

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ, АРХЕОЛОГІЇ ТА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА

**на тему: «Шляхи розвитку індустрії гостинності як складової туристичної
галузі України»**

здобувач _____ **2** _____ **курсу** _____ **групи** _____ **ТУ-23дм**

спеціальність: _____ **242 Туризм і рекреація** _____

Сергієнко К.В.

(ПІБ здобувача)

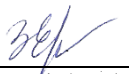


(підпис)

Керівник роботи

д.е.н., професор Зеленко О.О.

(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)



(підпис)

КИЇВ – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

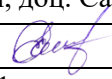
Факультет юридичний
(повне найменування факультету)

Кафедра Історії, археології та туризму
(повне найменування кафедри)

Освітній ступінь магістр
(бакалавр, магістр)

Спеціальність 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
 к. і. н, доц. Сапицька О.М.


 « 11 » жовтня 20 24 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Сергієнко Ксенія Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема роботи: «Шляхи розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі України»

керівник роботи: д. е. н., проф. Зеленко О. О.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету: від « 10 » жовтня 20 24 року № 72/14.06

2. Строк подання студентом роботи до захисту: 02.12.2024

3. Вихідні дані: дані відкритих джерел мережі Інтернет, наукова література

4. Зміст основної частини (перелік питань, які потрібно розробити):

Теоретичні засади розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі України









Сучасний стан індустрії гостинності в Україні та світі

Перспективи та шляхи розвитку індустрії гостинності в Україні

Рекомендації та практичні заходи для розвитку індустрії гостинності в Україні

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 13 таблиць, 13 рисунків

6. Консультанти розділів

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Зеленко О. О.		
Розділ 2	Зеленко О. О.		
Розділ 3	Зеленко О. О.		
Розділ 4	Зеленко О. О.		

7. Дата видачі завдання « 11 » жовтня 20 24 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз літератури	11.10.2024	виконано
2	Визначення мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження	18.10.2024	виконано
3	Дослідження теоретичних основ (розділ 1)	31.10.2024	виконано
4	Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності в Україні та світі (розділ 2)	11.11.2024	виконано
5	Визначити перспективи та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні (розділ 3)	18.11.2024	виконано
6	Формування рекомендацій та практичних заходів розвитку індустрії гостинності в Україні (розділ 4)	25.11.2024	виконано
7	Оформлення та подання роботи на кафедру	2.12.2024	виконано
8	Захист	23.12.2024	виконано

Здобувач



(підпис)

Сергієнко К.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи



(підпис)

Зеленко О.О.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Обсяг 127 с., 13 таблиць, 13 рисунків.

Ключові слова: індустрія, гостинність, туризм, розвиток, сталість, тур.

Результати дослідження: У роботі досліджено теоретичні засади індустрії гостинності, яка є ключовою складовою туристичної галузі України. Проаналізовано сучасний стан галузі, визначено її основні переваги, такі як унікальна культурна спадщина, та недоліки, серед яких застаріла інфраструктура і нестача кваліфікованих кадрів. Сформовано напрями розвитку індустрії, що включають модернізацію інфраструктури, впровадження інноваційних технологій, сталий розвиток та підготовку кадрів. Запропоновано практичні рекомендації, спрямовані на залучення інвестицій, підтримку локальних ініціатив, екологічні програми та міжнародну інтеграцію.

АНОТАЦІЯ

Сергієнко К.В. Шляхи розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі України – Рукопис.

Магістерська робота на здобуття кваліфікаційно-освітнього рівня магістра за спеціальністю 242 Туризм і рекреація, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Київ, 2024 р.

У дослідженні розкрито теоретичні засади індустрії гостинності, її значення для туристичної галузі, а також проаналізовано сучасний стан галузі в Україні та світі; досліджено ключові тенденції та фактори, що впливають на розвиток індустрії гостинності, зокрема вплив інноваційних технологій, глобалізації, екологічних ініціатив, культурно-історичних ресурсів і природних переваг України; визначено основні виклики та проблеми, які стримують розвиток галузі України і сучасних умовах; проаналізовано діяльність підприємств, дотичних до індустрії гостинності на прикладі КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»; розроблено гастрономічний тур «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»; на основі проведеного аналізу запропоновано практичні рекомендації, що включають модернізацію інфраструктури, впровадження інноваційних технологій, розвиток регіональних туристичних кластерів, адаптацію до міжнародних стандартів, підтримку сталого розвитку та залучення інвестицій; окреслено можливості регіонального розвитку індустрії гостинності через колаборацію влади, бізнесу та громад.

Результати дослідження мають теоретичне і практичне значення та можуть бути використані для розробки стратегій розвитку індустрії гостинності, підвищення якості послуг, залучення туристів і створення конкурентоспроможного іміджу України на міжнародному ринку.

ABSTRACTS.

Sergienko K.V. Ways of development of the hospitality industry as a component of the tourism industry of Ukraine - Manuscript.

Master's thesis for obtaining the qualification and educational level of a master in the specialty 242 Tourism and Recreation, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2024.

The study reveals the theoretical foundations of the hospitality industry, its importance for the tourism industry, as well as analyzes the current state of the industry in Ukraine and the world; examines key trends and factors influencing the development of the hospitality industry, including the impact of innovative technologies, globalization, environmental initiatives, cultural and historical resources and natural advantages of Ukraine; the main challenges and problems that hinder the development of the industry in Ukraine in the current conditions are identified; a gastronomic tour “Taste Poltava Region: Traditions and Modernity” was developed; based on the analysis, practical recommendations are proposed, including infrastructure modernization, introduction of innovative technologies, development of regional tourism clusters, adaptation to international standards, support for sustainable development and investment attraction; the possibilities of regional development of the hospitality industry are outlined.

The results of the study are of theoretical and practical importance and can be used to develop strategies for the development of the hospitality industry, improve the quality of services, attract tourists and create a competitive image of Ukraine in the international market.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	10
1.1. Поняття індустрії гостинності та її складові в контексті розвитку туристичної галузі.....	10
1.2. Розвиток індустрії гостинності як ключової складової туристичної галузі на міжнародному ринку послуг.....	15
1.3. Фактори розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі на національному та міжнародному рівні.....	22
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	30
2.1. Характеристика сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності на світовому рівні	30
2.2. Аналіз сучасного стану сфери гостинності як складової туристичної галузі України	41
2.3. Виклики та проблеми щодо розвитку української індустрії гостинності в сучасних умовах	49
2.4. Аналіз діяльності підприємств дотичних до індустрії гостинності (на прикладі КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»)	60
Висновки до розділу 2.....	68
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ.....	70
3.1. Інноваційні підходи та технології у сфері гостинності як важіль підвищення конкурентоспроможності послуг туристичної галузі країни.....	70
3.2. Стратегія колаборації влади, бізнесу та громади в контексті розвитку гостинності на регіональному рівні.....	80
Висновки до розділу 3.....	87
РОЗДІЛ 4. РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАХОДИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	89
4.1. Розробка туристичного маршруту «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»	89
4.2. Безпека організації туристичних маршрутів як запорука сталого розвитку індустрії гостинності в межах туристичної галузі країни	103
Висновки до розділу 4.....	109
ВИСНОВКИ.....	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	114
ДОДАТКИ.....	120

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток індустрії гостинності є однією з ключових складових туристичної галузі, яка має значний потенціал для економічного зростання, створення нових робочих місць та покращення інфраструктури. В сучасних умовах глобалізації та інтеграції світових економік індустрія гостинності відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу країни, підвищенні її туристичної привабливості та залученні іноземних інвестицій. Водночас українська індустрія гостинності стикається з низкою викликів, таких як застаріла інфраструктура, недостатня якість обслуговування та невідповідність міжнародним стандартам. Це обумовлює необхідність дослідження шляхів розвитку індустрії гостинності як невід'ємної складової туристичної галузі України.

Актуальність обраної теми підтверджується зростаючим інтересом до дослідження проблем туризму та гостинності з боку як вітчизняних, так і закордонних науковців. Серед провідних зарубіжних дослідників можна виділити Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера, а серед вітчизняних науковців — М. Бойко, О. Височан, І. Давиденко та інші. Разом з тим, на сьогоднішній день існує дуже мало актуальних досліджень на цю тему. Це, звичайно, пов'язано з повномасштабною війною в нашій країні, через яку питання розвитку індустрії гостинності, як і багатьох інших, відійшло на другий план. Проте після закінчення повномасштабного вторгнення, на нашу країну чекає довгий шлях відбудови, реформації застарілих шляхів розвитку, впровадження інноваційних заходів. Саме тому, ми вже зараз можемо розробляти та досліджувати нові методи для підвищення репутації нашої країни на міжнародному туристичному ринку. Окрім того, наразі недостатньо досліджено специфіку розвитку індустрії гостинності в контексті сучасних економічних умов України.

Мета та завдання дослідження. Метою магістерської роботи є визначення шляхів розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі України для підвищення її конкурентоспроможності та ефективності.

Для досягнення мети поставлені та виконані такі **завдання**:

- визначено поняття індустрії гостинності та її складові в контексті розвитку туристичної галузі;
- висвітлено розвиток індустрії гостинності як ключової складової туристичної галузі на міжнародному ринку послуг;
- ідентифіковано фактори розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі на національному та міжнародному рівні;
- представлена характеристика сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності на світовому рівні;
- визначено виклики та проблеми щодо розвитку української індустрії гостинності в сучасних умовах;
- проведено аналіз діяльності підприємств дотичних до індустрії гостинності (на прикладі КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»);
- запропоновано інноваційні підходи та технології у сфері гостинності як важіль підвищення конкурентоспроможності послуг туристичної галузі країни;
- висвітлено успішні стратегії колаборації влади, бізнесу та громади в контексті розвитку гостинності на регіональному рівні;
- сформовано туристичний маршрут «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»;
- визначено параметри безпеки організації туристичних маршрутів як запоруки сталого розвитку індустрії гостинності в межах туристичної галузі країни.

Об'єкт дослідження — індустрія гостинності як складова туристичної галузі України.

Предмет дослідження — теоретичні та практичні управлінські аспекти розвитку індустрії гостинності в контексті сучасних економічних умов.

Методи дослідження. У роботі використано такі методи наукового дослідження:

- загальнонаукові методи аналізу та синтезу для вивчення теоретичних основ індустрії гостинності;

- статистичні методи для аналізу сучасного стану індустрії гостинності;
- порівняльний аналіз для визначення тенденцій розвитку індустрії в Україні та світі;
- методи експертного оцінювання для формулювання практичних рекомендацій.

Теоретична та методологічна база дослідження. Теоретичною основою роботи стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, нормативно-правові документи, що регулюють розвиток туристичної індустрії та індустрії гостинності в Україні. Методологічну основу дослідження складають сучасні наукові підходи до управління індустрією гостинності, включаючи концепції сталого розвитку та інноваційного менеджменту.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій розвитку індустрії гостинності на національному та регіональному рівнях, удосконалення системи управління туристичною інфраструктурою, підвищення якості послуг та залучення інвестицій. Запропоновані рекомендації можуть бути впроваджені підприємствами сфери гостинності, туристичними агенціями та органами державної влади. За результатами дослідження опубліковано у науково-практичному журналі «Часопис економічних реформ» (додаток А).

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 127 сторінок, містить 13 таблиць, 13 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.

1.1. Поняття індустрії гостинності та її складові в контексті розвитку туристичної галузі

Протягом тривалого періоду часу закордонне поняття «сфера гостинності» практично не застосовувалося у вітчизняній практиці. Крім того, дане визначення по-різному тлумачиться і самими іноземними фахівцями. Індустрія гостинності представляє собою складну концепцію, і для розуміння її значення корисно розглянути систему понять, що включає в себе терміни "індустрія" та "гостинність". Далі, шляхом визначення специфіки цих термінів, можна сформулювати визначення поняття "індустрія гостинності". На сучасному етапі розвитку фраза "індустрія гостинності" досить часто використовується, проте її тлумачення викликає певні непорозуміння. Щоб їх подолати, необхідно чітко визначити кожен з термінів, що утворюють цю концепцію.

В англійській мові термін «гостинність» позначає «hospitality» і походить від латинського «hostel», звідки бере свій початок французьке слово «hotel» - готель. Таким чином, індустрія гостинності асоціюється, в першу чергу, з готелями і з тими, хто має безпосереднє до них відношення. Тому, говорячи про індустрію гостинності, перш за все мають на увазі обслуговування відвідувачів з точки зору надання їм повномасштабних готельних і ресторанних послуг. Загальний сенс поняття «гостинність» зводиться до люб'язного прийому гостей і відвідувачів, привітному відношенню до них. Таким чином, цей термін включає в себе як багатогранні процеси виробництва і надання послуг, з проявом персональної уваги по відношенню до клієнтів (відвідувачів, туристів), так і здатність відчувати, а часом і передбачати їх побажання і потреби [1-2].

У сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі, присвяченій проблемам туризму і гостинності, можна зустріти широке розмаїття визначень терміна «гостинність», загальний зміст яких зводиться до підприємницької діяльності,

заснованої на вмінні і мистецтві приймати клієнтів – споживачів послуг готельного, туристичного, екскурсійного, ресторанного та інших форм і видів бізнесу. Таким чином, «гостинність» є більш широким поняттям, ніж «туризм», так як воно спрямоване на задоволення потреб споживачів в цілому, а не тільки туристів. Разом з тим обидва цих поняття необхідно розглядати в комплексі, оскільки за своєю суттю вони є взаємопов'язаними. Туристи є потенційними споживачами, у яких формуються бажання, що трансформуються в потреби, і мають безпосереднє відношення до їх подорожей.

Індустрія гостинності є багатогранним та інтегрованим сегментом економіки, який відіграє ключову роль у розвитку туристичної галузі, адже саме вона формує основні враження та задовольняє базові й додаткові потреби туристів. Це поняття охоплює сукупність підприємств, послуг і процесів, спрямованих на надання гостинності, комфорту, відпочинку та розваг. До її основних складових належать готельний бізнес, ресторанне господарство, організація подорожей, транспортні послуги, індустрія розваг, культурно-мистецькі заходи, оздоровчий туризм та конференц-сервіс. Усі ці елементи взаємодіють, утворюючи комплексну систему, яка спрямована на задоволення очікувань клієнтів, підвищення їхньої лояльності та забезпечення позитивного досвіду від перебування в певному регіоні чи країні.

Гостинність як феномен має глибокі історичні та культурні корені. Вона базується на принципах взаємоповаги, відкритості, безпеки та турботи про гостей. У сучасному розумінні гостинність включає не лише фізичні елементи (готелі, ресторани, транспорт), але й емоційний аспект, зокрема якість спілкування з персоналом, атмосферу закладу, а також персоналізацію послуг. Наприклад, розвиток цифрових технологій дав змогу вдосконалити цей аспект через впровадження систем онлайн-бронювання, чат-ботів для підтримки клієнтів, автоматизованого обслуговування в готелях та індивідуального підходу до кожного гостя завдяки аналізу його вподобань.

Складові індустрії гостинності мають тісний зв'язок із загальноекономічними процесами та культурно-історичними особливостями

країни. Готельний бізнес забезпечує туристів комфортними умовами проживання, від чого залежить їхній рівень задоволеності; ресторанний сектор сприяє популяризації національної кухні та культури харчування, а індустрія розваг допомагає сформувати позитивний імідж дестинації [3]. Водночас транспорт є важливою ланкою, яка забезпечує доступність туристичних об'єктів і впливає на логістику подорожей. В Україні ці елементи демонструють значний потенціал до розвитку, але водночас стикаються з викликами, такими як необхідність модернізації інфраструктури, підвищення стандартів обслуговування, інтеграція сталих практик та підготовка кваліфікованого персоналу.

Таким чином, індустрія гостинності є важливою складовою туристичної галузі, що забезпечує синергію економічного, культурного та соціального розвитку. Вона не лише сприяє створенню робочих місць і наповненню бюджетів, але й формує конкурентоспроможний імідж України на міжнародній арені. Розуміння її складових та механізмів функціонування є ключовим для розробки стратегій подальшого розвитку туристичної інфраструктури та залучення іноземних і внутрішніх туристів.

Складові індустрії гостинності є її основою, оскільки вони забезпечують комплексний підхід до задоволення потреб туристів і створення комфортного середовища для їх перебування. До ключових елементів цієї галузі належать:

Готельно-ресторанний бізнес. Це один із найважливіших сегментів, який забезпечує туристів проживанням та харчуванням. Готельний бізнес включає готелі, мотелі, апартаменти, хостели та інші заклади розміщення, що надають послуги від базових до люксових. Ресторанний сектор охоплює кафе, ресторани, бари та заклади швидкого харчування, які не лише задовольняють базову потребу в харчуванні, але й сприяють знайомству з національною кухнею та культурою. Успіх цієї складової залежить від якості обслуговування, комфортності умов і вміння персоналу створювати сприятливу атмосферу.

Транспортні послуги. Транспорт є ключовою ланкою у забезпеченні доступності туристичних об'єктів. Цей сегмент включає авіап перевезення,

залізничний транспорт, автобусні рейси, таксі, оренду авто та навіть круїзні перевезення. Інтеграція транспортної інфраструктури з іншими складовими індустрії гостинності сприяє зручності та швидкості переміщення туристів, що є важливим чинником у формуванні їхнього позитивного досвіду.

Індустрія розваг. Розважальний сектор забезпечує туристам можливості для відпочинку та проведення вільного часу. Він включає парки атракціонів, нічні клуби, кінотеатри, музеї, театри, концертні зали та інші культурно-розважальні заклади. Окрім цього, до індустрії розваг належать організація фестивалів, спортивних заходів та різних шоу-програм. Ця складова є важливим інструментом створення емоційних вражень та зміцнення туристичної привабливості регіонів.

Туристичні агентства та оператори, екскурсійні бюро. Туристичні агентства та оператори виступають посередниками між клієнтами та постачальниками послуг. Вони займаються організацією турів, бронюванням готелів, продажем квитків, створенням пакетних пропозицій і наданням консультаційних послуг. Інноваційні підходи, такі як онлайн-платформи та мобільні додатки, значно підвищили ефективність роботи цього сегмента, роблячи туристичні послуги доступними для ширшої аудиторії.

Оздоровчий і рекреаційний сектор. Цей сегмент спрямований на задоволення потреб туристів у відновленні здоров'я та релаксації. Він включає санаторії, СПА-комплекси, оздоровчі курорти, термальні джерела та інші заклади, що пропонують послуги фізичної та психологічної реабілітації. Розвиток цього напрямку особливо важливий для регіонів з природними ресурсами, такими як мінеральні води, грязьові курорти чи гори.

Конференц-сервіс. Діловий туризм, що включає конференції, семінари, виставки та інші заходи, є одним із динамічних сегментів індустрії гостинності. Цей напрямок забезпечує організацію та проведення подій для бізнес-аудиторії. Конференц-центри, виставкові павільйони та бізнес-готелі надають необхідну інфраструктуру для таких заходів.

Інформаційно-комунікаційні технології. Сучасна індустрія гостинності не може функціонувати без використання цифрових технологій. Онлайн-платформи для бронювання готелів, замовлення квитків, управління відгуками клієнтів, мобільні додатки для туристів і CRM-системи для бізнесу стали невід’ємною частиною галузі. Вони забезпечують зручність користування послугами, автоматизують процеси обслуговування та підвищують ефективність управління.

Кадровий потенціал. Якість послуг у сфері гостинності значною мірою залежить від професіоналізму персоналу. Освічений, досвідчений і мотивований персонал є основою успіху індустрії. Це стосується не лише готелів і ресторанів, а й усіх інших складових. Підготовка кадрів, навчання стандартам обслуговування та адаптація до інновацій – важливі аспекти розвитку цього сегменту.

Сталий розвиток і екологічна відповідальність. Індустрія гостинності все більше інтегрує принципи сталого розвитку, включаючи використання екологічно чистих матеріалів, енергоефективних технологій, зменшення відходів і підтримку місцевих громад. Туристи дедалі частіше обирають заклади та послуги, які дотримуються цих принципів, що стимулює бізнес до впровадження сталих практик.

Загальна структура індустрії гостинності представлена на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Схематичне зображення структури індустрії гостинності

Джерело: складено автором

Кожна з вищеперерахованих складових є частиною єдиної системи, яка спрямована на створення позитивного досвіду для туристів [4]. Їх ефективна взаємодія та розвиток визначають успішність галузі в цілому, а також сприяють соціально-економічному зростанню регіонів. Для України, яка має значний туристичний потенціал, вдосконалення цих складових є одним із пріоритетних завдань.

1.2. Розвиток індустрії гостинності як ключової складової туристичної галузі на міжнародному ринку послуг

Аналіз світових тенденцій у сфері гостинності свідчить про високий рівень доходу та швидкі темпи розвитку цієї галузі. Сучасна галузь гостинності характеризується розширенням спектру послуг та представляє собою різноманітний підприємницький сектор різної форми власності тощо. У науковому співтоваристві існує різноманітність поглядів на чітке визначення феномену гостинності та її структуру, що становить предмет дослідження багатьох вчених. Дослідженню проблем, пов'язаних із особливостями функціонування підприємств у сфері гостинності та туризму, присвячено значну кількість наукових робіт відомих зарубіжних та вітчизняних авторів. Серед видатних іноземних дослідників можна виокремити Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера; серед вітчизняних вчених – М. Бойко, О. Височан, І. Давиденко, А. Голод, Л. Гопкало, А. Мартієнко, О. Михайлюк, С. Нездоймінова.

Важливо відзначити, що поняття «туристична галузь» та «індустрія гостинності» неможливо розглядати окремо, оскільки вони є взаємодоповнюючими. Туристи - це потенційні споживачі з різноманітними бажаннями та вимогами, які потребують відповідного рівня гостинності. Однак послугами гостинності користуються не лише туристи, а й інші категорії мандрівників, такі як відвідувачі та місцеві мешканці. У той же час, ці поняття

не можна ототожнювати, бо вони представляють різні аспекти соціальної взаємодії та культурних практик. Тож, нижче розглянемо спільні риси понять «індустрія туризму» та «індустрія гостинності»:

- обидві галузі орієнтовані на забезпечення комфорту, зручності та позитивних емоцій для подорожуючих. Їхня діяльність тісно пов'язана з туристичними потребами, такими як проживання, харчування, дозвілля та транспорт;
- індустрії туризму та гостинності сприяють створенню робочих місць, наповненню місцевих бюджетів і розвитку регіонів. Вони часто розглядаються як єдиний кластер у контексті економічного планування;
- обидві галузі відчутно реагують на зміни в туристичному попиті, сезонність, економічні та політичні кризи, пандемії та природні катаклізми;
- цифровізація є важливою складовою як для туризму, так і для гостинності. Використання онлайн-бронювання, мобільних додатків та CRM-систем підвищує ефективність обслуговування та покращує клієнтський досвід;
- індустрія гостинності є частиною індустрії туризму, забезпечуючи виконання її функцій. Гостинність створює базову інфраструктуру для туристичної діяльності.

Бачимо, що розглянуті поняття досить схожі, мають спільні напрямки та виконують багато однакових функцій, тепер необхідно розглянути, чим вони відрізняються. Дані про відмінні риси індустрій туризму та гостинності зазначені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Відмінні риси понять «індустрія гостинності» та «індустрія туризму»

Критерій	Індустрія туризму	Індустрія гостинності
1	2	3
Сутність	Сукупність усіх видів діяльності, спрямованих на організацію подорожей, відпочинку та дозвілля.	Сфера послуг, орієнтована на створення комфортних умов проживання, харчування та розваг.
Галузі	Включає туристичні агентства, транспортні компанії, організаторів турів, екскурсійний сервіс.	Включає готелі, ресторани, СПА-комплекси, розважальні заклади та конференц-сервіс.

Продовження таблиці 1.1.

1	2	3
Основна мета	Організація подорожі від планування до її завершення.	Надання комфорту та створення сприятливих умов для гостей.
Фокус на клієнта	Орієнтована на подорожніх (туристів) як основних споживачів послуг.	Обслуговує не лише туристів, а й місцевих жителів (резиденти також користуються готелями, ресторанами тощо).
Широта охоплення	Більш широкий спектр діяльності, охоплює всі аспекти подорожей, включаючи логістику, страхування та дозвілля.	Зосереджена на забезпеченні проживання, харчування та розваг.
Залежність від подорожей	Невід’ємно пов’язана з мобільністю та подорожами.	Може функціонувати незалежно від туризму (наприклад, ресторанний бізнес).

Джерело: складено автором

Індустрія гостинності є підсистемою індустрії туризму, адже без готельних, ресторанних та розважальних послуг туристична діяльність не була б можливою у сучасному форматі. У той же час індустрія гостинності охоплює ширшу аудиторію, ніж туристи, обслуговуючи місцевих жителів і бізнес-сектор [52].

Таким чином, індустрія туризму та гостинності є взаємодоповнюваними сферами, які разом формують комплексну систему задоволення потреб подорожуючих. Водночас кожна з них має свої унікальні функції, які визначають її роль у загальній економічній і соціальній структурі.

Індустрія гостинності є однією з найважливіших складових світової економіки. Вона не лише є важливим джерелом доходу для мільйонів людей, але й відіграє ключову роль у розвитку регіонів, підвищенні рівня життя, створенні робочих місць та стимулюванні економічного зростання. У цьому контексті індустрія гостинності має широкий вплив на інші галузі та сприяє розвитку як національних, так і міжнародних економік. На рис. 1.2 бачимо діаграму, яка показує нам вплив індустрії гостинності на різні сфери світової економіки у відсотковому співвідношенні.

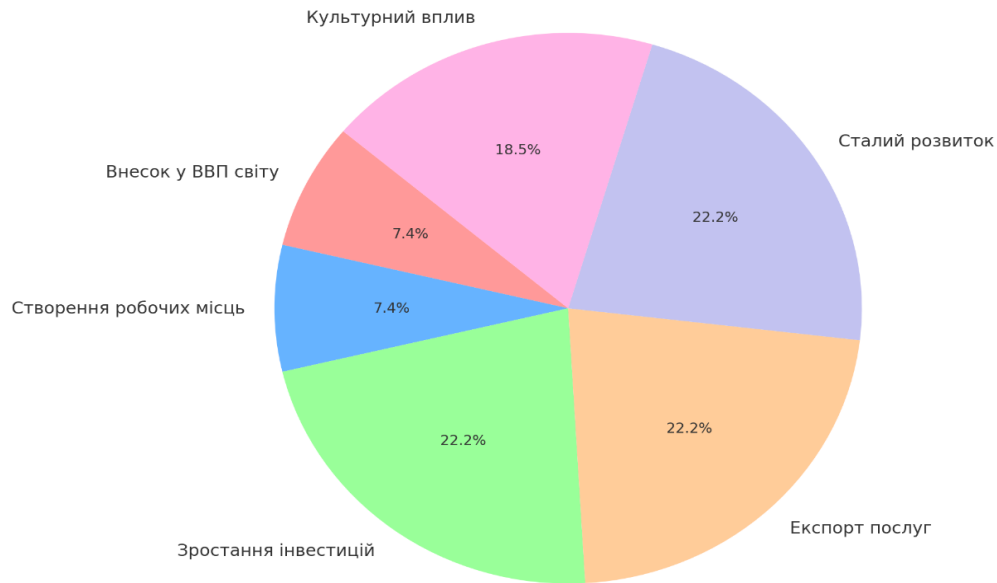


Рис. 1.2 Вплив індустрії гостинності на світову економіку.

Джерело: складено автором на основі [7].

Індустрія гостинності є значним фактором економічного зростання. Світова організація туризму (UNWTO) оцінює, що туризм та пов'язані з ним послуги становлять близько 10% світового валового внутрішнього продукту. Це включає прямі, непрямі та індуковані економічні ефекти від таких сфер, як готельний бізнес, ресторанне обслуговування, транспортні послуги, туристичні атракції тощо. Оскільки туризм має великий мультиплікативний ефект на інші сектори економіки, наприклад, на сільське господарство, будівництво, фінанси, а також на ІТ та інфраструктуру, його внесок у ВВП набагато більший, ніж можна було б припустити, враховуючи лише безпосередній економічний ефект.

Індустрія гостинності є однією з найбільших у світі за кількістю створених робочих місць. Згідно з даними UNWTO, туризм і гостинність забезпечують понад 300 мільйонів робочих місць, що становить близько 10% всіх зайнятих у світі [43]. Це включає не лише безпосередніх працівників, таких як готельний персонал, бармени, шеф-кухарі, менеджери, а й непрямі зайнятих осіб, таких як постачальники продуктів, будівельники, транспортні компанії, компанії з

організації розваг тощо. Наявність великої кількості робочих місць у цій галузі особливо важлива для економік країн, що розвиваються, де туризм є основним джерелом працевлаштування для населення, включаючи жінок та молодь.

Індустрія гостинності приваблює значні інвестиції, що важливо для розвитку інфраструктури, модернізації міст, розширення транспортних і комунікаційних мереж. Будівництво нових готелів, курортів, конференц-центрів, спортивних споруд та інших туристичних об'єктів стимулює економічний розвиток, створення нових підприємств та послуг, що покращують загальну інфраструктуру регіонів і країн. Інвестиції в індустрію гостинності також сприяють зростанню попиту на будівельні матеріали, обладнання та технології. Вони можуть стати двигуном розвитку інших галузей, таких як енергетика (енергоєфективні технології для готелів), транспорт (авіа- та залізничні перевезення), сільське господарство (постачання продуктів для готелів і ресторанів).

Розвиток індустрії гостинності сприяє значним інвестиціям у покращення інфраструктури в містах та регіонах, що сприяє розвитку всієї економіки. Це включає в себе як транспортну інфраструктуру (будівництво аеропортів, доріг, залізничних станцій, гаваней), так і інші елементи інфраструктури, такі як водопостачання, енергетика, лікарні, комунікації, безпека, переробка сміття та інше. Розвиток інфраструктури має значний позитивний вплив на бізнеси, що не належать до індустрії гостинності, а також на повсякденне життя місцевих жителів.

Індустрія гостинності сприяє розвитку міжнародної торгівлі, оскільки туристи є важливими споживачами міжнародних товарів і послуг. Їх витрати на житло, харчування, розваги, транспорт і інші послуги є частиною міжнародної торгівлі. В свою чергу, надання послуг гостинності стимулює експорт послуг, а також сприяє розвитку фінансових, страхових і інших супутніх послуг, пов'язаних з туризмом. Крім того, туризм стимулює культуру споживання міжнародних товарів, наприклад, сувенірів, продукції локальних ремесел або продукції харчової промисловості.

