

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ
УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРС-41
ХОМИЧ Ірина Вікторівна

(підпис)

Керівник:
д.е.н., професор
МАТВІЙЧУК Людмила Юріївна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«30» травня 2024 р.
Гарант освітньої програми:
к.г.н., доцент
ГРОМИК Оксана Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2024 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Л. Матвійчук
« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Хомич Ірині Вікторівні

1. Тема кваліфікаційної роботи «Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період»
Керівник роботи: *Матвійчук Людмила Юріївна, д.е.н., професор*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «30» грудня 2023 р. № 439/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2024р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативні документи діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу України, світові та національні стандарти гостинності, наукова література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані України, ГО «Асоціація гостинності України».*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ.
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу.
Розділ 2. Дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу України.
Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку готельно-ресторанного бізнесу України в післявоєнний період.
Висновки та рекомендації.
1. Графічне відображення результатів інтерв'ювання гостей щодо якості, безпеки та санітарного стану РК «Рестпарк».
2. Графічне відображення результатів інтерв'ювання гостей щодо вибору РК «Рестпарк».

6. Консультанти розділів роботи

Розділи	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 2. Дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу України	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку готельно-ресторанного бізнесу України в післявоєнний період	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Висновки та рекомендації	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		

7. Дата видачі завдання 15.12.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 15.12.2023	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 10.01.2024	
3	Розділ 1. Теоретичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу	до 10.02.2024	
4	Розділ 2. Дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу України	до 10.03.2024	
5	Розділ 3. Напрями підвищення рівня розвитку готельно-ресторанного бізнесу України в післявоєнний період	до 10.04.2024	
6	Висновки та рекомендації	до 01.05.2024	
7	Формування списку використаних джерел	до 10.05.2024	
8	Формування додатків	до 15.05.2024	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 20.05.2024	
10	Нормоконтроль	до 24.05.2024	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.05.2024	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2024	

Здобувач вищої освіти

_____ (Хомич І.В.)

(підпис) (прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи _____ (проф. Матвійчук Л.Ю.)

(підпис) (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Хомич І.В. «Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період». Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2024. В роботі запропоновано алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період, який включає соціальну відповідальність як один із ключових аспектів, що передбачає активну участь у відновленні місцевих громад, підтримку соціальних ініціатив і забезпечення працівників належними умовами праці. Важливими елементами є освіта, розвиток та планування маркетингових стратегій, що сприяють підвищенню обізнаності про соціальну роль бізнесу. Розвиток кадрового потенціалу через навчальні програми та тренінги допомагає створити кваліфіковану робочу силу, що здатна відповідати новим викликам і потребам.

Доведено, що після перемоги України, значна кількість в'їзних туристів захоче побачити Україну своїми очима та відчути дух патріотизму українського народу. Україна вже сьогодні є брендом незламності, що привертає увагу світової спільноти та викликає інтерес до її культури, історії та сучасних досягнень. Готельно-ресторанний бізнес має унікальну можливість скористатися цим інтересом для залучення нових гостей і підвищення своєї конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Важливо, щоб підприємства цієї галузі вже сьогодні думали про розвиток своїх брендів, які орієнтовані на європейські стандарти та практики, що допоможе створити привабливий і надійний імідж для потенційних гостей.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, тенденції розвитку, тренди, брендинг, алгоритм дій.

ANNOTATION

Khomych I.V. «Prospects for the development of the hotel and restaurant business of Ukraine in the post-war period». Manuscript.

Bachelor's qualification work of OP «Hotel and restaurant business» specialty 241 «Hotel and restaurant business». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2024. The paper proposes an algorithm for the behavior of the hotel and restaurant business in the post-war period, which includes social responsibility as one of the key aspects, which involves active participation in the restoration of local communities, support for social initiatives and providing employees with proper working conditions . Important elements are education, development and planning of marketing strategies that promote awareness of the social role of business. The development of personnel potential through educational programs and trainings helps to create a qualified workforce that is able to meet new challenges and needs.

It has been proven that after the victory of Ukraine, a significant number of incoming tourists will want to see Ukraine with their own eyes and feel the spirit of patriotism of the Ukrainian people. Today, Ukraine is already a brand of indomitability that attracts the attention of the world community and arouses interest in its culture, history and modern achievements. The hotel and restaurant business has a unique opportunity to take advantage of this interest to attract new guests and increase its competitiveness on the international market. It is important that the enterprises of this industry already think about the development of their brands, which are oriented towards European standards and practices, which will help to create an attractive and reliable image for potential tourists.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions and recommendations, a list of used sources.

Keywords: hotel and restaurant business, development trends, trends, branding, action algorithm.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	10
1.1. Структура готельного господарства та його значення в розвитку індустрії гостинності регіону	10
1.2. Фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу	17
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	24
2.1. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу	24
2.2. Аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі рекреаційного комплексу «Рестпарк»)	29
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	38
3.1. Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період	38
3.2. Брендинг, як інструмент розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період	47
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Актуальність дослідження перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період базується на значущості цього сектора для національної економіки. Після завершення військових дій, Україна зіткнеться з необхідністю відновлення та модернізації інфраструктури, зокрема у сфері гостинності. Готельно-ресторанний бізнес відіграє ключову роль у розвитку гостинності, створенні робочих місць та залученні інвестицій. Розвиток цієї галузі сприятиме не лише економічному зростанню, але й зміцненню міжнародного іміджу країни. Враховуючи значний потенціал України у культурному, історичному та природному аспектах, існує реальна можливість для перетворення країни на привабливий туристичний центр у післявоєнний період.

Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу у післявоєнній Україні також пов'язані з інтеграцією сучасних технологій та інноваційних підходів у управлінні та обслуговуванні. Відновлення і модернізація інфраструктури надають унікальну можливість для впровадження новітніх технологій, що підвищують ефективність роботи підприємств, покращають якість обслуговування гостей та забезпечують конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Окрім того, розвиток цього сектора сприятиме соціальній стабільності, створенню нових робочих місць та покращенню життєвого рівня населення. В умовах глобальної тенденції до відновлення туристичних потоків, Україна має всі шанси стати важливим гравцем на міжнародній арені у сфері гостинності.

