurum Hotel Management	Платформа для автоматизації готельного бізнесу, яка інтегрується з різними сервісами і має можливість налаштовувати інтерфейс під конкретний бізнес.	Облік номерів, управління персоналом, інтеграція з PMS.	Futurum
Kyivsoft Restaurant POS	Система для автоматизації ресторанних процесів, яка включає POS-систему для роботи з замовленнями та фінансами.	Облік продажів, інтеграція з системою оплати, управління запасами.	KyivSoft
Poster	Інтуїтивно зрозуміла POS-система для ресторанів і кафе, що допомагає автоматизувати процеси обслуговування, замовлення, фінансів і аналітики.	Управління замовленнями, облік товарів, аналітика продажів, інтеграція з бухгалтерією та складом.	Poster
Servio	Система для автоматизації управління ресторанами, кафе та іншими закладами, яка забезпечує комплексний облік, фінансові операції та аналітику.	Управління персоналом, фінансові звіти, аналіз продажів, інтеграція з POS-системами, робота з онлайн-замовленнями.	Servio

Отже, цифровізація сприяє інтеграції систем управління та автоматизації бізнес-процесів. Готелі використовують спеціалізовані системи для моніторингу доходів, управління номерами та забезпечення клієнтського досвіду, які дозволяють організувати ефективний процес бронювання, надавати доступ до онлайн-оплати та звітності, а також забезпечувати

високий рівень персоналізації. Відносно ресторанів, нові технології змінили підхід до замовлення і обслуговування. Ресторани використовують POS-системи, що не тільки спрощують облік замовлень, а й дозволяють аналізувати переваги клієнтів, адаптувати меню в реальному часі і знижувати помилки в замовленнях. Інноваційні POS-системи також підтримують зв'язок з клієнтами через мобільні додатки, надаючи їм можливість отримувати спеціальні пропозиції та знижки. Цифровізація в індустрії гостинності також дає можливість збирати великий обсяг даних, які можна використовувати для покращення якості обслуговування. Аналізуючи поведінку користувачів, компанії можуть персоналізувати послуги, що робить досвід клієнтів більш задоволеним і лояльним. Тому цифровізація стала не просто трендом, а необхідністю для сучасної індустрії гостинності. Технології дозволяють підвищити конкурентоспроможність, забезпечити високу якість обслуговування і адаптуватися до змінюваних потреб клієнтів. Ресторани та готелі, що інтегрують інновації, мають значну перевагу в умовах, коли кожен клієнт шукає зручність і швидкість на кожному етапі взаємодії з бізнесом.

Висновки до розділу 2

Незважаючи на виклики, спричинені пандемією COVID-19 та військовим вторгненням країни-агресора, Україна активно відновлює туристичну галузь. З 2013 року спостерігається стале скорочення кількості колективних засобів розміщення (КЗР) — щороку з ринку зникає близько 175 об'єктів. Військові дії спричинили руйнування готельної інфраструктури — було пошкоджено або зруйновано щонайменше 12 готелів. Зокрема, від початку війни кількість готелів зросла на 9,1%, мотелів — на 10,7%, а хостелів — на 28,7%. Це свідчить про активне відновлення та адаптацію бізнесу до нових умов.

Підприємства сфери громадського харчування змогли адаптуватися до нових умов та забезпечити своє функціонування. Зокрема, у Львівській, Хмельницькій, Чернівецькій та Закарпатській областях у 2022-2023 роках

було відкрито майже 2000 нових закладів харчування. У 2022 році загальна кількість ресторанів та кафе в Україні зменшилася на 9%, що було наслідком воєнних дій, порушення логістичних ланцюгів та зниження споживчого попиту. Однак у 2023 році та в першому кварталі 2024 року ситуація почала поступово покращуватися. Кількість закладів громадського харчування зросла на 15% порівняно з 2022 роком. Зокрема, у Львівській, Хмельницькій, Чернівецькій та Закарпатській областях у 2022-2023 роках було відкрито майже 2000 нових закладів харчування. У 2022 році загальна кількість ресторанів та кафе в Україні зменшилася на 9%, що було наслідком воєнних дій, порушення логістичних ланцюгів та зниження споживчого попиту. Однак у 2023 році та в першому кварталі 2024 року ситуація почала поступово покращуватися. Кількість закладів громадського харчування зросла на 15% порівняно з 2022 роком.

Цифровізація сприяє інтеграції систем управління та автоматизації бізнес-процесів. Готелі використовують спеціалізовані системи для моніторингу доходів, управління номерами та забезпечення клієнтського досвіду, які дозволяють організувати ефективний процес бронювання, надавати доступ до онлайн-оплати та звітності, а також забезпечувати високий рівень персоналізації. Відносно ресторанів, нові технології змінили підхід до замовлення і обслуговування. Ресторани використовують POS-системи, що не тільки спрощують облік замовлень, а й дозволяють аналізувати переваги клієнтів, адаптувати меню в реальному часі і знижувати помилки в замовленнях. Тому цифровізація стала не просто трендом, а необхідністю для сучасної індустрії гостинності. Технології дозволяють підвищити конкурентоспроможність, забезпечити високу якість обслуговування і адаптуватися до змінюваних потреб клієнтів. Ресторани та готелі, що інтегрують інновації, мають значну перевагу в умовах, коли кожен клієнт шукає зручність і швидкість на кожному етапі взаємодії з бізнесом.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

3.1. Проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період

Післявоєнний розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні має великий потенціал, оскільки країна володіє багатими природними, культурними та історичними ресурсами, що можуть стати основою для зростання туризму. Після завершення війни, відновлення інфраструктури та покращення безпеки відкриють нові можливості для іноземних і внутрішніх туристів. Важливою перевагою є наявність численних природних зон, зокрема Карпат, Чорного моря, а також культурних пам'яток, що може стати привабливим для туристів, особливо тих, хто шукає безпечні напрямки для подорожей.

Водночас післявоєнний розвиток також вимагатиме значних інвестицій у відновлення інфраструктури. Багато готелів та ресторанів зазнали ушкоджень через бойові дії, що призводить до необхідності відбудови не лише будівель, а й внутрішніх систем та обслуговування. Крім того, поява нових технологій у сфері енергозбереження та екологічності відкриває можливість для готельного бізнесу втілити концепції сталого розвитку, як от «зелені» готелі або використання відновлювальних джерел енергії.

Попит на внутрішній туризм буде також важливим драйвером відновлення. Українці, які шукають безпечні місця для відпочинку всередині країни, сприятимуть підвищенню попиту на готельні та ресторани послуги. Тому стратегічно правильний розвиток туристичних маршрутів та якісне обслуговування можуть стати основними перевагами в конкурентній боротьбі за клієнта.

Попри це, виклики залишаються. Політична та економічна нестабільність, відсутність достатніх фінансів для швидкої реконструкції та відновлення брендів можуть гальмувати процеси. Однак за умови залучення інвестицій, розвитку внутрішнього туризму і підвищення безпеки, потенціал для розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні залишається значним[31].

Війна в Україні завдала серйозних руйнувань і пошкоджень готельній інфраструктурі країни, особливо у регіонах, де точилися інтенсивні бойові дії. Деякі готелі постраждали від авіаударів, обстрілів та ракетних ударів, а частина з них залишається закритою через небезпеку або значні пошкодження.

Пошкоджені та зруйновані готелі

1. Готель «Україна» (Чернігів) – зазнав значних пошкоджень під час авіаударів у березні 2022 року.
2. Готель ALFAVITO (Київ) – отримав серйозні руйнування внаслідок бойових дій. Готель мав 229 номерів.
3. Grand Admiral Resort & SPA та готель «Бабушкін Сад» (Київська область) – постраждали від обстрілів під час бойових дій у регіоні.
4. Готель «Харків» та SV Park (Харків) – готель «Харків» (205 номерів) і SV Park (17 номерів) отримали серйозні пошкодження під час обстрілів міста.
5. Готелі у Миколаєві – серйозних пошкоджень зазнали готелі Reikartz River, «Інгул» та «Миколаїв», у яких сумарно було понад 150 номерів.
6. Готель Grande Pettine (Одеса) – отримав пошкодження. Готель мав 91 номер.
7. Готель Play Hotel by Ribas (Херсон) – постраждав від обстрілів, загальна кількість номерів — 25.
8. Готель Park Hotel (Харків) – пошкоджений ракетним ударом в січні 2024 року.

Крім цих об'єктів, інші готелі в Краматорську, Одесі та Миколаєві також зазнали ударів і пошкоджень різного ступеня.

Через часті відключення електроенергії, викликані обстрілами енергетичної інфраструктури, в Україні зросла потреба у готелях із автономними системами живлення. Спеціалізованої інтерактивної карти, яка відображає лише такі готелі, наразі немає.

Однак існують альтернативні ресурси:

- локальні карти критичної інфраструктури (наприклад, у Києві) – показують локації, де є автономне енергоживлення, зокрема деякі готелі;
- платформи на кшталт Visit Ukraine – вони надають інформацію про туристичні локації та готелі, але не завжди уточнюють наявність резервного живлення.

Для туристів і гостей країни важливо завчасно уточнювати в адміністрації готелів наявність генераторів та систем автономного електроживлення. Ситуація може змінюватися залежно від регіону та безпекової ситуації.

Україна продовжує докладати зусиль для відновлення зруйнованої інфраструктури, включаючи готельний сектор, щоб забезпечити безпеку та комфорт для гостей країни навіть в умовах війни [31].