Індустрія гостинності має значний мультиплікативний ефект на інші галузі економіки. Кожен витрачений туристом долар не тільки безпосередньо підтримує готельну, ресторанну чи транспортну галузь, а й впливає на інші сектори. Наприклад, витрати туристів можуть стимулювати попит на продукти місцевих фермерів, виробників текстилю, будівельних компаній або екологічно чисті продукти. Багато країн використовують індустрію гостинності як спосіб розвитку нових секторів економіки, зокрема в сфері культури, мистецтва, освіти, охорони здоров'я та інновацій. Це призводить до збільшення як внутрішнього, так і міжнародного економічного обміну.

Не менш важливим аспектом є соціальний та культурний вплив індустрії гостинності. Туризм сприяє культурному обміну, збагаченню національних культур і розвитку взаєморозуміння між народами. Він дозволяє людям із різних куточків світу познайомитися з іншими культурами, традиціями, стилями життя, що має важливе значення для глобалізації. Водночас, розвиток індустрії гостинності вимагає також уваги до збереження культурної спадщини та екологічних аспектів. Відповідальний туризм, спрямований на збереження місцевих традицій, природних ресурсів і сприяння сталому розвитку, стає важливою складовою сучасного туристичного ринку [10].

На рис. 1.3 зображено графік, який показує вплив індустрії гостинності на світову економіку за двома показниками: прямий внесок у світовий ВВП та доходи від туризму протягом 2019-2024 років.

Після різкого зниження в 2020 році через пандемію COVID-19, цей показник почав відновлюватися, досягнувши рівня 3.3 трильйона доларів у 2023 році, що є практично рівним показникам 2019 року. Також спостерігається значне відновлення після пандемії. У 2023 році доходи від міжнародного туризму досягли 1.5 трильйона доларів, знову наблизившись до допандемічного рівня.

Цей графік ілюструє важливість індустрії гостинності для глобальної економіки, особливо в умовах відновлення після пандемії.

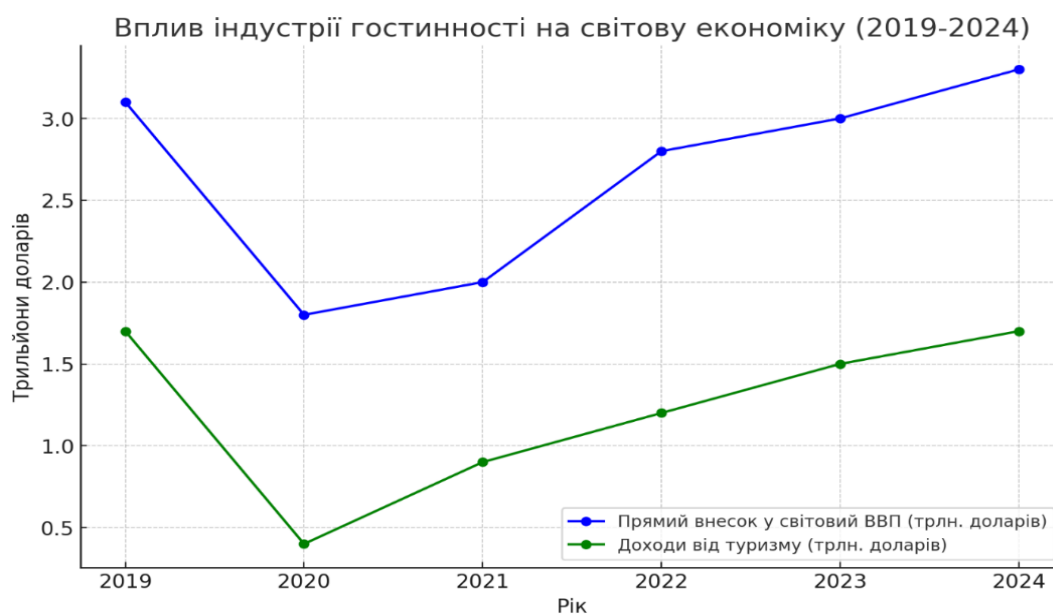


Рис. 1.3. Вплив індустрії гостинності на світову економіку.

Джерело: складено автором

Отже, індустрія гостинності є однією з основних складових світової економіки, яка відіграє важливу роль у створенні робочих місць, розвитку інфраструктури та стимулюванні економічного зростання. Її тісний зв'язок з туристичною галуззю формує взаємодоповнюючу систему, яка забезпечує задоволення потреб подорожуючих, створюючи комфорт і зручності, а також сприяє розвитку регіонів. Завдяки значному мультиплікативному ефекту індустрія гостинності впливає на різні сектори економіки, включаючи сільське господарство, будівництво, транспорт і міжнародну торгівлю. Крім того, гостинність і туризм сприяють соціальному та культурному обміну між народами, підвищуючи взаєморозуміння та збагачуючи національні культури. Разом з тим, з огляду на зростаючий вплив індустрії, важливо приділяти увагу сталому розвитку і збереженню культурної спадщини, що дозволить забезпечити відповідальний туризм, мінімізуючи негативний вплив на довкілля. Таким чином, індустрія гостинності має не лише економічне, а й соціокультурне значення, яке потребує комплексного підходу до розвитку та управління.

1.3. Фактори розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі на національному та міжнародному рівні

Розвиток індустрії гостинності на національному рівні залежить від низки взаємопов'язаних факторів, які створюють умови для функціонування туристичної галузі та забезпечення її конкурентоспроможності.

Політична стабільність є важливим підґрунтям для розвитку індустрії гостинності. Сприятливе політичне середовище знижує ризики для інвесторів і забезпечує передбачуваність у плануванні бізнесу. Державна підтримка, зокрема, у вигляді цільових програм розвитку туризму, спрощення податкового навантаження для суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру та міжнародне просування національного туристичного продукту, сприяє зростанню галузі.

Рівень розвитку національної економіки прямо впливає на попит на туристичні послуги. Зростання доходів населення стимулює внутрішній туризм і створює умови для збільшення кількості закладів гостинності. Крім того, економічна стабільність приваблює іноземних інвесторів у галузь.

Наявність розвиненої транспортної, комунальної та туристичної інфраструктури є важливою передумовою для розвитку індустрії гостинності. Доступність туристичних об'єктів завдяки модернізації доріг, залізничного і повітряного сполучення значно підвищує конкурентоспроможність регіонів. Важливу роль відіграє також якісне забезпечення комунальних послуг, таких як водопостачання, енергопостачання та зв'язок, які є критично важливими для функціонування закладів гостинності.

Унікальна культурна спадщина України, зокрема замки, історичні міста, народні ремесла та традиції, є основою для створення конкурентних туристичних продуктів. Акцент на автентичності й локальності може стати рушійною силою для розвитку як традиційних, так і нових форм гостинності, таких як етнотуризм чи культурні фестивалі.

Україна має значні природні ресурси, такі як гори, моря, річки та ліси, які є привабливими для екотуризму, рекреаційного та активного відпочинку. Збереження природного середовища та його інтеграція у туристичну галузь є важливим чинником розвитку сталого туризму.

Кваліфіковані фахівці у сфері гостинності є основою для якісного обслуговування туристів. Розвиток системи професійної освіти, впровадження сучасних програм навчання, стажувань і підвищення кваліфікації кадрів сприяє створенню позитивного іміджу країни як туристичного напрямку.

У порівнянні з багатьма іншими країнами, Україна має відносно низький рівень цін на туристичні послуги, що може стати перевагою для залучення туристів із середнім та низьким рівнем доходів. Проте забезпечення високої якості за прийнятною ціною залишається ключовим викликом для закладів гостинності. Підтримка локальних ініціатив і стимулювання розвитку туристичних кластерів у різних регіонах сприяє диверсифікації пропозиції та формуванню унікальних туристичних продуктів. Розвиток малих міст і сільської місцевості як туристичних напрямків дозволяє розширити географію туризму та зменшити навантаження на популярні туристичні центри [32].

Сукупність національних факторів розвитку індустрії гостинності представлена на рис 1.4.



Рис. 1.4. Національні фактори, що впливають на розвиток індустрії гостинності в Україні, враховуючи поточну ситуацію в країні.

Джерело: складено автором

Індустрія гостинності на міжнародному рівні розвивається під впливом глобальних тенденцій, які визначають попит, конкурентоспроможність і стратегічні напрями її еволюції. Ключові фактори на світовому рівні представлені нижче:

Глобалізація. Глобалізація сприяє інтеграції туристичних ринків, поширенню стандартів якості обслуговування, розвитку технологій та створенню єдиних платформ для бронювання і пошуку послуг. Вона стимулює країни адаптувати свої послуги до міжнародних стандартів, таких як ISO або сертифікація Green Key у сфері сталого розвитку [58]. Глобалізація також сприяє розвитку великих міжнародних готельних мереж, які проникають на нові ринки, зокрема у країн, що розвиваються.

Міжнародна конкуренція. Зростаюча кількість туристичних напрямків створює конкурентний тиск на країни, які прагнуть привабити туристів. Це змушує суб'єкти індустрії гостинності інвестувати у якість обслуговування, інноваційні технології, брендинг і маркетинг. Наприклад, наявність світових лідерів, таких як Франція, Італія чи США, вимагає від інших країн розробляти унікальні туристичні продукти, що відображають їхню локальну автентичність.

Інтеграція до міжнародних ринків. Участь у міжнародних туристичних виставках, форумах і конференціях дозволяє країнам і компаніям просувати свої послуги на глобальному рівні. Інтеграція до міжнародних туристичних асоціацій, таких як UNWTO (Всесвітня туристична організація), сприяє обміну досвідом, доступу до глобальних тенденцій і впровадженню новітніх практик у сфері гостинності.

Розвиток технологій і цифровізація. Сучасні технології, включаючи онлайн-платформи для бронювання (Booking, Airbnb), мобільні додатки, системи електронного квитка і туристичних гідів, змінюють підхід до обслуговування туристів. Віртуальна реальність і штучний інтелект впливають на маркетинг і персоналізацію туристичних послуг. Наприклад, чат-боти та автоматизація в готелях підвищують рівень комфорту і зменшують витрати на персонал.

Зміна споживчих уподобань. На міжнародному рівні спостерігається зміщення попиту з традиційного туризму до нових форм, таких як екотуризм, гастрономічний туризм, медичний та оздоровчий туризм. Туристи все частіше шукають автентичні та унікальні враження, що стимулює розвиток малого і середнього бізнесу, зокрема у сфері сімейних готелів, агротуризму та локальної кухні.

Глобальні виклики та ризики. Світові події, такі як пандемії, геополітична нестабільність, зміни клімату чи економічні кризи, впливають на туристичні потоки і поведінку споживачів. Наприклад, COVID-19 призвів до значного зниження міжнародного туризму, але водночас стимулював розвиток локального і цифрового туризму. Індустрія гостинності змушена адаптуватися до нових умов, таких як впровадження санітарних протоколів і розвиток безконтактних технологій.

Розширення авіасполучень і транспортної доступності. Міжнародні авіалінії та розвиток бюджетних перевізників сприяють зростанню міжнародного туризму, роблячи подорожі доступнішими для ширшого кола туристів. Розвиток хабів і транзитних маршрутів створює нові можливості для розвитку туристичних напрямків, зокрема у країнах, що знаходяться між основними ринками.

Екологічна і соціальна відповідальність. Зростає увага до екологічної стійкості в туризмі, що стимулює впровадження екологічно чистих практик у сфері гостинності. Міжнародні ініціативи, такі як Agenda 2030 ООН, сприяють розвитку сталого туризму, що знижує негативний вплив на природу та підтримує місцеві громади.

Культурний обмін та міжкультурна комунікація. Попит на туристичні послуги залежить від здатності індустрії адаптувати свої пропозиції до різноманітних культурних особливостей і потреб туристів із різних країн. Розвиток міжкультурної комунікації серед персоналу готелів і ресторанів забезпечує кращий досвід для міжнародних гостей.

Міжнародна фінансова підтримка. Організації, такі як Світовий банк і Європейський інвестиційний банк, підтримують розвиток туристичних проєктів у країнах, що розвиваються. Ця фінансова підтримка дозволяє реалізовувати масштабні проєкти у сфері гостинності, такі як будівництво нових курортів чи реконструкція історичних об'єктів.

Синергія національних і міжнародних факторів створює можливості для підвищення конкурентоспроможності української індустрії гостинності на світовому ринку. Інтеграція у міжнародні туристичні мережі, впровадження екологічних та інноваційних практик, а також розвиток регіональних і локальних туристичних кластерів сприяють формуванню сталого розвитку галузі.

Таким чином, ефективний розвиток індустрії гостинності вимагає збалансованого підходу, орієнтованого на взаємодію внутрішніх і зовнішніх факторів, а також постійне вдосконалення сервісу, інфраструктури та пропозицій, що відповідають глобальним тенденціям та очікуванням сучасних туристів. Це дозволить Україні зміцнити свої позиції на міжнародній туристичній арені та сприяти економічному зростанню і культурному обміну [44].

Розвиток індустрії гостинності на міжнародному ринку послуг відображає загальні тенденції в туризмі, економіці та суспільстві.

Один з основних напрямів розвитку індустрії гостинності — це впровадження новітніх технологій. Від онлайн-бронювання до використання штучного інтелекту для персоналізації послуг — технології значно полегшують процес бронювання, покращують клієнтський досвід і знижують операційні витрати. Системи автоматизації, мобільні додатки для управління готелями, інтелектуальні системи для керування енергоспоживанням і автоматизація обслуговування — все це суттєво змінює обличчя індустрії.

Туризм стає все більш орієнтованим на індивідуальні потреби клієнтів. Від готелів класу люкс до еко-курортів, сучасні туристи шукають не просто комфорт, а унікальні враження. Більше не достатньо просто запропонувати гарне місце для ночівлі — зараз важливий цілий набір послуг, які створюють неповторний

досвід, наприклад, прогулянки на яхтах, екзотичні подорожі, гастрономічні тури, відпочинок на природі або в гори [47].

Забруднення навколишнього середовища та зміни клімату стали важливими проблемами для індустрії гостинності. Відповідно до цих викликів, багато готелів і туристичних компаній почали впроваджувати «зелені» технології. Це включає використання енергоефективних систем, переробку відходів, використання відновлюваних джерел енергії, а також зменшення викидів CO₂. Задоволення попиту на сталий туризм стало важливим фактором у конкурентній боротьбі між компаніями.

Сучасний ринок гостинності все більше інтегрується в міжнародний контекст. Великі міжнародні готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Accor, розширюють свої мережі по всьому світу, відкриваючи нові готелі та курорти в різних куточках планети. Це дозволяє не тільки залучати більше туристів, але й сприяє розвитку інфраструктури в країнах, що приймають туристів [57].

Отже, гостинність є однією з основних складових туристичної галузі України, яка має великий вплив на розвиток економіки та культурної привабливості країни. Вона охоплює широкий спектр послуг, спрямованих на задоволення потреб туристів, включаючи проживання, харчування, розваги та інші сервіси, що забезпечують комфорт та приємне проведення часу. Розвиток цієї сфери безпосередньо впливає на підвищення конкурентоспроможності України як туристичної дестинації, а також сприяє економічному зростанню через створення робочих місць, збільшення податкових надходжень і стимулювання розвитку інфраструктури.

Теоретичний аналіз дозволяє виявити ключові чинники, що визначають ефективність цього сектору. Підходи до його розвитку повинні включати не лише економічні, а й соціокультурні, екологічні та технологічні аспекти. Це дозволяє покращити якість послуг і забезпечити сталий розвиток туризму як важливої складової економіки країни. Важливими є також управлінські стратегії, які мають бути спрямовані на підвищення рівня обслуговування, впровадження інновацій та підтримку сталого розвитку. В Україні є значний потенціал для

розвитку цієї сфери завдяки багатому культурному надбанню, природним ресурсам та різноманіттю туристичних можливостей. Однак галузь стикається з низкою проблем, таких як низька якість обслуговування, недостатня інвестиційна привабливість та відставання від світових стандартів. До того ж, відсутність сучасної інфраструктури та недостатня підготовка кадрів обмежують можливості для зростання.

Для подолання цих труднощів необхідно приділяти увагу впровадженню інноваційних технологій у обслуговування, підвищенню ефективності менеджменту та стандартів якості. Також важливо активно залучати інвестиції, створюючи сприятливі умови для розвитку готельного та ресторанного бізнесу, а також додаткових туристичних послуг. Важливою є співпраця між державними органами, бізнесом і місцевими громадами, що дозволить створити ефективні механізми розвитку і забезпечити високі стандарти обслуговування [46].

Загалом, теоретичні засади розвитку цієї сфери в Україні свідчать про наявність значного потенціалу для її зростання. Для успішної реалізації цього потенціалу необхідно забезпечити вдосконалення нормативно-правової бази, підвищення якості послуг, розвиток інфраструктури та підготовку висококваліфікованих кадрів. Це дозволить не лише покращити конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку, а й сприяти сталому розвитку туристичної галузі в цілому.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі було розглянуто теоретичні засади розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі України. Зокрема, було визначено поняття індустрії гостинності та її ключові складові, що дозволило сформулювати комплексне розуміння цієї багатогранної сфери. Індустрія гостинності розглядається як важливий економічний сектор, орієнтований на забезпечення комфорту, зручності та позитивних емоцій для споживачів, серед яких туристи

посідають центральне місце. Аналіз показав, що гостинність не лише виконує функцію задоволення базових потреб клієнтів, таких як проживання, харчування чи транспорт, а й сприяє створенню емоційного досвіду, що є ключовим елементом успішної взаємодії з клієнтами. Важливим висновком є те, що гостинність охоплює не лише туристів, але й місцевих мешканців та інших користувачів послуг, що робить її ширшим поняттям порівняно з туризмом.

Індустрія гостинності, як зазначено, має тісний зв'язок із загальноекономічними процесами, культурно-історичними особливостями країни та глобальними тенденціями. Розгляд основних складових цієї індустрії — готельно-ресторанного бізнесу, транспортних послуг, індустрії розваг, оздоровчого туризму та конференц-сервісу — дозволив зрозуміти їхню взаємозалежність і роль у створенні комплексної системи обслуговування клієнтів.

Особлива увага приділена впливу інновацій та цифрових технологій, які змінили традиційні підходи до надання послуг, роблячи їх більш персоналізованими та ефективними. Водночас було зазначено, що індустрія гостинності стикається з викликами, такими як необхідність модернізації інфраструктури, впровадження сталих практик і підготовка кваліфікованого персоналу. Таким чином, теоретичний аналіз дозволив підтвердити важливість індустрії гостинності для розвитку туристичної галузі України, її економічного та соціального впливу. Подальше вдосконалення цієї сфери потребує комплексного підходу, орієнтованого на взаємодію внутрішніх і зовнішніх факторів, підвищення стандартів обслуговування, впровадження інновацій і сталого розвитку. Це створить умови для конкурентоспроможності України на міжнародному ринку та сприятиме економічному і культурному зростанню країни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Характеристика сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності на світовому рівні

Сучасні тенденції розвитку сфери гостинності на світовому рівні визначаються кількома глобальними факторами, що відображають зміну споживчих вподобань, технічних можливостей та екологічних вимог. Вони не лише змінюють спосіб надання послуг, а й переосмислюють саму концепцію гостинності, яка стає більш персоналізованою, технологічною та спрямованою на стійкий розвиток.

Впровадження цифрових технологій є однією з найважливіших сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності на світовому рівні. Ці технології значно змінюють не тільки способи надання послуг, а й саму концепцію гостинності, надаючи нові можливості для взаємодії між туристами та постачальниками послуг, покращуючи ефективність роботи підприємств та підвищуючи рівень задоволення клієнтів. Одним з основних напрямів цифровізації є використання мобільних технологій. Сучасні туристи все частіше віддають перевагу можливості здійснювати бронювання номерів, купувати квитки, замовляти послуги через мобільні додатки або веб-сайти. Це дозволяє знизити витрати часу та зробити процес планування подорожі максимально зручним. Мобільні додатки не лише надають можливість швидко забронювати номер або квиток, а й надають доступ до ряду додаткових послуг, таких як перевірка наявності вільних номерів, онлайн-оплата, отримання інформації про послуги готелю, а також персоналізовані рекомендації, засновані на даних про переваги клієнта.

Системи автоматизації, зокрема self check-in, стають важливим елементом цифровізації сфери гостинності. Вони дозволяють клієнтам самостійно реєструватися в готелях через термінали або мобільні додатки, що значно знижує час очікування і зменшує необхідність у персоналі для виконання рутинних

завдань. Впровадження таких технологій також знижує витрати на утримання персоналу і робить процес обслуговування швидким та зручним для клієнтів.

Інша значуща тенденція цифровізації — це впровадження штучного інтелекту (ШІ) для аналізу даних та персоналізації обслуговування. Системи ШІ можуть аналізувати інформацію про вподобання клієнтів, історію їхніх подорожей і бронювань, що дозволяє готелям та ресторанам надавати персоналізовані пропозиції, оптимізувати тарифи та рекламні акції. Так, штучний інтелект допомагає прогнозувати попит на певні послуги в певний період, що дозволяє покращити управління ресурсами, уникнути перевантаження чи порожніх номерів і підвищити ефективність бізнесу. На рис. 2.1 бачимо графік, що ілюструє ріст впровадження цифрових технологій у готелях за останні 5 років (2019–2023р.р.). На ньому відображено відсоток готелів, які використовують Self Check-in, мобільні додатки, NFC-ключі, розумні технології [50].

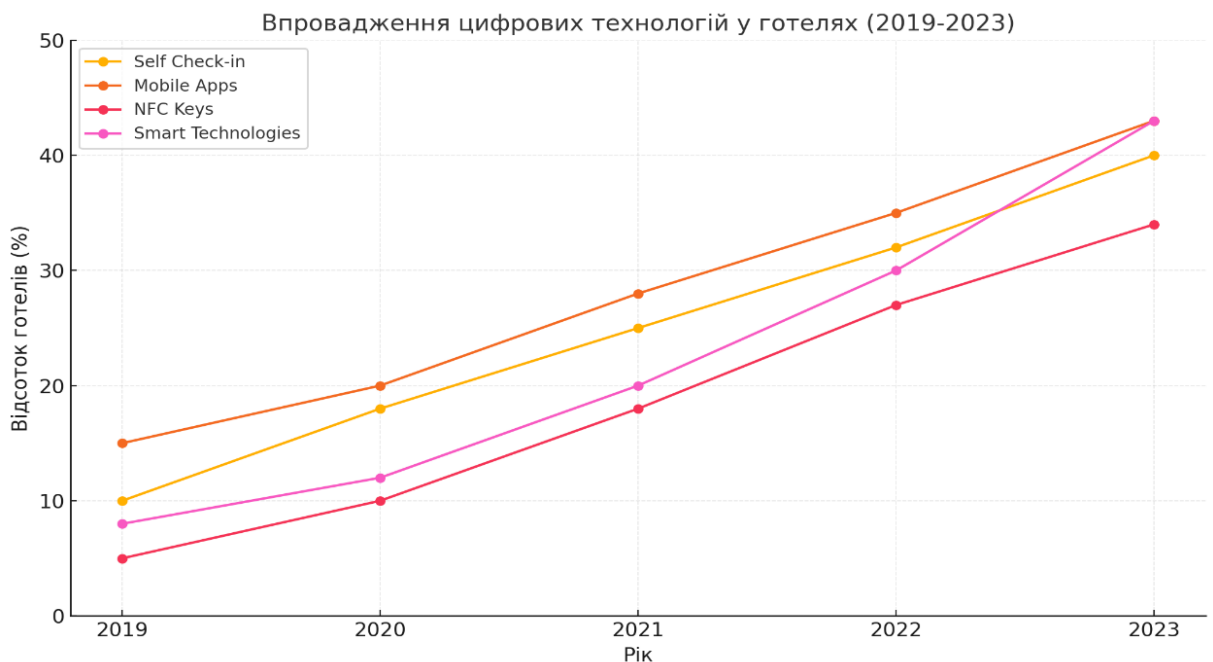


Рис. 2.1. Впровадження цифрових технологій у готелях по світу (2019-2023)

Джерело: складено автором на основі [37].

Більш того, технології великого обсягу даних (Big Data) та аналітики стають важливими інструментами для стратегічного управління в індустрії гостинності. Цифрові технології забезпечують більшу прозорість і зручність для туристів завдяки покращеному досвіду онлайн-бронювання. Платформи, такі як Booking.com, Airbnb, або Expedia, дозволяють користувачам порівнювати ціни, читати відгуки, переглядати фотографії та навіть віртуально ознайомлюватися з номерами та територією готелю через технології доповненої реальності.

Звичайно, інноваційні підходи не оминають інші сфери індустрії гостинності. Навпаки, вони активно рухаються в цьому напрямку. Наприклад, в ресторанному секторі набирає популярність використання автоматизації в процесах обслуговування клієнтів, таких як замовлення через мобільні додатки чи термінали на столах. Це дозволяє значно зменшити час очікування та оптимізувати роботу персоналу. Крім того, інтеграція технологій, таких як системи управління запасами або штучний інтелект для аналізу поведінки клієнтів, сприяє кращому плануванню меню та підвищенню ефективності витрат. Інновації в сфері кухонного обладнання, як-от розумні печі або роботизовані кухарі, дозволяють покращити якість страв і зменшити енергоспоживання. Технології також впливають на транспортні послуги, впроваджуючи електромобілі, гібридні автобуси та цифрові платформи для бронювання, що робить пересування більш екологічним та зручним. Туристичні агенції активно використовують віртуальну реальність, яка дає змогу клієнтам віртуально подорожувати до місця, перш ніж здійснити реальний вибір. Це покращує обізнаність туристів та сприяє точнішій адаптації пропозицій до їхніх потреб [40].

Ще однією важливою тенденцією є зростання популярності сталого туризму. Цей тренд виник у відповідь на загострення екологічних проблем, зростання суспільної свідомості щодо охорони довкілля та бажання зберегти природні й культурні ресурси для майбутніх поколінь. Сталий туризм виходить за межі традиційного відпочинку та прагне досягти балансу між задоволенням

туристичних потреб, збереженням навколишнього середовища та підтримкою місцевих громад, зокрема:

- сталий туризм передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля. Це включає зменшення викидів парникових газів, зокрема за рахунок використання відновлюваних джерел енергії, скорочення споживання води та електроенергії, впровадження систем повторного використання і переробки відходів. Наприклад, багато готелів переходять на використання сонячних панелей, встановлюють енергоефективні системи освітлення та водопостачання, а також відмовляються від пластикових виробів на користь екологічних альтернатив;
- сталий туризм сприяє соціально-економічному розвитку регіонів, в яких він функціонує. Це включає співпрацю з місцевими виробниками, наймання працівників із місцевих громад, підтримку традиційних ремесел, організацію екскурсій, які популяризують місцеву культуру. Наприклад, у багатьох регіонах створюються еко-курорти та гостьові будинки, що залучають місцевих мешканців до туристичного бізнесу, сприяючи підвищенню їх добробуту;
- готелі, курорти та туристичні об'єкти, орієнтовані на сталий розвиток, часто розташовуються поблизу природних заповідників або охоронюваних територій. Вони інвестують у програми збереження дикої природи, підтримують ініціативи з висадки дерев, очищення водойм чи збереження популяції окремих видів тварин;
- сталий туризм включає підвищення обізнаності гостей про екологічні та соціальні аспекти їхнього впливу на регіони, які вони відвідують. Туристів заохочують брати участь у програмах екологічного волонтерства, дотримуватися правил сталого відпочинку, уникати шкоди для місцевих природних і культурних об'єктів. У багатьох готелях встановлено інформаційні стенди чи проводяться семінари про важливість збереження екосистем.

Звичайно, тенденція впровадження сталого туризму все більше змінює підходи до роботи різних сфер індустрії гостинності, стимулюючи їх до створення екологічно-, соціально- та економічно- відповідальних моделей ведення бізнесу [41]. Готелі дедалі частіше запроваджують енергоефективні рішення, такі як системи автоматичного регулювання освітлення та клімат-контролю, які дозволяють зменшити витрати на енергоресурси. Наприклад, за даними Світової туристичної організації (UNWTO), 87% туристів у 2023 році віддавали перевагу закладам, які активно реалізують програми екологічної відповідальності [43]. Крім того, готелі зосереджуються на впровадженні практик повторного використання води, зменшенні кількості пластикових матеріалів та використанні екологічно чистих засобів для прибирання. Мережа «Marriott International» впровадила програму «Serve 360», яка зосереджується на скороченні викидів вуглецю, підтримці місцевих громад і збереженні водних ресурсів. Аналогічно, компанія «Accor Hotels» розвиває програму «Planet 21», яка спрямована на раціональне використання ресурсів, відмову від пластику та стимулювання екологічної поведінки серед клієнтів. Крім того, існують незалежні еко-курорти, які повністю базуються на принципах сталого розвитку. Наприклад, курорт «Soneva Fushi» на Мальдівах використовує лише відновлювану енергію, зберігає морські екосистеми та навчає своїх гостей екологічної відповідальності. Аналогічно, гостьові будинки в Ісландії або Новій Зеландії пропонують унікальний досвід для туристів, який ґрунтується на повазі до природи та місцевої культури.

Ресторани, як ключова частина індустрії гостинності, активно інтегрують принципи сталого туризму через вибір локальних, органічних продуктів, скорочення харчових відходів та впровадження програм з переробки. Згідно з аналізом, проведеним організацією WRAP (Waste and Resources Action Programme), кожен вкладений долар у програми зі зменшення харчових відходів може приносити бізнесу до 14 доларів економії. Це досягається завдяки зниженню витрат на закупівлю продуктів та утилізацію відходів. Все більше закладів харчування замінюють одноразові пластикові контейнери на

біорозкладні або багаторазові варіанти, що приваблює свідомих клієнтів і підвищує їхню лояльність.

Транспортна галузь, яка є невід'ємною складовою туристичного сектору, також активно реагує на виклики сталого розвитку. Авіакомпанії інвестують у модернізацію парків літаків для зменшення викидів вуглекислого газу, а деякі з них пропонують пасажерам можливість компенсувати вуглецевий слід через благодійні внески на екологічні проекти. Наземний транспорт розвиває електромобільність та перехід на альтернативні джерела енергії, що сприяє зменшенню впливу на довкілля.