Стан вивченості проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу у післявоєнній Україні є достатньо дослідженим у різних аспектах. Вчені, такі як О. Олійник та Н. Ткаченко, зосереджувалися на аналізі економічних показників і потенціалу відновлення інфраструктури після воєнних дій. Їхні дослідження підкреслюють важливість інвестицій у відновлення та модернізацію готельного та ресторанного секторів, а також необхідність залучення державної підтримки

для стимулювання розвитку цієї галузі. Крім того, дослідження О. Семенової та І. Мельник акцентують увагу на ролі інновацій та сучасних технологій у підвищенні конкурентоспроможності українського готельно-ресторанного бізнесу. Наукові праці Л. Соколовської та М. Кравченка розглядають аспекти соціально-економічного впливу відновлення готельно-ресторанного бізнесу на місцеві громади. Їхні дослідження показують, що розвиток цього сектора сприяє створенню нових робочих місць, покращенню добробуту населення та підвищенню привабливості регіонів. Водночас, В. Литвин та А. Мороз у своїх працях підкреслюють важливість міжнародного досвіду та практик у сфері гостинності для успішного відновлення готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Їхні дослідження пропонують конкретні рекомендації щодо впровадження ефективних стратегій розвитку та управління, які можуть бути використані українськими підприємствами для досягнення сталого зростання у післявоєнний період.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період.

Метою роботи є пошук найефективніших інструментів розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період на основі аналізу факторів впливу на досліджувані процеси.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішено такі *завдання*:

- визначити структуру готельно-ресторанного бізнесу та його значення в повоєнному відновленні регіонів;
- дослідження сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу;
- провести аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу на прикладі рекреаційного комплексу «Рестпарк»;
- запропонувати алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. Дослідження процесу розвитку готельно-ресторанного бізнесу включало використання різноманітних методів, які дозволили отримати всебічне розуміння цієї галузі, а саме: кількісні методи (для збору і аналізу статистичних даних); якісні методи (для розуміння змісту послуг готельно-ресторанного бізнесу); бенчмаркінг (для порівняння конкретних прикладів успішних готельно-ресторанних бізнесів України); SWOT-аналіз (для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз готельно-ресторанного бізнесу України); конкурентний аналіз (для вивчення стратегій та практик конкурентів); аналіз трендів ринку (для дослідження тенденцій у готельно-ресторанному бізнесі).

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційною базою дослідження з питання розвитку готельно-ресторанного бізнесу були фахові публікації та монографії, журнали з готельного та ресторанного бізнесу, а також аналітичні звіти різноманітних агенцій, що спеціалізуються на гостинності. Зазначена інформаційна база дозволила отримати розуміння динаміки готельно-ресторанного ринку.

Практична цінність одержаних результатів полягає у їхньому внеску до відновлення та розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні у післявоєнний період. Виявлені економічні, соціальні та інноваційні підходи дозволять розробити ефективні стратегії управління підприємствами гостинності, що сприятимуть їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Результати дослідження також можуть бути використані державними органами для формування політики підтримки та стимулювання інвестицій у цей сектор.

Апробація результатів дослідження. Дослідження питань розвитку готельного господарства регіонів України апробовано на I Всеукраїнській інтернет-конференції молодих учених та студентів «Перспективи розвитку туризму та сфери гостинності в Україні і світі» (травень, 2024 року).

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків та рекомендацій; містить 56 сторінок тексту, 7 рисунків, 2 таблиці. Список джерел включає 49 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Структура готельно-ресторанного бізнесу та його значення в повоєнному відновленні регіонів.

Теоретичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу є основою для формування ефективних стратегій управління та розвитку цього сектора. Важливість теоретичних досліджень полягає у можливості глибокого аналізу різноманітних аспектів функціонування готельного та ресторанный бізнесу, включаючи економічні, соціальні, культурні та технологічні чинники. Завдяки теоретичним основам можна визначити ключові тенденції та виклики, які впливають на розвиток галузі, а також розробити науково обґрунтовані рекомендації для їх подолання [23].

Одним із важливих напрямків теоретичних досліджень є вивчення впливу макроекономічних умов на готельно-ресторанний бізнес, що включає аналіз економічних циклів, політичних ризиків, впливу глобалізації та інтеграції України у світову економіку. Теоретичні знання допомагають передбачати зміни у зовнішньому середовищі та адаптувати стратегії розвитку бізнесу відповідно до нових умов. Наприклад, дослідження моделей поведінки споживачів у контексті економічних криз або пандемій дає змогу підприємствам краще підготуватися до потенційних загроз і мінімізувати негативні наслідки.

Теоретичні засади також мають важливе значення для розвитку інновацій у готельно-ресторанному бізнесі. Вивчення новітніх технологій, управлінських практик та маркетингових стратегій сприяє впровадженню інноваційних рішень, які підвищують ефективність роботи підприємств та якість обслуговування гостей. Теоретичні дослідження дозволяють виявити найкращі практики і адаптувати їх до специфіки українського ринку [2]. Таким чином, теоретичні засади розвитку готельно-ресторанного бізнесу забезпечують наукову базу для

сталого зростання та конкурентоспроможності галузі у довгостроковій перспективі.

Визначення структури готельно-ресторанного бізнесу є критично важливим для ефективного управління та розвитку цього сектора. Структура бізнесу охоплює всі елементи та взаємозв'язки, які забезпечують функціонування підприємств у цій галузі, включаючи організаційні моделі, управлінські підходи, типи послуг, а також взаємодію з постачальниками і споживачами. Чітке розуміння структури дозволяє підприємцям та менеджерам оптимізувати операційні процеси, підвищувати продуктивність праці та забезпечувати високу якість обслуговування. Наприклад, правильно розроблена організаційна структура може сприяти більш ефективному розподілу обов'язків, що знижує витрати і підвищує оперативність реагування на потреби гостей.

Визначення структури готельно-ресторанного бізнесу є ключовим для стратегічного планування та адаптації до ринкових змін. Структурний аналіз допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємств, а також можливості та загрози в зовнішньому середовищі, що дозволяє розробити більш обґрунтовані і ефективні стратегії розвитку, які враховують специфіку кожного сегменту ринку та типу послуг. Наприклад, знання структури дозволяє готелям і ресторанам краще адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях, впроваджувати нові технології або розширювати спектр послуг для залучення нових гостей. Таким чином, визначення структури готельно-ресторанного бізнесу сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та стійкості у мінливих умовах ринку [48].