Також в Україні є готелі та коворкінг-простори, які активно використовують концепцію коворкінгу в поєднанні з готельними послугами, що дозволяє гостям поєднувати відпочинок і роботу. Провівши дослідження, виявили, що у Кам'янці-Подільському є готелі, які можуть бути хорошим вибором для тих, хто шукає можливості для коворкінгу або комфортного відпочинку з бізнес-цілями.

1. Optima Collection Kamianets-Podilskyi – цей готель пропонує безкоштовний Wi-Fi, бізнес-послуги, а також можливості для проведення конференцій. Він розташований недалеко від Кам'янець-Подільської фортеці, що робить його зручним для туристів і професіоналів.

2. Kleopatra VIP Hotel – розташований в історичному центрі Кам'янця-Подільського, цей готель також має всі необхідні зручності для роботи, включаючи безкоштовний доступ до Wi-Fi і комфортні номери.
3. Maxima – пропонує Wi-Fi і ресторан української кухні. Це ще один хороший варіант для людей, які подорожують по роботі чи бажають поєднати відпочинок із бізнес-діяльністю.
4. ZIG ZAG Hotel – цей готель має загальний лаунж, терасу, ресторан і бар, що робить його привабливим для туристів, а також для людей, що працюють віддалено. Вільний доступ до Wi-Fi і зручності для комфортного проживання є додатковими перевагами.
5. Hotel Dynasty – хоча це в першу чергу готель для відпочинку, він також має комфортні умови для тих, хто хоче поєднати роботу з відпочинком завдяки безкоштовному Wi-Fi та зручним приміщенням.
6. Monte-Kristo Hotel – цей готель може бути корисним для людей, які шукають місце для відпочинку з можливістю роботи, оскільки пропонує комфортні умови і доступ до Інтернету.

Такі готелі й коворкінгові простори допомагають працівникам, які можуть працювати віддалено, поєднувати відпочинок і робочі обов'язки, що особливо популярно серед цифрових номадів та тих, хто шукає гнучкі умови для роботи в Україні.

Проблеми готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни в Україні є багатогранними і суттєво впливають на цей сектор. Війна створила численні виклики, з якими зіштовхуються готелі та ресторани, починаючи від зниження туристичної активності і закінчуючи серйозними фінансовими труднощами. Нами виділено такі основні проблеми:

1. Зниження кількості клієнтів та туристичної активності. З початком війни в Україні значно зменшилась кількість міжнародних і внутрішніх туристів. Це призвело до падіння попиту на готельні послуги та ресторанний бізнес, оскільки люди уникають подорожей до зони конфлікту або територій,

які можуть бути небезпечними. Бізнес, орієнтований на міжнародних туристів, зазнав серйозних збитків.

2. Перебої в постачанні та інфляція. Проблеми з ланцюгами постачання, дорожчання продуктів та матеріалів негативно позначаються на ресторанах та готелях. Заклади гостинності зіштовхуються із труднощами у забезпеченні своїх потреб у продуктах, які стали дорожчими через логістичні проблеми та інфляцію. Вартість продуктів, пального і енергоносіїв значно зросла, що ставить під загрозу фінансову стійкість підприємств.

3. Брак кадрів та трудова міграція. Війна призвела до того, що значна частина робочої сили залишила країну або перемістилася в більш безпечні регіони. Багато співробітників, особливо з великих міст, покинули свої робочі місця. Це ускладнило набір персоналу, особливо в готелях і ресторанах, що змушує залишити певні послуги або скорочувати робочі години.

4. Безпека та інфраструктурні проблеми. Небезпека обстрілів, руйнування інфраструктури, постійні відключення електроенергії та води ставлять під загрозу безпеку як гостей, так і персоналу. Це ускладнює функціонування багатьох закладів, і багато готелів змушені призупиняти свою діяльність на час активних бойових дій або під час обстрілів.

5. Проблеми фінансування та кредитування. У зв'язку з війною, банки значно скоротили кредитування, а інвестори стають більш обережними в своїх рішеннях. Готельний і ресторанний бізнес має складнощі з доступом до фінансування для підтримки операцій або для відновлення після збитків, спричинених війною.

6. Зміна попиту на послуги. У зв'язку з військовими діями змінюється структура попиту. Якщо раніше основними клієнтами були туристи, то зараз все більше готелів орієнтується на переміщених осіб або волонтерські організації. Деякі готелі також переобладнують свої приміщення під тимчасове житло для біженців або використовують їх як місця для розміщення військових.

7. Невизначеність та ризики. Невизначеність щодо майбутнього розвитку подій і постійні ризики, пов'язані з обстрілами, змушують власників готелів і ресторанів постійно адаптувати свої стратегії та робити короткострокові прогнози. Це збільшує стрес і фінансові ризики для бізнесу.

8. Зміни в поведінці споживачів. Гості стали більш обережними у виборі місць для перебування, надаючи перевагу безпеці та зручності. Багато ресторанів і готелів вимушені адаптувати свої послуги, щоб відповідати новим вимогам: наявність бомбосховищ, безпечний доступ до укриттів, забезпечення харчування в екстремальних умовах.

9. Перебої з електропостачанням та енергетичні кризи. Внаслідок обстрілів енергетичної інфраструктури в Україні часто трапляються перебої з електропостачанням, що ускладнює роботу готелів і ресторанів, особливо в умовах зими. Відключення світла, води та тепла можуть серйозно вплинути на якість обслуговування та безпеку гостей. Це змушує багато закладів впроваджувати власні джерела енергії, такі як генератори або сонячні панелі, щоб забезпечити постійну роботу, але це також збільшує витрати на енергію[58].

Незважаючи на ці серйозні проблеми, готельно-ресторанний бізнес в Україні продовжує адаптуватися до нових умов, шукаючи можливості для розвитку та підтримки, як через інтеграцію нових технологій, так і через підтримку місцевих ініціатив.

Нами проведено SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні з метою оцінки ключових можливостей, ризиків і стратегічних напрямків відновлення цієї галузі. Він слугує інструментом для ідентифікації сильних та слабких сторін, а також зовнішніх факторів, які можуть вплинути на розвиток індустрії гостинності у постконфліктний період[17].

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні

S (strengths) – сильні сторони	W (weaknesses) – слабкі сторони
1. Природні та культурні ресурси: Україна має багату культурну спадщину (замки, історичні місця) та природні ресурси (Карпати, Чорне море), що можуть стати основою для розвитку внутрішнього та іноземного туризму. 2. Відданість індустрії: підприємці готельно-ресторанного бізнесу виявили високу адаптивність під час війни, наприклад, надаючи притулок переселенцям і впроваджуючи нові моделі роботи. 3. Зростаючий інтерес до України: після війни світовий інтерес до України, як до туристичної та інвестиційної дестинації, зростатиме завдяки героїчному образу країни. 4. Державна підтримка: підтримка держави у відбудові інфраструктури та стимулюванні інвестицій у туристичний сектор. 5. Інноваційні підходи до екології та сталого розвитку: після війни може бути реалізований тренд на сталий туризм і екологічні практики у готелях та ресторанах, що відповідають світовим стандартам екології та збереження ресурсів (наприклад, сертифікація Green Key, Zero Waste). 6. Туризм як важливий фактор відновлення економіки: туризм має великий потенціал стати рушійною силою для відновлення економіки країни. Розвиток готельного та ресторанного бізнесу допоможе створити нові робочі місця, залучити інвестиції та зміцнити інфраструктуру.	1. Руїнування інфраструктури: багато об'єктів туристичної інфраструктури, готелів та ресторанів були пошкоджені або знищені в результаті бойових дій. Це вимагає великих інвестицій на відновлення і відбудову, що може стати серйозною перешкодою на шляху відновлення сектору. 2. Висока залежність від зовнішнього фінансування: для відновлення галузі потрібні великі інвестиції, які залежать від міжнародної допомоги та приватного капіталу. 3. Проблеми кадрів: через війну багато працівників виїхали з країни або залишили галузь через небезпеку та нестабільність. Відновлення кадрового потенціалу, навчання нових фахівців та залучення кваліфікованих кадрів стане викликом у післявоєнний період. 4. Енергетична нестабільність: відсутність стабільного енергопостачання у багатьох регіонах ускладнює роботу бізнесу. 5. Невизначеність безпеки: навіть після війни важливими факторами для туристів будуть питання безпеки. Потрібно буде переконати туристів і бізнес-партнерів у безпеці поїздок до України та відновленні стабільної ситуації в країні.
O (opportunities) – можливості	T (threats) – загрози
1. Відновлення туристичних потоків: попит на подорожі до України серед іноземних туристів, які хочуть дізнатися про культуру, історію та героїзм народу. 2. Впровадження цифровізації: розвиток діджиталізації в готельно-ресторанному бізнесі.	1. Тривала військова загроза: загроза нових конфліктів або терактів може стримувати розвиток туризму. 2. Економічні виклики: інфляція, девальвація гривні та низька купівельна спроможність населення ускладнюють доступність послуг.