Туристичні агенції, у свою чергу, починають акцентувати увагу на екотуризмі, пропонуючи подорожі до місць, де розвиток туризму не шкодить природі або культурній спадщині. Наприклад, у багатьох країнах зростає популярність "зелених турів", які допомагають підтримувати місцеві громади, залучаючи кошти для їхнього розвитку. Це особливо актуально в контексті зростання попиту на автентичні враження: за даними Condé Nast Traveler, 62% туристів у 2024 році шукають саме такі пропозиції.

Оздоровлюючий сектор також трансформується завдяки впровадженню сталих практик, орієнтованих на гармонізацію взаємодії людини та природи. СПА-комплекси використовують натуральні засоби догляду, екологічно чисту воду та енергозберігаюче обладнання. Крім того, багато оздоровлюючих центрів починають організовувати програми медитації та йоги на природі, що відповідає запиту на екологічну усвідомленість серед клієнтів.

Івент-агентства, які займаються організацією масових заходів, дедалі більше враховують принципи сталості, використовуючи перероблені матеріали, енергозберігаючі технології для освітлення та звукового обладнання, а також співпрацюючи з місцевими виробниками для забезпечення кейтерингу. Такі заходи не лише зменшують вплив на довкілля, але й підвищують довіру клієнтів, які дедалі частіше обирають екологічно відповідальні компанії.

Таким чином, сталий туризм створює умови для комплексних змін у різних секторах індустрії гостинності, сприяючи їхній конкурентоспроможності,

збереженню ресурсів і формуванню позитивного іміджу. Ця тенденція не лише відповідає глобальним екологічним викликам, але й задовольняє зростаючий попит сучасних туристів на свідомий підхід до подорожей. На рис. 2.2 показана схема, що узагальнює дані про вплив популяризації сталого розвитку на різні сфери індустрії гостинності.

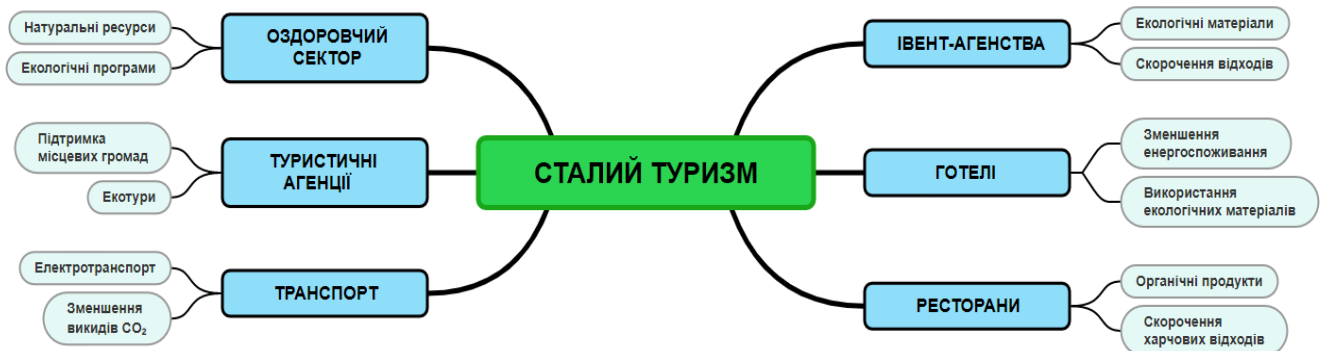


Рис. 2.2. Вплив сталого туризму на сфери індустрії гостинності.

Джерело: складено автором

Зростання попиту на унікальні та автентичні туристичні досвіди є наступною тенденцією сучасного розвитку сфери гостинності на глобальному рівні. Туристи все частіше прагнуть не просто стандартного відпочинку, а можливості отримати емоційно насичений досвід, який дозволяє глибше зрозуміти культуру, традиції та особливості місцевості, яку вони відвідують [12]. Це бажання знайти унікальність пояснюється зміною пріоритетів мандрівників, їхньою втомою від шаблонних туристичних маршрутів та зростанням інтересу до культурної автентичності. Сучасні мандрівники шукають можливості відвідати місця, де можна не тільки побачити місцеві пам'ятки, але й безпосередньо взяти участь у житті регіону. Це можуть бути кулінарні майстер-класи, де туристи знайомляться з секретами приготування традиційних страв, проживання у місцевих гостьових будинках, участь у фестивалях чи ремісничих майстернях. Унікальні досвіди також включають активний відпочинок, наприклад, походи в незайману природу, дослідження місцевих екосистем чи спілкування з представниками корінних народів. Усе це дозволяє мандрівникам

відчутти зв'язок із культурою та природою, створюючи незабутні спогади. Попит на автентичні подорожі значно стимулюється соціальними мережами, де туристи діляться своїми враженнями. Місця та заходи, що пропонують щось унікальне, швидко привертають увагу інших мандрівників, створюючи нові тренди. Крім того, ця тенденція сприяє розвитку локальних громад, адже туристи активно підтримують місцеву економіку, обираючи послуги, які пропонують мешканці регіонів. Наприклад, гостьові будинки, організовані місцевими жителями, або екскурсії, проведені носіями традицій, стають важливою частиною такого туризму. Сфера гостинності активно адаптується до цієї тенденції, створюючи унікальні пропозиції, які поєднують комфорт із автентичністю. Готелі інтегрують у свій дизайн елементи місцевої культури, пропонують гостям традиційні страви або організують екскурсії до маловідомих, але значущих культурних та природних об'єктів. Зростання попиту на автентичні враження стимулює підприємства пропонувати більш індивідуалізовані послуги, які відповідають інтересам туристів.

Таким чином, прагнення до унікальних і автентичних вражень не тільки змінює поведінку туристів, але й трансформує саму сферу гостинності. Це створює нові можливості для розвитку місцевих спільнот, сприяє збереженню культурної спадщини та дозволяє туристам отримати більш глибокий і значущий досвід під час подорожей.

Наступною тенденцією, на яку слід звернути увагу є демографічні зміни. Зміна вікової структури населення, урбанізація, зростання міграційних потоків, а також різноманітність культурного та етнічного складу суспільств суттєво впливають на попит і пропозицію у сфері гостинності. Ці процеси формують нові очікування туристів і викликають потребу в адаптації послуг, які пропонують готелі, ресторани та туристичні компанії. Однією з головних демографічних змін є старіння населення, особливо в розвинених країнах. У зв'язку з цим зростає попит на послуги, орієнтовані на людей похилого віку. Ця аудиторія шукає комфортних умов, доступу до медичних послуг, оздоровчих програм та спокійного відпочинку. Багато готелів і курортів адаптують свої пропозиції,

створюючи спеціалізовані програми для цієї вікової категорії, такі як spa-процедури, терапевтичні курси чи освітні тури. Крім того, необхідність забезпечення безбар'єрного середовища стає дедалі актуальнішою. Готельний бізнес інвестує в адаптацію інфраструктури, щоб зробити її доступною для осіб із обмеженими можливостями.

Паралельно з цим молодше покоління, зокрема міленіали, стає все більшою цільовою аудиторією у сфері гостинності. Ці групи мають свої особливі очікування, такі як індивідуальний підхід, інтерактивні цифрові технології та унікальні враження. Вони віддають перевагу автентичним подорожам, екологічній відповідальності бізнесу та можливостям для самореалізації під час відпочинку. Заклади індустрії гостинності, орієнтовані на молодь, активно використовують цифрові технології, інтегрують сучасні тренди в дизайн, меню та послуги, а також створюють інклюзивне середовище, яке відповідає їхнім цінностям [38].

Для того, щоб детальніше розглянути вплив демографічної ситуації на розвиток різних галузей індустрії гостинності, було створено таблицю 2.1, яка покаже, як вони змінюються в залежності від запитів різних по віку шарів населення.

Таблиця 2.1.

Вплив демографічних змін на різні сфери індустрії гостинності

Сфера індустрії гостинності	Вплив демографічних змін	Приклади адаптації
1	2	3
Готелі	Старіння населення та зростання чисельності молоді змінює попит на типи послуг та інфраструктуру.	1. Безбар'єрні готелі: Розширення доступності для людей з обмеженими фізичними можливостями. 2. Технології для молоді: Впровадження мобільних додатків для керування номерами (освітлення, температура, сервіс).

Продовження таблиці 2.1

1	2	3
Ресторани	Старше покоління більше цікавиться традиційними стравами, тоді як молодь шукає нові гастрономічні досвіди, екологічні продукти	1. Меню для літніх людей: Ресторани впроваджують спеціалізовані страви для літніх людей, зокрема низькокалорійні та здорові варіанти. 2. Технології замовлення для молоді: QR-меню, система замовлення через мобільні додатки.
Транспорт	Молодь надає перевагу мобільним додаткам та електричному транспорту, а старші люди обирають більш традиційні та зрозумілі варіанти	1. Мобільні додатки для молоді: Використання сервісів Uber, Uklon, Bolt для бронювання поїздок через смартфон. 2. Комфортний транспорт для літніх людей: Оновлені автобуси та поїзди зі зручними входами та сидіннями, адаптовані для людей похилого віку.
Оздоровлюючий сектор	Зростання попиту на здоровий спосіб життя серед різних вікових категорій, як серед молоді, так і серед дорослого покоління.	1. Спеціалізовані програми wellness для старших людей: Оздоровчі курорти пропонують процедури, орієнтовані на відновлення рухливості та зниження стресу. 2. Інноваційні технології для молоді: Введення тренажерів для фітнесу з біометричними даними та персоналізованими програмами.
Туристичні агенції	Потреби в туристичних послугах змінюються залежно від вікової групи, зокрема молодь віддає перевагу активним та екологічним подорожам.	1. Екотури для молоді: Агентства організують тури, орієнтуючись на природу та екологічні принципи. 2. Тури для старших людей: Туристичні агентства пропонують комфортні, переважно автобусні та круїзні тури з готовою програмою, з урахуванням особливостей потреб туристів старшої вікової категорії.

Джерело: складено автором

Отже, зміни в демографічній структурі популяції безперервно впливають на індустрію гостинності, змушуючи підприємства адаптувати свої послуги під нові вимоги різних вікових груп. Стратегії, спрямовані на задоволення потреб молоді та старших поколінь, включають як технологічні інновації, так і створення умов, комфортних для кожної вікової групи.

Все більше людей переїжджають до великих міст, що створює попит на нові формати гостинності, такі як міські бутік-готелі, апартаменти на короткий термін оренди та коворкінги з житлом. Урбаністичний туризм, орієнтований на дослідження мегаполісів і їхньої інфраструктури, стає надзвичайно популярним. Також зростає кількість бізнес-туристів, що стимулює розвиток конференц-залів, бізнес-центрів та спеціалізованих послуг для ділових мандрівників. Демографічні зміни також вносять свої корективи у сімейний туризм. Зміна структури сімей, збільшення кількості багатонаціональних родин і зростання значення якісного спільного часу сприяють появі нових продуктів у сфері гостинності. Це можуть бути номери, розраховані на великі сім'ї, інтерактивні програми для дітей та підлітків, а також послуги для людей із різними інтересами в межах однієї подорожі. Таким чином, демографічні зміни виступають потужним рушієм трансформації сфери гостинності. Вони стимулюють бізнес орієнтуватися на різноманітні потреби клієнтів, інтегрувати сучасні технології, розширювати доступність і враховувати культурні особливості. Адаптація до цих змін відкриває нові можливості для підприємств, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними на глобальному ринку.

Із усього вищеперерахованого, можемо зробити висновок, що сучасні тенденції розвитку сфери гостинності на світовому рівні є результатом інтеграції технологій, зростаючої екологічної відповідальності, змін у попиті на унікальні досвіди та адаптації до демографічних трансформацій. Ці фактори спільно формують нову реальність індустрії, в якій інновації та сталий розвиток стали необхідними умовами для досягнення конкурентоспроможності та задоволення високих вимог сучасних туристів [15].

2.2. Аналіз сучасного стану сфери гостинності як складової туристичної галузі України

Сфера гостинності відіграє ключову роль у розвитку туристичної галузі, оскільки саме вона забезпечує створення необхідної інфраструктури та послуг для обслуговування туристів. Її стан є індикатором якості туристичних пропозицій і рівня задоволеності подорожуючих, що впливає на формування іміджу країни як привабливого туристичного напрямку. У сучасних умовах розвитку ця галузь в Україні стикається з численними викликами, серед яких економічна нестабільність, наслідки пандемії COVID-19, а також руйнівний вплив повномасштабної війни, розпочатої Росією. Ось таблиця, яка порівнює показники завантаженості готелів, кількість туристів та доходи від туризму до і після початку війни:

Таблиця 2.2.

Показники завантаженості готелів, кількість туристів та доходи від туризму до і після початку війни.

Показник	До війни (2021р.)	Після початку війни (2024р.)
1	2	3
Завантаженість готелів	60–80% (по країні)	60-70% (в Західній Україні)
Кількість туристів	14,5 млн осіб	3,6 млн осіб (внутрішній туризм)
Доходи від туризму (за пів року)	1,8 млрд гривень	1,2 млрд гривень (на 39% більше, ніж у 2023)
Інвестування в готельний сектор	Стабільний розвиток	Інвестиції зростають, заплановано відкриття 45 нових готелів (2024-2026 роки)

Джерело: складено автором на основі [48].

З таблиці можна зробити наступні висновки:

- дані показують стабільне збереження завантаженості в умовах війни, але з більшою концентрацією туристів в західних регіонах;
- значне зменшення кількості іноземних туристів через безпекові ризики, однак внутрішні туристи компенсують цей спад.

- незважаючи на труднощі, доходи від туризму в окремих областях, особливо на заході України, продовжують зростати завдяки розвитку внутрішнього туризму та підтримці урядових ініціатив.

- інвестиційна активність в індустрії відновлюється, зокрема завдяки новим проектам у західних регіонах та розширенню бізнесу на міжнародному ринку.

Ці дані демонструють, що хоча війна має серйозний вплив на загальну ситуацію в галузі, внутрішній туризм і стратегічні інвестиції допомагають відновлювати сектор.

Незважаючи на кризові явища, українська сфера гостинності демонструє стійкість і прагнення до відновлення. Значну увагу приділяють розвитку внутрішнього туризму, який став особливо актуальним у часи обмеження міжнародних подорожей. Внутрішній туристичний ринок стимулює зростання попиту на локальні готельні послуги, агротуристичні садиби та інші об'єкти гостинності, що водночас сприяє активізації місцевої економіки. Регіони, які залишаються відносно безпечними, такі як Західна Україна та Карпати, пропонують унікальні туристичні продукти, зокрема екотуризм, історико-культурні маршрути та оздоровчий відпочинок.

Однак виклики залишаються значними. Серед основних проблем галузі виділяють нестачу інвестицій у модернізацію інфраструктури, зростання цін на енергоносії, а також кадрову кризу через еміграцію та скорочення професійної підготовки. Важливим аспектом є також питання безпеки туристів, яке є вирішальним фактором у виборі дестинацій. Разом із цим, сучасна сфера гостинності в Україні намагається інтегрувати інноваційні рішення, такі як цифровізація послуг, впровадження екологічних стандартів і персоналізація туристичних продуктів, що відповідає глобальним трендам.

Сфера гостинності України в 2024 році перебуває у стані трансформації, зумовленій як викликами війни, так і прагненням до адаптації й відновлення. Головною рушійною силою стало зростання внутрішнього туризму, що спирається на популярність регіонів Західної України, таких як Львівська, Івано-

Франківська та Закарпатська області. В цих регіонах готелі демонструють стабільну завантаженість понад 60–70%, що свідчить про зростаючий інтерес до місцевих природних і культурних об'єктів. Наприклад, курорти «Буковель», «Драгобрат» і історичні пам'ятки на кшталт Кам'янець-Подільської фортеці залишаються популярними навіть в умовах воєнного часу.

Паралельно з цим, індустрія намагається відновитися через нові інвестиційні проекти. У найближчі два роки планується відкриття понад 45 нових готельно-апартаментних комплексів і 108 котеджних містечок, що додасть понад 6 670 номерів. Ці проекти реалізуються як у великих містах, таких як Київ і Львів, так і в регіонах із потенціалом розвитку. Водночас українські мережі, як-от «Ribas Hotels Group», диверсифікують діяльність, відкриваючи об'єкти за кордоном, щоб залишатися конкурентоспроможними і створювати нові джерела доходів. Попри позитивні зрушення, індустрія стикається з низкою викликів. Значна частина готелів і ресторанів у центральних і східних регіонах зазнала пошкоджень або залишаються закритими. Рівень відмов від бронювань у цих регіонах сягав 85–98% на початку війни, що свідчить про серйозний удар по галузі. Для відновлення необхідно збільшити номерний фонд щонайменше на 30–40% і залучити значні інвестиції, що є викликом через економічну нестабільність і ризики безпеки.

Відновлення також підтримується розвитком інфраструктури для внутрішніх подорожей і промоцією природних та культурних дестинацій. Зокрема, українські природні парки, рожеві озера й каньйони стають популярними серед внутрішніх туристів, що створює додатковий економічний ефект для місцевих громад. У першій половині 2024 року туристична галузь забезпечила надходження до бюджету на 39% більше порівняно з аналогічним періодом минулого року, що свідчить про поступове економічне відновлення.

Тут варто розглянути які об'єкти індустрії гостинності наразі функціонують та привертають увагу місцевих туристів, тим самим підтримуючи економіку галузі та країни в цілому.

Горнолижні курорти. Карпати залишаються одним з найбільш популярних напрямків зимового туризму. Курорти як Буковель, Драгобрат і Славське є серед найбільш відвідуваних, особливо в зимовий період. Буковель, зокрема, славиться своєю інфраструктурою, кількістю трас різного рівня складності та засобами для відпочинку після катання на лижах. За даними 2023 року, Буковель отримав значне збільшення кількості туристів у порівнянні з попередніми роками, незважаючи на нестабільну ситуацію в країні.

Природні парки. Виступають важливим компонентом національної екологічної інфраструктури, маючи значний вплив на розвиток індустрії гостинності. Вони являють собою екологічно чисті території, що не тільки зберігають біорізноманіття, але й створюють умови для розвитку екологічного туризму, який стає все більш актуальним у глобальному контексті. Наприклад, озеро Синевир, яке розташоване в Карпатах на території однойменного національного природного парку, є одним з найвизначніших природних об'єктів України. Своєю унікальною природною красою, екологічною цінністю та культурним значенням озеро приваблює значну кількість туристів, що сприяє розвитку регіонального туризму і створенню нових можливостей для економічного зростання. Інфраструктура навколо озера активно розвивається в контексті індустрії гостинності. Відвідувачам пропонуються різноманітні туристичні послуги, зокрема екскурсії, гідні маршрути, місця для кемпінгу та відпочинку на природі, а також готелі та гостьові будинки, які забезпечують комфортне розміщення. Крім того, на озері та в його околицях організовуються заходи, спрямовані на знайомство з культурною спадщиною регіону, такі як фестивалі, ярмарки місцевої продукції та етнографічні виставки.

Завдяки своєму екологічному, культурному та рекреаційному потенціалу, озеро Синевир стало важливим центром екологічного туризму в Україні. Воно також є прикладом того, як природні ресурси можуть бути використані для розвитку сталого туризму, який поєднує збереження природи з економічним розвитком. Водночас, цей процес вимагає ретельного управління природними та

культурними ресурсами, аби уникнути негативного впливу на екосистему озера та зберегти його для майбутніх поколінь.

Історичні пам'ятки. Київ, Львів, Чернівці, Луцьк та Одеса – це міста, що продовжують залишатися осередками культурного туризму в Україні. Київський національний музей історії, Золоті ворота, Софійський собор – ці пам'ятки є важливими точками на туристичних картах. Історичні пам'ятки не тільки зберігають національну спадщину, але й слугують фактором економічного зростання для регіонів, де вони розташовані. Розвиток туристичної інфраструктури навколо таких об'єктів, зокрема, будівництво готелів, ресторанів, кафе, а також організація екскурсій та культурних заходів, сприяє створенню робочих місць та залученню інвестицій. Наприклад, історичні пам'ятки Львова та Києва, за даними місцевих туристичних організацій, щороку приваблюють понад 2 мільйони туристів, що забезпечує значний дохід для міського бюджету.

Наявність історичних пам'яток також відкриває нові можливості для розвитку культурного туризму, включаючи проведення фестивалів, виставок, концертів та наукових конференцій, що робить ці місця популярними не лише для відпочинку, а й для освітнього та професійного туризму. Таким чином, історичні пам'ятки є важливими елементами індустрії гостинності, що забезпечують сталий розвиток та позитивно впливають на економіку країни, зберігаючи при цьому культурну спадщину та екологічну рівновагу.

СПА та оздоровчі комплекси. В Україні активно розвивається туризм для здоров'я та відновлення. Одним із таких прикладів є курорт "Моршин", який відомий своїми лікувальними водами. Також популярні курорти в Карпатах, такі як "Трускавець", де знаходяться санаторії з процедурами для відновлення після стресу або захворювань.

Туристичні агентства та онлайн-платформи. Послуги туроператорів, таких як "Join UP!" або "Anex tour", надають можливість організувати тури по Україні та за кордон. Онлайн-платформи для бронювання, як-от Airbnb та

Booking.com, також дуже популярні серед туристів, оскільки дозволяють швидко забронювати житло на будь-який смак.

За перший квартал цього року туристична галузь України сплатила до бюджету 616,4 млн грн, що на 61% більше, ніж за аналогічний період 2023 року, коли сума становила 383,2 млн грн. Для порівняння, у 2021 році, перед початком повномасштабної війни, надходження до держбюджету склали 629,1 млн грн. Загальна кількість платників податків, що займаються туристичною діяльністю, за рік зросла на 19%. При цьому число юридичних осіб збільшилось на 6%, а фізичних осіб-підприємців – на 24%.

Готелі залишаються головними платниками податків у цій сфері. За перші три місяці 2024 року вони перерахували до бюджету 395,2 млн грн, що на 69% більше, ніж у 2023 році (233,7 млн грн), і на 32% більше, ніж у 2022 році (299,8 млн грн). У 2021 році аналогічний показник склав 394,6 млн грн, що практично відповідає цьогорічному рівню.

Податкові надходження від туроператорів за перший квартал 2024 року зросли удвічі. Сума склала 88,7 млн грн проти 44,8 млн грн за аналогічний період 2023 року. Для порівняння, у 2021 році туроператори сплатили до бюджету 47 млн грн.

Туристичні агентства також наростили обсяги сплачених податків. У першому кварталі 2024 року їхній внесок до бюджету досяг 50,3 млн грн, що перевищує показник 2023 року (33,8 млн грн) та аналогічний період 2021 року (46,2 млн грн). Помітно зросли податкові надходження від діяльності туристичних баз і дитячих таборів відпочинку. За перші три місяці 2024 року бюджет отримав 36,2 млн грн, що на 41% більше порівняно з 25,7 млн грн у 2023 році. Однак цей показник залишається на 70% нижчим, ніж у 2021 році, коли сума становила 119,2 млн грн.

Зростання зафіксовано і у сфері кемпінгів та стоянок для автокемперів. У 2024 році вони перерахували до бюджету 704 тис. грн, що перевищує минулорічний показник у 499 тис. грн. На рис. 2.3 зображено динаміку надходжень від кожного виду діяльності за 2021-2024 рік.

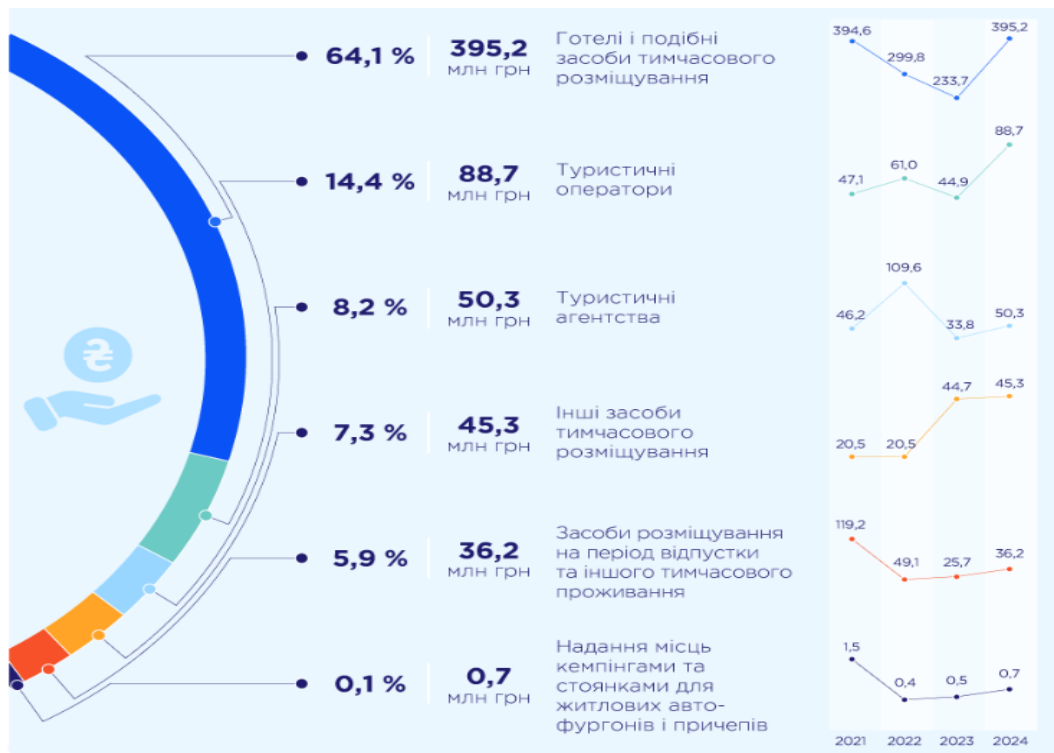


Рис. 2.3. Надходження від кожного виду діяльності.

Джерело: Державне агентство розвитку туризму [32].

Наведена статистика свідчить про здатність туристичної індустрії адаптуватися до умов воєнного стану. Галузь не лише продовжує функціонувати, а й сприяє створенню робочих місць і підтримці місцевих громад.

Транспорт. Україна має розвинену залізничну мережу, зокрема міжнародні рейси до Києва з країн Європи. Залізничний транспорт є популярним для подорожей всередині країни, особливо поїзди Інтерсіті, які з'єднують найбільші міста України. Протягом останніх шести років пасажирські перевезення в Україні зазнали значних змін, зумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми факторами.

- **Залізничний транспорт.** У 2019 році перевезено 1,500 млн пасажирів. У 2020 році цей показник знизився до 68,3 млн, що становить 44,1% від рівня 2019 року. У 2021 році спостерігалось зростання до 81,3 млн пасажирів (+19% до 2020 року).

- **Автомобільний транспорт.** У 2019 році перевезено 2,500 млн пасажирів. У 2020 році обсяг перевезень знизився до 1,083.9 млн (60.1% від рівня 2019 року). У 2021 році перевезено 1,089.3 млн пасажирів (+0.5% до 2020 року).
- **Авіаційний транспорт.** У 2019 році авіакомпанії України перевезли 13,7 млн пасажирів. У 2020 році цей показник знизився до 4,8 млн (35% від рівня 2019 року). У 2021 році спостерігалось зростання до 9,3 млн пасажирів (+94.9% до 2020 року).
- **Міський електротранспорт (трамваї, тролейбуси, метрополітен).** У 2019 році перевезено 1,600 млн пасажирів. У 2020 році обсяг перевезень знизився до 1,412.9 млн (67.4% від рівня 2019 року). У 2021 році перевезено 1,475 млн пасажирів (+4.4% до 2020 року).

У 2022 році, внаслідок повномасштабного вторгнення Росії в Україну, обсяги пасажирських перевезень різко знизилися. У березні 2022 року перевезено лише 63,6 млн осіб, що на 72% менше порівняно з березнем 2021 року. У квітні скорочення становило 57%, у травні – 54.5%, у червні – 45.7%.

Міжнародні пасажирські перевезення.

- **Авіаційний транспорт:** У 2019 році українські авіакомпанії перевезли 10,664.5 тис. пасажирів, що на 10.2% більше, ніж у 2018 році. З них 5,632.6 тис. пасажирів скористалися міжнародними регулярними рейсами, що на 7.9% більше, ніж у 2018 році.
- **Залізничний транспорт:** У 2019 році "Укрзалізниця" перевезла 20 млн пасажирів у міжнародному сполученні. У 2020 році цей показник знизився до 5 млн пасажирів через пандемію COVID-19 та карантинні обмеження.

Загалом, період з 2018 по 2023 роки характеризувався значними коливаннями в обсягах пасажирських перевезень в Україні, спричиненими пандемією COVID-19 та військовими діями на території країни. Незважаючи на це, у 2023 році спостерігається поступове відновлення пасажиропотоку. На рисунку 2.4 відображено загальні обсяги пасажирських перевезень в Україні за період 2018-2023 років у вигляді стовпчикової діаграми, а також відсоткові зміни до попереднього року у вигляді лінійного графіка.



Рис. 2.4. Обсяги пасажирських перевезень в Україні (млрд осіб) за період 2018-2023 роки

Джерело: створено автором на основі [13]

Всі вище перелічені елементи індустрії гостинності є важливою частиною економічного розвитку України, а також значно сприяють створенню робочих місць та залученню інвестицій. Вони допомагають зберігати та примножувати культурну спадщину, а також дають можливість для відпочинку та оздоровлення.

Таким чином, індустрія гостинності в Україні, попри виклики війни, демонструє стійкість і прагнення до відновлення. Розвиток внутрішнього туризму, впровадження нових проєктів та диверсифікація бізнесу дають надію на подальше зростання галузі після стабілізації ситуації в країні.

2.3. Виклики та проблеми щодо розвитку української індустрії гостинності в сучасних умовах.

Світовий туризм зазнав серйозних втрат від самого початку пандемії, що спричинила економічну кризу в багатьох секторах. Згідно з прогнозами, 2022 рік

мав стати роком відновлення індустрії, з новими послугами та стрімким розвитком. Суспільство та уряди різних країн поступово почали відновлюватися після важких ударів пандемії, запровадивши ряд заходів, які допомогли зменшити наслідки кризи і започаткувати поступове відновлення. Багато країн вже відчули позитивну тенденцію, але для України 2022 рік став роком важких випробувань і страждань. Проте навіть в умовах війни туризм зміг зберегтися та почати відновлюватися, наскільки це було можливо в теперішніх умовах.