Визначення змісту надання послуг готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно важливим для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей. Зміст послуг включає всі аспекти взаємодії з гостями, починаючи від первинного контакту та бронювання до проживання і харчування, а також додаткові сервіси та розваги. Чітке формулювання і стандартизація змісту послуг допомагають підприємствам забезпечити стабільний рівень якості обслуговування, що сприяє підвищенню лояльності гостей і їхньому

поверненню. Важливо також враховувати культурні та індивідуальні потреби гостей, адаптуючи зміст послуг відповідно до різноманітних очікувань і вимог.

Крім того, визначення змісту надання послуг готельно-ресторанного бізнесу сприяє підвищенню ефективності управління та оптимізації операційних процесів. Коли зміст послуг чітко визначений, підприємства можуть розробити ефективні протоколи та процедури для всіх аспектів обслуговування, що дозволяє мінімізувати помилки та покращити координацію між різними відділами, що сприяє зниженню витрат і підвищенню загальної продуктивності. Наприклад, стандартизація процедур приготування та подачі страв у ресторанах дозволяє підтримувати постійну якість їжі, а також ефективно використовувати ресурси [40]. Таким чином, визначення змісту послуг є фундаментальним аспектом успішного функціонування готельно-ресторанного бізнесу, що забезпечує конкурентоспроможність і стійкий розвиток галузі.

Зміст надання послуг у готельно-ресторанному бізнесі охоплює широкий спектр послуг, що спрямовані на задоволення різноманітних потреб гостей. У готельній частині це включає такі основні елементи, як комфортне проживання, що передбачає чистоту номерів, наявність необхідних зручностей, безпеку та конфіденційність. Крім того, важливим аспектом є якісне обслуговування гостей, що включає професійний і ввічливий персонал, оперативне реагування на запити гостей та надання додаткових послуг, таких як пральня, трансфер, екскурсії та інше. У ресторанній частині зміст послуг охоплює приготування та подачу їжі та напоїв, забезпечення різноманітного меню, що враховує дієтичні та культурні потреби гостей, а також створення приємної атмосфери для харчування. Окрім основних послуг, зміст надання послуг у готельно-ресторанному бізнесі також включає додаткові сервіси, які підвищують загальне враження гостей та сприяють їхньому комфортному перебуванню. Важливою частиною є також забезпечення інформаційної підтримки гостей, що включає надання туристичної інформації, допомогу у бронюванні квитків та організації дозвілля [26]. Зміст надання послуг готельно-ресторанного бізнесу представлено на рис. 1.1.

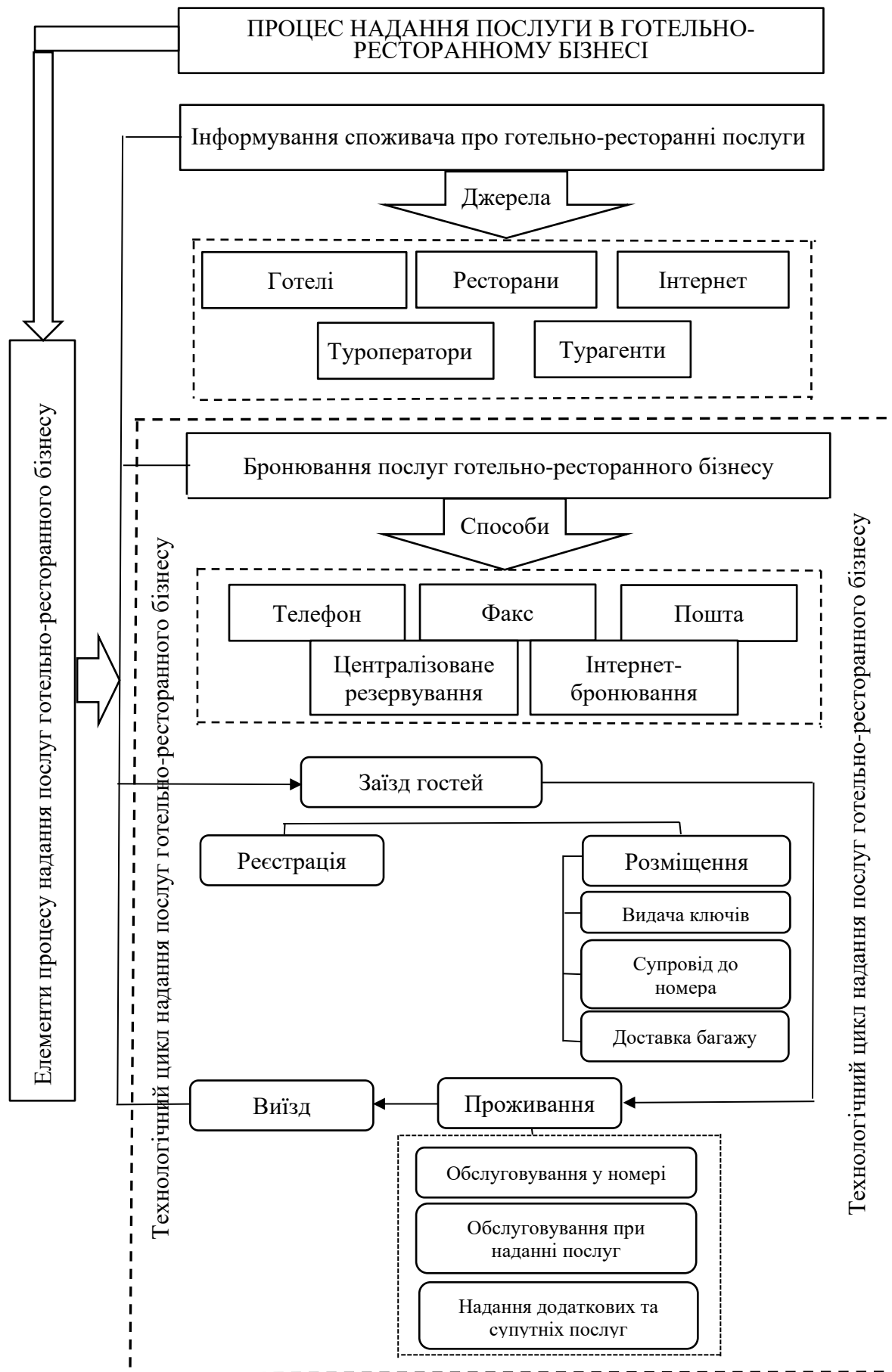


Рис. 1.1. Зміст надання послуг готельно-ресторанного бізнесу [38].