3. Розвиток внутрішнього туризму: українці більше подорожуватимуть країною, підтримуючи локальні бізнеси. 4. Міжнародна підтримка та інвестиції: Україна може отримати міжнародну підтримку у вигляді грантів, інвестицій та технологічних рішень для відновлення інфраструктури. Це включає як іноземні інвестиції в туристичний сектор, так і участь міжнародних організацій у відновленні готельно-ресторанного бізнесу. 5. Попит на внутрішній туризм: після війни буде спостерігатися значний попит на внутрішній туризм, коли громадяни України шукатимуть можливості для подорожей по рідній країні. Це може бути важливим джерелом доходу для готелів і ресторанів.	3. Конкуренція на міжнародному ринку: існує висока конкуренція з боку інших країн, які також розвивають свої туристичні та готельні індустрії. Україна повинна буде пропонувати унікальні продукти та досвід, щоб привернути увагу туристів, враховуючи політичну та економічну ситуацію в країні. 4. Екологічні наслідки війни: забруднення територій, мінування і зруйновані екосистеми можуть обмежувати розвиток туризму в окремих регіонах.
--	--

Індустрія гостинності є динамічною галуззю, яка чутливо реагує на глобальні виклики та тенденції. Основні перспективи розвитку цієї галузі можна визначити наступним чином:

1. Діджиталізація та інновації (впровадження новітніх технологій: автоматизація процесів бронювання, електронні чеки, безконтактні розрахунки та мобільні додатки для самообслуговування гостей; віртуальна та доповнена реальність (VR та AR); Big Data та штучний інтелект (AI)).

2. Зміна уподобань споживачів (зростання попиту на унікальний досвід; здоровий спосіб життя; попит на короткострокові подорожі та staycation (відпочинок у межах країни або навіть міста проживання) через економічну нестабільність та інфляцію).

3. Екологічна стійкість та соціальна відповідальність (еко-дружні готелі та ресторани; впровадження ESG-підходу: компанії враховують екологічні, соціальні та управлінські (Environmental, Social, Governance) чинники для створення стійких бізнес-моделей; попит на «зелені сертифікати»).

4. Глобалізація та локалізація одночасно (зростає роль регіональних туристичних напрямків, оскільки міжнародні подорожі стали менш доступними для деяких груп населення; залучення локальних

постачальників: ресторани та готелі прагнуть використовувати локальні продукти та інгредієнти, що не лише підтримує місцеву економіку, а й знижує логістичні витрати).

5. Зміни у трудових відносинах (автоматизація праці, так як впровадження автоматизованих систем знижує потребу у фізичній праці та змінює вимоги до кваліфікації працівників; попит на крос-функціональних працівників: працівники мають володіти різними навичками та працювати на кількох позиціях одночасно; фокус на навчанні та перекваліфікації, так як через зміну вимог до компетенцій працівників, готельєри та ресторатори інвестують у програми навчання).

6. Військові та кризові виклики (у воєнний період готелі та ресторани часто перепрофілюються для прийому біженців, гуманітарних місій та військових; розвиток індустрії гостинності буде частиною відновлення економіки; через високий рівень невизначеності готелі та туристичні компанії пропонують гнучкі умови бронювання та повернення коштів).

7. Нові формати готелів та ресторанів (Co-living та co-working простори, так як спостерігається збільшення попиту на простори для роботи та проживання в одному місці; бутик-готелі, тому що зростає попит на унікальні концепції готелів і ресторанів, де акцент робиться на естетиці, дизайні та унікальному досвіді; гібридні готелі, поєднання готельного сервісу з просторами для роботи, відпочинку та громадських заходів (готелі-хаби)).

Отже, післявоєнний розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні має великий потенціал, проте цей процес буде довгим та складним. Важливими факторами для успішного відновлення є залучення міжнародних інвестицій, відновлення інфраструктури, кадрові ресурси, а також використання нових екологічних і сталих підходів у розвитку туристичного бізнесу. Проведений нами SWOT-аналіз відображає ключові фактори, що впливають на перспективи відновлення та розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні після війни. Розуміння цих аспектів допоможе ефективніше планувати стратегії розвитку галузі.

3.2. Екотренди в індустрії гостинності: економічний та соціальний аспект

Екологізація гостинності – це один із найважливіших трендів останніх років, який відображає глобальне прагнення до збереження навколишнього середовища та сталого розвитку. Готелі, ресторани, туристичні компанії та інші підприємства сфери гостинності активно впроваджують екологічні практики з метою зменшення впливу на природу та ресурсозбереження. Цей тренд відображає зростаючі потреби клієнтів у більш відповідальному та усвідомленому підході до екології, а також підтримку підприємствами глобальних ініціатив, таких як зниження викидів CO₂, збереження води, переробка відходів і використання відновлювальних джерел енергії.

Варто відмітити, що цілі сталого розвитку (ЦСР), розроблені ООН, можуть активно впроваджуватися в готельному та ресторанному бізнесі для підтримки екологічної, соціальної та економічної стійкості. Нами визначено основні ЦСР, які застосовуються в цих галузях:

1. ЦСР 3: Гарне здоров'я і благополуччя: забезпечення здорових умов праці для співробітників; використання якісних і корисних інгредієнтів для приготування їжі; пропонування здорових варіантів меню та просування активного способу життя.

2. ЦСР 6: Чиста вода та санітарія: ефективне використання води, встановлення водозберігаючих пристроїв; очищення стічних вод перед їхнім поверненням у довкілля; забезпечення гостей доступом до чистої питної води.

3. ЦСР 7: Чиста та доступна енергія: використання енергоефективних систем освітлення, опалення та кондиціонування; перехід на відновлювані джерела енергії (сонячні панелі, вітрогенератори); моніторинг споживання енергії для зниження втрат.

4. ЦСР 8: Гідна праця та економічне зростання: справедливе ставлення до працівників, забезпечення гідних умов праці; підтримка місцевих

економік через партнерства з постачальниками та використання місцевих продуктів; створення робочих місць для місцевих жителів.

5. ЦСР 11: Стійкі міста та спільноти: інтеграція в локальні громади, підтримка культурної спадщини; використання дизайну та архітектурних рішень, що відповідають місцевим екологічним умовам; зниження впливу на навколишнє середовище в міських умовах.

6. ЦСР 12: Відповідальне споживання та виробництво: зменшення харчових відходів через кращі системи управління запасами; використання багаторазових або біорозкладних матеріалів; закупівля екологічно чистої сировини.

7. ЦСР 13: Боротьба зі зміною клімату: зменшення вуглецевого сліду через енергоефективні технології; просування «зелених» ініціатив серед гостей (наприклад, зменшення прання рушників); залучення до висадки дерев або інших кліматичних проєктів.

8. ЦСР 15: Збереження екосистем суші: підтримка програм зі збереження природи; використання продуктів, що походять із стійких джерел (наприклад, сертифікованих органічних фермерських господарств); уникнення використання матеріалів, які шкодять довкіллю.

9. ЦСР 17: Партнерство заради сталого розвитку: співпраця з екологічними організаціями, місцевою владою та іншими компаніями для досягнення сталих цілей: участь у глобальних ініціативах сталого туризму.

Green Key – це міжнародна сертифікація для готелів і туристичних підприємств, яка визнана в понад 50 країнах. Вона є однією з найвищих нагород у сфері екологічної відповідальності та сталого розвитку. Програма сертифікації Green Key надається організаціями, що відповідають високим стандартам щодо екологічної стійкості (Додаток А).

Основні вимоги для отримання сертифікату Green Key включають:

1. Зниження енергоспоживання – впровадження енергоефективних технологій, використання відновлюваних джерел енергії та енергозберігаючих приладів.

2. Раціональне використання води – встановлення систем водозбереження, моніторинг і оптимізація витрат води на всіх етапах діяльності.
3. Зменшення відходів – впровадження практик переробки, мінімізація використання одноразових предметів, активне скорочення харчових відходів.
4. Екологічно чисті матеріали – використання продукції з низьким рівнем вуглецевого сліду та сертифікованих еко-матеріалів.
5. Інформування та навчання персоналу – постійне навчання співробітників щодо екологічних ініціатив і сприяння відповідальному ставленню до ресурсів.
6. Взаємодія з гостями – інформування відвідувачів про ініціативи зі сталого розвитку та залучення їх до еко-дружніх практик, таких як зменшення використання рушників чи зміна поведінки щодо води та енергії.

Для готелів, що отримують цей сертифікат, це означає не тільки екологічну відповідальність, але й підвищення привабливості для екологічно свідомих мандрівників.

Сертифікація Green Key допомагає закладам підвищити свою репутацію серед екологічно свідомих споживачів і додатково сприяє зниженню витрат завдяки енергоефективним та водозберігаючим технологіям. Вона також служить підтвердженням зобов'язань бізнесу щодо сталого розвитку і відповідає міжнародним стандартам[28].

Станом на 2024 рік в Україні сертифікат Green Key отримали 8 готелів, які дотримуються високих стандартів сталого розвитку. До списку входять:

1. Radisson Blu Resort Bukovel (Буковель).
2. Radisson Blu Hotel Kyiv (Київ).
3. Hotel Ibis City Center (Київ).
4. Hotel City Park (Київ).
5. Hotel Radisson Blu Podil (Київ).
6. Hotel Holiday Inn Kyiv (Київ).
7. Hotel Hilton Kyiv (Київ).

8. Hotel Reikartz Polyana (Закарпаття)[56].

Ці готелі активно впроваджують заходи з енергоефективності, зменшення відходів, раціонального використання води та сприяють екологічній обізнаності серед персоналу та гостей, готелі дотримуються строгих екологічних стандартів, включаючи управління ресурсами, мінімізацію відходів, а також підтримують соціальні ініціативи. Реалізація цих цілей не лише допомагає досягти сталого розвитку, але й підвищує репутацію готелів і ресторанів, залучає екологічно свідомих гостей і сприяє довгостроковій прибутковості.