Російська військова агресія проти України погіршує ситуацію в міжнародному туризмі, призводячи до зростання вартості нафти і транспортних витрат, збільшення невизначеності та різкого скорочення подорожей до Східної Європи. Найбільше постраждали такі країни, як Республіка Молдова, де кількість рейсів зменшилася на 69% з 24 лютого (порівняно з 2019 роком), Словенія (-42%), Латвія (-38%) і Фінляндія (-36%) за даними Євроконтролю.

Щодо України, то падіння туристичних потоків почалося ще в 2014 році після анексії Криму та окупації частин Донецької і Луганської областей Росією. У 2020 році розвиток туризму було заблоковано через пандемію COVID-19, а з початком війни 24 лютого 2022 року туристичні потоки різко скоротилися, адже багато українців виїхали за кордон, намагаючись уникнути війни, а деякі туристичні компанії припинили свою діяльність.

Початок повномасштабного вторгнення значно скоротив готельний ринок України. Багато готелів та інших закладів розміщення були змушені припинити роботу через різні причини, включаючи питання безпеки їх існування, низький попит на послуги та різного роду технічні проблеми. Крім того, військові дії мають безпосередній вплив на інфраструктуру туристичних місць, деякі з готелів, ресторанів та атракцій зазнали руйнування або тимчасово втратили свою привабливість для відвідувачів. Саме тому, з моменту початку вторгнення російських військ в Україну, підходи до організації туристичного бізнесу та індустрії гостинності кардинально змінилися, оскільки безпека тепер стала найважливішим аспектом для подорожуючих під час поїздок та відвідування туристичних місць. З приходом весняно-літнього сезону

з'являється все більше запитів на відпочинок, особливо у містах, що знаходяться у відносно безпечних частинах держави, таких як західні регіони та Карпати. Навіть у умовах воєнного стану туристична галузь продовжує функціонувати, оскільки подорожувати країною громадянам не заборонено. Однак для подорожніх та відвідувачів важливо розуміти реальні загрози та мати хоча б мінімальні гарантії захисту від можливих небезпек. Тільки запевнившись, що цей аспект знаходиться під контролем, можна розглядати економічну, культурну, відпочинкову, пізнавальну та інші складові, що є туристичною метою. Згідно з інформацією Державного агентства розвитку туризму, на сьогоднішній день працездатними є тільки 20% готелів. Очевидно, що більшість з них знаходяться у західних регіонах країни, зокрема в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Закарпатській областях. Проте вони також обмежені у своїй діяльності через введення комендантської години та необхідності дотримання заходів безпеки під час повітряних тривог. У готелях Буковелю, Львова та Києва зараз спостерігається найбільший попит на номери. Це пов'язано з тим, що південні туристичні напрямки в Україні тимчасово втратили свою привабливість для відвідувачів. Цього року туроператорами планується розширення можливостей для відпочинку українців, включаючи поїздки до центральних регіонів нашої держави. Війна майже повністю припинила туристичні потоки іноземців до України через страх і небезпеку перебування в багатьох регіонах, руйнування великої частки туристичної інфраструктури та повне обмеження польотів в повітряному просторі. В даний час туристична галузь в Україні діє в умовах обмежень, і компанії, які працюють у цій сфері, враховують ризики, пов'язані з потенційними небезпеками, такими як місця для укриття від бомбардувань та військові об'єкти під час планування маршрутів. Незважаючи на це, розвиток туризму повинен стати важливою частиною стратегії економічного відновлення України. Нам потрібно розпочинати працювати над цим вже сьогодні, не чекаючи завершення конфлікту. Щоб досягти цієї мети, можна включити розвиток туризму до програм відновлення післявоєнної відбудови, привертати увагу міжнародних

інвесторів, зробити акцент на проведенні масштабних рекламних кампаній, розробляти унікальні туристичні маршрути та популяризувати нестандартні форми туризму. Крім того, можна спрямовувати увагу на регіони, які зазнали менших культурних і історичних втрат від війни, і розвивати там зелений та внутрішній туризм. При цьому важливо приділяти увагу відновленню архітектурної спадщини та музеїв, що наразі припинили свою роботу та не приймають відвідувачів. Необхідно буде залучати молодь, проводячи різноманітні лекції і тренінги з питань відновлення індустрії гостинності, для цього можна вступати в партнерство з закладами освіти. Створювання фондів для відновлення України та розробка конкретні програми і стратегій для цього – ще один практичний спосіб відновлення становища вітчизняного туризму. Треба зауважити, що деякий час цільовою аудиторією для мандрівок в Україну будуть люди, що полюбляють екстремальний туризм та дослідження історичних подій, а також військовий туризм. Тепер у нас є багато міст та сіл, які стали символами незламності перед російською агресією, тож можемо зробити їх відомими туристичними напрямками. Вони залишають після себе багато незабутніх вражень, за якими готові їхати багато людей [53].

Зрозуміло, що під час бойових дій український туризм зазнає великих втрат і перешкод, а також кожного дня бореться з чисельними викликами. Нижче наведено основні з них:

- нестабільність та загрози безпеці, спричинені військовими діями на території України; це значно впливає на рішення туристів про відвідування країни, особливо її прикордонних та конфліктних регіонів;
- негативне уявлення іноземців, яке виникає внаслідок масової медійної кампанії про війну в Україні; більше двох років люди закордоном чують лише негативні новини, тож це значно впливає на наш імідж; це не тільки ускладнює приваблення нових клієнтів, а ще й призводить до скасування чи перенесення раніше запланованих поїздок;

- пошкодження або окупація багатьох популярних раніше туристичних об'єктів через військовий конфлікт, що значно знижує інтерес туристів до їх відвідування;
- економічні труднощі, які виникають у зв'язку з війною, призвели до того, що доводиться скорочувати інвестиції у сферу гостинності та туристичний сектор, а це в свою чергу може вплинути на якість надання послуг та рівень сервісу;
- зміни маршрутів популярних раніше турів через військові дії, або взагалі їх відміна, особливо на прикордонних територіях, що призводить до втрати інтересу до деяких регіонів та необхідність акцентування уваги на інших туристичних напрямках.

Підсумовуючи, варто зазначити, що туристична галузь, як і галузь індустрії гостинності в нашій країні на сьогоднішній день має багато загроз, але, попри це, ми маємо і багато можливостей, на які нам потрібно звертати увагу, щоб стабілізувати ситуацію. В таблиці 2.3. наведено порівняння загроз та можливостей для галузі індустрії гостинності.

Таблиця 2.3.

Порівняння загроз та можливостей для галузі індустрії гостинності України.

Загрози	Можливості
1	2
Руйнування інфраструктури	Можливість залучення іноземних інвестицій, а також залучення приватних інвесторів після закінчення війни
Істотні пошкодження готелів, ресторанів та туристичних об'єктів через військові дії.	Зосередження на внутрішньому, екстремальному та військовому туризмі.
Страх і невизначеність	Відновлення культурної спадщини
Високий рівень страху у потенційних туристів через воєнні дії.	Відбудова історичних пам'яток, музеїв і культурних об'єктів.
Зниження попиту	Зелений і сталий туризм
Зменшення кількості туристів через відсутність авіаперельотів і небезпеку.	

Джерело: складено автором на основі [60]

З лютого 2022 р. ЮНЕСКО провела третю оцінку збитків та потреб, яку було проведено спільно Світовим банком, урядом України, Європейською

комісією та Організацією Об'єднаних Націй. Ця оцінка охоплює загалом 4779 культурних та туристичних об'єктів, які, за повідомленнями української влади, були пошкоджені. Це включає збитки, завдані об'єктам і будинкам, що становлять цінність для спадщини (за оцінками, у 2,41 мільярда доларів США); збитки, завдані витворам мистецтва, колекціям та культурним сховищам (161 мільйон доларів США); збитки, завдані будинкам та майстерням, призначеним для культурних та творчих індустрій (262 млн дол. США); та збитки, завдані туристичним об'єктам (650 млн. дол. США). Найбільше постраждала Харківська область, на яку припало майже 25% зафіксованих збитків, за нею йдуть Донецька область з 14,7% та Одеська область з 7,6%.

З лютого 2022 року сектори культури та туризму також накопичили втрачені доходи у розмірі 19,6 млрд доларів США, що є зростанням на 30% за один рік. Більше половини цих втрат – \$10,6 млрд – припало на Київ, в основному через падіння числа туристів та раптове уповільнення креативних індустрій.

За даними ЮНЕСКО, у період з 2024 по 2033 рік необхідно зібрати майже 9 мільярдів доларів США для фінансування зусиль щодо відновлення та реконструкції. Ця потреба у фінансуванні збільшилась на 30% за один рік.

Зважаючи на всі наведені фактори, багатьом підприємствам індустрії гостинності довелося кардинально реорганізувати свою діяльність, щоб залишитися на плаву під час війни. Цей виклик змусив їх змінити свої бізнес-стратегії, адже вони змушені адаптуватися до нових складних умов. Деякі готелі активно просуваються на міжнародному ринку, привертаючи увагу іноземних інвесторів та партнерів для підтримки відновлення туристичної галузі в Україні. Зосередження на підтримці туристичної галузі та відновленні іміджу України як привабливого місця для туристів є надзвичайно важливими в умовах можливих ризиків при відвідуванні країни [55].

Водночас війна стимулювала розвиток внутрішнього туризму в Україні. Багато українців вирішили підтримати свою країну в цей складний час, що допомогло більшості готелів та туристичних об'єктів зберегти зайнятість та

забезпечити робочі місця. У перший рік повномасштабного вторгнення ринок готелів переважно обслуговував внутрішню міграцію, оскільки потік іноземних туристів припинився, а івенти та бізнес-зустрічі були скасовані, і відпочинок був відкладений до кращих часів. У 2023 році ситуація дещо змінилася, і хоча основними гостями залишалися внутрішні туристи, мета їх поїздок зазнала змін. Безпека стала однією з ключових вимог клієнтів.

Технічні можливості для безперебійної роботи та підтримання високого рівня сервісу, технологічні інновації та концепція стійкого туризму (англ. *sustainable tourism*) відіграють важливу роль у відповідності вимогам ринку та збереженні конкурентоспроможності готелів та подібних закладів розміщення. Цільова аудиторія подорожуючих наразі максимально різноманітна за метою візиту: іноземні журналісти, представники неурядових організацій, дипломати, ділові мандрівники, учасники тренінгів та навчань, пацієнти, транзитні туристи, відвідувачі родичів та приватні особи. Експерти зазначають, що попит поступово відновлюється, але регіональний розподіл значно відрізняється від довоєнного через фактор безпеки.

При аналізуванні минулого року виявлено тенденцію до збільшення інтересу до західних регіонів України та одночасного зменшення попиту на південні регіони (рис. 2.5). Наприклад, влітку кількість відвідувачів у Буковелі зросла на 85%, а середньодобова вартість номерів (ADR) перевищила показники 2022 року на 140%. У південних регіонах, зокрема в Одесі, заповнюваність у містах-мільйонниках знизилася майже на 20%, бізнес-попит зменшився на 20,5%, а середня тривалість перебування скоротилася до 1,7 ночі. Водночас відсоток скасувань зріс до 60% влітку. Хоча бізнес-туризм скоротився, сімейні подорожі стали популярнішими. Гості почали подорожувати частіше, але на коротший період і з меншою глибиною бронювання, тобто бронюючи за кілька днів до приїзду в готель [11].

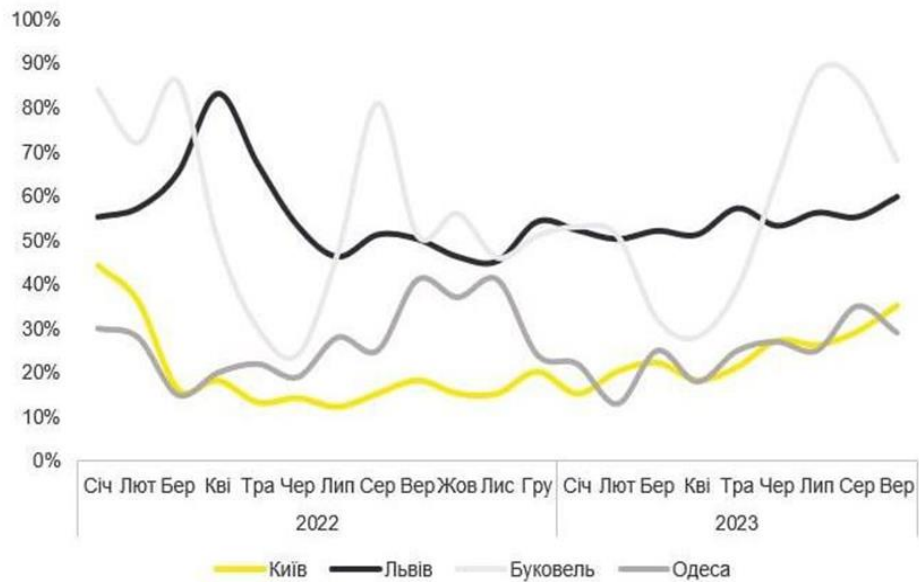


Рис. 2.5. Динаміка середнього рівня заповнюваності на готельному ринку Києва, Львова, Буковелі та Одеси.

Джерело: [56]

Згідно з даними за перші три квартали 2023 року, попит на готелі в Києві та Львові стабілізувався. У столиці заповнюваність готелів повільно зростала протягом року, але ще не досягла рівня довоєнного 2021 року. За результатами січня-вересня 2023 року, середній рівень заповнюваності становив 24% порівняно з 49% у аналогічному періоді 2021 року. У Львові середня заповнюваність за 9 місяців 2023 року залишилася майже незмінною порівняно з аналогічним періодом минулого року та становила 54%.

У готелях Одеси попит залишається волатильним і залежним від сезону. У серпні заповнюваність сягнула 35%, проте середній показник за три квартали 2023 року становив лише 24%, тоді як у довоєнний 2021 рік цей показник був удвічі більший. Основною причиною такого низького попиту є нестабільна безпекова ситуація в регіоні, що спричинила зміну туристичних уподобань на користь гірських курортів навіть у літній період.

Таким чином, 2023 рік, зокрема і літній період, були надзвичайно успішними для готелів Буковеля. За перші три квартали 2023 року середня заповнюваність склала 57%, а влітку досягла 88%. Високий попит пояснюється

кількома факторами. Багато сімей, які раніше відпочивали за кордоном, тепер обирають нові туристичні напрямки в межах України через чинні обмеження для перетину кордону. Завдяки широкій пропозиції розваг і кращій безпековій ситуації в рекреаційних зонах західного регіону, Буковель та інші населені пункти Карпат стали центром тяжіння внутрішнього туризму минулого року. За даними «HotelMatrix», середнє завантаження готельного ринку України у 2023 році досягло 30,79%, що на 3,45% більше у порівнянні з 2022 роком, але на 15,37% менше у порівнянні з постковідним 2021 роком.

Отже, перспективи розвитку готельного сектору індустрії гостинності в Україні зараз характеризується невизначеністю через пандемію, фінансову кризу та військові дії. Кількість готелів у східних регіонах значно зменшилася, а готелі в інших регіонах переформатувалися під житло для переміщених осіб. Готельний сектор потребує перезавантаження та відновлення, враховуючи безпеку і потреби клієнтів. Виклики, з якими зіштовхнулася українська індустрія туризму в умовах війни, вимагають від галузі креативного та гнучкого підходу, адаптації до нових умов та співпраці з урядом для залучення інвестицій і просування позитивного іміджу країни на міжнародному ринку.

Також, необхідно звернути увагу і на ресторанний сектор індустрії гостинності. Протягом останніх п'яти років ресторанний сектор України зазнав значних змін, зумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. До 2019 року спостерігалось зростання кількості закладів громадського харчування; наприклад, у 2018 році їх кількість збільшилася на 2,7 тисячі одиниць. Однак пандемія COVID-19 у 2020 році призвела до суттєвого скорочення діяльності багатьох ресторанів через карантинні обмеження та зниження відвідуваності. За даними Державної служби статистики України, у 2020 році кількість закладів зменшилася до 14,8 тисячі, порівняно з 15,6 тисячі у 2019 році. У 2021 році галузь почала відновлюватися, демонструючи зростання обсягів реалізації від 60% до 140% за рік, перевищуючи показники передкризового 2019 року. Проте повномасштабне вторгнення РФ в Україну у 2022 році знову негативно вплинуло на ресторанний бізнес. У Києві, наприклад, у 2024 році закрилося близько 120

ресторанів, і до кінця року ця кількість може зрости. Незважаючи на ці виклики, деякі мережі швидкого харчування, такі як McDonald's, продовжують працювати та навіть збільшують виторг; за перше півріччя 2024 року виторг McDonald's в Україні склав 7,8 мільярда гривень. Загалом, ресторанний сектор України зазнав значних коливань у кількості закладів та їх відвідуваності, що відображає вплив глобальних та національних кризових подій на індустрію гостинності.

Для того, щоб детальніше розглянути ситуацію у ресторанному секторі індустрії гостинності, було проведено SWOT-аналіз, результати якого показані в таблиці 2.4

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз закладів ресторанного сектору індустрії гостинності
України

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
Креативність і адаптивність (dark kitchens, food trucks).	Висока вартість енергозабезпечення (генератори, резервне живлення).
Використання локальних продуктів.	Падіння платоспроможності клієнтів через нестабільну економічну ситуацію в країні
Популярність української національної кухні.	Відтік кваліфікованого персоналу.
Розвиток IT-рішень (доставка, CRM, онлайн-бронювання).	Нестабільність ринку (зміни в оподаткуванні, оренді).
Стійкість сектору під час криз.	Обмеженість капіталу для масштабування чи покриття збитків.
Можливості	Загрози
Розвиток туризму та інтерес до гастрономії України.	Військова агресія (зруйнована інфраструктура, небезпека).
Гранти та міжнародна допомога для розвитку бізнесу.	Економічна нестабільність (інфляція, зростання цін).
Попит на екологічні й органічні продукти	Висока конкуренція (локальні та міжнародні мережі).
1	2
Розширення доставки їжі, включаючи міжнародні ринки.	Зміна споживчих звичок (попит на економічні варіанти).
Колаборації з локальними виробниками та організація подій.	Ризики енергозабезпечення (перебої з електропостачанням).

Джерело: складено автором на основі [9].

Ресторанний сектор України перебуває у складній ситуації, але має сильні сторони, які дозволяють йому адаптуватися до сучасних викликів. Серед ключових переваг можна виділити креативність та здатність до інновацій, що

проявляється у розвитку нових форматів, таких як «dark kitchens» та «food trucks». Використання локальних продуктів допомагає знижувати залежність від імпорту і підтримувати економіку, а популярність української національної кухні створює додаткові можливості для залучення клієнтів, включаючи іноземних туристів. Також важливим фактором є розвиток цифрових рішень: онлайн-замовлення, доставка та CRM-системи оптимізують бізнес-процеси. У кризових умовах ресторани демонструють стійкість, адаптуючи свої послуги до змін у ринку [16].

Водночас галузь має серйозні слабкі сторони. Висока вартість енергозабезпечення через постійні перебої з електропостачанням значно збільшує операційні витрати. Зниження платоспроможності населення обмежує попит на ресторанный послуги, а відтік кваліфікованого персоналу створює кадровий дефіцит. Ринок залишається нестабільним через зміни у регуляціях, оподаткуванні та орендних умовах. Багато закладів також стикаються з обмеженістю фінансових ресурсів, що ускладнює їхнє масштабування та покриття збитків.

Серед можливостей галузі було виділено наступні: зростання інтересу до гастрономії України та перспективи відновлення туризму відкривають нові горизонти для ресторанів. Доступ до міжнародних грантів та фінансової допомоги сприяє розвитку бізнесів, особливо у постраждалих регіонах. Сектор може скористатися екологічними трендами, розширюючи пропозиції органічних продуктів та sustainable business-практик (практики сталого бізнесу). Розвиток доставки допомагає охопити ширшу аудиторію, а колаборації з локальними виробниками та організація гастрономічних подій стимулюють інтерес клієнтів.

Проте існують серйозні загрози, які стримують зростання галузі. Найбільший виклик – військова агресія, що руйнує інфраструктуру і створює ризики для роботи бізнесу в багатьох регіонах. Економічна нестабільність та інфляція поглиблюють фінансові труднощі, а висока конкуренція посилює тиск на локальні ресторани. Зміни у споживчих звичках через економію коштів та ризики енергозабезпечення також суттєво впливають на стабільність бізнесу.

Таким чином, ресторанний сектор України стикається з серйозними викликами, але має значний потенціал для відновлення і зростання. Для успішного подолання труднощів необхідно зосередитися на інноваціях, співпраці з локальними партнерами, впровадженні екологічних практик та активному використанні міжнародної допомоги. Це дозволить не лише стабілізувати діяльність закладів, але й зміцнити їхню позицію на ринку в довгостроковій перспективі.

2.4. Аналіз діяльності підприємств дотичних до індустрії гостинності (на прикладі КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»)

Комунальний заклад «Полтавський обласний центр національно-патріотичного виховання, туризму і краєзнавства учнівської молоді» (далі по тексту КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» або Центр) Полтавської обласної ради є профільним закладом позашкільної освіти, діяльність якого спрямована на виявлення і впровадження нових підходів, форм і методів освіти і виховання учнівської та студентської молоді; створення умов для здобуття додаткової освіти вихованцями, їхньої участі у науковій, пошуково-краєзнавчій, спортивно-туристській, військово-патріотичній роботі; забезпечення змістовного дозвілля; упровадження типових навчальних планів і програм для гуртків та об'єднань; розвиток і підтримка обдарованої молоді.

Оскільки КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» є комунальним бюджетним неприбутковим закладом, то доходів від діяльності не отримує. Діяльність закладу є досить стабільною, навіть у часи епідеміологічних обмежень COVID-19, заклад продовжував працювати дистанційно, впроваджуючи нові форми роботи онлайн, які є актуальними і зараз. Заклад дотримується поставленої мети та місії, що відображається у щорічних звітах, які надаються до Управління культури і туризму Полтавської облдержадміністрації.

Основним напрямками роботи закладу у сфері гостинності і туризму за

останні роки є:

- проведення заходів, присвячених державним святам і міжнародним датам, які мають на меті популяризацію Полтавської громади як дестинації подієвого туризму. Наприклад, Всеукраїнський конкурс «Мій рідний край», обласна краєзнавча конференція «Полтавщина - земля моя свята», а також обласні семінари-практикуми з краєзнавства та зльоти юних туристів-краєзнавців, Всеукраїнська краєзнавча експедиція «Моя Батьківщина – Україна» тощо. Діяльність Центру також включає наступні заходи:

- робота клубів за інтересами, які покликані розвивати культурно-просвітницьку діяльність серед всіх вікових соціально-демографічних груп населення. У філіях Центру найбільше клубів за інтересами таких, що займаються рекреаційно-оздоровчою та туристичною тематикою, які пропагують активний та здоровий спосіб життя;
- освітні та розважальні заходи, бесіди, виставки, уроки-екскурсії, усні журнали, присвячені різним пам'ятним датам і святам (календарно-обрядовим, державним тощо);
- організація та проведення обласних масових туристсько-краєзнавчих заходів та заходів з національно-патріотичного виховання в системі освіти у взаємодії з органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями, об'єднаннями громадян та сім'ями. Наприклад, обласна військово-патріотична гра "Петлюрівський вишкіл", Всеукраїнська військово-патріотична гра «Сокіл» («Джура») а також різноманітні партіотичні акції та форуми.

Загалом до пандемії COVID-19 КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» проводив близько 500 культурно-освітніх та розважальних заходів; до 40 концертів колективів художньої самодіяльності Полтавського району; близько 30 виставок творів мистецтва; більше 300 суспільно-політичних та інших заходів, присвячених професійним святам.

Проводячи оцінку конкурентів КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР», розділимо

заклади-конкуренти, які надають подібні послуги гостинності, на три групи:

1. Туристичні агенції міста Полтава.
2. Заклади культури м. Полтава, які надають послуги гостинності.
3. Інформаційно-туристичний центр Полтавської області.

Якщо розглядати діяльність першої групи, то конкурентна перевага КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» простежується саме у створенні фестивалів та культурного продукту для подієвого туризму не тільки для відвідувачів центру, але й і для інших зацікавлених груп населення м. Полтава та області. Оскільки, туристичні агенції міста працювали більше на виїзний туризм, або на реалізацію турів відвідування найбільш відомих туристичних дестинацій України. Саме розвитком послуг гостинності місцевого пізнавального, культурного, рекреаційного та інших видів туризму ці підприємства не займались.

До другої групи конкурентів можна віднести КЗ «Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського» та «Центр культури та дозвілля Полтавської міської територіальної громади (ЦКД ПМТГ)». Обидва заклади створюють культурний продукт для подієвого туризму (культурно-масові заходи, майстер-класи тощо).

Третя група представлена єдиним підприємством, але говорити про реальну конкуренцію з його боку важко, бо Інформаційно-туристичний центр Полтавської області розпочав свою роботу тільки в грудні 2021 року, тож мало хто довідується про його наявність як серед мешканців області, так і серед її відвідувачів.

Розглянемо заклади за асортиментом послуг гостинності у таблиці 2.5.

Якщо порівнювати ці заклади за асортиментом послуг, то КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» має більше переваг, і зокрема, у організації фестивалів, які відвідує велика кількість людей, та які є цікавими для туристів. КЗ «Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського» має перевагу у наданні екскурсійних послуг, однак послуга організації культурно-масових свят не розвинена, вочевидь зважаючи на відсутність потрібної матеріально-технічної бази, яку мають заклади клубного типу. Центр культури та дозвілля Полтавської

міської територіальної громади (ЦКД ПМТГ) має перевагу у проведенні культурно-масових заходів та вистав, оскільки має достатню матеріально-технічну базу та велику кількість працівників у порівнянні з іншими установами цієї сфери діяльності.

Таблиця 2.5

Асортимент послуг гостинності закладів культури Полтавської громади

Послуги	Центр культури та дозвілля Полтавської міської територіальної громади (ЦКД ПМТГ)	КЗ «Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського»	КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»
1	2	3	4
Організація фестивалів	-	-	+
Проведення культурно-масових свят	+	-	+
Проведення майстер-класів	+	+	+
Організація виставок	+	+	+
Проведення екскурсій	-	+	+
Проведення вистав	+	-	-
Проведення заходів, спрямованих на виховання патріотизму в учнівської молоді	-	+	+

Джерело: складено автором.

Для аналізу стратегічних можливостей КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» проведено SWOT-аналіз (табл.2.6).

Сильними сторонами КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» як підприємства та колективу є позитивний імідж закладу як у керівників місцевого самоврядування, так і у громадськості. Директор та заступник мають високий рівень професійних компетентностей, що дозволяє оперативно приймати управлінські рішення та швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому оточенні. Активний та креативний колектив, який генерує інноваційні ідеї для створення якісних та різноманітних культурних продуктів.

КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» має дружній, позитивний внутрішній клімат в колективі та спільність цінностей, що виявляється зокрема у волонтерській діяльності, особливо після початку повномасштабної війни.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз КЗК «ПОЦНПВТКУМПОР»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
1. Позитивний імідж закладу; 2. Компетентність керівників та оперативність управлінських рішень; 3. Висока якість та різноманітність освітньо-культурних продуктів; 4. Інноваційні проекти центру; 5. Дружній, позитивний внутрішній клімат в колективі та спільність цінностей; 6. Волонтерська діяльність.	1. Відсутність власного капіталу; 2. Складнощі із залученням аудиторії, партнерів та спонсорів; 3. Відтік кваліфікованого персоналу через воєнний стан; 4. Низька заробітна плата співробітників; 5. Низький рівень інвестицій в інновації та рекламну діяльність; 6. Відсутня чітка стратегія маркетингових заходів для реклами власних послуг; 7. Застаріла матеріально-технічна база; 8. Дисбаланс у напрямках діяльності туристичного спрямування
Можливості	Загрози
1. Нові ніші на ринку послуг гостинності, які можна освоювати; 2. Нові тенденції діяльності, в яких заклад може бути конкурентоспроможним; 3. Наявність потенційно перспективних партнерів та спонсорів; 4. Збільшення потенційної аудиторії; 5. Невикористовувані досі символічні, соціальні, творчі ресурси і т. д.; 6. Майбутні інвестиції у галузь гостинності та туризму	1. Демографічний спад, що знижує рівень затребуваності організації на території області 2. Інтенсивність конкуренції серед подібних закладів 3. Вплив військово-політичної та економічної ситуації в країні; 4. Недостатній рівень життя місцевого населення та його міграція в інші регіони; 5. Можливість появи нових епідемій, через які будуть впроваджені обмеження діяльності.

Джерело: складено автором

Найбільшою слабкою стороною КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» є відсутність власного капіталу, залежність від бюджетних коштів громади, що не дає в повній мірі впроваджувати інноваційні проекти, створювати більш потужний культурний продукт, оновлювати матеріально-технічну базу та збільшувати заробітну плату. Проблеми із залученням аудиторії через відсутність чіткої стратегії маркетингових заходів для реклами діяльності закладу та платних послуг, які допомогли б залучати більше спонсорів та партнерів.

За результатами дослідження діяльності КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР»,

можна зробити висновок, що заклад має достатньо високий рівень послуг зі створення туристичного продукту для пішохідного та спортивного туризму. Але для створення більш конкурентоспроможного продукту у культурній та туристичній індустрії слід вивчати та досліджувати організацію та маркетингове просування відомих українських фестивалів.

Крім того, діяльність закладу не обмежується лише створенням і проведенням культурних патріотично-просвітницьких заходів і свят спортивного характеру. Екскурсійні та туристично-інформаційні послуги наявні, але мають низький недостатній рівень розвитку у діяльності закладу.

Наразі активна діяльність закладу спрямована на організацію та проведення заходів патріотичної спрямованості. Установа працює у переважно у дистанційному режимі, оскільки і заклад має обмеження у зв'язку з неможливістю гарантувати безпеку під час перебування у приміщенні Центру у разі повітряної тривоги. Тому, запропоновані напрямки розвитку послуг гостинності для КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» буде можливо повністю запровадити після припинення воєнного стану. Однак, деякі з них можна впроваджувати вже зараз. Наприклад, розробка стратегій розвитку екскурсійних, туристично-інформаційних послуг, створення маркетингової стратегії щодо популяризації своїх послуг, розширення асортименту платних послуг.