Процес надання послуг у готельно-ресторанному бізнесі розпочинається з інформування споживача про доступні послуги, що досягається через різні джерела, такі як готелі, ресторани, інтернет, турагенти та туроператори. Важливо забезпечити максимально широке охоплення аудиторії для підвищення обізнаності про послуги. Інтернет, зокрема, відіграє ключову роль у сучасному інформуванні, дозволяючи потенційним гостям легко знайти інформацію про готельно-ресторанні заклади, переглянути відгуки та здійснити бронювання [10].

Наступний етап – бронювання послуг, яке може здійснюватися різними способами: поштою, факсом, телефоном та через інтернет. Кожен із цих способів має свої переваги та підходить для різних типів гостей. Інтернет-бронювання стає все більш популярним завдяки своїй зручності та швидкості, тоді як централізоване резервування забезпечує координацію великих обсягів бронювань. Важливою частиною цього процесу є надання гостям підтвердження про бронювання та інструкцій щодо подальших дій.

Технологічний цикл надання послуг включає кілька ключових етапів: заїзд гостей, проживання та виїзд. Заїзд починається з реєстрації, видачі ключів і супроводу до номера, включаючи доставку багажу. Під час проживання гості можуть скористатися різноманітними послугами, такими як обслуговування у номері та інші додаткові сервіси. Виїзд включає повернення ключів, розрахунок за надані послуги та перевірку номера. Такий цикл є основою для забезпечення високого рівня обслуговування та задоволення потреб гостей, а також для створення позитивного досвіду перебування у готельно-ресторанному закладі.

Окрім основних послуг проживання та харчування, готельно-ресторанний бізнес пропонує додаткові та супутні послуги, що підвищують комфорт і задоволення гостей. До них можуть належати спа-послуги, тренажерні зали, конференц-зали для бізнес-заходів, організація екскурсій і трансферів, послуги пральні та багато іншого. Включення таких послуг у загальний пакет пропозицій дозволяє закладам гостинності виділитися серед конкурентів і запропонувати своїм гостям більше можливостей для комфортного та різноманітного відпочинку або ділових зустрічей [39].

Готельно-ресторанний бізнес відіграє ключову роль у повоєнному відновленні регіонів, виступаючи як потужний двигун економічного зростання та розвитку. Однією з основних функцій цього сектора є створення нових робочих місць, що є критично важливим у контексті відновлення економіки після війни. Відновлення та відкриття нових готелів і ресторанів сприятиме зниженню рівня безробіття, підвищенню рівня доходів населення та покращенню загального добробуту місцевих громад. Крім того, готельно-ресторанний бізнес стимулює розвиток суміжних галузей, таких як сільське господарство, харчова промисловість, будівництво та транспорт, що створює мультиплікативний ефект для регіональної економіки.

Соціально-культурний аспект також має велике значення. Готельно-ресторанний бізнес сприяє відновленню та зміцненню соціальної інфраструктури регіонів. Відновлені готелі та ресторани стають осередками культурного та громадського життя, сприяючи відродженню традицій, організації культурних заходів і покращенню якості життя мешканців. Такі заклади також відіграють важливу роль у розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, залучаючи відвідувачів до регіонів, які потребують економічної підтримки та інвестицій. Гостинність, у свою чергу, сприяє поширенню позитивного іміджу регіону, що є важливим фактором для залучення додаткових інвестицій і ресурсів на відновлення [45].

На стратегічному рівні, готельно-ресторанний бізнес може стати ключовим елементом у планах регіонального розвитку та відновлення. Розробка та впровадження програм підтримки цього сектора можуть включати інвестиції у відновлення інфраструктури, навчання та підготовку кадрів, а також стимулювання підприємницької діяльності. Успішне функціонування готелів та ресторанів забезпечує не тільки економічне зростання, але й сприяє підвищенню якості життя населення, що є критично важливим для стабілізації ситуації та відновлення соціальної гармонії у післявоєнний період.

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу також відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків та інтеграції регіонів у глобальну економіку.

Готелі та ресторани, що відповідають міжнародним стандартам якості, можуть приваблювати іноземних гостей, бізнесменів та інвесторів, сприяючи налагодженню міжнародного співробітництва та залученню іноземних інвестицій, що особливо важливо у повоєнний період, коли країни та регіони потребують підтримки ззовні для швидкого відновлення та модернізації своєї інфраструктури. Високий рівень гостинності та сервісу може стати ключовим фактором у залученні міжнародних заходів, конференцій та виставок, що додатково стимулює економічний розвиток [21].

Окрім економічних та соціально-культурних аспектів, готельно-ресторанний бізнес також сприяє екологічній сталості та розвитку зелених технологій. У повоєнний період регіони мають унікальну можливість впроваджувати сучасні екологічні стандарти та технології у процес відновлення інфраструктури. Готелі та ресторани можуть відігравати провідну роль у популяризації енергоефективних рішень, використанні відновлюваних джерел енергії та впровадженні практик сталого розвитку, що не тільки знижує вплив на навколишнє середовище, але й підвищує привабливість регіонів для екотуристів та свідомих споживачів, що сприяє довгостроковому сталому розвитку.

Таким чином, готельно-ресторанний бізнес є важливим компонентом повоєнного відновлення регіонів, сприяючи економічному зростанню, покращенню якості життя, зміцненню міжнародних зв'язків та екологічній сталості. Інтеграція сучасних технологій та інноваційних підходів у цей сектор може значно підвищити ефективність відновлювальних процесів та забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі. Структура готельно-ресторанного бізнесу є фундаментальною складовою його успішного функціонування та розвитку. Вона охоплює всі організаційні елементи та взаємозв'язки, необхідні для надання якісних послуг і задоволення потреб гостей. Готельно-ресторанний бізнес, який успішно адаптується до нових викликів і вимог, може стати основою для відродження та процвітання регіонів, які постраждали від війни.

1.2. Фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу.