Концепція Zero Waste – це концепція, що спрямована на мінімізацію відходів до нуля. Її мета полягає в тому, щоб максимально використовувати ресурси і зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. У рамках Zero Waste відмовляються від одноразових матеріалів, переробляють відходи, підтримують принципи сталого споживання та виробництва. В Україні концепція Zero Waste поступово стає популярною серед окремих бізнесів, громадських організацій та активістів. Вона охоплює такі аспекти:

1. Зменшення відходів – готелі, ресторани та інші установи активно працюють над мінімізацією використання одноразових предметів (пластикових пляшок, посуду тощо). У цьому процесі важливе місце займає переробка та повторне використання матеріалів.
2. Підтримка екологічних ініціатив – бізнеси, як у сфері готельного та ресторанного сервісу, так і в повсякденному житті, впроваджують стратегії, що сприяють економії ресурсів (води, енергії), наприклад, використання енергозберігаючих технологій та сортування відходів.
3. Освітні та інформаційні програми – в Україні проводяться заходи для навчання підприємців і громадян принципам Zero Waste, включаючи спеціалізовані тренінги, форуми і майстер-класи.

Zero Waste в Україні охоплює багато різних аспектів екологічного руху, від зменшення використання пластику до створення культурних змін, спрямованих на збереження довкілля. З кожним роком все більше

українських готелів, ресторанів і кафе переходять на практики, що підтримують принципи сталого розвитку та «нульових відходів»[30].

В Україні готелі та ресторани активно впроваджують принципи *Zero Waste*, тобто прагнуть до зменшення відходів та сталого розвитку. Ось деякі приклади:

1. Cubby Hotel у Львові: Цей готель активно працює над зменшенням відходів і заощадженням ресурсів. Вони запровадили низький витрат води, використовують водозберігаючі сантехнічні пристрої, заощаджують електроенергію, а також підтримують місцевих постачальників продуктів.
2. Premier Hotel Dnister у Львові: Готель активно сортує відходи, використовує органічні продукти і заохочує своїх гостей до мінімізації використання одноразових предметів. Також планується впровадження багаторазового посуду та інших ініціатив з нульовим відходом.
3. Ресторани, такі як Тасо Тасо Таqueria в Києві, вже використовують багаторазовий посуд, закупають продукти у великих кількостях для зменшення логістичних витрат і займаються сортуванням відходів.

Ці заклади активно працюють над зменшенням свого впливу на навколишнє середовище та надають приклад іншим бізнесам у галузі гостинності.

Година Землі в Україні є важливим екологічним заходом, до якого активно долучаються готелі, ресторани та інші підприємства сфери гостинності. Цей захід, що проходить щорічно в останню суботу березня, є не лише символом підтримки глобальних ініціатив зі зміни клімату, а й практичним способом зменшити споживання енергії та підвищити екологічну свідомість. Сфера гостинності підтримує Годину Землі, наприклад Premier Palace в Києві – активно підтримує Годину Землі, проводячи різноманітні екологічні заходи серед своїх гостей і персоналу. Готель також регулярно впроваджує програми щодо скорочення споживання енергії та води; Radisson Blu Kyiv – цей готель не лише вимикає світло під час Години Землі, але й активно працює над впровадженням сталих практик

у свою діяльність, таких як енергозбереження та сортування відходів; Restoran «Tandoor» в Києві також активно долучається до акцій з підтримки екології та бере участь у заходах, спрямованих на збереження довкілля.

Година Землі в Україні стає не лише значущим еко-актом, але й інструментом для підвищення свідомості як серед громадян, так і серед бізнесу, в тому числі у сфері гостинності.

На сьогодні все більше готелів використовують органічні та натуральні миючі засоби для прибирання:

1. Натуральні миючі засоби для підлоги і поверхонь. Склад: на основі натурального мила, екстрактів рослин (ромашка, календула), лимонної кислоти. Приклади використання: для очищення плитки, ламінату, дерев'яних поверхонь. Переваги: біорозкладність, відсутність агресивних хімічних компонентів.
2. Засоби для миття скла. Склад: вода, етиловий спирт із рослинної сировини, оцтова кислота, ефірні олії (лимон, лаванда). Приклади використання: для вікон, дзеркал, скляних перегородок. Переваги: безпечні для шкіри, ефективні проти пилу і плям.
3. Засоби для чищення ванної кімнати. Склад: лимонна кислота, сода, ефірні олії чайного дерева (антисептична дія). Приклади використання: для миття сантехніки, кахлів, душових кабін. Переваги: усунення нальоту без використання агресивних кислот.
4. Екологічні засоби для прання. Склад: натуральне мило, екстракт милячки лікарської (природного піноутворювача), сода, ефірні олії. Форма: порошки, гелі або капсули. Переваги: безпечні для алергіків, мінімальний вплив на довкілля.
5. Засоби для дезінфекції. Склад: спиртовий розчин на основі етанолу, екстрактів рослин із природними антибактеріальними властивостями (чайне дерево, евкаліпт). Приклади використання: дезінфекція поверхонь, ручок, столів. Переваги: безпека для людей і домашніх тварин, ефективність проти бактерій та вірусів.

- 6.Натуральні ароматизатори та освіжувачі повітря. Склад: вода, ефірні олії (цитрус, м'ята, лаванда), спирт. Форма: спреї, аромапалички. Переваги: без синтетичних ароматизаторів і алергенів.
- 7.Компостовані та багаторазові інструменти для прибирання. Матеріали: мопи, серветки та губки з бамбука, целюлози або конопляних волокон. Функціонал: підходять для багаторазового використання та біорозкладання після утилізації.

Ми дослідили ринок українських виробників екологічних засобів:

- 1.DeLaMark. Пропонують екологічні мийні засоби, пральні порошки та дезінфектанти. Сертифікати: EcoLabel, Cruelty-Free.
- 2.Biosphere Professional. Екологічна лінійка для готелів та бізнесу, включаючи засоби для дезінфекції.
- 3.EcoMist. Натуральні спреї для скла, поверхонь, ванних кімнат.
- 4.Organics. Засоби для прання, миття посуду та універсальні мийні засоби з органічними компонентами.
- 5.Green Max. Екологічно чисті засоби для прибирання з біорозкладним складом.

На сьогодні екологічні інновації для готелю стають важливим елементом розвитку індустрії гостинності, де гості все більше звертають увагу на екологічну відповідальність закладів. Впровадження таких інновацій не лише допомагає знижувати негативний вплив на навколишнє середовище, а й дозволяє зберігати ресурси, зменшувати витрати та підвищувати репутацію готелю серед свідомих споживачів. На рис. 3.1 нами згруповано та запропоновано екологічні інновації для готелів.

Сфера застосування	Екологічна інновація
Прибирання номерного фонду	– застосування миючих засобів, які мають екологічні сертифікати – за можливості виконувати щоденне прибирання без застосування побутової хімії
Зручності в готелі	– встановлення сенсорних змішувачів для умивальників
Харчування	– придбання екологічної сировини та готових продуктів у місцевих виробників – закупівля розхідних матеріалів в натуральній упаковці – адаптувати меню для вегетаріанців – використання картонного одноразового посуду
Транспорт	– впровадження використання електротранспорту для проведення екскурсій містом
Утилізація відходів	– розміщення у готельних номерах декількох корзин з відповідним маркуванням для сортування сміття
Маркетинг	– впровадження у готелі екологічного тарифу за розміщення за умови використання гостями власних рушників та косметичних засобів – використання дифузорів передбачених систем настінних кріплень (відмова готелю від одноразової косметики)

Рис. 3.1. Рекомендовані екологічні інновації для готелів

Отже, екологізація стає важливим фактором у визначенні репутації готелів. В умовах зростаючого попиту на відповідальне споживання та сталий туризм, такі заклади стають привабливими для екологічно свідомих мандрівників, які прагнуть залишити мінімальний слід на планеті під час своїх подорожей. Програмами з енергозбереження, використанням екологічно чистих засобів для прибирання та організацією екологічних активностей для гостей готелі створюють більш зелений імідж, що допомагає не лише зберігати ресурси, але й залучати нових клієнтів. Сфера гостинності, прагнучи до сталого розвитку, також активно працює над інтеграцією екологічних рішень у кожен аспект діяльності – від проектування будівель до вибору продуктів і послуг, що пропонуються гостям. Таким чином, екологізація гостинності вже стала не просто модним трендом, а необхідною частиною розвитку туризму та бізнесу в умовах сучасних екологічних викликів.

3.3. Безбар'єрність в гостинності в умовах сьогодення

Безбар'єрність у готелях – це створення умов, які забезпечують зручний і безпечний доступ до послуг для всіх гостей, включаючи людей з інвалідністю, сім'ї з дітьми, осіб похилого віку та інших категорій. Це концепція, що передбачає усунення фізичних, інформаційних і сервісних бар'єрів у готельній інфраструктурі.

У сфері гостинності під час війни безбар'єрність є важливим елементом для забезпечення комфортного проживання та підтримки людей, які постраждали внаслідок бойових дій, зокрема внутрішньо переміщених осіб (ВПО), поранених ветеранів та їхніх сімей. Це включає інтеграцію фізичної, психологічної та соціальної доступності в готельній інфраструктурі[26].

Основним нормативним актом, що встановлює вимоги щодо інклюзивного життєвого простору з метою забезпечення доступності будівель і споруд є ДБН В.2.2-40:2018 «Будинки і споруди. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення». Зазначені державні будівельні норми набули чинності з 01 квітня 2019 року. Норми поширюються на проектування, будівництво нових та реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення існуючих житлових будинків та громадських будівель і споруд, а також розумне їх пристосування з урахуванням потреб мало мобільних груп населення[10].