Для підвищення конкурентоспроможності послуг гостинності КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» пропонується (рис. 2.6):

- звернути більшу увагу на розвиток діяльності, пов'язаної з організацією заходів, присвячених не тільки спорту та патріотичному вихованню;
- розробити план заходів щодо обміну досвідом стосовно розвитку сфери гостинності між подібними Центрами в інших областях України, а також план щорічних взаємних туристичних візитів дітей та учнівської молоді з метою популяризації туристичних ресурсів всіх областей України (з урахуванням безпекової складової);



Рис. 2.6. Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності послуг гостинності КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР».

Джерело: складено автором

- більше уваги приділити роботі по збереженню нематеріальної культурної спадщини, відтворенню традиційного характеру середовища та історичних ареалів населених місць, відродження осередків традиційної народної творчості, народних художніх промислів і ремесл і залучати ці матеріали до створення нових туристичних атракцій;

- організовувати екскурсійні тури по Полтавщині та Україні для місцевого населення та для відвідувачів регіону. Також для підвищення конкурентоспроможності закладу в цілому треба більше впроваджувати роботи саме на основі платних послуг, особливо культурного та туристично-екскурсійного спрямування. Така діяльність може бути реалізована співробітниками центру спільно із учнями відповідних гуртків;

- більше уваги приділяти розвитку напрямків діяльності, пов'язаних з формуванням послуг гостинності для мешканців області та відвідувачів з інших регіонів України.

З огляду на післявоєнне відновлення туристичної галузі вже зараз потрібно планувати та розробляти маршрути для відвідування, пропонувати Управлінню

культури на обласному рівні меморіалізувати наслідки війни, місця бойових дій, пам'ятки війни тощо, які будуть покладені в основу нових меморіальних екскурсійних маршрутів.

Для досягнення ще більшого рівня конкурентоспроможності КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» потрібно оновити матеріально-технічну базу, яка після двох років війни може бути не в робочому стані; звернути увагу на підвищення кваліфікації працівників; урізноманітнити послуги, що надаються; впроваджувати інноваційні та маркетингові стратегії діяльності для створення реклами для просування своїх послуг на платній основі, для пошуку партнерів, спонсорів та замовників, що надасть змогу не залежати від бюджету громади і створювати ще більш якісний, конкурентоспроможний і вражаючий просвітницько-культурний продукт для сфери гостинності.

Отже, незважаючи на значні успіхи у галузі спортивного туризму та організації культурно-освітніх заходів, діяльність КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» дещо обмежена у плані розвитку гостинних послуг для туристів. Зокрема, Центр зосереджений на пішохідному та спортивному туризмі, а також освітньо-патріотичних заходах, але дуже мало уваги приділяється розвитку професійних туристичних послуг, що є важливим аспектом для повноцінного розвитку індустрії гостинності в регіоні.

Для підвищення конкурентоспроможності закладу на ринку культурних послуг та туризму, КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» варто більше уваги приділити розвитку послуг для туристів, зокрема у сфері організації екскурсій, створенні туристичних маршрутів та інформування про культурні та історичні пам'ятки регіону. Також варто розвивати співпрацю з місцевими органами влади, бізнесом та спонсорами для залучення інвестицій та створення нових напрямків діяльності в галузі гостинності.

У результаті, для досягнення більшої конкурентоспроможності КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР» необхідно адаптувати свою діяльність до нових викликів часу, зокрема через розширення асортименту туристичних послуг та активну співпрацю з іншими учасниками туристичної індустрії.

Висновки до розділу 2

Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності підтвердив її ключову роль у формуванні туристичної галузі як на глобальному рівні, так і в Україні. У світовому контексті сфера гостинності демонструє активну інтеграцію цифрових технологій, що сприяє автоматизації процесів, персоналізації обслуговування та підвищенню ефективності бізнесу. Впровадження мобільних додатків, штучного інтелекту та аналітики великих даних змінює стандарти надання послуг, забезпечуючи клієнтам новий рівень комфорту.

Не менш важливою є тенденція до сталого розвитку, яка стає основою для довгострокової конкурентоспроможності. Екологічна відповідальність, підтримка місцевих громад і збереження природних ресурсів визначають нові підходи до управління підприємствами індустрії гостинності. Водночас, попит на автентичні та унікальні туристичні досвіди спонукає бізнес орієнтуватися на збереження культурної спадщини, розвиток локальних продуктів і впровадження інноваційних послуг.

Українська індустрія гостинності в умовах війни стикається зі значними викликами, такими як руйнування інфраструктури, зменшення міжнародного туристичного потоку та економічна нестабільність. Однак розвиток внутрішнього туризму, концентрація на безпечних регіонах і зростання інвестиційної активності в західних областях України дозволяють підтримувати життєздатність галузі. Інноваційні рішення, як-от цифровізація та екологічні стандарти, стають ключовими для адаптації до нових реалій.

На основі проаналізованих сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності була запропонована стратегія розвитку для КЗ «ПОЦНПВТКУМПОР». Ця стратегія покликана не лише зміцнити позиції закладу на ринку, а й забезпечити його внесок у загальну стабілізацію та розвиток туристичної галузі Полтавської області та України.

Загалом, сучасні тенденції в індустрії гостинності формують нову

реальність, в якій технології, сталість і культурна унікальність є вирішальними факторами розвитку. Для України пріоритетними напрямками залишаються відновлення туристичної інфраструктури, залучення інвестицій і підтримка внутрішнього туризму, що створює базу для подальшого відновлення галузі в післявоєнний період.

РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ.

3.1. Інноваційні підходи та технології у сфері гостинності як важіль підвищення конкурентоспроможності послуг туристичної галузі країни.

Інноваційні підходи та технології у сфері гостинності мають ключове значення для формування конкурентних переваг та стійкого розвитку туристичної галузі. Їх впровадження не лише відповідає сучасним світовим тенденціям, але й сприяє адаптації бізнесу до зростаючих очікувань туристів, які прагнуть зручності, індивідуалізації та високої якості обслуговування.

Перш за все, інновації дозволяють оптимізувати процеси обслуговування гостей, що підвищує операційну ефективність підприємств. Наприклад, автоматизація рутинних процесів, таких як бронювання номерів, реєстрація гостей або управління замовленнями у ресторанах, дозволяє зменшити витрати часу і ресурсів. Це дає змогу персоналу більше зосередитися на наданні якісного сервісу, що, у свою чергу, сприяє підвищенню задоволеності клієнтів. Крім того, використання цифрових технологій забезпечує доступність послуг і зручність для клієнтів. Наприклад, мобільні додатки для готелів та туристичних агентств дозволяють гостям здійснювати бронювання, замовляти додаткові послуги або отримувати інформацію про місцеві пам'ятки безпосередньо зі смартфона. Ці технології створюють більш інтерактивний і персоналізований досвід, що підвищує лояльність клієнтів до бренду. Ще одним важливим аспектом є збір та аналіз даних про поведінку і вподобання туристів. Використання великих даних (Big Data) та штучного інтелекту дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, які відповідають потребам конкретних груп споживачів. Наприклад, на основі аналізу попередніх бронювань, готель може запропонувати гостю спеціальні акції або пакетні послуги, які враховують його уподобання.

Інновації також сприяють покращенню іміджу підприємств і країни загалом. Екологічні технології, такі як використання енергоефективного

обладнання, впровадження систем повторного використання води або створення "зелених" зон у готелях, відповідають сучасним трендам сталого розвитку. Готелі, які дотримуються принципів екологічності, частіше обирають туристи, що цінують відповідальне ставлення до довкілля, особливо з європейських країн. Окремо варто відзначити вплив інновацій на розширення аудиторії та збільшення туристичних потоків. Сучасні технології, такі як віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), дають можливість потенційним туристам ознайомитися з дестинацією ще до поїздки. Наприклад, віртуальні тури дозволяють клієнтам оглянути номери, ресторани або інші об'єкти інфраструктури, що сприяє прийняттю рішення на користь певного закладу чи місця [51].

На макрорівні впровадження інновацій у сферу гостинності позитивно впливає на розвиток туристичної галузі країни загалом. Це сприяє збільшенню прибутків від туризму, створенню нових робочих місць, покращенню якості інфраструктури та інтеграції України у світовий туристичний ринок. На рис. 3.1 зображено графік, який ілюструє вплив інноваційних технологій на готельний сектор індустрії гостинності, показана динаміка, починаючи з 2015 року. На графіку демонструється кілька ключових метрик:

- впровадження штучного інтелекту (ШІ). У 2023 році майже 50% готелів у світі інтегрували технології на основі ШІ для автоматизації бронювання, обслуговування клієнтів і персоналізації послуг. Зокрема, великі готельні мережі використовують чат-ботів для взаємодії з гостями;
- в період пандемії COVID-19 у 2020-2021 роках впровадження мобільних додатків для безконтактного заїзду та ключів виросло на 30%, що забезпечило безпечніший сервіс та підвищило рівень задоволеності клієнтів;
- у 2023 році близько 20% великих готелів використовують роботів для виконання різних задач, таких як прибирання чи доставка їжі. Це допомогло знизити витрати на персонал і збільшити операційну ефективність;

- застосування VR для попереднього перегляду туристичних локацій зросло на 15% у 2023 році, що дало змогу підвищити продажі завдяки кращій демонстрації послуг
- до 2023 року більше 40% готелів упровадили "розумні" кімнати, що автоматично регулюють температуру, освітлення та інші умови для створення комфортнішого середовища.

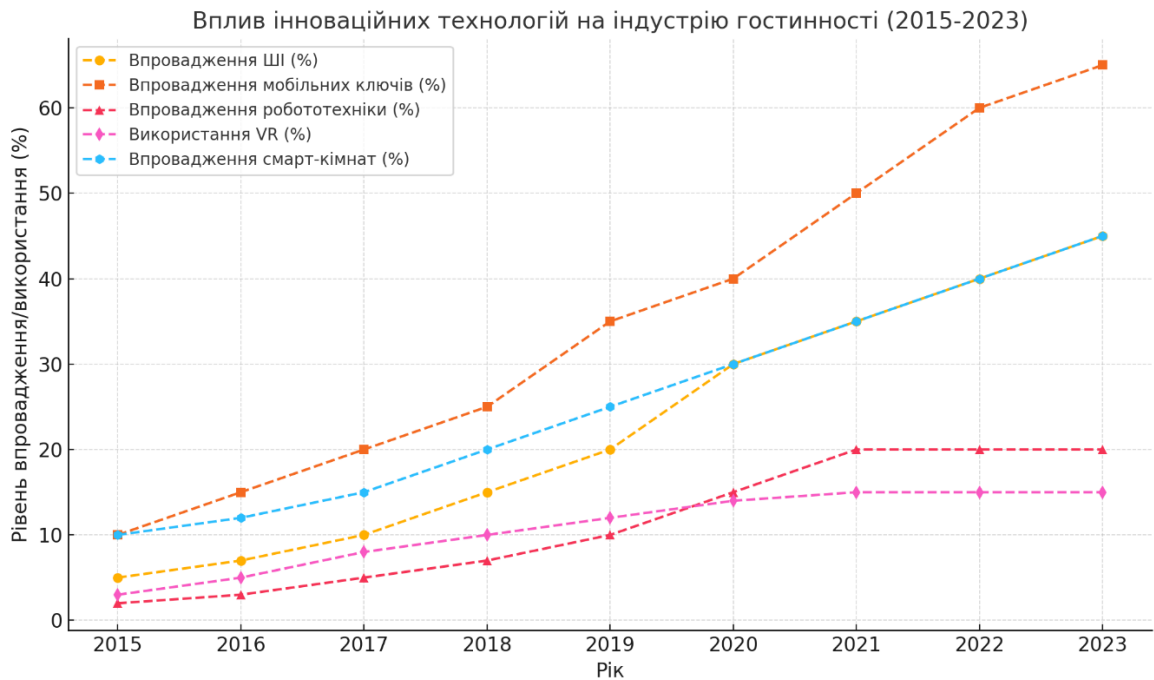


Рис. 3.1. Вплив інноваційних технологій на індустрію гостинності (готельний сектор).

Джерело: створено автором на основі [45]

Проаналізувавши наведений графік, можемо побачити, як різні технології, такі як штучний інтелект, мобільні ключі, робототехніка, віртуальна реальність і смарт-технології, поступово інтегрувалися в галузь, сприяючи її розвитку та підвищенню конкурентоспроможності.

Як нам відомо, індустрія гостинності не обмежується тільки готельно-ресторанним сектором, тому необхідно розглянути вплив інноваційних технологій також на інші її галузі. У сфері розваг технології, такі як віртуальна та доповнена реальність (VR/AR), активно інтегруються в туристичний досвід,

дозволяючи створювати нові, інтерактивні форми дозвілля. Віртуальні тури по музеях, історичних пам'ятках або навіть віртуальні атракціони в парках розваг відкривають для туристів нові можливості для дослідження світу. Мобільні додатки також відіграють важливу роль, надаючи можливість забронювати квитки на події, отримати інформацію про розваги в режимі реального часу або навіть організувати індивідуальний досвід у туристичних локаціях. Інтерактивні технології допомагають зробити розваги більш персоналізованими, що підвищує задоволення туристів від їхнього перебування в різних туристичних локаціях. Робототехніка, що використовує автоматизовані системи для проведення шоу або виконання певних завдань, також є частиною інноваційного розвитку галузі розваг, пропонуючи нові, захоплюючі можливості для взаємодії з відвідувачами.

Транспорт є важливою частиною індустрії гостинності, і новітні технології значно підвищують ефективність перевезень та зручність подорожей для туристів. Впровадження автономних транспортних засобів, таких як безпілотні автомобілі або електричні автобуси, надає туристам можливість подорожувати без водіїв, що підвищує зручність та безпеку перевезень. Окрім того, розвиток екологічно чистих видів транспорту, зокрема електричних таксі та автобусів, робить туристичні подорожі більш стійкими та відповідальними до довкілля. Важливим елементом є і розвиток мобільних платформ для бронювання транспортних послуг, що дає туристам змогу без проблем знайти та замовити необхідний транспорт для подорожей без необхідності взаємодії з агентами. Це не лише знижує витрати часу на організацію поїздки, а й підвищує комфорт для туристів.

Оздоровчий сектор індустрії гостинності також активно використовує інноваційні технології для покращення послуг. Різноманітні пристрої, такі як фітнес-браслети, що відстежують фізичну активність і здоров'я, допомагають персоналізувати досвід користувачів, надаючи їм можливість слідкувати за своїм здоров'ям під час подорожей. У багатьох оздоровчих центрах також інтегрують смарт-системи, які забезпечують ідеальні умови для відпочинку, від налаштування температури до контролю за вологою в приміщенні. Водночас,

використання телемедицини та онлайн-консультацій з лікарями дозволяє туристам отримувати медичну допомогу на відстані, що стало особливо популярним після пандемії COVID-19. Це надає можливість отримати консультації без необхідності виходити з готелю або курорту, що зручно для тих, хто бажає зберігати свої плани на відпочинок, не перериваючи їх для візитів до медичних установ.

Таким чином, інновації в галузі розваг, транспорту та оздоровлення значно покращують рівень обслуговування в індустрії гостинності. Вони не тільки допомагають зробити процеси більш ефективними, знижуючи витрати та підвищуючи комфорт, а й відкривають нові можливості для персоналізації послуг. Сучасні технології дозволяють туристам отримати максимально зручний, безпечний і персоналізований досвід, що підвищує привабливість країни як туристичного напрямку [35].

Оскільки впровадження новітніх технологій досить позитивно впливає на підвищення конкурентоспроможності послуг туристичної галузі, сприяє залученню нових клієнтів та впливає на рівень їх задоволеності, багато країн вже активно підтримують цей напрям і розвивають його. У таблиці 3.1 можна детальніше побачити конкретні приклади впровадження інноваційних технологій в Україні та світі.

Таблиця 3.1

Приклади впровадження інноваційних технологій у різних сферах індустрії гостинності (світовий і вітчизняний досвід).

Сфера	Інновація	Світовий досвід	Український досвід
1	2	3	4
Розваги	Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)	- Компанія «Disney» використовує AR у парках розваг для інтерактивних атракціонів.	- VR Club у Києві з віртуальними атракціонами.
		- «The VOID» пропонує віртуальні атракціони у містах по всьому світу.	- Парк «Київська Русь» використовує AR для віртуальних турів.

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
Транспорт	Автономні транспортні засоби	- «Waymo» тестує безпілотні таксі у Феніксі (США).	-
	Електричний та екологічно чистий транспорт	- В Амстердамі активно використовується електричні таксі та автобуси.	- Київ і Одеса мають електричні автобуси та таксі.
Бронювання та мобільні додатки	Мобільні платформи для бронювання	- Airbnb та Booking.com змінюють індустрію гостинності через онлайн-бронювання.	- Booking.com, Hotels24.ua, Hotelmix.com.ua та інші платформи для бронювань
Робототехніка	Роботи в готелях та на атракціонах	- «Henn-na Hotel» (Японія) використовує роботів для обслуговування клієнтів.	-
		- «Marriott» використовує роботів Relay для доставки замовлень у номери.	-
Оздоровлення	Смарт-технології в оздоровчих комплексах	- «Six Senses» (Мальдіви) використовує пристрої для моніторингу стану здоров'я гостей (смарт годинники тощо).	- Курорти на заході України використовують «розумні» технології для створення комфортного клімату.
		- «CureMetrix» застосовує AI для покращення медичних послуг у санаторіях.	-

Джерело: складено автором

Проаналізувавши таблицю, можна зробити висновок про те, що інноваційні технології наразі активно використовуються по всьому світу для покращення обслуговування та оптимізації бізнес-процесів. В Україні також впроваджуються новітні технології, але поки що тільки простіші їх форми. Складніші рішення, як віртуальна реальність, лише починають з'являтися в

окремих готелях і туристичних центрах, а тому наша країна має високу перспективність в цьому напрямі.

Інновації в галузі стають важливою конкурентною перевагою, дозволяючи підприємствам привертати більше туристів завдяки наданню унікального клієнтського досвіду. В Україні, хоча рівень впровадження технологій поки що нижчий, є великий потенціал для розвитку цієї сфери.

Інноваційні технології та підходи можуть стати потужним інструментом для посилення конкурентоспроможності туристичної галузі України у різних сферах. У ресторанному бізнесі можна впровадити інтерактивні столи з сенсорними екранами, які дозволять клієнтам самостійно створювати замовлення, переглядати інформацію про страви чи навіть спостерігати за процесом їх приготування в режимі реального часу. Це стане новим рівнем взаємодії зі споживачами. Також можна використовувати технології віртуальної реальності, які дозволяють занурювати гостей у кулінарні історії або демонструвати походження інгредієнтів традиційних страв, наприклад, борщу чи галушок, додаючи культурну цінність до кожного замовлення.

Заклади розваг можуть інтегрувати доповнену реальність для створення захоплюючих квестів із локальною тематикою, наприклад, відтворення легенд про козаків або історій про карпатських мольфарів. Голографічні шоу, які «оживляють» історичних персонажів чи події, можуть стати центром уваги в містах із багатою культурною спадщиною, таких як Київ чи Львів. Це дозволить не лише розважати, але й навчати відвідувачів, створюючи незабутні враження. У природних зонах можна запровадити еко-ігри з використанням мобільних додатків, які залучатимуть туристів до дослідження місцевості, водночас підвищуючи обізнаність щодо збереження навколишнього середовища.

Туристичні агенції могли б стати більш привабливими для клієнтів, розробивши платформи на основі блокчейн-технологій, які забезпечують прозорість і безпеку платежів, а також дозволяють відстежувати кожен етап організації подорожі. Віртуальні консультації із використанням штучного інтелекту дали б змогу туристам миттєво отримувати персоналізовані пропозиції

маршрутів, враховуючи їхні вподобання. Інтеграція дронів для створення унікальних відео під час подорожей може стати додатковим стимулом для клієнтів обирати послуги таких агенцій [39].

У сфері транспорту можна розвивати екологічні рішення, такі як електробуси з вбудованими мультимедійними системами, які розповідають про історію та культуру регіону, через який проходить маршрут. Це дозволить поєднати зручність пересування із культурним наповненням. Дрони-трансфери можуть забезпечити швидке переміщення між важкодоступними локаціями, як-от Говерла чи інші туристичні об'єкти в Карпатах. Крім того, інтерактивні мобільні додатки з індивідуальними маршрутами, які поєднують інформацію про громадський транспорт, каршеринг і велосипедні доріжки, допоможуть туристам комфортніше подорожувати навіть у незнайомих містах.

Заклади оздоровлення можуть запропонувати персоналізовані програми відпочинку, які базуються на даних про здоров'я клієнта, зібраних за допомогою смарт-пристроїв або біометричних сканерів. Це дозволить створити індивідуальні курси оздоровлення, включаючи харчування, фізичну активність та релаксацію. Інноваційні технології, такі як капсули для світлотерапії, які імітують природне сонячне світло, особливо актуальні в зимовий період, можуть стати унікальною послугою для туристів, які шукають відновлення енергії та здоров'я.

У природних зонах і на туристичних об'єктах інтеграція розумних технологій може зробити відвідини більш захопливими й зручними. Наприклад, створення розумних туристичних стежок, які через QR-коди або мобільні додатки надають інформацію про флору, фауну чи історію місцевості, можуть значно покращити взаємодію відвідувачів із природою. Унікальною інновацією може стати використання дронів як гідів у великих природних парках, які супроводжуватимуть туристів і розповідатимуть про ключові точки маршруту.

На рис. 3.2 наведено схему з узагальненням інформації щодо варіантів впровадження інноваційних технологій для різних сфер індустрії гостинності:

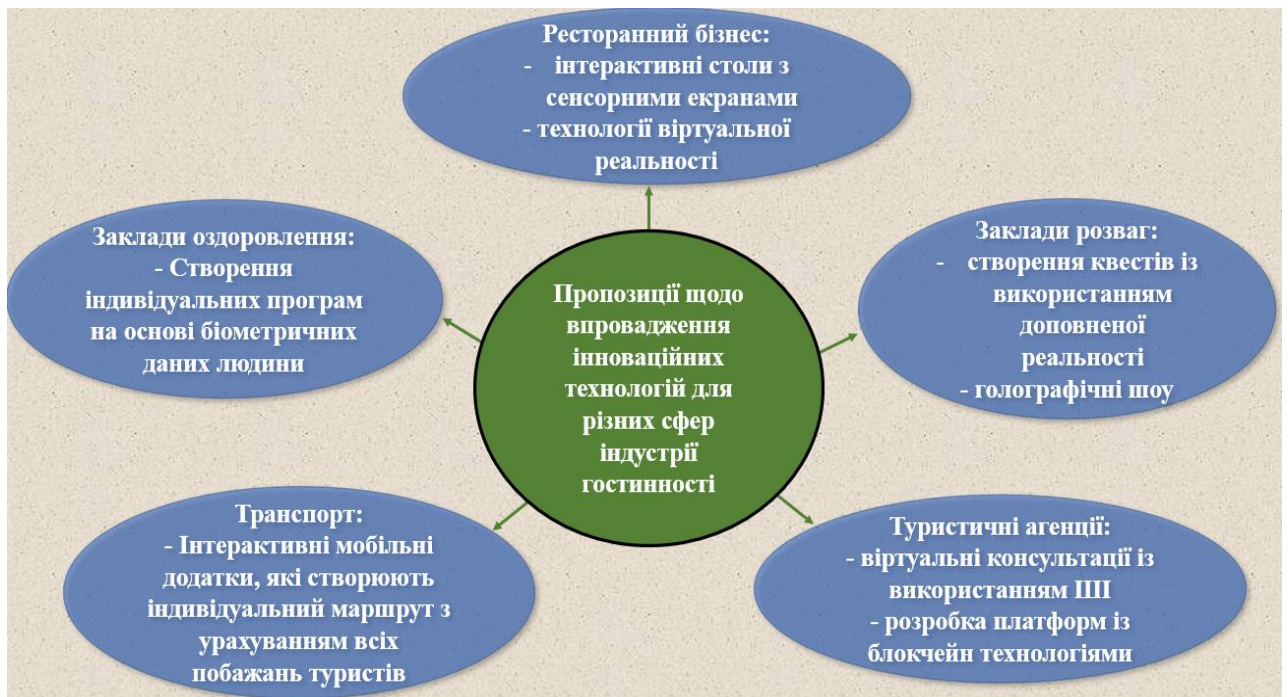


Рис. 3.2. Пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій для різних сфер індустрії гостинності

Джерело: складено автором на основі [33].

Такі інноваційні рішення здатні не лише зробити Україну привабливішою для туристів, а й забезпечити новий рівень розвитку всієї галузі, сприяючи економічному зростанню та глобальному позиціонуванню країни як сучасної й інноваційної туристичної дестинації.

Окремо варто зазначити, що успішне впровадження інноваційних технологій у сфері гостинності неможливе без належної підтримки з боку органів управління та місцевих структур. Важливим етапом цього процесу є розвиток інфраструктури, зокрема, інвестування в високошвидкісний Інтернет, надійні енергетичні мережі та інші технології, необхідні для функціонування сучасних рішень, таких як безпілотні транспортні засоби чи електричні автомобілі. Окрім того, на рівні міст і територій слід сприяти модернізації інфраструктури та створенню умов для розвитку технологічних стартапів. Законодавчі ініціативи також відіграють важливу роль у впровадженні інновацій. Для ефективного розвитку новітніх технологій необхідно створити правове середовище, яке б дозволяло компаніям тестувати та впроваджувати інновації без значних

юридичних перешкод. Це сприятиме розвитку інновацій у сфері гостинності, зокрема, таких технологій, як автономні транспортні засоби чи роботизовані системи у готелях.

Фінансова підтримка є важливою складовою для стимулювання інвестицій у інноваційні рішення. Пільгові кредити, гранти та податкові пільги дозволяють підприємствам отримати необхідні ресурси для впровадження новітніх технологій. Крім того, інвестиційні програми для стартапів та технологічних компаній на регіональному рівні можуть сприяти розвитку інновацій, забезпечуючи доступ до фінансування для малих і середніх підприємств.

Також важливим аспектом є підготовка фахівців, здатних ефективно працювати з новими технологіями. Для цього необхідно розробити спеціалізовані освітні програми для підготовки кадрів, які можуть бути спрямовані як на студентів, так і на тих, хто вже працює в галузі туризму. Місцеві органи можуть організовувати тренінги та семінари для співробітників туристичних підприємств, допомагаючи їм освоювати новітні технології. Крім того, необхідно активно популяризувати новітні технології серед підприємців і туристів. Це можна зробити через інформаційні кампанії, участь у міжнародних виставках і конференціях, а також через місцеві медіа та семінари для підприємців.

Таким чином, успішне впровадження інноваційних технологій в індустрії гостинності потребує тісної співпраці між органами управління, місцевими структурами та приватними підприємствами. Це дозволяє створювати сприятливі умови для розвитку нових технологій, підвищувати якість туристичних послуг і сприяти економічному зростанню.

3.2. Стратегія колаборації влади, бізнесу та громади в контексті розвитку гостинності на регіональному рівні.

Гостинність є однією з основних галузей, що сприяє економічному розвитку та підвищенню якості життя на рівні регіонів. Розвиток туризму та індустрії гостинності може стати потужним чинником, що стимулює місцеву економіку, привертаючи інвестиції, створюючи робочі місця і покращуючи добробут громад. Однак для досягнення сталих результатів необхідно здійснювати комплексний підхід, що передбачає тісну співпрацю між державою, бізнесом та місцевими громадами.

Успішна стратегія співпраці полягає в узгодженні дій, ресурсів і інтересів трьох ключових учасників. Органи влади повинні забезпечити сприятливі умови для розвитку бізнесу та інфраструктури. Бізнес, в свою чергу, має інвестувати в розвиток туристичних об'єктів і послуг, формуючи конкурентоспроможні пропозиції для відвідувачів. Місцеві громади підтримують реалізацію ініціатив, активно долучаються до обговорень, сприяють розвитку місцевого бізнесу та займаються волонтерською діяльністю [6].

Наразі необхідно збалансувати дії органів місцевої влади і інвесторів, а також чітко визначити оптимальні напрямки і обсяги інвестицій у відновлення галузі. Туризм та рекреація мають об'єднувати державні та приватні фінансові потоки, тому ефективність цього сектора забезпечується лише в умовах партнерства і взаємної підтримки в управлінні та інвестуванні. У процесі післявоєнного відновлення туристичної галузі зростатиме конкуренція між регіонами, оскільки вони мають схожі культурно-історичні і природно-кліматичні ресурси. Для того, щоб здобути конкурентні переваги, кожному регіону слід реалізовувати такі кроки:

- розробка методичних рекомендацій для нових туристичних проєктів та оперативне оновлення баз даних щодо інвестицій;
- створення унікальних турпродуктів, що відповідають вимогам ринку і виявляють весь туристичний потенціал регіону;

- надання грантової підтримки туристичним проектам;
- проведення наукових і консалтингових досліджень для визначення перспектив розвитку туристичних зон на рівні місцевих громад;
- участь в інвестиційних форумах та організація таких заходів;
- забезпечення ефективної роботи цифрового туристичного порталу;
- підтримка навчальних і методичних ініціатив щодо залучення інвестицій в інфраструктуру туризму, розробка стандартів послуг, проведення стажувань, організація майстер-класів і публікація матеріалів.

Правильне та своєчасне впровадження заходів на середньострокову перспективу має забезпечити створення ефективного механізму відновлення туристичної та рекреаційної індустрії регіону. Розробка та вдосконалення інструментів для розвитку внутрішнього туристичного сектора на основі міжнародного досвіду в сучасних умовах вимагає специфічного підходу, спрямованого на розвиток територіальних громад. Створюючи стратегічні плани розвитку, просторове планування та концепції інтегрованого розвитку громад, місцеві органи влади повинні розробляти інструменти, що поєднують різні види економічної діяльності з туристичними послугами. Це дозволить інтегрувати їх у загальний туристичний продукт, який задовольнить потреби різних категорій туристів.

Одним з таких інструментів є створення туристичних кластерів, які можуть виступати механізмом взаємодії місцевої влади, бізнесу, установ та закладів. Метою є об'єднання різних підприємств, що займаються туристичним обслуговуванням, включаючи готелі, ресторани, транспортні компанії, виробників сувенірів, а також забезпечення безпеки та страхування туристів. Кластери створюють умови для тісної співпраці учасників, що сприяє формуванню спільного туристичного продукту. Це дозволяє вирішувати проблеми, з якими стикається індустрія туризму, оскільки в багатьох регіонах досі відсутня інтегрованість елементів туристичної інфраструктури.