Дослідження факторів впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно важливим для розуміння динаміки та специфіки цього сектора. Вивчення економічних, соціальних, технологічних та екологічних факторів дозволяє виявити ключові тенденції та виклики, що впливають на діяльність підприємств гостинності. Наприклад, економічні фактори, такі як рівень доходів населення, інфляція та інвестиційний клімат, безпосередньо визначають попит на готельні та ресторанный послуги. Виявлення і аналіз цих факторів допомагають прогнозувати ринкові зміни та розробляти відповідні стратегії для підвищення стійкості бізнесу [14].

Соціальні фактори, такі як демографічні зміни, культурні особливості та споживчі уподобання, також мають значний вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Розуміння потреб і очікувань різних груп споживачів дозволяє адаптувати послуги, підвищувати рівень задоволеності гостей і створювати конкурентні переваги. Наприклад, зростаюча популярність здорового харчування та екологічної свідомості серед споживачів сприяє впровадженню відповідних пропозицій у меню ресторанів та використанню сталих практик у готелях. Дослідження соціальних факторів допомагає виявити нові ніші та можливості для розвитку бізнесу, що відповідають сучасним тенденціям та очікуванням споживачів.

Технологічні фактори, такі як розвиток цифрових технологій, автоматизація процесів та впровадження інновацій, є ще одним важливим аспектом, що впливає на готельно-ресторанний бізнес. Вивчення новітніх технологій та їхнього потенціалу для підвищення ефективності операцій і покращення якості обслуговування дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними в умовах швидкоплинного ринку. Наприклад, впровадження систем онлайн-бронювання, мобільних додатків для замовлення послуг та автоматизованих систем управління готелями і ресторанами сприяє оптимізації роботи та зниженню витрат. Дослідження технологічних факторів

допомагає підприємствам готельно-ресторанного бізнесу використовувати інноваційні рішення для задоволення потреб сучасних гостей і забезпечення стійкого зростання [38].

Визначення та систематизація факторів впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно важливими для стратегічного планування та ефективного управління підприємствами в цій галузі. Чітке розуміння зовнішніх та внутрішніх чинників, таких як економічні, соціальні, культурні, політичні, маркетингові та психологічні аспекти, дозволяє виявити ключові тенденції та виклики, з якими стикається бізнес. Систематизація цих факторів допомагає підприємствам проводити всебічний аналіз ринкової ситуації, прогнозувати зміни та адаптувати свої стратегії для досягнення стабільного розвитку. Наприклад, знання економічних чинників, таких як рівень інфляції чи середньомісячний дохід населення, дозволяє більш точно планувати цінову політику та інвестиції.

Окрім того, систематизація факторів впливу сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. Враховуючи особистісні та психологічні чинники споживачів, підприємства можуть розробляти більш персоналізовані та привабливі пропозиції, що відповідають потребам і вподобанням різних сегментів гостей, що сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей та формуванню лояльності до бренду. Також, розуміння впливу культурних та соціальних чинників дозволяє закладам краще інтегруватися в місцеву громаду, адаптувати свої послуги відповідно до місцевих традицій і звичаїв, що покращує їх імідж та репутацію [27]. Таким чином, визначення та систематизація факторів впливу є фундаментальною складовою успішного управління та розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Вважаємо за доцільне фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу розділити на зовнішні та внутрішні (таблиця 1.1), оскільки це дозволяє більш структуровано та комплексно аналізувати їхній вплив на діяльність підприємств. Зовнішні фактори, такі як економічні, політичні, соціальні, культурні та маркетингові чинники, визначають загальні умови функціонування

бізнесу та створюють контекст, у якому підприємства мають адаптувати свої стратегії. Внутрішні фактори, такі як особистісні та психологічні чинники, зосереджуються на специфічних характеристиках споживачів та їхніх уподобаннях, що безпосередньо впливають на попит на послуги. Такий підхід дозволяє підприємствам не лише реагувати на зовнішні зміни, але й активно впливати на внутрішні процеси для покращення якості обслуговування та підвищення конкурентоспроможності. Розділення факторів на зовнішні та внутрішні допомагає формувати більш точні та дієві стратегії розвитку, враховуючи як макроекономічні тенденції, так і індивідуальні потреби гостей.

Таблиця 1.1

Фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [41]

Система факторів	Перелік факторів
Зовнішні фактори	
Фактори культурного порядку	- культура - соціальна поведінка - традиції, звичаї
Економічні чинники	- рівень інфляції - стан ринку готельно-ресторанних послуг - курс валют - середньомісячний дохід
Соціальні чинники	- віковий склад та вподобання місцевого населення - міграційні процеси
Політичні чинники	- геополітика - досконалість нормативно-правової бази - політична обстановка в регіоні
Маркетингові чинники	- популярність послуг - рівень ціни - кваліфікація персонал - комунікації - культура споживання послуг - конкуренти
Внутрішні фактори	
Особистісні чинники	- вік та життєвий цикл споживачів - економічний стан - спосіб життя - тип особистості
Психологічні чинники	- мотивація - сприйняття - засвоєння - переконання та стосунки

Серед зовнішніх факторів важливу роль відіграють культурні, економічні, соціальні, політичні та маркетингові чинники. Культурні фактори включають культуру, соціальну поведінку, традиції та звичаї, які визначають очікування та потреби гостей. Економічні чинники, такі як рівень інфляції, стан ринку готельно-ресторанних послуг, курс валют та середньомісячний дохід, безпосередньо впливають на купівельну спроможність та попит на послуги. Соціальні чинники враховують віковий склад і вподобання місцевого населення, а також міграційні процеси, що можуть змінювати демографічну структуру гостей. Політичні чинники включають геополітичні аспекти, досконалість нормативно-правової бази та політичну обстановку в регіоні, які можуть впливати на стабільність та безпеку ведення бізнесу. Маркетингові чинники охоплюють популярність послуг, рівень цін, кваліфікацію персоналу, комунікації, культуру споживання послуг та конкуренцію на ринку. Зазначені чинники визначають, наскільки ефективно готельно-ресторанний бізнес може приваблювати та утримувати гостей, а також конкурувати з іншими закладами в індустрії гостинності [34].