Незважаючи на суттєву законодавчу підтримку питання створення безбар'єрного середовища в місті Кам'янець-Подільський залишається невирішеним. На обліку в Департаменті соціального захисту населення перебуває 272 особи з інвалідністю, 133 особи з ураженням опорно-слухового апарату, які пересуваються кріслами колісними. З метою забезпечення безперешкодного доступу мало мобільних груп населення проводяться заходи із здійснення капітального та поточного ремонтів доріг загального користування з пристосованими пішохідними переходами,

тротуарів, внутрішньо кварталних доріг та вимощень біля житлових будинків. Станом на 2023 рік на території міста облаштовано 15 зон для паркування автомобілів та інших транспортних засобів, якими керують особи з інвалідністю та особи, які перевозять осіб з інвалідністю, з відповідними позначками, прийнятими у міжнародній практиці, дорожніми знаками, нанесено відповідною розміткою та маркуванням – зображенням людини на візку. Всього у вказаних зонах місць для паркування автомобілів – 34 одиниці. 24 перехрестя оснащені світлофорними об'єктами, з яких: 4 облаштовано пристроями звукового сигналу для безпечного пересування осіб з вадами зору; 5 – із зворотнім відліком часу для пішоходів, 23 – із зворотнім відліком часу для автомобільного транспорту. На території міста влаштовано 591 пандус вуличної інфраструктури (пониження тротуарів, з'їзди). Формальна наявність пристосувань не гарантує можливості потрапити до тієї чи іншої точки призначення. Ряд будівель за закладів обладнані пандусами, якими неможливо скористатися. Майже на всіх адміністративних будівлях відсутні написи шрифтами Брайля для незрячих, в приміщеннях відсутні піктограми (спеціальні позначення) для мало мобільних груп населення.

14 квітня 2021 року Кабінетом міністрів України було схвалено «Національну стратегію із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року», яка передбачає усунення бар'єрів у різних напрямках. Метою Стратегії є створення безперешкодного середовища для всіх груп населення, забезпечення рівних можливостей кожній людині реалізовувати свої права, отримувати послуги нарівні з іншими. Відповідно до стратегії Кам'янець-Подільська міська рада затвердила Програму забезпечення безперешкодного доступу мало мобільних груп населення для об'єктів соціальної та інженерно-транспортної інфраструктур на території Кам'янець-Подільської міської територіальної громади на 2023-2027 роки. Програмою передбачено:

- з'їзди для людей з особливими потребами, матусь з візочками
- тактильну плитку на пішохідних переходах, автобусних зупинках

- «соціальне таксі» для перевезення осіб з інвалідністю
- встановлення ліфту в міській лікарні
- місця для паркування автомобілів людей з інвалідністю
- озвучення зупинок та номерів маршрутів у громадському транспорті та багато іншого[42].

На початку 2024 року для платформи Дія. Освіта було презентовано серіал «Безбар'єрність у галузі гостинності». Цей освітній серіал створено з ініціативи Мінцифри та управління туризму та курортів Львівської облдержадміністрації для платформи Дія.Освіта з метою підвищення рівня надання сервісних послуг у туризмі для осіб з інвалідністю. Гостинність без бар'єрів – це Довідник зі створення безбар'єрного середовища у закладах HoReCa. Цей Довідник розроблено на основі чинних державних будівельних норм з інклюзивності та кращих світових практик доступності у туристичній сфері. Він містить усю необхідну інформацію для створення безбар'єрного середовища в готелях, ресторанах, кав'ярнях та інших закладах, що формують міську інфраструктуру гостинності[8].

В Україні працює чат-бот «Доступно!». Цей цифровий сервіс створений для людей з інвалідністю, пенсіонерів та батьків з дітьми, усіх маломобільних груп населення. За допомогою нього можна знайти найближчі безбар'єрні локації. Чат-ботом можна скористатися у Telegram та Viber. Його навігація автоматично підбирає безбар'єрні об'єкти, орієнтуючись на геолокацію, яку можна ввести вручну або поділитися нею автоматично.

У переліку безбар'єрних об'єктів, про які можна дізнатись за допомогою сервісу:

- переходи і світлофори;
- Заклади освіти й охорони здоров'я;
- аптеки;
- укриття;
- держустанови;

- парки і сквери;
- кафе й ресторани;
- ігрові та спортивні майданчики;
- торгові центри й магазини.

Наразі у чат-боті висвітлена інформація не про всі доступні локації, цей перелік розширюватиметься поступово.

У нашій громаді розроблено сайт «Безбар'єрний Кам'янець», який створений для маломобільних верст населення, щоб показати доступність у нашому місті. Щоб люди почувалися вільно та повноцінними членами суспільства. Реалізовано в рамках ініціативи SPRINT за підтримки Українського Червоного Хреста та Данського Червоного Хреста. На сайті розміщено безбар'єрні об'єкти нашого міста. У додатку в місті Кам'янець-Подільський представлено такі готелі:

Готельний комплекс Тарас Бульба, вулиця Старобульварна, 6;

Art House Hostel, вулиця Зарванська, 18;

Готель Оптіма Колекція, вулиця Старобульварна 2[2].

У додатку представлено також кафе та ресторани (Додаток Б).

Таблиця 3.2

Ключові аспекти, які варто врахувати в обслуговування людей з обмеженими можливостями

Аспекти	Готелі	Ресторани
Доступність приміщень	Наявність пандусів, ліфтів, широких дверей, спеціально обладнаних адаптованих номерів.	Наявність пандусів, широких дверей, столів із можливістю під'їзду інвалідного візка.
Санітарні зони	Ванні кімнати з поручнями, душові кабінки без порогів, кнопки екстреного виклику.	Санвузли з поручнями, просторі кабінки, кнопки екстреного виклику.
Навігація	Тактильні покажчики, шрифт Брайля, звукові та візуальні індикатори.	Меню шрифтом Брайля, доступні позначки для людей із порушеннями зору.
Персонал	Навчання персоналу роботі з людьми з обмеженими можливостями, готовність допомогти.	Тренінги для офіціантів щодо взаємодії з клієнтами з особливими потребами.

Аспекти	Готелі	Ресторани
Технології	Кнопки виклику допомоги, електронні пристрої для комунікації, адаптивні гаджети.	Інтерактивні меню, пристрої для замовлення без допомоги персоналу.
Парковка	Спеціально виділені місця біля входу, зручний під'їзд.	Парковка для людей з обмеженими можливостями біля закладу.
Доступ до послуг	Онлайн-бронювання зі спеціальними налаштуваннями для осіб із особливими потребами.	Онлайн-замовлення із можливістю вибору місця з доступом для інвалідного візка.
Комунікація	Текстові інструкції, перекладач жестової мови, багатомовність.	Меню з великим шрифтом, підтримка жестової мови, мультимедійність комунікації.
Флексібільність	Індивідуальне налаштування послуг (наприклад, пізній виїзд, адаптація номера).	Готовність персоналу враховувати індивідуальні потреби, змінювати меню на запит.

Модернізація готелю для людей з інвалідністю потребує адаптації простору, обладнання та сервісів відповідно до потреб осіб з порушенням мобільності, зору, слуху та інших фізичних обмежень. Основна мета – забезпечити доступність. Підготовка інклюзивного номера для гостей з інвалідністю в готелі потребує врахування важливих аспектів, щоб забезпечити комфорт і безпеку. Нами згруповано та запропоновано основні рекомендації для готелів:

1. Архітектурна доступність

- встановити пандуси зі спеціальним покриттям (не слизькі, із поручнями).
- облаштувати широкі дверні отвори (не менше 90 см) для доступу в номер і ванну кімнату
- встановити ліфти, адаптовані для людей на кріслах колісних (низьке розташування кнопок, тактильна нумерація із звуковими повідомленнями).
- обладнати паркувальні місця для автомобілів людей з інвалідністю.
- оснастити сходи поручнями з обох боків (нержавіюча сталь або пластик із покриттям проти ковзання).
- забезпечити зручне розташування меблів, щоб уникнути перешкод.

- облаштувати вхід до номера без порогів або з низьким порогом (максимум 2 см);
- забезпечити металеві або гумові накладки для пандусів.
- встановити знаки та таблички, що вказують на доступні маршрути.

2. Адаптація номерів

- облаштувати номери для людей з інвалідністю (щонайменше 10% загальної кількості номерів у готелі);
- забезпечити достатньо простору для маневрування інвалідного візка;
- встановити низько розташовані меблі та регульовані полиці;
- оснастити ванні кімнати душовими без піддонів, поручнями та сидіннями для душу;
- забезпечити регульовану висоту душу;
- встановити умивальники, розташовані на зручній висоті для людей у візку (70-85 см);
- забезпечити антиковзке покриття підлоги;
- забезпечити ліжка стандартної висоти (50-60 см) з місцем для під'їзду візка з боків;
- встановити спеціальні ручки або поручні для підйому з ліжка (за потреби);
- облаштувати кнопки екстреного виклику (в спальні та ванній кімнаті);
- забезпечити вмикачі, розетки та регулятори на висоті 40-120 см;
- надати доступний телефон або інший засіб зв'язку;
- забезпечити телевізори з субтитрами та функцією аудіоопису.

3. Доступність громадських зон

- облаштувати рецепцію із зниженою стійкою для зручності людей на кріслі колісному;
- обладнати ресторани столами з достатньою висотою для під'їзду крісла колісного;
- забезпечити доступність басейнів за допомогою спеціальних підйомників;

- встановити тактильну плитку для маркування маршрутів у громадських зонах;
- забезпечити індукційними петлями для людей із порушенням слуху.