Ключовою метою влади в розвитку гостинності є створення сприятливого регуляторного середовища. Вона повинна забезпечити прийняття та

впровадження законів, що сприяють розвитку туристичної інфраструктури, підтримці інвестицій і забезпеченню високої якості послуг. Це включає розробку нормативних актів, що регулюють сферу гостинності, таких як стандарти обслуговування, санітарні вимоги та вимоги безпеки. Важливою складовою є підтримка малих і середніх підприємств у галузі, шляхом надання податкових пільг, спрощення процедур ліцензування та створення фінансових програм і грантів для підприємців. Завдяки цьому, органи влади можуть стимулювати розвиток місцевого бізнесу та сприяти створенню нових робочих місць.

Одним з важливих завдань уряду полягає у стимулюванні інвестицій в індустрію гостинності, зокрема через розробку і впровадження інвестиційних програм, спрямованих на залучення як національних, так і міжнародних інвесторів. Для цього влада може використовувати різноманітні інвестиційні стимули, зокрема податкові пільги, субсидії та гранти для розвитку туристичної інфраструктури, а також інші форми фінансової підтримки. Це вимагає створення сприятливого інвестиційного середовища, що забезпечує правову захищеність інвесторів, прозорість регуляційних процесів та мінімізацію бюрократичних бар'єрів. Необхідно також організувати ефективний діалог між владою, бізнесом та інвесторами, аби зрозуміти їхні потреби і розробити відповідні стратегії та політики.

Для успішного розвитку індустрії гостинності важливо мати кваліфіковані кадри. Одним з основних завдань уряду є підтримка освіти та професійного розвитку працівників цієї сфери. Це може включати підтримку навчальних програм у галузі туризму, співпрацю з освітніми установами та створення програм підготовки фахівців, що відповідають сучасним вимогам ринку праці. Крім того, необхідно організовувати тренінги, семінари, майстер-класи та стажування для підвищення кваліфікації працівників сфери гостинності, як на місцевому, так і на міжнародному рівнях. Співпраця з бізнесом і громадськими організаціями також сприятиме розвитку таких програм, що дозволить постійно підвищувати професійний рівень кадрів.

Бізнес є невід'ємною частиною співпраці у сфері гостинності і відіграє ключову роль у її розвитку, виступаючи основним рушієм інвестицій, інновацій та створення робочих місць. Успіх розвитку туристичної галузі в регіоні значною мірою залежить від активної участі бізнесу, який не лише забезпечує матеріальну базу, а й інтегрує нові технології, створюючи унікальні туристичні продукти. Однією з основних функцій бізнесу є інвестування в інфраструктуру, зокрема у будівництво і модернізацію готелів, ресторанів, розважальних закладів та інших туристичних об'єктів. Це дозволяє забезпечити різноманітні варіанти проживання для туристів, що відповідають різним категоріям відпочиваючих.

Інвестиції в розвиток туристичних об'єктів, таких як курорти, спа-центри, спортивні комплекси та конференц-центри, також створюють додаткові можливості для залучення туристів і формування комплексних туристичних продуктів. Останнім часом активно застосовуються новітні технології для покращення обслуговування клієнтів, такі як онлайн-букінг, мобільні додатки для управління послугами, віртуальні тури та системи управління відгуками.

Інновації в екотуризмі та сталому розвитку також займають важливе місце в сфері гостинності. Бізнес інвестує у створення екологічно чистих готелів, розвитку природних туристичних маршрутів та програм з енергозбереження і зменшення відходів. Це відповідає вимогам сучасних туристів, які все більше цінують екологічну відповідальність. Співпраця з громадськими організаціями, місцевими жителями та владою дозволяє реалізовувати спільні проекти, які підвищують туристичну привабливість регіону та покращують якість життя в ньому. Бізнес також може підтримувати місцеві ініціативи в галузі культури, спорту, освіти та охорони здоров'я, що допомагає створювати позитивний імідж регіону як туристичної дестинації.

Великий бізнес може відігравати значну роль у підтримці розвитку малих і середніх підприємств (МСП) у сфері гостинності, сприяючи їхньому становленню та зростанню. Таке сприяння може включати фінансову допомогу, надання консультацій, спільну реалізацію маркетингових стратегій і формування партнерських мереж. У відповідь МСП здатні пропонувати ексклюзивні

туристичні продукти та послуги, які доповнюють пропозиції великих інвесторів, формуючи багатогранні та привабливі туристичні маршрути і програми.

Залучення місцевої громади до планування та розвитку туризму є критично важливим для ефективності стратегій у цій галузі. Місцеві мешканці можуть активно брати участь у громадських слуханнях, консультаціях і робочих групах, обговорюючи питання покращення туристичної інфраструктури, збереження природних і культурних ресурсів, а також організації фестивалів і заходів. Така участь дозволяє враховувати інтереси і потреби громади, що робить плани розвитку більш стійкими та гармонійними. Крім того, громада є важливим рушієм збереження та популяризації культурної спадщини регіону. Жителі можуть долучатися до ініціатив зі збереження історичних пам'яток, музеїв, традиційних ремесл і проведення місцевих свят. Такі заходи не тільки сприяють збереженню автентичної культури, але й підвищують туристичну привабливість регіону, надаючи відвідувачам можливість зануритися в унікальну атмосферу. Наприклад, створення етнографічних музеїв, ремісничих майстерень або культурних центрів дає туристам змогу дізнатися більше про місцеві традиції та історію.

Волонтерська активність громади також є важливим чинником у розвитку туризму. Мешканці можуть брати участь у програмах, спрямованих на організацію подій, підтримку екологічних проєктів і збереження культурних ресурсів. Волонтерська діяльність допомагає створити позитивний імідж регіону, підвищує його привабливість для відвідувачів і сприяє формуванню гостинної атмосфери.

Ще одним аспектом участі громади є забезпечення комфортного середовища для туристів. Це включає підтримку чистоти, безпеки та зручності у місцях перебування гостей. Місцеві жителі можуть долучатися до ініціатив з благоустрою територій, створення парків, зон відпочинку та зелених просторів. Така діяльність не лише покращує вигляд регіону, але й залишає у туристів приємне враження, сприяючи їхньому бажанню повернутися.

Нижче у вигляді таблиці представлені приклади успішної колаборації влади, бізнесу та громади у світовому досвіді, які можна брати як приклад для побудування моделі співпраці у інших регіонах.

Таблиця 3.2.

Приклади успішної колаборації влади, бізнесу та громади для розвитку
індустрії гостинності (світовий досвід)

Локація	Суть проєкту	Дії влади	Дії бізнесу	Дії громади	Результат
1	2	3	4	5	6
Нью-Йорк, США (парк High Line)	Перетворення закинутої залізничної лінії у міський парк з ресторанами, готелями та зонами для культурних заходів.	Виділення території, спрощення дозвільних процедур, підтримка проєкту грантами.	Фінансування проєкту, відкриття ресторанів, готелів, культурних об'єктів.	Організація кампаній підтримки, волонтерство, участь у плануванні.	Туристичний центр, збільшення доходів бізнесу, створення робочих місць.
Італія (регіон Тоскана)	Просування гастрономічного туризму шляхом проведення фестивалів, підтримки фермерів і виноробів.	Організація фестивалів, маркетинг регіону як туристичного напрямку.	Інвестиції у виробництво локальних продуктів, організація дегустацій і турів.	Популяризація місцевих традицій, активна участь у заходах.	Підвищення туристичної привабливості регіону, підтримка локального бізнесу.
Маунтін-В'ю, США (Кампус Google)	Інтеграція зелених зон, готелів та ресторанів у бізнес-кампус, відкритих для громади.	Сприяння у виділенні землі, створення інфраструктури довкола кампусу.	Будівництво просторів, фінансування озеленення.	Участь у розробці зон для відпочинку, підтримка екологічних ініціатив.	Покращення інфраструктури, зростання локального туризму.
Австрія (Туристичне село Hallstatt)	Розвиток сільського туризму через збереження архітектурної спадщини та екскурсій	Захист архітектурної спадщини, просування туристичного напрямку.	Відкриття кафе, готелів, сувенірних магазинів, створення тематичних турів.	Надання послуг екскурсоводів.	Міжнародне визнання, збільшення доходів від туризму.

Джерело: складено автором.

Окремо потрібно зазначити, що в Україні також є багато прикладів успішної співпраці влади, бізнесу та громади, а це означає, що наша держава рухається і розвивається в цьому напрямі, що відкриває нам нові можливості для подальшого розвитку. В таблиці 3.3. наведено приклади вітчизняних проєктів, які довели результативність такої співпраці.

Таблиця 3.3.

Приклади успішної колаборації влади, бізнесу та громади для розвитку індустрії гостинності (вітчизняний досвід)

Локація	Суть проєкту	Дії влади	Дії бізнесу	Дії громади	Результат
1	2	3	4	5	6
Полтавщина, Україна (гастрономічний фестиваль)	Проведення щорічного фестивалю, присвяченого локальним стравам та традиціям.	Надання фінансової підтримки, допомога в організації заходів, реклама на державному рівні.	Організація дегустацій, партнерство з місцевими виробниками, участь у фестивалі.	Відвідування заходів, популяризація традицій, залучення туристів через соціальні мережі.	Збільшення туристичного потоку, популяризація місцевої кухні.
Одеська обл., Україна (пляжна інфраструктура в Затоці)	Модернізація пляжної інфраструктури, побудова сучасних готелів, організація спортивних та культурних заходів для туристів.	Розробка плану розвитку, залучення інвестицій, розвиток транспортної інфраструктури.	Інвестиції у будівництво готелів, кафе, організація розважальних і спортивних заходів.	Підтримка екологічних ініціатив, участь у місцевих заходах, надання пропозицій щодо розвитку.	Підвищення популярності регіону серед внутрішніх і зовнішніх туристів.
Івано-Франківськ, Україна (Культурний хаб "Промприлад")	Ревіталізація старого заводу у сучасний хаб із коворкінгами, готелями та просторами для мистецтва й гастрономії.	Виділення території, співфінансування, підтримка на законодавчому рівні.	Інвестиції у реконструкцію, створення робочих місць, відкриття комерційних просторів.	Залучення громади до розробки концепції, волонтерство, участь у культурних заходах.	Відновлення міського простору, залучення туристів, розвиток креативної індустрії.

Джерело: складено автором

Отже, розвиток туризму та індустрії гостинності є ключовим чинником економічного зростання та підвищення якості життя регіонів. Досягнення сталого розвитку в цій сфері потребує комплексного підходу, що передбачає ефективну співпрацю між державою, бізнесом і місцевими громадами. Важливими аспектами є створення сприятливого регуляторного середовища, стимулювання інвестицій, впровадження інновацій та підтримка освітніх ініціатив. Особливу роль відіграє місцева громада, яка може долучатися до розробки стратегій розвитку, збереження культурної спадщини та створення комфортного середовища для туристів. Волонтерська активність жителів підсилює імідж регіону, сприяючи його привабливості для відвідувачів. Інтеграція зусиль усіх учасників процесу дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, формувати конкурентоспроможну інфраструктуру та стимулювати зростання туристичного сектору. Використання міжнародного досвіду і сучасних технологій допоможе розкрити повний потенціал галузі та забезпечити стаке зростання регіонів навіть у складних умовах.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі магістерської роботи детально розглянуто інноваційні підходи до розвитку індустрії гостинності як складової туристичної галузі. Проаналізовано роль новітніх технологій у підвищенні конкурентоспроможності, операційної ефективності та якості послуг у різних сферах індустрії гостинності, таких як готельно-ресторанний бізнес, транспорт, розваги та оздоровлення. Досліджено приклади успішного впровадження інновацій в Україні та світі, що підтверджує важливість інвестицій у цифровізацію, автоматизацію та екологічні рішення для створення персоналізованого клієнтського досвіду.

Також у розділі акцентовано увагу на необхідності колаборації влади, бізнесу та громади для ефективного розвитку туризму. Виявлено, що успішне

партнерство дозволяє створювати інноваційні туристичні продукти, залучати інвестиції та сприяти соціально-економічному зростанню регіонів. Особливу увагу приділено міжнародному досвіду, який може бути адаптований до умов України. Okремо розглянуто роль громад у збереженні культурної спадщини, підтримці екологічних ініціатив та формуванні сприятливого середовища для туристів.

Зроблено висновок, що інноваційні технології є не лише інструментом модернізації індустрії гостинності, а й важливим чинником для посилення її глобальної конкурентоспроможності. Комплексний підхід, що поєднує впровадження новітніх рішень із підтримкою регіонального розвитку та інтеграцією міжнародного досвіду, дозволить Україні зміцнити позиції на світовому туристичному ринку та забезпечити стаке зростання галузі.

4 РОЗДІЛ. БЕЗПЕКА ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В МЕЖАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ.

4.1. Розробка туристичного маршруту «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»

Полтавщина є важливою туристичною дестинацією України завдяки своєму багатому історико-культурному спадку, природним ресурсам та гастрономічним традиціям. Регіон є колыскою української літератури та фольклору. Полтавщина відома своїми архітектурними пам'ятками, серед яких Кругла площа в Полтаві та Диканський архітектурний ансамбль. За даними Державного агентства розвитку туризму України, в 2021 році регіон прийняв понад 300 тисяч туристів, причому зростає інтерес до агротуризму та відвідування природних заповідників, таких як Національний природний парк "Нижньосульський". Полтавщина також приваблює гастрономічними фестивалями, зокрема фестивалем галушок, що підкреслює її унікальну кулінарну спадщину. Таким чином, багатогранність культурно-історичних, природних і гастрономічних ресурсів робить Полтавщину важливим центром внутрішнього туризму в Україні.

Метою даного параграфу є розробка нового туристичного маршруту по Полтавській області, який би не тільки відповідав вимогам сучасного туриста, а й створював умови для сталого розвитку регіону. Враховуючи унікальність природних ландшафтів, історичні пам'ятки, культурні традиції та місцеві особливості, запропонований маршрут сприятиме популяризації Полтавщини як туристичної дестинації. У цьому параграфі буде представлено детальний опис нового маршруту Полтавщиною, який включає як традиційні, так і новаторські елементи, з урахуванням сучасних трендів в туризмі та потреб туристів.

Полтавщина має значний потенціал для розвитку туристичної галузі завдяки стабільним політичним і правовим умовам, закріпленим національним

законодавством. В області активно реалізуються програми децентралізації, що стимулює залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру. Економічні умови для розвитку туризму підтримуються на регіональному рівні, зокрема, завдяки спеціальним програмам підтримки малого бізнесу в туристичному секторі.

Характеристика туру.

Туристичний маршрут «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність» (Київ –Полтава – Київ) – це тур вихідного дня. За формою є організованим, за спрямуванням – гастрономічним, за організацією послуг – пекідж-тур, за кількістю учасників – груповим. Організація маршруту можлива протягом всього року, але у зв'язку із сезонними погодними умовами тур користуватиметься попитом з травня по вересень.

Маршрут за будовою є комбінованим, транспортно-пішохідним. Основні пересування між туристичними об'єктами передбачається автобусом; екскурсійне обслуговування передбачає і піший рух і пересування автобусом.

Схема маршруту: лінійна – об'єкти відвідуються послідовно з поверненням у готель після кожного дня.

Цільова аудиторія.

Даний гастротур орієнтований на дорослу аудиторію, яка цінує автентичний досвід і гастрономічні відкриття. Основну цільову групу складають люди, які цікавляться гастрономічним туризмом, прагнуть спробувати локальні продукти та взяти участь у дегустаціях. Тур ідеально підходить для молодих пар, друзів та туристів віком від 25 років, які шукають яскравих вражень та незвичайних розваг. Програма також привабить культурно орієнтованих мандрівників, які хочуть поєднати історичні екскурсії з інтерактивними активностями. Враховуючи особливості туру, він виключає участь дітей, що підкреслює його спрямованість на дорослу та свідому аудиторію.

Основні об'єкти маршруту:

- найвідоміші культурно-історичні пам'ятки м. Полтава;
- винний дім «Wine 4u» (м. Полтава);
- равликова ферма «Лісовий равлик» с. Терентіївка;

- галушкова мануфактура «Комора» (м. Полтава)

Маршрут туру.

День 1: м. Київ (залізничний вокзал) – м. Полтава – готель «Явір» – Кругла площа – Полтавська обласна філармонія – Спасо-Преображенський собор – садиба Івана Котляревського – оглядовий майданчик поряд з Білою Альтанкою – готель «Явір» – Винний дім «Wine 4u» (м. Полтава) – готель «Явір».

День 2: Готель «Явір» – Равликова ферма «Лісовий равлик» с. Терентіївка – м. Полтава – Галушкова мануфактура «Комора» (м. Полтава) – готель «Явір».

День 3: Готель «Явір» м. Полтава - м. Київ (залізничний вокзал).

Для туру достатньо одного транспортного засобу для здійснення всіх необхідних перевезень.

Пакет послуг, наявних в турі.

- трансфер Київ – Полтава – Київ, а також між всіма зупинками туру;
- проживання в готелі "Явір" на 2 ночі (сніданки включено);
- екскурсія туристичними об'єктами м. Полтава;
- дегустаційний вечір крафтового вина та сиру у винному домі «Wine 4u»;
- екскурсія до равликової ферми «Лісовий равлик»;
- майстер-клас з приготування традиційних полтавських галушок у галушковій мануфактурі "Комора";
- послуги гіда та екскурсоводів.

База розміщення і харчування. Перелік підприємств-постачальників послуг.

Для якісної організації туру туристична агенція співпрацює із декількома групами партнерів: ТОВ «ААЗ Трейдинг-Автолюкс» (автобусні перевезення за маршрутом Київ – Полтава); приватні екскурсоводи від ТОВ «Євро Тур» (екскурсійне обслуговування у перший день туру); постачальник страхових послуг - компанія «Страхова група ТАС»; послуги розміщення та харчування – Готель «Явір» (ФОП Смірнова І. А.).

Організація культурної програми в місці проведення туру.

День 1. Після поселення в готель, учасникам туру запропоновано оглянути центральну частину міста Полтава і оглянути всі основні культурно-історичні пам'ятки. Екскурсія в супроводі гіда починається на Круглій площі, архітектурному символі Полтави, який вражає своєю симетрією та історичною значущістю. Тут туристи дізнаються про історію створення площі, її роль у формуванні міського простору та значення для мешканців міста. Далі група прямує до Полтавської обласної філармонії, унікальної будівлі, що є частиною культурної спадщини міста. Екскурсовод розповідає про історію філармонії, її архітектуру та видатних діячів мистецтва, які тут виступали.

Наступним пунктом маршруту є Спасо-Преображенський собор, одна з найдавніших святинь Полтави. Тут туристи зможуть оцінити велич храму, дізнатися про його історичну роль і вплив на духовне життя регіону. Після цього група вирушає до садиби Івана Котляревського, яка є прикладом традиційної української архітектури та культурним центром, присвяченим творчості письменника. Екскурсовод розповідає про життя Котляревського, його творчість та зв'язок із Полтавою.

Фінальним етапом маршруту є оглядовий майданчик поряд із Білою Альтанкою. Це культове місце, з якого відкривається захоплюючий краєвид на місто і річкову долину. Тут можна зробити пам'ятні фото та завершити екскурсію, насолоджуючись красою Полтави та слухаючи заключні слова екскурсовода. Цей етап розрахований на 2,5-3 години.

Заключним заходом першого дня є вечір дегустації крафтових вин та сирів у винному домі "Wine 4U", розташованому в самому серці Полтави. Він починається з привітання гостей господарями закладу, які розповідають про історію створення винного дому та його концепцію. Туристам пропонують розташуватися в затишній дегустаційній залі, оформленій у стилі сучасного винного погребу, що створює атмосферу комфорту та вишуканості.

Під час дегустації учасники знайомляться з технологією виробництва крафтових вин, особливостями використання локального винограду та унікальними смаками кожного напою. До вина подають ретельно підібрані сири

місцевого виробництва, які гармонійно доповнюють аромати вин. Господарі проводять інтерактивний майстер-клас із поєднання вин і сирів, пояснюючи принципи фудпейрінгу. Завершується захід можливістю придбати вподобані вина та сири, а також зробити пам'ятні фото.

День 2. Розпочинається зі сніданку в кафе готелю «Явір». Напередодні кожен гість обрав для себе варіант комплексного сніданку з чотирьох запропонованих.

Після сніданку група розміщується в автобусі та вирушає в село Терентіївка. Там на туристів чекає екскурсія на фермі "Лісовий равлик". Починається вона з теплої зустрічі гостей господарями, які знайомлять відвідувачів із концепцією ферми та основними етапами вирощування равликів. Туристів запрошують прогулятися територією ферми, де вони дізнаються про умови утримання молюсків, їхній цикл росту та методи догляду. Екскурсивод детально розповідає про породи равликів, специфіку їх годівлі, особливості розведення та вплив екологічних умов на якість продукції.

Після ознайомлення з процесом вирощування групу запрошують до дегустаційної зони, де подають сет страв із равликів. Під час дегустації господарі діляться цікавими фактами про гастрономічну цінність равликів і сучасні тренди їх використання в кулінарії. Для охочих є можливість придбати продукцію ферми: маринованих равликів, соуси або сувеніри. Завершується екскурсія дружнім спілкуванням, фотографуванням і прогулянкою територією ферми, що створює незабутні враження. На цю екскурсію виділяється 3 години часу.

По закінченню екскурсії на фермі з равликами, автобус вертає учасників туру в місто Полтава, для того щоб відпочити і відправитись в особливе місце – галушкову мануфактуру «Комора». Там на туристів очікує цікавий майстер-клас з приготування символу полтавської кухні - галушок. Туристів запрошують до затишної кухні, де кожен отримує індивідуальне робоче місце з необхідними інгредієнтами та приладдям.

Після завершення приготування учасники дегустують свої страви за спільним столом. Галушки подають із різноманітними традиційними соусами,

як-от сметаним, грибним чи часниковим, або з сучасними кулінарними інтерпретаціями. Під час дегустації господарі діляться цікавими історіями про галушки, традиції їх споживання та роль у полтавській кухні.

На завершення заходу кожен учасник отримує сертифікат про участь у майстер-класі, рецепти приготування галушок і можливість придбати тематичні сувеніри. Майстер-клас залишає теплі спогади та справжній смак Полтавщини.

Програма туру.

Тривалість туру: 2 дні, 2 ночі.

Кількість туристів: до 20 осіб.

Клас обслуговування: стандартний (комфортне проживання, харчування, супровід гіда).

День 1: Знайомство з Полтавою

06:00 – 07:00. Збір групи в Києві, початок трансферу до Полтави.

07:00 – 11:00. Подорож комфортним автобусом із урахуванням технічних зупинок.

11:00 – 12:00. Прибуття до Полтави, поселення в готель "Явір" (двомісні або одномісні номери зі всіма зручностями).

12:00 – 12:40. Обід у ресторані готелю по комплексному меню.

13:00 – 17:00. Оглядова пішохідна екскурсія Полтавою: Кругла площа, Полтавська обласна філармонія, Спасо-Преображенський собор, садиба Івана Котляревського, оглядовий майданчик із Білою Альтанкою.

17:30 – 20:00. Дегустація крафтових вин і сирів у винному домі "Wine 4U".

20:30. Повернення в готель.

21:00. Вільний час для відпочинку, можливість замовити додаткові послуги готелю.

День 2: Гастрономічне задоволення.

08:00 – 09:00. Сніданок у ресторані готелю "Явір" (комплексне меню).

09:30 – 11:30. Екскурсія на ферму "Лісовий равлик", знайомство з процесом вирощування равликів, дегустаційний сет із різноманітними стравами з моллюсків.

11:30 – 12:00. Трансфер до міста.

12:00 – 14:00. Вільний час, можливість прогулянки по центральній частині міста.

14:30 – 17:00. Майстер-клас із приготування галушок у галушковій мануфактурі "Комора". Учасники власноруч готують страву та насолоджуються дегустацією у затишній атмосфері.

17:00 – 17:30. Повернення до готелю, вільний час для відпочинку або прогулянки.

18:00 – 19:00. Легка вечеря (за бажанням групи, не входить у програму).

19:00. Вільний вечір, можливість насолодитися атмосферою міста або додатковими розвагами в готелі.

День 3: Повернення до Києва

07:30-08:30. Сніданок у ресторані готелю.

09:00-14:00: Трансфер до Києва з комфортними умовами та короткими зупинками.

14:00: Прибуття до Києва, завершення туру.

Організаційно-технічне забезпечення туру.

Кадрове забезпечення. Для успішної реалізації туру необхідно залучити кваліфікований персонал. Екскурсоводи є необхідними для якісного проведення екскурсій по ключових локаціях, адже їх знання історії та культури регіону значно збагачують туристичний досвід. Інструктори-методисти потрібні для проведення кулінарних майстер-класів, таких як приготування галушок, де необхідно мати навички роботи з групами та кулінарний досвід. Туристичні менеджери забезпечуватимуть логістику, координацію часу та виконання програми, а координатор групи контролюватиме комфорт та безпеку учасників протягом туру. Залучення всіх цих спеціалістів гарантує злагоджену роботу програми та позитивні враження туристів.

Договірне забезпечення. Для організації туру необхідно укласти договори з власниками об'єктів, які входять до програми, таких як ферма "Лісовий равлик", галушкова мануфактура "Комора", винний дім "Wine 4U", а також готель "Явір". Ці договори гарантують надання послуг високої якості відповідно

до погодженого плану. Співпраця з транспортною компанією є обов'язковою для забезпечення своєчасного та комфортного перевезення туристів між локаціями. Завчасне договірне забезпечення мінімізує ризики збоїв у програмі та підвищує рівень довіри туристів до організаторів туру.

Система заходів безпеки. Для гарантування безпеки туристів під час подорожі організатори повинні забезпечити медичні аптечки в автобусі і на кожній локації туру. Це дозволить оперативно реагувати на незначні травми або нездужання. Інструктаж туристів перед кожною екскурсією включатиме правила поведінки на об'єктах, що зменшить ризик нещасних випадків. Наявність страхування від нещасних випадків є обов'язковою умовою, яка забезпечує фінансовий захист туристів у разі непередбачуваних ситуацій. Додатково передбачено перевірку технічного стану автобусів, щоб мінімізувати можливі проблеми з транспортом під час перевезень. Впровадження цих заходів безпеки підвищує довіру туристів до організаторів і забезпечує комфортну участь у програмі.

Необхідність у спеціальному спорядженні. Для проведення майстер-класів необхідно надати кухонне обладнання, інструменти та інгредієнти, які дозволять туристам брати активну участь у приготуванні страв. Наприклад, у мануфактурі "Комора" для приготування галушок потрібні спеціальні інструменти для замісу тіста та формування виробів. Для дегустацій необхідно мати технічне обладнання, таке як бокали для вина, підноси для подачі сирів та набори для сервірування. Також необхідно додати інформаційні матеріали, такі як путівники, карти та пам'ятки, вони слугуватимуть додатковим джерелом знань для туристів і зроблять їхній досвід насиченішим. Забезпечення необхідним спорядженням дозволяє максимально ефективно реалізувати всі аспекти програми та зробити тур більш комфортним для учасників.

Економічне обґрунтування та калькуляція розробленого туру.

Калькуляція вартості туру представлена у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Калькуляція вартості «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»

№ з/п	Назва статті витрат	Ціна за одиницю, грн	Кількість, од, діб	Сума, грн
1	2	3	4	5
1.	Транспортні витрати (оренда автобусу, пальне, послуги водія)	14 400	2	28 800
2.	Вартість проживання в готелі (2 доби):			
2.1	- двомісний номер з окремими ліжками	1575	12	18 900
2.2	- двомісний номер з великим ліжком	1512	8	12 096
	Вартість харчування в готелі (2 доби):			
2.3	- сніданок	230	40	9200
2.4	- обід	363	20	7620
3.	Екскурсійна програма:			
3.1	- садиба Івана Котляревського	20	20	400
3.2	- дегустація крафтових вин і сирів у винному домі «Wine 4U»	1300	20	26 000
3.3	- екскурсія на ферму «Лісовий равлик» з дегустацією	350	20	7000
3.4	- майстер-клас з приготування галушок	900	20	18 000
4.	Додаткові витрати:			
4.1	Страхування (2 доби)	120	20	2400
4.2	Рекламні матеріали (брошури, флаери тощо)	100	20	2000
5.	Послуги гіда-екскурсовода (6 годин)	1800	1	1800
6.	Послуги координатора групи (2 доби)	1500	2	3000
	ЗАГАЛЬНА СОБІВАРТІСТЬ ТУРУ:			137 216
	Прибуткова маржа (+20%):			164 660
	ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ НА ОДНУ ЛЮДИНУ:			8 233

Джерело: складено автором

Пропозиції щодо цінової політики:

- сезонні акції на тури у міжсезоння (листопад-квітень) із зменшенням ціни до 7000 грн за одного туриста;
- опція преміум-обслуговування, що включає покращені номери, персонального гіда та додаткові дегустаційні програми за доплату 1 000 грн на особу;
- можливість розстрочки оплати (50% при бронюванні, 50% за тиждень до туру).

Технологічна карта маршруту:

Технологічна карта маршруту – документ, який містить коротку систематизовану інформацію про тур, зміст програми та умови обслуговування туристів. Технологічна карта маршруту представлена у табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Технологічна карта гастротуру «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»

Складова	Характеристика
1	2
Назва маршруту	Гастротур «Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність»
Вид транспорту	автобус Mercedes-Benz Sprinter
Основні пункти маршруту	м. Київ – м. Полтава – с. Терентіївка – м. Київ.
Вид маршруту	Комбінований, організований, груповий, транспортно-пішохідний
Кілометраж	362,2 км (з м.Київ до м.Полтава, з урахуванням кілометражу до с. Терентіївка)
Тривалість маршруту	2 дні, 2 ночі
Кількість туристичних груп	1 група
Всього туристів по маршруту	20 осіб
Початок обслуговування на маршруті 1 групи	1 травня
Закінчення обслуговування 1 групи	30 вересня
Вартість путівки на туристичну групу	164 660 грн
Вартість туру на 1 особу	8 233 грн
Короткий опис подорожі	За 2 дні учасники туру познайомляться з усіма основними історично-культурними пам'ятками м. Полтава, а також дізнаються про гастрономічні особливості регіону в його обласному центрі, завдяки дегустації, майстер-класу та екскурсії на равликову ферму.