До внутрішніх факторів належать особистісні та психологічні чинники, які безпосередньо впливають на поведінку споживачів. Особистісні чинники включають вік та життєвий цикл споживачів, їх економічний стан, спосіб життя та тип особистості. Такі чинники визначають індивідуальні потреби та вподобання гостей, що дозволяє підприємствам готельно-ресторанного бізнесу адаптувати свої пропозиції відповідно до конкретних сегментів ринку. Наприклад, молодь може бути більш зацікавлена у сучасних технологіях та активному відпочинку, тоді як старше покоління може віддавати перевагу комфортному та спокійному відпочинку. Психологічні чинники включають мотивацію, сприйняття, засвоєння, переконання та стосунки, які визначають, як споживачі приймають рішення про покупку та сприймають послуги. Мотивація може бути пов'язана з бажанням отримати нові враження, відпочити або провести час з близькими. Сприйняття та засвоєння інформації про послуги впливають на вибір гостей, тому важливо забезпечити чітке і привабливе

інформування про пропозиції закладу. Переконання та стосунки формують лояльність гостей до певного бренду або закладу, що є критично важливим для довгострокового успіху готельно-ресторанного бізнесу.

Визначення факторів макросередовища розвитку готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно важливим для стратегічного планування та управління підприємствами у цій галузі. Макросередовище включає такі чинники, як економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні умови, що впливають на загальний контекст, у якому функціонує бізнес. Аналіз цих факторів дозволяє підприємствам передбачати зміни у зовнішньому середовищі, адаптувати свої стратегії та мінімізувати ризики. Наприклад, економічні фактори, такі як рівень інфляції, курс валют та стан ринку праці, безпосередньо впливають на купівельну спроможність гостей і витрати підприємств. Політичні фактори, включаючи стабільність уряду та якість нормативно-правової бази, можуть визначати рівень безпеки інвестицій та регуляторні умови для ведення бізнесу [42].

Соціальні та технологічні фактори також відіграють ключову роль у визначенні макросередовища для готельно-ресторанного бізнесу. Соціальні чинники, такі як демографічні зміни, міграційні процеси та культурні вподобання, визначають потреби та очікування гостей, що впливає на попит на послуги. Технологічні фактори, такі як розвиток цифрових технологій, інновації у сфері автоматизації та використання інтернет-платформ для бронювання та маркетингу, визначають конкурентоспроможність підприємств. Екологічні чинники, зокрема зміни у регулюванні екологічних стандартів та зростання попиту на сталий туризм, також стають все більш важливими. Розуміння та врахування факторів макросередовища дозволяє готельно-ресторанним підприємствам розробляти стійкі та адаптивні стратегії розвитку, що забезпечують довгострокову конкурентоспроможність та успіх у мінливих умовах ринку. Фактори макросередовища розвитку готельно-ресторанного бізнесу представлено на рис. 1.2.

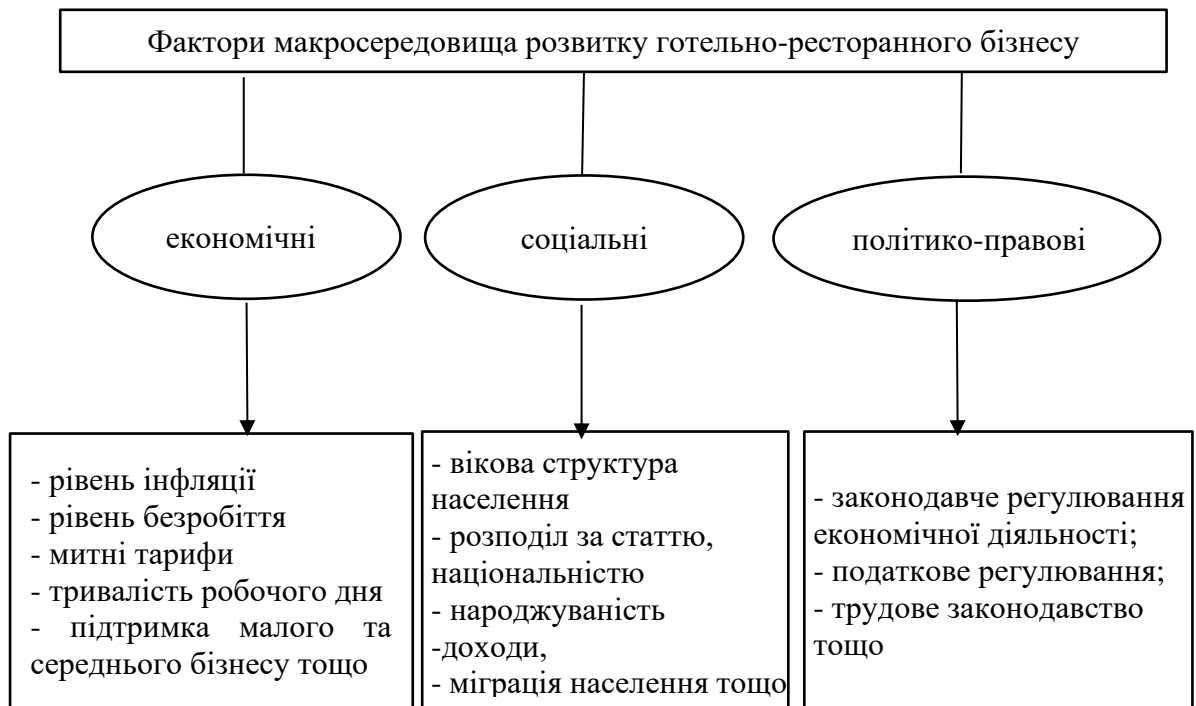


Рис. 1.2. Фактори макросередовища розвитку готельно-ресторанного бізнесу [6].

Політико-правові фактори макросередовища відіграють важливу роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Вони включають законодавче регулювання економічної діяльності, податкове регулювання та трудове законодавство. Законодавче регулювання визначає правила гри для бізнесу, створюючи правові рамки, в яких підприємства можуть функціонувати. Податкове регулювання впливає на фінансове навантаження на бізнес, що може визначати рівень прибутковості та можливості для інвестицій. Трудове законодавство регулює умови праці, тривалість робочого дня, мінімальні зарплати та інші аспекти, що впливають на управління персоналом у готельно-ресторанній сфері [3]. Стабільність і передбачуваність політико-правової бази є критичними для забезпечення сприятливого середовища для розвитку бізнесу.