4. Інформаційна доступність

- забезпечити інформування гостей зрозумілою мовою з використанням іконок;
- оснастити рельєфні вказівники тактильною інформацією (шрифтом Брайля);
- впровадити мобільний додаток або вебсайт із функціями аудіоопису та доступу для людей із вадами зору;
- встановити інформаційні екрани з функцією зміни кольорової схеми для слабозорих;
- облаштувати озвучувані системи навігації (наприклад, звукові маячки);
- надавати інформацію про номер та послуги в доступних форматах (шрифт Брайля, великий шрифт).

5. Підготовка персоналу

- провести тренінги з етики обслуговування людей з інвалідністю;
- забезпечити працівників інформацією про доступність готелю та його можливості;
- впроваджувати навчальні матеріали (посібники, відеоуроки);
- забезпечити працівників уніформою з кишенями для носіння комунікаційних пристроїв (наприклад, планшетів для перекладу жестовою мовою).

6. Екстрена безпека

- забезпечити доступність планів евакуації в тактильному форматі;
- оснастити кімнати та громадські зони сигналізацією для людей з порушенням слуху та зору (світлозвукові сигналізатори пожежі);
- встановити комплекти тактильних планів евакуації;
- забезпечити аптечками першої допомоги, які доступні для осіб із порушенням рухливості.

7. Додаткові послуги

- надання крісла колісного, якщо є запит;
- послуги асистента (за попереднім замовленням);
- інструктажі персоналу щодо роботи з гостями з різними видами інвалідності[8, 10].

Модернізація готелю з урахуванням цих рекомендацій не лише підвищить його доступність для гостей із інвалідністю, але й створить репутацію соціально відповідального бізнесу, залучаючи ширшу аудиторію клієнтів.

Нами запропоновано план інклюзивного номера для осіб з інвалідністю з дотриманням будівельних норм (Додаток В).

Отже, зазначимо, що відповідність інфраструктури сфери гостинності до норм безбар'єрності має набути масовості, оскільки воєнні дії зумовили збільшення травмованих людей. Запропоновано рекомендації для модернізації готелю та план інклюзивного номера для осіб з інвалідністю з дотриманням будівельних норм. Дослідивши додаток «Безбар'єрний Кам'янець» відмітимо, що ситуація в місті Кам'янець-Подільський потребує змін на користь розбудови доступного середовища. Саме вдосконалення розвитку безбар'єрності на підприємствах сфери гостинності є важливою в умовах сьогодення частиною в туристичній діяльності, так як люди з обмеженими можливостями зможуть зупинятися в нашому місті без обмежень у доступі, а саме це сприятиме підвищенню свідомості суспільства про потреби та права людей з обмеженими можливостями. А безбар'єрність гостинності в умовах війни є не лише про комфорт, але й про психологічну та фізичну реабілітацію, інтеграцію постраждалих у суспільство. Впровадження рекомендованих нами пропозицій допоможе готелям нашого міста стати більш сучасними, доступними та конкурентними.

Висновки до розділу 3

Індустрія гостинності є динамічною галуззю, яка чутливо реагує на глобальні виклики та тенденції. Основними перспективами розвитку цієї галузі можна визначити наступним чином: діджиталізація та інновації; зміна уподобань споживачів; екологічна стійкість та соціальна відповідальність; глобалізація та локалізація одночасно; нові формати готелів та ресторанів

Екологізація гостинності – це один із найважливіших трендів останніх років, який відображає глобальне прагнення до збереження навколишнього середовища та сталого розвитку. Готелі, ресторани, туристичні компанії та інші підприємства сфери гостинності активно впроваджують екологічні практики з метою зменшення впливу на природу та ресурсозбереження. Цей тренд відображає зростаючі потреби клієнтів у більш відповідальному та усвідомленому підході до екології, а також підтримку підприємствами глобальних ініціатив, таких як зниження викидів CO₂, збереження води, переробка відходів і використання відновлювальних джерел енергії.

На сьогодні екологічні інновації для готелю стають важливим елементом розвитку індустрії гостинності, де гості все більше звертають увагу на екологічну відповідальність закладів. Впровадження таких інновацій не лише допомагає знижувати негативний вплив на навколишнє середовище, а й дозволяє зберігати ресурси, зменшувати витрати та підвищувати репутацію готелю серед свідомих споживачів.

У сфері гостинності під час війни безбар'єрність є важливим елементом для забезпечення комфортного проживання та підтримки людей, які постраждали внаслідок бойових дій, зокрема внутрішньо переміщених осіб (ВПО), поранених ветеранів та їхніх сімей. Це включає інтеграцію фізичної, психологічної та соціальної доступності в готельній інфраструктурі.

Модернізація готелю для людей з інвалідністю потребує адаптації простору, обладнання та сервісів відповідно до потреб осіб з порушенням мобільності, зору, слуху та інших фізичних обмежень. Основна мета –

забезпечити доступність. Підготовка інклюзивного номера для гостей з інвалідністю в готелі потребує врахування важливих аспектів, щоб забезпечити комфорт і безпеку.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження визначено теоретичні засади розвитку індустрії гостинності, аналіз тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу України та шляхи розвитку індустрії гостинності України в сучасних умовах.

В ході проведення даного дослідження було досягнуто мету та виконано ряд завдань. Завдяки цьому можна сформулювати наступний перелік висновків:

1. Дослідили визначення «гостинності» сформоване авторами як закордонними, так і українськими, та визначено, що «гостинність» як поняття досить складне та потребує наступних досліджень та уточнень. Ми розглянули дане поняття з виробничо-економічної, культурної, моральної, соціальної наукових позицій та зробили висновок, що гостинність – це всі послуги, які надані гостю для задоволення його потреб та отримання позитивних вражень. Гостинності притаманні давні традиції світової культури, які відображають специфічні культурні риси різних народів та епох, які утілено в типах засобів розміщення. Виокремили чотири основні етапи еволюції сфери гостинності. Розглянуто характеристику складових гостинності у готельно-ресторанній сфері, такі як персонал, сервіс, атмосферу, інноваційні технології, продукт/послугу, безпеку.
2. Визначили тренди гостинності, які формують індустрію гостинності в напрямку більш персоналізованого, екологічного та технологічно просунутого досвіду для клієнтів, що ставить нові виклики та можливості для готельного та ресторанного бізнесу. Загалом, індустрія гостинності сьогодні більше, ніж будь-коли, зосереджена на інноваціях, сталому розвитку та індивідуальних потребах клієнтів. Ці тренди пропонують нові можливості для бізнесу в цій галузі. Тренд є важливим інструментом для розуміння і прогнозування змін у різних сферах життя. Він відображає не лише поточний стан речей, але й напрямок, у якому можуть розвиватися події, поведінка людей та технології, що дозволяє бізнесу, урядам та іншим інституціям своєчасно реагувати на зміни.

3. Розглянули інновації сфери гостинності, які є стратегічним інструментом для бізнесу, дозволяючи компаніям адаптуватися до змін, залишатися конкурентоспроможними і створювати нові ринки. Успіх сучасних компаній базується на інноваціях, що стали ключовими елементами їх бізнес-стратегії. Проте впровадження інновацій має свої виклики. Це високий рівень ризику, значні витрати, потреба в глибоких знаннях і вміннях. Незважаючи на це, інновації залишаються основним драйвером змін у сучасному світі, здатним трансформувати уявлення про межі можливого. Інновації допомагають оптимізувати процеси, підвищити лояльність клієнтів і знизити операційні витрати, створюючи при цьому екологічно стійкий і технологічно розвинений продукт.

4. Проаналізували готельний та ресторанний бізнес України, визначили, що досить непоганим показником є завантаженість номерного фонду в Україні, так як вона дещо вирівнялась (діапазон 34-38%, а таких областях як Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська, показник перевищує 60-70%. Суттєвий ріст визначається в готелях під керівництвом національних операторів, таких як Ribas Hotels та Optima Hotels, наприклад у Вінниці, Хмельницькому, Львові та інших регіонах. Визначено, за найбільшими мережами в Україні передують Optima Hotels (64 готелі), Ribas Hotels (21 готель), Premier Hotels and Resorts (11 готелів) Спостерігається поступове збільшення в динаміці також чисельність міжнародних готелів (серпень 2022 року – Best Western Plus Market Square Lviv. Максимальна кількість готелів серед закордонних ланцюгів – Accor (9 готелів) та Radisson (5 готелів). Через війну кілька українських мереж готелів розширили свою діяльність на міжнародному ринку. А саме, Reikartz – Казахстан, Узбекистан, Грузія. Premier Hotels – Угорщина. Ribas Hotels – Польща, Молдова, Індонезія (о.Балі).

Визначено, що з початку 2022 року було закрито майже 7 тисяч (більше 3 тисяч – це кафе та ресторани). Найбільше постраждали східні та південні області, Донецька, Запорізька Харківська та Миколаївська. підприємства

даної сфери все таки зуміли пристосуватись та вижити в даних умовах, тобто умовах воєнних дій. Тому у Львівській, Хмельницькій, Чернівецькій та Закарпатських областях за 2022-2023 роки було відкрито майже 2000 нових закладів харчування. У 2022 році загальна кількість ресторанів та кафе зменшилася на 9 %. Але вже за 2023 та перший квартал 2024 року ситуація почала суттєво покращуватись, так як кількість закладів збільшилась на 15% в порівнянні з 2022 роком, але зрозуміло, що відвідуваність закладів не була такою, як до війни. Досліджено, що у кафе та ресторанах України за друге півріччя 2023 року середній чек збільшився на 18% відповідно до показника цього самого періоду 2022 року. На витрати споживачів вплинуло підвищення собівартості, а також цін на продукти харчування. Основою здорожчання стало послаблення позиції гривні на ринку валюти.