Джерело: складено автором

Конкурентні переваги туру.

- унікальність гастрономічного акценту дозволяє запропонувати туристам автентичний досвід Полтавщини через дегустації локальних продуктів, таких як вина, сири та страви з равликів;
- тур поєднує історичні та культурні аспекти з інтерактивними програмами, такими як відвідування садиби Івана Котляревського, Білої Альтанки та Поля Полтавської битви;

- майстер-клас з приготування полтавських галушок не лише ознайомлює з кулінарною спадщиною регіону, а й активно залучає туристів;
- комфортне розміщення у готелі "Явір" із сучасними зручностями сприяє відпочинку, а зручний трансфер забезпечує безпеку та зручність пересування між локаціями;
- гнучка цінова політика, що включає знижки, акції та можливість розстрочки, робить тур доступним для широкого кола клієнтів;
- високий рівень організації включає роботу професійних гідів, відповідність санітарним і безпековим стандартам, а також страхування учасників;
- обмежена кількість туристів у групі дозволяє зберігати індивідуальний підхід;
- екологічна відповідальність через підтримку локальних постачальників і використання органічних продуктів додає туру сучасної цінності;

Просування нового туристичного продукту.

Для просування гастротуру "Смакуй Полтавщину: традиції і сучасність" пропонується комплексна стратегія, що забезпечить ефективне охоплення цільової аудиторії, формування позитивного іміджу продукту та стимулювання продажів. Основу маркетингової стратегії становить позиціонування туру як унікального поєднання гастрономічного, історичного та культурного досвіду. Це дозволить звернути увагу на тур як на автентичну пропозицію для туристів, які прагнуть не лише відпочинку, а й пізнання.

Основними інструментами просування виступають цифрові канали. Офіційний сайт туру має стати головною платформою для бронювання, надання інформації та залучення аудиторії. На сайті доцільно розмістити яскравий опис туру, фото та відеоматеріали, що ілюструють маршрути, об'єкти та дегустаційні моменти. Контекстна реклама в Google Ads дозволить привернути увагу користувачів, які активно шукають подібні послуги.

Соціальні мережі, зокрема Instagram, Facebook та TikTok, стануть важливим каналом взаємодії з аудиторією. Тут необхідно публікувати тематичні

пости, створювати цікаві сторіс, проводити розіграші подарункових сертифікатів та надавати знижки на групові бронювання. Співпраця з тревел-блогерами, які спеціалізуються на гастротематиці та подорожах, може значно підвищити видимість туру серед цільової аудиторії.

Окрім цифрових каналів, доцільно використовувати традиційні засоби реклами. Наприклад, друковані буклети та флаєри з QR-кодами, які ведуть на сайт, можна розповсюджувати у туристичних агенціях, готелях та культурних центрах. Участь у туристичних виставках та ярмарках дозволить залучити нових партнерів і клієнтів. Для корпоративного сегменту ефективними будуть електронні розсилки та персоналізовані пропозиції.

Щоб стимулювати продажі, можна застосувати сезонні акції та пакети лояльності. Наприклад, запропонувати знижки для групових замовлень, раннього бронювання чи сімейних подорожей. Розробка преміум-варіантів туру з додатковими послугами, такими як дегустації з шеф-кухарем або ексклюзивні екскурсії, допоможе залучити платоспроможну аудиторію.

Для покращення впізнаваності туру важливо створити професійний відеоролик, який демонструватиме основні елементи програми: дегустації, майстер-класи, екскурсії. Відео можна розміщувати в YouTube, на сайті та в соціальних мережах, а також використовувати для реклами [17].

Загалом, інтегроване використання цифрових та традиційних маркетингових інструментів у поєднанні з якісним контентом та креативним підходом дозволить ефективно просувати гастротур, залучаючи нових клієнтів та забезпечуючи стабільне зростання продажів.

Узагальнені результати дослідження. Розроблений туристичний маршрут Полтавщиною демонструє інтегрований підхід до поєднання історико-культурного, гастрономічного та природного туризму. Програма маршруту враховує особливості регіону, зокрема багатий історичний спадок (Поле Полтавської битви, садиба Івана Котляревського), унікальні природні ресурси (Національний природний парк «Пирятинський») та локальні гастрономічні традиції (галушки, равлики, крафтові вина). Маршрут орієнтований на створення

комфортного і пізнавального туристичного досвіду, який відповідає сучасним вимогам та інтересам як внутрішніх, так і іноземних туристів. Це сприяє популяризації Полтавщини як унікальної туристичної дестинації.

Обґрунтування достовірності. Надійність отриманих результатів підтверджується використанням сучасних методів аналізу та оцінки туристичного потенціалу регіону. У процесі розробки маршруту враховано:

- статистичні дані про туристичний потік і його динаміку;
- актуальний стан туристичної інфраструктури;
- економічну ефективність запропонованого маршруту через детальну калькуляцію витрат;
- тенденції у світовій туристичній індустрії, такі як попит на інтерактивні програми та гастрономічний досвід.

Практична перевірка маршруту, включаючи оцінку зручності логістики, рівня комфорту та задоволення потреб туристів, гарантує достовірність запропонованої моделі.

Практична цінність. Розроблений маршрут має значний економічний та соціокультурний потенціал. Зокрема:

- економічна складова: маршрут сприяє створенню нових робочих місць у туристичному секторі, стимулює розвиток локального бізнесу (ресторани, ферми, готелі), а також залучає додаткові інвестиції в регіон. Завдяки акценту на співпрацю з місцевими виробниками, маршрут підтримує економіку регіону.
- соціокультурна складова: маршрут популяризує українську культуру та традиції, зокрема через майстер-класи з приготування галушок, дегустації локальних продуктів та ознайомлення з історично важливими місцями. Це сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону та формуванню позитивного іміджу Полтавщини.

Рекомендації щодо впровадження.

- інфраструктурний розвиток: необхідно продовжити вдосконалення туристичної інфраструктури. Зокрема, розширення готельного фонду

середнього класу, покращення транспортної доступності (реконструкція доріг, розвиток внутрішніх авіасполучень) та створення сучасних інформаційних центрів для туристів.

- маркетинг: для просування маршруту слід активно використовувати цифрові канали. Це включає створення офіційного сайту маршруту з можливістю онлайн-бронювання, ведення сторінок у соціальних мережах (Instagram, Facebook, TikTok) та використання контекстної реклами. Співпраця з тревел-блогерами та публікація статей у тематичних медіа допоможе охопити широку аудиторію.
- партнерство: важливо налагодити тривалу співпрацю з місцевими підприємствами, які беруть участь у маршруті (галушкова мануфактура «Комора», ферма «Лісовий равлик», винний дім «Wine 4U»), а також іншими потенційними підприємствами, що можуть надавати послуги гостинності та розваг, що дозволить забезпечити стабільність і високу якість послуг.
- сезонна адаптація: рекомендовано розробляти альтернативні програми маршруту з урахуванням сезонних особливостей. Наприклад, влітку додати активності на відкритому повітрі, а взимку – тематичні різдвяні заходи.
- екологічність: доцільно включити екологічні ініціативи, як-от використання електротранспорту, організація сортування відходів та популяризація органічної продукції серед туристів.

Подальші перспективи. Реалізація маршруту відкриває значний потенціал для подальшого розвитку туризму в регіоні. Успішна імплементація проєкту дозволить:

- розробити нові тематичні тури (етнографічні, екологічні, спортивні);
- створити партнерську мережу між сусідніми областями для розширення туристичних маршрутів;
- сприяти включенню Полтавщини до загальноукраїнських і міжнародних туристичних програм. Завдяки високому рівню організації, інноваційному

підходу та врахуванню потреб сучасних туристів, маршрут стане ефективним інструментом для сталого розвитку регіону.

4.2. Безпека організації туристичних маршрутів як запорука сталого розвитку індустрії гостинності в межах туристичної галузі країни

Безпека в закладах розміщення та харчування є одним із ключових аспектів забезпечення сталого розвитку індустрії гостинності, адже саме цей фактор впливає на комфорт, довіру гостей і бажання повторного візиту. Гарантування безпеки охоплює фізичну, санітарно-гігієнічну, інформаційну та навіть емоційну складові, які в сукупності створюють позитивний досвід для туристів.

Фізична безпека є базовим елементом у закладах розміщення, таких як готелі, хостели та апартаменти. Вона включає забезпечення пожежної безпеки, охорону території, відеоспостереження та контроль доступу. Згідно зі статистикою Міжнародної асоціації готельного бізнесу, понад 70% туристів надають перевагу закладам, які декларують наявність сучасних систем безпеки. У країнах Європейського Союзу сертифікація пожежної безпеки є обов'язковою вимогою для всіх категорій готелів. На практиці це означає, що в кожному номері повинні бути вогнегасники, а персонал проходить регулярні тренінги з дій у надзвичайних ситуаціях.

Інформаційна безпека в закладах розміщення стала особливо актуальною в епоху цифровізації. Зберігання персональних даних гостей, таких як номери паспортів, кредитних карток або адреси проживання, потребує надійного захисту. Наприклад, випадки кібератак на готелі, як це сталося з мережею «Marriott» у 2018 році, коли було скомпрометовано дані понад 500 мільйонів клієнтів, вказують на важливість впровадження шифрування даних та багаторівневої аутентифікації.

У закладах харчування основний акцент робиться на санітарно-гігієнічній безпеці, адже здоров'я відвідувачів безпосередньо залежить від якості їжі та умов

її приготування. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), щорічно понад 600 мільйонів людей у світі страждають від харчових отруєнь, з яких близько 420 тисяч випадків закінчуються летально. Уникнення таких інцидентів вимагає суворого дотримання стандартів НАССР (аналіз ризиків і критичні контрольні точки), які включають моніторинг кожного етапу обробки продуктів — від прийому постачань до подачі страв клієнтам.

Соціальна та емоційна безпека теж відіграють важливу роль, особливо у контексті інклюзивності та культурного різноманіття. Персонал закладів має бути навчений працювати з гостями з різними потребами, включаючи людей з інвалідністю чи представників інших культур. Наприклад, у 2023 році близько 15% туристів у світі зазначили, що наявність зручностей для осіб з обмеженими можливостями є вирішальним фактором при виборі закладу розміщення або харчування.

Дотримання стандартів безпеки не лише підвищує довіру клієнтів, але й формує позитивний імідж закладу та країни в цілому. Наприклад, Швейцарія, яка славиться високими стандартами безпеки у готелях і ресторанах, щорічно приймає понад 12 мільйонів туристів, і понад 80% з них повертаються в країну знову. Подібний підхід може бути впроваджений і в Україні, особливо в регіонах з розвинутою туристичною інфраструктурою. Розробка програм сертифікації безпеки, як-от «Безпечний готель» або «Гарантія якості харчування», сприятиме підвищенню конкурентоспроможності української туристичної галузі на міжнародному ринку.

Заклади розміщення та харчування постійно стикаються з багатьма потенційними ризиками, які можуть впливати на їхню безпечну та стабільну діяльність. Ці ризики включають як загрози для здоров'я та життя гостей і персоналу, так і небезпеки для матеріальних ресурсів та репутації закладу. Щоб уникнути кризових ситуацій, важливо заздалегідь ідентифікувати можливі ризики та впровадити ефективні заходи для їх попередження.

Таблиця 4.3, що зображена нижче містить перелік ключових загроз, які можуть виникнути у сфері гостинності, та відповідні заходи безпеки, що допоможуть мінімізувати ці ризики.

Таблиця 4.3.

Можливі ризики та заходи безпеки для закладів розміщення та харчування

Ризики	Заходи безпеки
1	2
Пожежа	Встановлення системи пожежної сигналізації та датчиків диму
	Оснащення приміщень вогнегасниками та гідрантами
	Навчання персоналу правилам пожежної безпеки та евакуації
	Регулярне технічне обслуговування електромереж та обладнання
Харчове отруєння	Дотримання санітарно-гігієнічних норм на кухні
	Контроль якості продуктів і їхнього терміну придатності
	Проведення дезінфекції робочих зон і обладнання
	Навчання персоналу принципам безпечного зберігання та приготування їжі
Травми гостей або персоналу	Використання нековзких покриттів на підлозі.
	Наявність аптечки першої допомоги в кожній зоні
	Навчання персоналу наданню першої медичної допомоги
Шахрайство або кіберзагрози	Використання захищених систем бронювання та оплати
	Навчання персоналу правилам роботи з конфіденційними даними клієнтів.
	Регулярне оновлення програмного забезпечення для уникнення кібератак
Отруєння хімічними речовинами	Зберігання хімічних речовин у спеціально відведених місцях
	Використання безпечних мийних засобів, схвалених для закладів харчування
	Чітке маркування контейнерів з хімікатами

Джерело: складено автором

Таблиця ризиків і заходів безпеки є важливим інструментом для систематизації та управління загрозами, які можуть виникати в закладах розміщення та харчування. Вона дозволяє чітко і структуровано оцінити

потенційні загрози, зокрема фізичні, санітарно-гігієнічні, матеріальні та кіберризик, і визначити конкретні заходи для їх попередження. Такий підхід дає можливість проактивно запобігати надзвичайним ситуаціям, знижувати ймовірність збитків і забезпечувати стабільну роботу закладу. Завдяки впровадженню заходів безпеки знижується ризик надзвичайних подій, що позитивно впливає на репутацію закладу, підвищує довіру клієнтів і їхню задоволеність обслуговуванням, адже вони відчують, що їхній комфорт і безпека є пріоритетом.

Дотримання заходів безпеки також важливе для захисту персоналу, створення для них безпечних умов праці та підготовки до екстрених ситуацій. Це підвищує мотивацію співробітників, покращує їхню лояльність до закладу та зменшує плинність кадрів. Крім того, така система дозволяє виконувати вимоги законодавства, уникати штрафів і неприємностей із контролюючими органами, що є ключовим для довгострокової діяльності закладу. Впровадження заходів безпеки є значно економічно вигіднішим, ніж усунення наслідків кризових ситуацій, таких як пожежі, крадіжки чи поломки обладнання, тому воно сприяє фінансовій стабільності.

Щоб досягти більш високого рівня безпеки, Україні необхідно прагнути до імплементації міжнародних стандартів, таких як ISO 22000 для безпеки харчових продуктів, що є важливим для запобігання харчовим отруєнням, та NFPA (National Fire Protection Association), що регулює пожежну безпеку. В Україні також необхідно впроваджувати стандарт HACCP для контролю за безпекою харчових продуктів і забезпечення надійного контролю на кожному етапі обробки їжі. Важливим є також впровадження стандартів щодо безпеки будівель, таких як EN 13501, що визначають вимоги до вогнестійких матеріалів і конструкцій будівель, що використовуються для готелів та ресторанів.

Практичні поради для закладів гостинності включають регулярне навчання персоналу з безпеки, включаючи реагування на надзвичайні ситуації, такі як пожежі або харчові отруєння. Персонал повинен бути готовим діяти швидко і чітко у разі будь-якої надзвичайної ситуації. Для цього важливо проводити

регулярні тренінги і перевірки знань працівників. Заклади також повинні інвестувати в сучасні технології безпеки, такі як автоматизовані системи пожежного захисту, спринклерні системи та відеоспостереження, щоб забезпечити високий рівень безпеки для своїх гостей і персоналу.

Впровадження цих практик забезпечує не лише підвищення безпеки, але й сприяє загальному покращенню якості обслуговування, що є важливим фактором для конкурентоспроможності на ринку індустрії гостинності.

На рисунку 4.1 зображені основні аспекти сталого розвитку індустрії гостинності, на які впливає безпека:



Рис. 4.1. Вплив безпеки на сталий розвиток індустрії гостинності

Джерело: розроблено автором

Таким чином, безпека в закладах дозвілля, розміщення та харчування не лише задовольняє базові потреби клієнтів, але й сприяє довгостроковому розвитку індустрії гостинності через підвищення довіри, економічної ефективності, соціальної відповідальності та екологічної стійкості. Вона є важливою умовою для формування позитивного іміджу країни як безпечного туристичного напрямку, що залучає інвестиції та збільшує потік відвідувачів.

Окремо маємо розглянути забезпечення безпеки туристів під час пересування, адже транспорт є невід'ємною складовою туристичного досвіду. Пересування туристів може здійснюватися різними видами транспорту: авіаційним, залізничним, автомобільним, морським чи громадським. Усі ці засоби пересування пов'язані з певними ризиками, що зумовлює необхідність ефективних заходів безпеки, включаючи впровадження страхових послуг як невід'ємного елемента управління ризиками.

Згідно з даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), у світі щорічно фіксується понад 1,3 мільйона смертей унаслідок дорожньо-транспортних пригод, що становить близько 3% глобального ВВП. Особливо актуальною ця проблема є для країн із розвинутою туристичною галуззю, де інтенсивність транспортних потоків підвищує ймовірність виникнення надзвичайних ситуацій. У зв'язку з цим, страхування туристів під час пересування набуває стратегічного значення, адже воно забезпечує фінансовий захист та знижує ризики як для мандрівників, так і для транспортних компаній.

Ринок страхових послуг для туристів постійно розширюється. Одним із найпоширеніших продуктів є страхування від нещасних випадків, що покриває витрати на лікування, компенсацію у разі травм або смерті внаслідок аварій. Крім того, страховики пропонують поліси, які охоплюють затримки чи скасування рейсів, втрату багажу, а також юридичну підтримку у випадку конфліктних ситуацій. У 2023 році глобальний ринок туристичного страхування досягнув обсягу понад \$30 мільярдів і, за прогнозами аналітиків, зростатиме зі швидкістю 6-8% щорічно. Це свідчить про підвищення усвідомлення туристами важливості захисту під час подорожей.

На рівні державного регулювання безпеки транспорту в багатьох країнах діють закони, що зобов'язують транспортні компанії забезпечувати страхування пасажирів. Наприклад, у Європейському Союзі всі авіаперевізники зобов'язані дотримуватися Регламенту (ЄС) 261/2004, який регулює права пасажирів, включаючи компенсації за затримки рейсів та відшкодування у разі надзвичайних ситуацій. У країнах пострадянського простору, зокрема в Україні,

також впроваджено обов'язкове страхування пасажирів під час використання громадського транспорту та внутрішніх авіарейсів, це є великою перевагою. Разом з тим, ситуація з безпекою транспорту в Україні є складною та охоплює автомобільний, залізничний, авіаційний і водний транспорт, кожен із яких має свої специфічні виклики. Для покращення безпеки необхідно модернізувати інфраструктуру, підвищувати стандарти безпеки та впроваджувати сучасні технології.

Необхідні заходи для підвищення якості забезпечення безпеки транспорту в Україні:

- модернізація інфраструктури: заміна застарілих вагонів, літаків і суден, ремонт залізничних колій та оновлення аеропортів.
- посилення контролю: регулярна перевірка технічного стану всіх видів транспорту, особливо пасажирських.
- впровадження сучасних технологій: автоматизовані системи управління рухом для залізничного транспорту, системи моніторингу для суден і літаків.
- освітні програми: підвищення обізнаності серед пасажирів та працівників транспортної сфери щодо правил безпеки.

Висновки до розділу 4

Зростаючі вимоги туристів до безпеки в закладах розміщення, харчування, дозвілля та транспорту підкреслюють необхідність адаптації до сучасних викликів, таких як пандемії, кіберзагрози та техногенні катастрофи. Аналіз світових стандартів безпеки, зокрема HACCP, ISO 22000 та NFPA, і можливості їх впровадження в українську практику демонструють потребу у вдосконаленні національних норм і підходів.

Новизна роботи полягає у розробці системного підходу до забезпечення безпеки, що охоплює фізичний, санітарно-гігієнічний, інформаційний,

соціальний та екологічний аспекти. У дослідженні представлено практичні інструменти для оцінки ризиків та розроблено конкретні заходи для їх мінімізації. Зокрема, таблиці ризиків і відповідних заходів безпеки пропонують структуровані рішення, які можуть бути використані керівниками закладів гостинності для забезпечення сталого розвитку їхнього бізнесу.

Результати роботи показують, що впровадження міжнародних стандартів безпеки є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності української індустрії гостинності на міжнародному ринку. Особлива увага приділена важливості інвестування в новітні технології, такі як системи відеоспостереження, кіберзахисту та протипожежної безпеки, що дозволяє не лише підвищити рівень безпеки, але й забезпечити високу якість обслуговування клієнтів. Крім того, запропоновано конкретні рекомендації для різних типів закладів гостинності, з урахуванням специфіки їхньої діяльності, що робить дослідження практично орієнтованим.

Отже, розділ підтверджує, що безпека є фундаментальною основою сталого розвитку індустрії гостинності. Її забезпечення сприяє підвищенню довіри клієнтів, економічній ефективності закладів та загальній привабливості туристичної галузі країни, формуючи позитивний імідж України як безпечного туристичного напрямку.

ВИСНОВКИ

Теоретичні засади розвитку індустрії гостинності. У роботі детально розглянуто теоретичні основи індустрії гостинності як складової туристичної галузі України. Визначено, що індустрія гостинності є інтегрованим та багатофункціональним сектором економіки, який включає готельно-ресторанний бізнес, транспортні послуги, індустрію розваг, конференц-сервіси та інші складові. Особливістю цієї галузі є її здатність забезпечувати синергетичний ефект між різними сегментами економіки, стимулюючи розвиток як національного, так і регіонального рівня. Аналіз теоретичних підходів дозволив уточнити поняття "індустрія гостинності", розкрити її значення для забезпечення комфорту, позитивних емоцій та задоволення потреб клієнтів, які можуть бути як туристами, так і місцевими жителями.

Сучасний стан індустрії гостинності в Україні. Проведений аналіз виявив, що розвиток індустрії гостинності в Україні має як переваги, так і недоліки. Серед переваг виділяються унікальне культурне надбання, природні ресурси та зростаючий внутрішній туристичний попит. Водночас недоліки включають застарілу інфраструктуру, недостатнє впровадження інноваційних рішень, низьку якість обслуговування та нестачу кваліфікованих кадрів. Українська індустрія гостинності також стикається з викликами, пов'язаними з політичною та економічною нестабільністю, що негативно впливає на її інвестиційну привабливість. Проте зазначено, що навіть у складних умовах цей сектор демонструє потенціал для зростання, особливо за умови реалізації ефективних реформ та впровадження сучасних практик управління.

Ключові напрями розвитку індустрії гостинності. У роботі виділено кілька ключових напрямів, які сприятимуть розвитку індустрії гостинності в Україні:

- модернізація інфраструктури: необхідно забезпечити реконструкцію та розширення транспортної, комунальної та туристичної інфраструктури, зокрема

аеропортів, готелів, доріг і рекреаційних зон. Це дозволить підвищити якість обслуговування та доступність туристичних об'єктів;

- впровадження інноваційних технологій: використання цифрових платформ для бронювання, автоматизація процесів обслуговування, впровадження систем управління ресурсами (ERP) і технологій штучного інтелекту сприятимуть підвищенню ефективності галузі;

- сталий розвиток: орієнтація на екологічно чисті технології, підтримка місцевих громад та збереження природного середовища стануть ключовими факторами конкурентоспроможності;

- підготовка кадрів: система освіти повинна адаптуватися до сучасних потреб галузі, пропонуючи програми підготовки фахівців із врахуванням міжнародних стандартів обслуговування та інноваційного менеджменту.

Практична цінність отриманих результатів. Практична цінність дослідження полягає у запропонованих рекомендаціях для підвищення конкурентоспроможності національної індустрії гостинності. Зокрема:

- розробка програм фінансової підтримки для інвесторів, які сприятимуть будівництву нових готелів, реконструкції туристичних об'єктів та розвитку нових туристичних напрямків;

- підтримка регіональних туристичних проектів, включаючи створення кластерів, які інтегрують готельно-ресторанний бізнес, культурні та розважальні заклади;

- впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування, участь у глобальних туристичних виставках і форумах, співпраця з міжнародними організаціями сприятимуть залученню іноземних туристів;

- розробка програм сталого туризму, впровадження систем енергоефективності та мінімізації відходів у підприємствах індустрії гостинності.

Впровадження результатів дослідження. Отримані результати мають широке практичне застосування. Вони можуть бути використані для формування стратегій розвитку індустрії гостинності на державному рівні, вдосконалення

системи управління туристичними підприємствами та розробки програм підготовки фахівців у сфері туризму. Запропоновані рекомендації також можуть бути реалізовані готелями, ресторанами та іншими підприємствами для підвищення якості обслуговування, збільшення кількості клієнтів і створення позитивного іміджу України як туристичної дестинації.

Перспективи розвитку галузі. Запропоновані рекомендації забезпечують основу для подальшого розвитку індустрії гостинності в Україні. Реалізація запропонованих заходів сприятиме:

- **підвищенню конкурентоспроможності:** українська індустрія гостинності зможе конкурувати на міжнародному рівні завдяки модернізації, впровадженню інновацій та сталому розвитку;

- **економічному зростанню:** зростання туристичних потоків сприятиме створенню нових робочих місць, збільшенню податкових надходжень і розвитку суміжних галузей;

- **культурному обміну:** підвищення туристичної привабливості країни сприятиме міжнародному культурному діалогу, що позитивно вплине на імідж України;

Загалом, впровадження розроблених заходів створить передумови для сталого розвитку індустрії гостинності, підвищення її ефективності та значущості у загальнонаціональній економіці. Це дозволить Україні зміцнити свої позиції на міжнародній туристичній арені та забезпечити економічне і соціальне зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Brymer R.A. Hospitality Management: an Introduction to the Industry. 7th ed. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Pub. Co, 1995.
2. Пандяк І. Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2016. Випуск 50. С. 276–285.
3. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 4(21). С. 375–380.
4. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. Журнал європейської економіки. 2015. Вересень.
5. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
6. Асоціація індустрії гостинності. URL: <https://aigu.org.ua/>
7. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. 2017. № 2(30). С. 72–78.
8. Височан О. С. Співвідношення понять «подорожуючий», «відвідувач» і «турист»: міжнародний обліково-статистичний підхід. Бізнес Інформ. 2013. № 3. С. 200–206.
9. Міжнародний туристичний форум «Туризм в Україні: виклики та відновлення». URL: https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy_turist/ (дата звернення: 05.04.2024).
10. Поплавська А. Феномен гостинності у соціокультурному просторі: від витоків до сучасності: дис....к. культур. Київ, 2017. 209 с.
11. Шаповаленко Д., Соколов Д., Карюк А., Панченко К. Перспективи розвитку готельних мереж на туристичному ринку України. Молодий вчений. 2023. № 3(115). С. 134–137.
12. Бунтова Н.В. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в країні. Ефективна економіка. 2013.
13. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

14. Будя О. П., Вертелева О.В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності. Зовнішня торгівля: право та економіка. 2008. № 6. С. 142–149.
15. Цибух В.І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні / В. І. Цибух, Б. І. Вихристенко, С. І. Попович. Туристично-краєзнавчі дослідження. Київ. 2004. Випуск 2. 655 с.
16. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: концептуальний аспект / О. Ю. Давидова. Бізнес Інформ. 2018. № 6. С. 139–144.
17. Примак Т. Ю. Ефективні інструменти інтернет-маркетингу в туристичному менеджменті / Т. Ю. Примак, М. О. Луценко. Молодий вчений. № 11 (51). 2017. С. 761.
18. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241.
19. Закон України "Про ліцензування видів господарської діяльності" від 02.03.2015 № 222-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. Ст. 158.
20. Закон України "Про охорону культурної спадщини" від 08.06.2000 № 1805-III. Відомості Верховної Ради України. 2000. № 39. Ст. 333.
21. Указ Президента України "Про стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року" від 26.12.2017 № 612/2017. Урядовий кур'єр. 2018. № 2. Ст. 15.
22. Указ Президента України "Про затвердження Національної стратегії сталого розвитку" від 11.01.2018 № 5/2018. Урядовий кур'єр. 2018. № 7. Ст. 21.
23. Указ Президента України "Про заходи щодо розвитку малого та середнього підприємництва в Україні" від 15.08.2020 № 542/2020. Урядовий кур'єр. 2020. № 32. Ст. 7.
24. Указ Президента України "Про Національну економічну стратегію до 2030 року" від 05.03.2021 № 79/2021. Урядовий кур'єр. 2021. № 14. Ст. 13.

25. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Державної програми розвитку туризму в Україні на 2021-2026 роки" від 27.01.2021 № 168. Офіційний вісник України. 2021. № 8. Ст. 243.
26. Постанова Кабінету Міністрів України "Про створення умов для розвитку кластерів у сфері гостинності" від 15.04.2021 № 304. Офіційний вісник України. 2021. № 16. Ст. 532.
27. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження переліку туристичних об'єктів національного значення" від 21.06.2019 № 542. Офіційний вісник України. 2019. № 26. Ст. 107.
28. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Програми цифровізації туристичної галузі" від 28.07.2022 № 456. Офіційний вісник України. 2022. № 32. Ст. 489.
29. Постанова Кабінету Міністрів України "Про стимулювання інвестицій у готельну інфраструктуру" від 19.10.2020 № 872. Офіційний вісник України. 2020. № 40. Ст. 300.
30. Наказ Міністерства економіки України "Про затвердження стандартів обслуговування в закладах індустрії гостинності" від 12.06.2020 № 45. Офіційний вісник України. 2020. № 22. Ст. 520.
31. Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України "Про популяризацію культурної спадщини через туризм" від 05.04.2021 № 53. Офіційний вісник України. 2021. № 18. Ст. 310.
32. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
33. Кальченко О. М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2010. № 41. С. 133-139.
34. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

35. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2021. № 4 (1). С. 30-39.
36. Галюк Я. Д., Стадник В. В. Можливості сучасних маркетингових технологій для розвитку туристичного бізнесу в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Сер.: Економічні науки. 2018. № 1. С. 160-165.
37. Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93-98.
38. Кравченко А. В., Бойко В. В. Цифровізація туристичної галузі в пост COVID-19 період. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.96>.
39. Кукліна Т. С. Використання інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-2. С. 217-221.
40. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75>.
41. Попова М. О, Арестов С. В., Шуптар-Пориваєва Н. Й. Пріоритети розвитку сучасної туристичної діяльності. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 62. С. 107-112.
42. Ринок готельної нерухомості 2023: попит відновлюється, кадровий голод посилюється, 11.03.2024. Автор: Ірина Настич. URL: https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidnovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya
43. World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>
44. Білозубенко В. С., Корнєєв М. В., Горб К. М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. 10 с.