Економічні фактори макросередовища включають рівень інфляції, рівень безробіття, митні тарифи, тривалість робочого дня та підтримку малого та середнього бізнесу. Рівень інфляції впливає на купівельну спроможність населення та вартість ресурсів, що безпосередньо відображається на цінах та

доступності готельно-ресторанних послуг. Рівень безробіття визначає доступність робочої сили та рівень доходів населення, що впливає на попит на послуги. Митні тарифи можуть впливати на вартість імпортованих товарів, які використовуються у бізнесі, наприклад, продуктів харчування та обладнання. Підтримка малого та середнього бізнесу, включаючи субсидії та пільгові умови кредитування, сприяє зростанню та розвитку нових підприємств у галузі.

Соціальні фактори макросередовища включають вікову структуру населення, розподіл за статтю та національністю, рівень народжуваності, доходи та міграційні процеси. Вікова структура населення впливає на характер і обсяг попиту на різні типи готельно-ресторанних послуг, оскільки різні вікові групи мають різні уподобання та потреби. Розподіл населення за статтю та національністю може впливати на культурні та гастрономічні вподобання гостей. Рівень народжуваності та міграція впливають на демографічну динаміку і, відповідно, на кількість потенційних гостей. Рівень доходів населення визначає купівельну спроможність та доступність послуг для різних соціальних груп. Таким чином, соціальні фактори є ключовими у визначенні стратегій маркетингу та обслуговування гостей у готельно-ресторанному бізнесі.

Таким чином, фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу є багатограними і включають політико-правові, економічні, соціальні та інші чинники макросередовища. Визначення та систематизація цих факторів дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до зовнішніх змін, але й активно впливати на внутрішні процеси для підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності. Аналіз макросередовища допомагає розробляти стратегії, що враховують економічні умови, правове регулювання, соціальні тенденції та технологічні інновації, забезпечуючи стійкий розвиток і успіх готельно-ресторанного бізнесу у динамічному ринковому середовищі.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

2.1. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Актуальність дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу України для відновлення регіонів у поствоєнний період обумовлена низкою факторів, що визначають його значущість для національної економіки та соціальної стабільності. Після завершення військових дій, країна потребуватиме швидкого та ефективного відновлення інфраструктури, особливо у сфері гостинності, яка є важливим джерелом робочих місць і залучення інвестицій. Готельно-ресторанний бізнес може стати каталізатором економічного відродження, сприяючи зростанню туристичного потоку, покращенню міжнародного іміджу України та залученню іноземних інвесторів.

Окрім економічних переваг, розвиток готельно-ресторанного бізнесу має важливе соціальне значення. Відновлення та модернізація готелів і ресторанів сприятиме підвищенню якості життя місцевого населення, створенню нових можливостей для молоді та зменшенню рівня безробіття. Відновлені об'єкти гостинності можуть стати осередками культурного та громадського життя, сприяючи соціальній згуртованості та відродженню місцевих традицій і звичаїв. У цьому контексті дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу є ключовим для розробки ефективних стратегій регіонального відновлення та соціально-економічного розвитку [18]. Дослідження цієї теми також є важливим для формування політики державної підтримки та стимулювання інвестицій у сферу гостинності. Вивчення сучасних тенденцій, викликів та можливостей, з якими стикається готельно-ресторанний бізнес, дозволить розробити обґрунтовані рекомендації щодо інвестиційних програм, податкових пільг та інших форм підтримки, що сприятиме створенню сприятливого бізнес-клімату та підвищенню конкурентоспроможності українських готелів і ресторанів на міжнародному ринку. Таким чином,

актуальність дослідження стану та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні є очевидною, оскільки воно надає необхідні знання та інструменти для успішного відновлення регіонів у поствоєнний період.

Дослідження сучасних трендів розвитку готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно важливим для розуміння динаміки та напрямків, у яких рухається ця галузь. Останні роки характеризуються швидкими змінами в уподобаннях споживачів, технологічними інноваціями та новими економічними умовами. Сучасні тренди, такі як зростаючий попит на екологічно чисті та здорові продукти, розвиток цифрових технологій для бронювання та обслуговування гостей, а також персоналізація послуг, впливають на всі аспекти діяльності готелів і ресторанів. Розуміння цих тенденцій дозволяє підприємствам краще адаптувати свої стратегії, підвищуючи їхню конкурентоспроможність і задовольняючи потреби сучасних споживачів [33].

Технологічні інновації відіграють ключову роль у трансформації готельно-ресторанного бізнесу. Використання мобільних додатків для бронювання, систем управління ресурсами та автоматизованих процесів обслуговування значно підвищують ефективність роботи та знижують витрати. Сучасні тренди включають також розвиток технологій «розумного готелю», де використовуються інтернет речей, штучний інтелект для створення індивідуалізованих вражень для гостей. Вивчення цих трендів дозволяє підприємствам не тільки підвищувати якість обслуговування, але й забезпечувати високий рівень безпеки та комфорту для своїх гостей.

Сучасні тренди також відображають зміни в соціальних та культурних вподобаннях споживачів. Зростаюча увага до сталого розвитку, екологічної відповідальності та соціальної свідомості впливає на вибір споживачів та їхні очікування від готельно-ресторанних послуг. Підприємства, що впроваджують екологічно чисті практики, використовують місцеві та органічні продукти, а також підтримують соціальні ініціативи, мають більше шансів завоювати лояльність гостей. Дослідження цих трендів допомагає підприємствам зрозуміти, як краще відповідати на сучасні виклики та потреби ринку,

забезпечуючи довгостроковий успіх та сталий розвиток у динамічному та конкурентному середовищі [27]. Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу систематизовано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу [39]

Тренди	Зміст тренду
Сталий розвиток та екологічна відповідальність	Використання екологічно чистих продуктів, енергоефективних технологій, зменшення відходів.
Технологічні інновації	Мобільні додатки для бронювання, системи управління ресурсами, розумні готелі.
Персоналізація послуг	Індивідуальні пропозиції, використання великих даних для аналізу потреб гостей, персоналізовані рекомендації.
Здоровий спосіб життя та велнес	Меню з корисними стравами, велнес-послуги (спа, фітнес), концепції здорового способу життя.
Цифровий маркетинг та онлайн-присутність	Соціальні медіа, впливові особи, стратегії контент-маркетингу та SEO, інтерактивні веб-сайти з онлайн-бронюванням.
Глобалізація та культурна різноманітність	Меню та послуги з врахуванням кулінарних традицій різних культур, міжнародні стандарти якості.
Безпека та гігієна	Підвищені стандарти санітарії, безконтактні технології, прозорість заходів безпеки.
Штучний інтелект (AI)	Використання AI для автоматизації обслуговування, чат-ботів для підтримки гостей, аналізу даних для покращення сервісів.