5. Дослідили цифровізацію сфери гостинності, яка сприяє інтеграції систем управління та автоматизації бізнес-процесів. Готелі використовують спеціалізовані системи для моніторингу доходів, управління номерами та забезпечення клієнтського досвіду, які дозволяють організувати ефективний процес бронювання, надавати доступ до онлайн-оплати та звітності, а також забезпечувати високий рівень персоналізації. Відносно ресторанів, нові технології змінили підхід до замовлення і обслуговування. Ресторани використовують POS-системи, що не тільки спрощують облік замовлень, а й дозволяють аналізувати переваги клієнтів, адаптувати меню в реальному часі і знижувати помилки в замовленнях. Інноваційні POS-системи також підтримують зв'язок з клієнтами через мобільні додатки, надаючи їм можливість отримувати спеціальні пропозиції та знижки. Цифровізація в індустрії гостинності також дає можливість збирати великий обсяг даних, які можна використовувати для покращення якості обслуговування. Аналізуючи поведінку користувачів, компанії можуть персоналізувати послуги, що робить досвід клієнтів більш задоволеним і лояльним. Тому цифровізація стала не просто трендом, а необхідністю для сучасної індустрії гостинності.

6.Визначили, що післявоєнний розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні має великий потенціал, проте цей процес буде довгим та складним. Важливими факторами для успішного відновлення є залучення міжнародних інвестицій, відновлення інфраструктури, кадрові ресурси, а також використання нових екологічних і сталих підходів у розвитку туристичного бізнесу. Виділено основні проблеми та перспективи готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни. Проведений нами SWOT-аналіз відображає ключові фактори, що впливають на перспективи відновлення та розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні після війни. Розуміння цих аспектів допоможе ефективніше планувати стратегії розвитку галузі.

7.Визначили основні ЦСР, які застосовуються в індустрії гостинності. Розглянули міжнародна сертифікацію Green Key для готелів і туристичних підприємств. Виявили, що станом на 2024 рік в Україні сертифікат Green Key отримали 8 готелів, які дотримуються високих стандартів сталого розвитку. Розглянули концепцію Zero Wast, як концепцію, яка спрямована на мінімізацію відходів до нуля. Її мета полягає в тому, щоб максимально використовувати ресурси і зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Відмітили, що Година Землі в Україні є важливим екологічним заходом, до якого активно долучаються готелі, ресторани та інші підприємства сфери гостинності. Дослідили ринок українських виробників екологічних засобів, визначили їх склад та сертифікацію. Запропоновано екологічні інновації для готелів. Впровадження таких інновацій не лише допомагає знижувати негативний вплив на навколишнє середовище, а й дозволяє зберігати ресурси, зменшувати витрати та підвищувати репутацію готелю серед свідомих споживачів.

8.Обґрунтували, що відповідність інфраструктури сфери гостинності до норм безбар'єрності має набути масовості, оскільки воєнні дії зумовили збільшення травмованих людей. Запропоновано рекомендації для модернізації готелю та план інклюзивного номера для осіб з інвалідністю з

дотриманням будівельних норм. Дослідивши додаток «Безбар'єрний Кам'янець» відмітимо, що ситуація в місті Кам'янець-Подільський потребує змін на користь розбудови доступного середовища. Саме вдосконалення розвитку безбар'єрності на підприємствах сфери гостинності є важливою в умовах сьогодення частиною в туристичній діяльності, так як люди з обмеженими можливостями зможуть зупинятися в нашому місті без обмежень у доступі, а саме це сприятиме підвищенню свідомості суспільства про потреби та права людей з обмеженими можливостями. А безбар'єрність гостинності в умовах війни є не лише про комфорт, але й про психологічну та фізичну реабілітацію, інтеграцію постраждалих у суспільство. Впровадження рекомендованих нами пропозицій допоможе готелям нашого міста стати більш сучасними, доступними та конкурентними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. URL: <http://spilka-aigu.blogspot.com/>
2. «Безбар'єрний Кам'янець». URL: <https://bezbarier-kp.com/>
3. Безручко Л. С., Білоус С. В., Філь М. І. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2023. № 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2145/2074>
4. Вони повернуться? Чи бачать воєнні біженці своє майбутнє в Україні і що робить для цього влада. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/bizhentsi-povernennia-maibutnie/33090865.html>
5. В Україні зростає кількість готелів та хостелів, внутрішній туризм сприяє розвитку індустрії – дослідження. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-zrostaе-kilkist-goteliv-ta-khosteliv-vnutrishniy-turizm-e-drayverom-rozvitku-industrii-doslidzhennya-03102024-23985>
6. Гузар У. Особливості та перспективи розвитку індустрії гостинності в Україні. Голод А., Паска М., Петришин Н., Тесля О., Тихоновський М. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. (2024). 3(56), 410-422. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.56.2024.4371>
7. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. О. А. Ніколайчук, Н. С. Приймак, О. А. Сімакова, А. В. Слащева, Ю. А. Горайнова, Ю. М. Коренець, О. А. Боднарук, О. А. Пусікова, Є. Г. Клевцов; ред. О. А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2504/1/2022_NP_Nikolaichuk_Hotelnorestoranniy%20busniss.pdf
8. Гостинність без бар'єрів. Довідник зі створення безбар'єрного середовища у закладах HoReCa. Київ, 2023. 180 с.
9. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.

- 10.ДБН В.2.2-40:2018 «Будинки і споруди. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення». [Текст]. Видання офіційне. Чинний від 01.04.19. Київ.: Мінрегіон. 2018. 64 с.
- 11.Динаміка відвідуваності закладів в 2022-2023 роках. URL: <https://horeca-ukraine.com/dinamika-vidviduvannosti-zakladiv-v-2022-2023-rokah/>
- 12.Єгупова І. М. Індустрія гостинності: поняття, склад та місце у сфері послуг. Економіка та суспільство. 2021. № 29. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-50>
- 13.«Заклади зараз – єдине місце, куди українці можуть витратити гроші»: як розвивається ресторанний бізнес під час повномасштабної війни. Наш Київ. 2023. URL: <https://nashkiev.ua/eat/zakladi-zaraz-edine-mistse-kudiukraintsi-mozhut-vitrachati-groshi-yak-rozvivaetsya-restorannii-biznes-pid-chaspovnomasshtabnoi-viini>
- 14.Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у HORECA. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomubiznesi-vprovadzhennya-tehnologij-u->
- 15.Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. URL: <https://newfood.media/2022/01/27/innovatsiyni-tekhnohii-u-sferirestorannoho-biznesu/>
- 16.Кіш Г. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 6 (12). С. 65-77. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/52251>
- 17.Коваленко Н. О. SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економіка та суспільство. 2024. № 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3613/3544>
- 18.Качак К.Б. Аналіз тенденцій як наукова проблема в літературознавчих студіях. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71) № 1 Ч. 1 2021. С. 272-279.

19. Кохан М. О., Бірюкова Ю. А., Шпарик Я. Я. Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України у часи невизначеності та швидких змін. Економіка та суспільство. 2023. № 57. С. 31-38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3155>
20. Кошова Б. Сучасні виклики ресторанного бізнесу в Україні з врахуванням умов війни та вимог суспільства. Development Service Industry Management. 2024. №3, С. 179-183. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(26\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(26))
21. Красномовець В.А., Трачук А.М. Теоретичні підходи до визначення поняття «тренд» у галузі туризму. ВІСНИК ХНТУ № 3(82). 2022. С. 166-172.
22. Кушнірук В. С., Величко О. В., Коваль О. Д. Управління бізнес-процесами в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2023. № 47. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14223/1/2157-2081-1-10-20230306.pdf>
23. Кушнірук В. С., Денищенко Л. В. Готельно-ресторанна індустрія: сучасний стан та перспективи розвитку. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2023. № 38. С. 58-62. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/38-2023/kushniruk.pdf>
24. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Журнал європейської економіки. 2015. Том 14 (№ 3). С. 273-286. URL: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/830>
25. Марусей Т. В. Еко-інноваційна концепція сфери гостинності. Захист і відновлення екологічної рівноваги та забезпечення самовідновлення екосистем: колективна монографія; за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2023. С. 155-165.
26. Марусей Т.В. Доступність в сфері туризму та гостинності. Проблеми, пріоритети та перспективи сталого розвитку в ХХІ столітті: матеріали XVI міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. С. 254-256. <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7482/Problemy->

priorytety-ta-perspektyvy-staloho-rozvytku-v-XXI-st-2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- 27.Марусей Т.В. Автоматизація підприємств індустрії гостинності. І міжнародна науково-практична конференція інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю.М. Потебні ЗНУ. «Інженерні інновації та розбудова національної економіки» (режим роботи – дистанційний), 09-10 травня 2024 року, Запоріжжя. С. 1003-1007.
- 28.Марусей Т. В. Екологізація як інноваційна концепція індустрії гостинності. Стійкий розвиток сільських територій у контексті реалізації державної екологічної політики та енергозбереження: кол. моногр.; за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2021.С. 296-305.
- 29.Марусей Т. В. Оптимізація готельних та ресторанних послуг через бізнес-аналітику: виклики та можливості. Л. І. Куш, Н. М. Гоблик-Маркович. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 6. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3272>
- 30.Марусей Т. В. Імперативи еко-інноваційного розвитку готельного господарства. Ефективна економіка. 2023. № 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1300>
- 31.Марусей Т. В. Особливості функціонування готелів в Україні в умовах воєнного стану. Агросвіт. 2023. № 12. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/1657>
- 32.Марусей Т. В. Пріоритети розвитку digital-маркетингу готельного бізнесу. Економіка та суспільство. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/401>
- 33.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. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1407>
- 34.Моргулець О. Б., Нищенко О. В., Зінченко О. В. Впровадження аутсорсингу бізнес-процесів на підприємстві. Financial and credit activity problems of theory