- 45.Абрамова А. Г., Коваль О. В., Кононко Д. К. Перспективні шляхи впровадження smart технологій у структуру готельних підприємств. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: матеріали міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (Київ, 11–12 квітня 2019 р.)*. Київ : НУХТ, 2019. 304 с.
- 46.Банєва І., Величко О. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Modern Economics*. 2022. № 36. С. 6–11. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/modern-approaches-to-the-organization/> (дата звернення: 20.12.2024).
- 47.Безручко Л. С. Сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку світового готельно-ресторанного господарства. *Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 16 березня 2018 р.)*. Київ : КНЕУ, 2018. С. 22–27.
- 48.Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 6. С. 19–23.
- 49.Закон України «Про інноваційну діяльність». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2002. № 40-IV.
- 50.Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник. Полтава : ПУЕТ, 2018. 357 с.
- 51.Лелюк О. В. Сучасні підходи до розвитку сфери гостинності. *Інноваційний ринок індустрії туризму і сфери гостинності: матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19 травня 2020 р.)*. Київ : ТЕК КНТЕУ, 2020. С. 18–21.
- 52.Ляхова Т. М. До аналізу поняття “Гостинність”. *V Міжнародна наук.-практ. інтернет-конф. (21–22 квітня 2021 р., м. Бердянськ)*. С. 185–188.
- 53.Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/nosyrjev2.htm (дата звернення: 20.12.2024).

- 54.РБК-Україна. Державне агентство розвитку туризму. Мар'яна Олеськів: Після нашої перемоги в Україну поїдуть мільйони туристів. URL: <http://surl.li/ovbpj> (дата звернення: 20.12.2024).
- 55.Стригуль Л., Александрова В., Жадан Т. Дослідження сучасного стану та визначення перспектив функціонування індустрії туризму та гостинності України. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2022. № 4. С. 54–58. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/274404> (дата звернення: 20.12.2024).
- 56.Як змінився готельний бізнес під час війни. *Ribas Hotels Group*. URL: <http://surl.li/ovbqo> (дата звернення: 20.12.2024).
- 57.Hilton. Офіційний сайт. URL: <http://surl.li/lvxak> (дата звернення: 20.12.2024).
- 58.The Green Key organization. URL: <http://www.greenkey.global> (дата звернення: 20.12.2024).
- 59.Weiermair K., Peters M. Innovation and Innovation behavior in hospitality and tourism: Problems and Prospects. *Tourism in Asia: Development, Marketing and Sustainability: Fifth Biennial Conference, Conference proceedings*.
- 60.□ Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Аналітична команда Київської Школи Економіки (КШЕ). Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року. URL: <http://surl.li/ovboy> (дата звернення: 20.12.2024).

ДОДАТКИ

УДК 658.8:004.89

JEL Classification: D83, L86, M31, O33

ЗЕЛЕНКО О. О.¹, СЕРГІЄНКО К. В.²

ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОВАЙДЕРІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ

DOI: <https://doi.org/10.32620/cher.2023.4.11>

Постановка проблеми. Індустрія гостинності, яка є однією із найбільших генераторів негативного впливу на оточуюче середовище, потребує трансформації та екологізації. Проблема впровадження екологічної відповідальності серед українських провайдерів туристичних послуг – це не просто умова їх конкурентоспроможності, а гарантія можливості функціонування та розвитку у майбутньому. *Мета дослідження:* ідентифікація параметрів реалізації соціального діалогу для формування екологічно відповідального сталого функціонування і розвитку сфери гостинності на рівні туристичної дестинації. *Предмет дослідження:* теоретичні засади та практичний досвід реалізації соціального діалогу на місцевому рівні. *Методи дослідження:* у процесі дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, а саме абстракції, індукції та дедукції, аналогії та якісного порівняння. *Гіпотеза дослідження* полягає у тому, що єдиний шлях забезпечення екологічної сталості сфери гостинності – це усвідомлене ставлення місцевого населення, як провайдерів послуг гостинності, до наявних екологічних проблем та бажання зберегти природно-рекреаційні, історико-культурні ресурси власної території. *Основні результати дослідження.* Аналіз теоретичної бази розвитку концепції соціального діалогу та сучасного міжнародного і вітчизняного досвіду щодо її впровадження в сфері гостинності та туризму дозволили визначити параметри реалізації соціального діалогу для сталого екологічного розвитку сфери гостинності на місцевому рівні. *Оригінальність та практична значимість дослідження:* представлені параметри впровадження соціального діалогу для сталого екологічного розвитку сфери гостинності на місцевому рівні розкривають сутність процесу із залученням не тільки місцевого населення, але і відвідувачів регіону, які мають бути проінформовані та відповідальні щодо дотримання правил і умов перебування та відпочинку на території громади. *Висновки:* представлені у ході дослідження пропозиції щодо розвитку соціального діалогу для формування екологічної відповідальності провайдерів послуг гостинності на місцевому рівні є актуальними та можуть бути використані для подолання поточної кризи в галузі, що розпочалась під час пандемії та була поглиблена із початком повномасштабної війни.

Ключові слова:

послуги гостинності, екологічна відповідальність, соціальний діалог, параметри, туристична дестинація.

FORMATION OF ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF HOSPITALITY SERVICE PROVIDERS ON THE BASIS OF SOCIAL DIALOGUE

Formulation of the problem. The hospitality industry, which is one of the biggest generators of negative impact on the environment, needs transformation and greening. The problem of implementing environmental responsibility among Ukrainian tourism service providers is not just a condition of their competi-

¹ **Зеленко Олена Олександрівна**, д-р екон. наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки і туризму, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна.

Zelenko Olena, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the International Economy and Tourism Department, Volodymyr Dahl Eastern Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4880-246X>

e-mail: zelenko.olena@gmail.com

² **Сергієнко Ксенія Володимирівна**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм і рекреація, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна.

Sergienko Ksenia, the recipient of higher education with the Master's degree of the 242 Tourism and Recreation Speciality, Volodymyr Dahl Eastern Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-0943-0651>

e-mail: tu-23dm-207@snu.edu.ua



tiveness, but a guarantee of the possibility of functioning and development in the future. *The purpose of the study:* identification of the parameters of the social dialogue implementation for the formation of ecologically responsible sustainable functioning and development of the hospitality sphere at the level of tourist destination. *The subject of the study:* theoretical principles and practical experience of implementing social dialogue at the local level. *Research methods:* general and special methods of scientific knowledge, namely abstraction, induction and deduction, analogy and qualitative comparison were used in the research process. *The hypothesis of the study* is that the only way to ensure the ecological sustainability of the hospitality sector is the conscious attitude of the local population, as providers of hospitality services, to the existing environmental problems and the desire to preserve the natural, recreational, historical and cultural resources of their own territory. *The main results of the study:* the analysis of the theoretical basis of the development of the concept of social dialogue and modern international and domestic experience regarding its implementation in the field of hospitality and tourism allowed to determine the parameters of the social dialogue implementation for sustainable ecological development of the hospitality sphere at the local level. *The originality and practical significance of the study:* the presented parameters of the introduction of social dialogue for the sustainable ecological development of the hospitality sphere at the local level reveal the essence of the process involving not only the local population, but also visitors to the region, who must be informed and responsible for observing the rules and conditions of stay and recreation in the territory of the community. *Conclusions:* the proposals presented in the study regarding the development of social dialogue for the formation of environmental responsibility of hospitality service providers at the local level are relevant and can be used to overcome the current crisis in the industry, which began during the pandemic and was deepened with the beginning of a full-scale war.

Key words:

hospitality services, environmental responsibility, social dialogue, parameters, tourist destination.

Постановка проблеми. Сучасні екологічні виклики, що постали перед людством в останні десятиліття примушують поглянути по новому на процес організації у будь-якій сфері діяльності. Індустрія гостинності, яка є однією із найбільших генераторів негативного впливу на оточуюче середовище, так само потребує трансформації та екологізації. Забруднення ґрунтів, стічних вод та повітря внаслідок неправильної утилізації відходів; використання хімічних речовин, небезпечних для оточуючого середовища; порушення ландшафту території внаслідок забудови і це тільки початок переліку всіх ризиків, які проявляються у сфері гостинності.

Для України, яка вже другий рік живе в умовах воєнного стану, екологічна ситуація – це проблема, яка має вирішуватися системно, адже протягом 2022-2023 рр. наявні екологічні загрози виростили в рази та з'явилися нові, найбільші з яких – повна втрата цілих екосистем.

Вітчизняні провайдери послуг гостинності стикнулись із необхідністю демонструвати та реально проявляти свою екологічну відповідальність, адже останнє десятиліття її наявність є умовою забезпечення конкурентоспроможності послуг на українському та світовому ринку. Але виклики, що постають перед країною та усім світом свідчать що до вирішення проблем екології необхідно підходити не окремо, повільними одиничними

кроками, а спільно у щільній співпраці з іншими учасниками процесу обслуговування. Інструмент, який дозволяє дійти згоди та вибудувати спільну стратегію дій – це соціальний діалог, його впровадження дозволить гармонізувати діяльність суб'єктів господарювання між собою у партнерстві із владою та громадою та спрямувати спільні зусилля на вирішення екологічних проблем конкретного регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціального діалогу є не новою, нею опікуються багато закордонних та Українських дослідників. Сфера туризму та гостинності також має теоретичні засади та практичний досвід реалізації даної концепції.

Ще у 2008 р. Болвелл, Д., Вайнц, В. [1] в межах діяльності Міжнародної організації праці (МОП) розробили керівництво із реалізації соціального діалогу у туристичній індустрії, невід'ємною частиною якої є сфера гостинності. У документі детально розкривається поняття соціального діалогу та рекомендації МОП щодо його впровадження.

В межах методології МОП щодо впровадження соціального діалогу Європейська федерація профспілок харчової промисловості сільського господарства та туризму кожні 2 роки розробляє робочу програму реалізації соціального діалогу у європейському готельному та ресторанному секторі [2] що містить





ініціативи, заплановані заходи та очікуваний результат.

Цікавим для ознайомлення та змістовним є дослідження Тюзункана Д. [3] у якому автор представив результати дослідження якості соціального діалогу в межах туристичної галузі та в суміжних сферах діяльності Туреччини. Спираючись на рекомендації МОП, науковець робить невтішні висновки, що стан соціального діалогу в туризмі перебуває у незадовільному стані через неусвідомлення своїх прав найманими працівниками даної сфери діяльності.

Серед вітчизняних науковців проблеми впровадження соціального діалогу досліджувала Фальченко О. [4]. Науковиця висвітлює теоретичні аспекти та особливості реалізації соціального партнерства, як найкращої з форм соціального діалогу, у готельно-ресторанному господарстві. Але, треба зазначити, що у публікації не представлено специфічних рис реалізації соціального діалогу та соціального партнерства, притаманних саме для цієї сфери діяльності.

Реальний процес налагодження соціального діалогу в індустрії туризму та гостинності на національному рівні відбувся у 2020 р. під час першого року пандемії COVID-19 [5]. Каталізатором дій стала криза галузі, спричинена карантинними заходами. Основними учасниками соціального діалогу на той момент стали представники влади та провайдери туристичних послуг.

Визначення невирішеної частини проблеми. І закордонна і українська практика впровадження соціального діалогу в сферу туризму та гостинності засвідчує, що фокус уваги в рамках реалізації даної концепції спрямований на взаємовідносини між роботодавцями та найманими працівниками за посередництвом органів влади. Натомість Україна стоїть зараз перед проблемою впровадження широкого соціального діалогу в цій галузі на місцевому рівні для визначення подальших екологічно-відповідальних орієнтирів місцевого розвитку. Така потреба обумовлена загостреними війною екологічними проблемами та необхідністю збереження сектору гостинності, навіть, в умовах війни.

Відповідно до окресленої проблеми була визначена і **мета дослідження** – ідентифікація параметрів реалізації соціального діалогу для формування екологічно відповідального сталого функціонування і розвитку

сфери гостинності на рівні окремої туристичної дестинації.

Виклад основних результатів дослідження. Соціальний діалог – це процес взаємодії та обміну інформацією між різними зацікавленими сторонами, такими як роботодавці, працівники, уряд та представники громадянського суспільства, з метою досягнення спільної згоди, вирішення конфліктів і формування політик чи стратегій розвитку. Соціальний діалог є важливим інструментом для врегулювання відносин в суспільстві та забезпечення ефективного управління в будь-якій сфері діяльності.

Соціальний діалог як суспільне явище містить конкретні складові, які можна назвати ще певними фазами його розвитку:

1) комунікація – це процес обміну інформацією між усіма сторонами для забезпечення взаєморозуміння, спрямований на вирішення проблем та досягнення конкретних цілей;

2) діалог – це активний обмін думками, поглядами, пропозиціями та аргументами; здатність до вислуховування інших точок зору;

3) задіяність стейкхолдерів – передбачає залучення всіх зацікавлених сторін у процес прийняття рішень та забезпечення можливостей для внесення змін з метою врахування різних поглядів;

4) конструктивне вирішення конфліктів – це спільні зусилля у вирішенні протиріччя та спірних питань; пошук компромісів та рішень, які враховують інтереси всіх учасників;

5) партнерство – це умова, яка передбачає, що зацікавлені сторони розглядають одна одну як партнерів, а не як противників; взаємна повага та визнання інтересів всіх сторін;

6) стабільність і розвиток – забезпечення сталої основи для подальшого розвитку і спільної діяльності; сприяння соціальній стабільності та покращенню умов праці.

Соціальний діалог може відбуватися на різних рівнях, включаючи корпоративний (локальний), галузевий, регіональний, національний, міжнародний рівні. Його успішна реалізація веде до покращення взаємин між різними соціальними групами та досягнення спільних цілей життєдіяльності.

Загальний процес прийняття рішень в рамках реалізації різних форм соціального діалогу має певну специфіку (таблиця 1).

Таблиця 1 – Процес прийняття рішень щодо розвитку території із залученням представників громади за різними формами соціального діалогу

Етапи	Засоби комунікації	Типи взаємодії	Загрози
1. Інформування щодо необхідності прийняття рішення	ЗМІ, Інтернет, інформаційні стенди, адресні повідомлення	Без взаємодії	Несприйняття владою населення як учасника процесу прийняття рішень
2. Консультування щодо можливих варіантів прийняття рішення	Громадські збори та громадські ініціативи, електронні та індивідуальні консультації	Умовна взаємодія	Економічна іммобільність населення регіону
3. Залучення представників населення до переговорів, взаємодії та підсумкового контролю	Мережеві структури, референдуми, «е-демократія», громадська експертиза, ради, робочі групи та комітети	Реальна взаємодія	Соціальні безвідповідальність учасників процесу прийняття рішень

Джерело: розроблено авторами на основі [6]

Дуже важливо пройти відповідно до представленої таблиці всі три кроки, нівелюючи зазначені загрози, аби соціальний діалог набув повноцінності та став реальним інструментом розвитку.

Соціальний діалог може відігравати ключову роль у формуванні екологічної відповідальності провайдерів послуг гостинності на рівні окремої туристичної дестинації. Цей процес включає комунікацію та взаємодію між різними зацікавленими сторонами, такими як місцеве населення, бізнес, громадські організації, місцеві органи вдали. Важливо забезпечити партнерство та взаєморозуміння для спільної розробки і реалізації стратегій сталого розвитку сфери гостинності. У процесі становлення та розвитку соціального діалогу для формуванні екологічно відповідальної провайдерів послуг гостинності слід звертати увагу на наступне:

1. Залучення місцевого населення передбачає врахування думок, поглядів та потреб мешканців при розробці стратегій розвитку території як гостинної туристичної дестинації; забезпечення участі місцевих жителів у прийнятті рішень, які стосуються розвитку сфери гостинності в контексті її екологічної безпеки для регіону.

2. Підтримка громадських організацій – це взаємодія з неприбутковими організаціями, які зацікавлені у збереженні природи та культурної спадщини; співпраця через них із громадськістю для формування ініціатив і програм з охорони природи.

3. Ефективна комунікація з клієнтами (туристами) – ще один аспект впровадження соціального діалогу, що передбачає надання інформації про екологічні правила та стандарти для відвідувачів під час перебування на

відпочинку та користування запропонованими послугами; залучення туристів до участі у екологічних ініціативах, збереженні природи.

4. Партнерство з бізнесом – встановлення стандартів сталого, екологічно відповідального бізнесу для готелів, ресторанів та інших підприємств сфери гостинності; спільна реалізація проектів зі збереження природи та культурної спадщини.

5. Законодавчо-регуляторна підтримка - розробка і впровадження екологічних нормативно-законодавчих актів для туристичної галузі та сфери гостинності, залучення органів влади до підтримки екологічних ініціатив та стратегій розвитку галузі.

Соціальний діалог сприяє вирішенню конфліктів між провайдерами послуг гостинності, клієнтами (в тому числі і туристами) і самим місцевим населенням; відповідно, він створює здорове соціальне та екологічне середовище для відпочинку в конкретному регіоні. Важливо враховувати різні точки зору та домовлятися про баланс між розвитком туризму та збереженням природи, культурних традицій і цінностей.

В умовах реформи децентралізації, що проходить в Україні, кожна територіальна громада стоїть перед дилемою перспектив власного розвитку. В цьому контексті є два напрямки дій: можна чекати рішень від уряду, а можна громаді взяти на себе відповідальність та визначити власний шлях розвитку в контексті сфери гостинності та туризму. Саме другий підхід вітається і на національному рівні: за рекомендаціями Державного агентства розвитку туризму, сама громада має вирішити чи бажає вона займатися туризмом та розвивати сектор гостинних послуг, що саме необхідно розвивати. На думку очільниці





агентства, позитивний результат можливий лише тоді, коли відбувається плідна співпраця між територіальною громадою, бізнесом та державними органами влади. Причому тільки такий підхід забезпечить екологічність розвитку галузі, адже самі мешканці (якщо вони перетворюються на провайдерів послуг гостинності, чи приймають участь, як наймані працівники, у процесі обслуговування) пам'ятають, про те, що на цій території жити не тільки ним, але і їх дітям.

В Європі лідером з розвитку соціального діалогу в туристичній індустрії є Швеція [7]. Ця країна є однією із світових лідерів розвитку сталого туризму на основі соціального діалогу. Для ефективного розвитку галузі у Швеції сформовано синергетичну взаємодію між мережею асоціації державних органів влади (SALAR) [8] та Фонду досліджень і розробки шведської індустрії туризму та гостинності (BFUF) [9]. Основні інструменти співпраці в контексті реалізації соціального діалогу – це залучення громади до проектної діяльності в туризмі та створення сприятливого бізнес-клімату для здійснення туристичної діяльності.

Українська практика впровадження соціального діалогу тільки розпочинає свій розвиток. Консолідатором зусиль щодо налагодження сталого соціального діалогу на теренах туристичної галузі України мала стати Національна туристична організація України (НТОУ) [10]. Саме ця громадська організація на національному рівні виконує функції імплементації інструментів сталого розвитку туристичної галузі. На сьогодні НТОУ об'єднує 12 дійсних та 16 асоційованих учасників, 12 місцевих органів влади, 40 закладів освіти та більше 76 науковців. Для реалізації конструктивного соціального діалогу для формування сталої екологічно відповідальної сфери туризму та гостинності у більшості областей України створено регіональні туристичні організації, які включають в себе представників влади, бізнесу та громади, реалізують спільну координацію поточної діяльності провайдерів послуг гостинності.

Повномасштабна війна в Україні «оголила» всі проблеми розвитку сфери гостинності на національному та місцевому рівні. Мережа регіональних туристичних організацій, яка створена НТОУ, потребує розширення та поглиблення до рівня територіальних громад. Обставини, в яких розвивається галузь, на світовому та національному рівні, висувають «екологізацію послуг гостинності» як базову умову подальшого успішного роз-

витку. З іншого боку, перед країною постає проблема пошуку альтернатив подальшого розвитку індустрії гостинності, адже значна частина наявних ресурсів постраждала від ворожих атак.

Враховуючи представлені вище обставини в ході дослідження було визначено сучасні параметри реалізації соціального діалогу на місцевому рівні для сталого екологічного розвитку сфери гостинності на місцевому рівні, які представлено на рисунку 1.

Представлені параметри містять передумови впровадження, всіх учасників соціального діалогу, його мету та завдання виконання яких сприятиме досягненню мети та візії у майбутньому.

Для започаткування соціального діалогу в територіальній громаді з метою розвитку послуг гостинності на їх території на засадах екологічної відповідальності варто знайти відповідь на декілька питань:

1. Чи бажає місцеве населення займатися туризмом та розвивати сферу гостинності? Насправді, це ключове питання щодо розвитку території, як екологічно безпечної туристичної дестинації. Якщо місцеві мешканці не усвідомлюють перспективність цієї діяльності, то така дестинація вже однозначно не буде екологічно відповідальною, а відповідно і конкурентоспроможною. Будь-які ініціативи без погодження із місцевим населенням є неприйнятними.

2. Хто саме бажає бути задіяним у процесах обслуговування туристів? Якщо більшість населення підтримує, але не всі бажають долучитися, то треба чітко визначитися з ким конкретно може співпрацювати туристичний оператор?

3. Який потенціал розвитку сфери гостинності та туризму має громада, а саме, яким є поточний стан природно-рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини? Що можна використовувати для збільшення туристичного потоку без шкоди для території, її оточуючого середовища? Які об'єкти є потенційно туристичними родзинками та яким чином їх можна використовувати без шкоди для самих об'єктів та без шкоди для екології? Крім того, треба з'ясувати якими об'єктами туристичної інфраструктури володіє громада: заклади розміщення (або де можуть зупинитись туристи), підприємства ресторанного господарства (або де можна купити харчові продукти), екскурсійні бюро, розважальні заклади, транспортна інфраструктура, туристично-інформаційні центри?

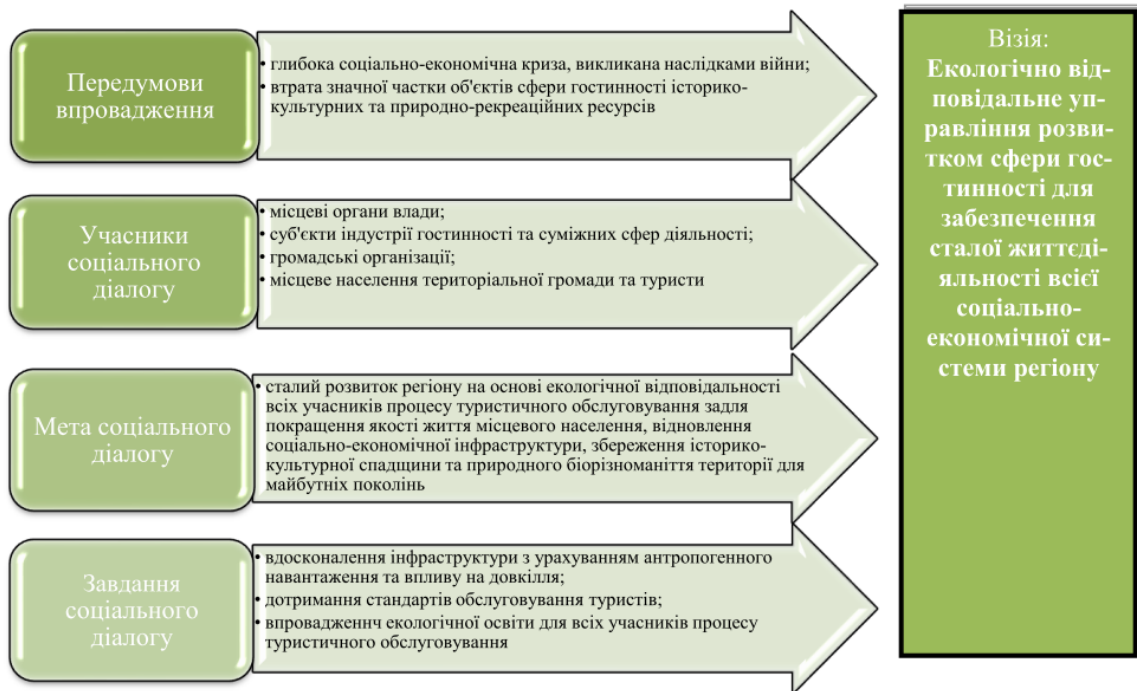


Рисунок 2 – Параметри реалізації соціального діалогу для сталого екологічного розвитку сфери гостинності на місцевому рівні

Джерело: розроблено авторами

4. Варто усвідомлювати, чого хоче досягнути громада? Скільки туристів готова приймати територія без шкоди для власної життєдіяльності та без шкоди для оточуючого середовища? Скільки фінансових ресурсів потрібно для реалізації запланованих проєктів? Як туристична діяльність та процес обслуговування відвідувачів має позначитися на рівні та якості життя самої громади?

5. Що потрібно зробити у найближчий рік: як необхідно інформувати потенційних туристів; що треба висвітлювати у ЗМІ для просування території як гостинної туристичної дестинації; у той же час, треба визначити якими будуть правила перебування відвідувачів регіону під час відпочинку; які запобіжні заходи необхідно запровадити для збереження найважливіших цінностей громади (природно-рекреаційних, історико-культурних); що необхідно реалізувати в межах екологічної просвітницької діяльності?

Висновки та перспективи подальших досліджень. Представлені параметри впровадження соціального діалогу для сталого екологічного розвитку сфери гостинності на місцевому рівні не можна назвати унікальними, вони ідентифіковані на основі накопиченого світового досвіду формування екологічної відповідальності всіх зацікавлених сторін в

контексті функціонування туристичної індустрії із урахуванням успішних практик, які стали зразком для наслідування в тому числі і у нас в Україні.

Аналіз тенденцій налагодження соціального діалогу в нашій країні засвідчує, що є наявні прецеденти, реалізовані на національному та регіональному рівні із реальним залученням влади та бізнесу для подолання кризи в галузі, що була спричинена пандемією.

На сьогодні, з метою вирішення гострих економічних та екологічних проблем, нагальною є потреба розширити соціальний діалог та реально залучити до нього не тільки місцеве населення але й споживачів – туристів, які мають не тільки отримувати бажане, але й чути членів приймаючої громади, з обережністю ставитися до природно-рекреаційних ресурсів, поважати культуру та місцеві традиції.

Література

1. Bolwell D., Weinz W. Guide for social dialogue in the tourism industry. International Labour Office. 2008. URL: <http://surl.li/pieoh> (дата звернення 15.11.2023)
2. Dresin E. Social Dialogue in the European Hotel and Restaurant Sector-EFFAT-HOTREC Work Programme 2020-2021. URL: <http://surl.li/pieoy> (дата звернення 15.12.2023)



3. Tüzünkan D. Social dialogue in the tourism industry: An evaluation of Turkey by interpolation method. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 2017. Vol 31 (10). P. 99-105.

4. Фальченко О. О. Соціальне партнерство в системі соціально-трудових відносин готельно-ресторанного господарства. *Інфраструктура. ринку*. 2017. № 13, С. 203-207. URL: <http://surl.li/pieqtm> (дата звернення 15.11.2023)

5. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. *Національна платформа «Форум громадянського суспільства» східного партнерства*. 2020. 28 с. URL: <http://surl.li/eonom> (дата звернення 15.11.2023)

6. Зеленко О. О. Технологія прийняття управлінських рішень у контексті соціально-економічного розвитку регіону. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/73.pdf (дата звернення 15.11.2023)

7. Тимошенко Т., Богославець О., Шевчук О. Європейський досвід залучення зацікавлених сторін в проектній діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями: приклад Швеції для України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2515> (дата звернення 15.11.2023)

8. Swedish Association of Local Authorities and Regions. Sveriges Kommuner och Regioner. 27.09.2023. URL: <https://skr.se/skr/englishpages.411.htm> (дата звернення 15.11.2023)

9. BFUF – the Swedish hospitality sector's own tool for research and innovation. URL: <https://bfuf.se/in-english/about-us/> (дата звернення 15.11.2023)

10. Національна туристична організація України. Офіційний веб-сайт. URL: https://nto.ua/index_ua.html (дата звернення 15.11.2023)

Reference

1 Bolwell, D., Weinz, W. (2008). Guide for social dialogue in the tourism industry. International Labour Office. Retrieved from: <http://surl.li/pieoh> (date of application: 15 November 2023)

2. Dresin, E. (2019). Social Dialogue in the European Hotel and Restaurant Sector-EFFAT-HOTREC Work Programme 2020-2021 Issues Methodology Output. Retrieved from: <http://surl.li/pieoy> (date of application: 15 November 2023)

3. Tüzünkan, D. (2017). Social dialogue in the tourism industry: An evaluation of Turkey by interpolation method. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(10), 99-105.

4. Falchenko, O. O. (2017). Social partnership in the system of social and labor relations of the hotel and restaurant industry. *Infrastructure. market*, 13, 203-207. Retrieved from: <http://surl.li/pieqtm> (date of application: 15 November 2023)

5. COVID-19 and social dialogue in the tourism industry: EU practice and Ukrainian realities. National platform "Civil Society Forum" of the Eastern Partnership. (2020), 28. Retrieved from: <http://surl.li/eonom> (date of application: 15 November 2023)

6. Zelenko, O. O. (2017). Technology of management decisions in the context of socio-economic development of the region. *Economy and society*, 8. Retrieved from: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/73.pdf (date of application: 15 November 2023)

7. Tymoshenko, T., Bogoslavets, O. and Shevchuk, O. (2023). European experience of involving interested parties in the project activities of tourist destination management organizations: the example of Sweden for Ukraine. *Economy and society*, 51. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2515> (date of application: 15 November 2023)

8. Swedish Association of Local Authorities and Regions. Sveriges Kommuner och Regioner. 27.09.2023. Retrieved from: <https://skr.se/skr/englishpages.411.htm> (date of application: 15 November 2023)

9. BFUF – the Swedish hospitality sector's own tool for research and innovation. Retrieved from: <https://bfuf.se/in-english/about-us/> (date of application: 15 November 2023)

10. National Tourist Organization of Ukraine. Official website. URL: https://nto.ua/index_ua.html (date of application: 15 November 2023).

Стаття надійшла до редакції : 20.10.2023 р.

Стаття прийнята до друку: 28.12.2023 р.

Бібліографічний опис для цитування :

Зеленко О. О., Сергієнко К. В. Формування екологічної відповідальності провайдерів послуг гостинності на засадах соціального діалогу. *Часопис економічних реформ*. 2023. № 4 (52). С. 72–78.