- and practice. 2020. 3 (34). P. 283-292. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3025>
- 35.Нагернюк Д.В., Коваленко Л.Г. Особливості сфери гостинності: дефініція поняття «гостинність». 2021. Випуск 59. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2021/59_2021/11.pdf
- 36.Національна стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2021 р. № 366-р. URL: [www https://.kmu.gov.ua > pras](https://www.kmu.gov.ua/pras)
- 37.Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України: реалії та перспективи розвитку. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали III Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2022 року. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 154-160. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/22830>
- 38.Новоставська О. І. Міжнародний готельний бізнес в умовах глобальної нестабільності. Інтелект XXI. Світова економіка та міжнародні відносини. 2021. № 1. С. 5-9. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_1/3.pdf
39. Носирев О. Вектори розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в умовах трансформаційних процесів. Соціально-економічні проблеми і держава (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 3-16. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>
- 40.Онищук Н. В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). С. 297-304. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/48.pdf
- 41.Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. Вісник львівського університету. Серія географічна. 2016. № 50. С. 277-285. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/geography/article/view/8714/0>
- 42.Програма забезпечення безперешкодного доступу мало мобільних груп населення для об'єктів соціальної та інженерно-транспортної інфраструктур

- на території Кам'янець-Подільської міської територіальної громади на 2023-2027 роки. Кам'янець-Подільська міська рада. URL: <https://www.kam-pod.gov.ua/>
- 43.Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>
- 44.Середа Н., Піюренко І. Інноваційна діяльність в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2023. № 55. 66 URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2890>
- 45.Тарасюк Г. М., П'янков В. С. Індустрія гостинності України: становлення та розвиток. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. № 43. С. 140-143. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/43_2022ua/26.pdf
- 46.Тищенко С. Цифрові технології в індустрії гостинності . *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (7), (2021). 131-139. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.16>
- 47.Михайлов Б. Сучасні тренди у ресторанній індустрії на 2024 рік. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ecf2dd1e-3bf6-4613->
- 48.Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, № 219 від 24.07.2002., м. Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text>
- 49.Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stand-taklyuchoviy-tendentsiyi/>
- 50.Ринок кафе та ресторанів в Україні: зафіксовано зростання середнього чека на 18%. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rinok-kafe-ta-restoraniv-v-ukrayini-zafiksovano-zrostannya-serednogo-cheka-na-18>

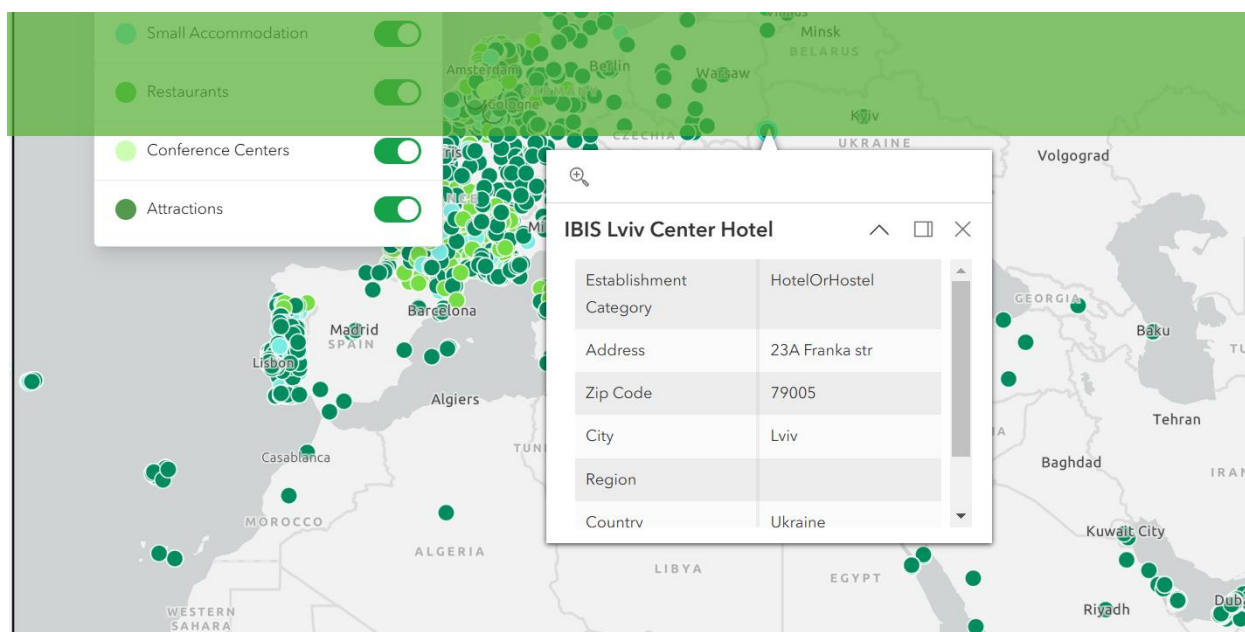
- 51.Чіков І. А. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «інновація». Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7450>
- 52.Штучний інтелект: інновації в готельному бізнесі. URL: <https://fgrib.knukim.edu.ua/home/news/shi-innovatsii-v-hotelnomubiznesi.html>
- 53.Що таке Hospitality (індустрія гостинності)? EDUSTEPS. URL: <https://edusteps.com.ua/posts/hospitality-schools/1851-sectors-of-hospitalityindustry.html>
- 54.Як змінився ресторанний ринок України у 2023 році? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/how-has-the-ukrainian-restaurant-market-changed-in-2023#skilki-zakladiv-zakrilosya-ta-vidkrilosya-pid-cas-viini>
- 55.Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster. URL: <https://forbes.ua/company/yak-zminilasya-viruchka-seredniy-chek-i-vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-u-2023-rotsi-tri-visnovki-i-devyat-infografik-z-doslidzhennya-poster-17012024-18559>
- 56.Green Key. URL: <https://www.greenkey.global/>
- 57.Marusei T. Tendencias y características del desarrollo de la industria turística Ucraniana en condiciones de guerra y perspectivas de salida a la crisis. Revista De La Universidad Del Zulia, (2024). 15(42), 407-427. <https://doi.org/10.46925//rdluz.42.23>
- 58.Marusei T. Innovative strategies and triggers for the development of the tourism and hotel-restaurant business in crisis conditions. V. Yurovchyk, T. Zubekhina. Ефективна економіка. 2023. № 9. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2172>
- 59.Marusei T., Belinska K. Blockchain as an innovative tool of tourism. Modern engineering and innovative technologies. 2021. Вип. 18, No 3. P. 38-43 DOI: 10.30890/2567-5273.2021-18-03-025

60. Noah Webster. An American dictionary of the English language. RulonMiller Books. URL: <https://www.abebooks.com/first-edition/American-dictionaryEnglish-language-containing-whole/12063492965/bd>
61. Statista. URL: <https://www.statista.com/forecasts/891187/revenue-in-thehotels-market-worldwide>
62. QR-коди для гостинного бізнесу: як використовувати + переваги. URL: <https://uk.qrcodechimp.com/maximize-profits-in-hospitality-using-qr-codes/>
63. Yalovenko O., Nyshenko O., Poliakova O., Prokopenko L., Loshchenova I., Oleksiuk O. Theoretical foundations for the development of professional competencies in education. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2022. Vol. 12, Issue 1, Special Issue XXVI. P. 151-155. URL: <http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120126/PDF/120126.pdf>
64. World Tourism Organization. Website. URL: <https://www.unwto.org/>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Сертифікація Green Key закладів гостинності в Україні (станом на листопад 2024 р.)



ДОДАТОК Б**«Безбар'єрний Кам'янець»****Список найбільш зручних «Кафе, ресторанів, кав'ярень»**

- Сімейний паб «ПАШТЕТЪ», проспект Грушевського 31/2
- Wake cup, проспект Грушевського, 31
- Coffee Room, вул. Князів Коріатовичів, 13
- Гриль-бар Beef, вул. Князів Коріатовичів, 25
- Coffee-bike, вул. Князів Коріатовичів, 46
- Coffee-bike, вулиця Соборна, 9
- Пекарня Домашні смаколики, вулиця Князів Коріатовичів, 8
- Ресторан Моменто, вулиця Данила Галицького, 13
- Coffee-bike, вулиця вул. Степана Бандери, 43
- Caramel, вулиця Драгоманова, 12/1
- Ресторан DYNASTY, вул. Провулок гімназійний 4
- Подільська ресторація Франт, вулиця Зарванська, 20
- DANIEL, площа Польський ринок, 4Г
- Berry Wine, площа Польський ринок, 3/2В
- Ратуша, площа Польський ринок, 1
- Кафе НІКА, вулиця Старобульварна, 4
- Ресторан “Old street”, вулиця Зарванська, 17
- Кафе «Ачма», вулиця Татарська, 23
- Хінкальня, вулиця Князів Коріатовичів, 9
- Кав'ярня Plato, проспект Грушевського 62а

ДОДАТОК В

**План інклюзивного номера для осіб з інвалідністю з дотриманням
будівельних норм**