Сучасний готельно-ресторанний бізнес активно впроваджує принципи сталого розвитку та екологічної відповідальності. Використання екологічно чистих та органічних продуктів у ресторанах, впровадження енергоефективних технологій у готелях, а також політики зменшення відходів стають важливими аспектами діяльності підприємств, що не лише сприяє зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище, але й відповідає зростаючим очікуванням споживачів, які все більше уваги приділяють екологічним аспектам послуг, які вони обирають [49].

Технологічні інновації відіграють ключову роль у сучасному готельно-ресторанному бізнесі. Мобільні додатки для бронювання, системи управління ресурсами та концепція «розумних готелів», що використовують штучний інтелект, значно підвищують ефективність роботи підприємств, такі технології

не лише полегшують управління, але й покращують досвід гостей, забезпечуючи високий рівень обслуговування та персоналізовані послуги.

Персоналізація послуг стає все більш важливою у готельно-ресторанному бізнесі. Використання великих даних для аналізу поведінки та потреб гостей дозволяє створювати індивідуальні пропозиції та пакети послуг, що відповідають конкретним вподобанням гостей. Персоналізовані рекомендації та увага до деталей підвищують рівень задоволеності гостей, сприяючи формуванню лояльності до бренду та збільшенню повторних візитів [10].

Зростаюча увага до здорового способу життя та велнесу відображається у пропозиціях готелів і ресторанів. Меню з корисними та здоровими стравами, велнес-послуги, такі як спа, фітнес та оздоровчі програми, стають невід'ємною частиною сучасних готелів і ресторанів, такі послуги не лише задовольняють попит на здоровий спосіб життя, але й сприяють загальному покращенню іміджу закладів.

Цифровий маркетинг та онлайн-присутність є критичними для успіху сучасних готелів і ресторанів. Використання соціальних медіа, співпраця з впливовими особами (інфлюенсерами), застосування стратегій контент-маркетингу та SEO допомагають підвищити видимість бренду в Інтернеті. Інтерактивні веб-сайти з функцією онлайн-бронювання роблять процес бронювання більш зручним для гостей, що сприяє збільшенню кількості бронювань та покращенню загального досвіду гостей.

Глобалізація та культурна різноманітність впливають на готельно-ресторанний бізнес, змушуючи підприємства адаптувати свої пропозиції до потреб гостей з різних культурних середовищ. Меню, що враховують кулінарні традиції різних народів, та міжнародні стандарти якості обслуговування допомагають привабити міжнародних гостей, що сприяє зростанню туристичного потоку та підвищенню конкурентоспроможності на глобальному ринку [31].

Безпека та гігієна стають першочерговими пріоритетами у готельно-ресторанному бізнесі, особливо у контексті пандемії COVID-19. Підвищені

стандарти санітарії, впровадження безконтактних технологій та прозорість у комунікації заходів безпеки з гостями є критичними для забезпечення безпечного середовища, що допомагає відновити довіру гостей та забезпечити їхнє здоров'я та безпеку під час перебування у закладах гостинності.

Штучний інтелект є важливим трендом у готельно-ресторанному бізнесі, пропонуючи можливості для автоматизації та покращення обслуговування. Штучний інтелект використовується для створення чат-ботів, які забезпечують цілодобову підтримку гостей, відповідаючи на запити та допомагаючи з бронюванням. Крім того, AI-системи аналізують великі обсяги даних про поведінку та вподобання гостей, що дозволяє надавати персоналізовані рекомендації та послуги. Використання штучного інтелекту також включає автоматизацію рутинних завдань, таких як управління запасами та планування персоналу, що знижує операційні витрати та підвищує ефективність бізнесу [1].

Таким чином, сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу відображають глибокі зміни у вподобаннях споживачів, технологічному прогресі та соціально-економічних умовах. Використання екологічно чистих продуктів і енергоефективних технологій стає стандартом, що відповідає зростаючим екологічним очікуванням гостей. Технологічні інновації, такі як мобільні додатки, системи управління ресурсами та штучний інтелект, значно підвищують ефективність роботи підприємств, забезпечуючи високий рівень обслуговування та персоналізовані послуги. Персоналізація послуг, увага до здорового способу життя та велнес, а також цифровий маркетинг і онлайн-присутність є ключовими складовими успішної стратегії розвитку в сучасному конкурентному середовищі.

Культурна різноманітність вимагають від готелів і ресторанів адаптації своїх пропозицій до потреб міжнародних гостей, тоді як підвищення стандартів безпеки та гігієни стало необхідністю у відповідь на пандемію COVID-19. Штучний інтелект відкриває нові можливості для автоматизації обслуговування та аналізу даних, що сприяє покращенню досвіду гостей та ефективності бізнесу.

2.2. Аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі рекреаційного комплексу «Рестпарк»).

Аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу на прикладі конкретних підприємств є критично важливим для отримання глибокого розуміння реальних умов і викликів, з якими стикається галузь. Вивчення практичного досвіду успішних готелів і ресторанів дозволяє виявити ефективні стратегії управління, інноваційні підходи до обслуговування гостей та оптимізації операційних процесів. Наприклад, аналіз діяльності підприємств, що впровадили новітні технології, такі як автоматизовані системи бронювання або інноваційні маркетингові кампанії, може надати цінні уроки для інших гравців ринку. Такі кейси допомагають виявити ключові фактори успіху та уникнути типових помилок, що сприяє підвищенню загальної конкурентоспроможності галузі [34].

Крім того, аналіз конкретних підприємств дозволяє оцінити вплив зовнішніх факторів на їх розвиток, таких як економічні умови, регуляторне середовище та зміни у споживчих уподобаннях. Наприклад, вивчення того, як готелі та ресторани адаптуються до змін у нормативно-правовій базі або до коливань валютного курсу, надає цінні інсайти щодо стратегій управління ризиками, що особливо важливо в умовах нестабільного ринкового середовища, де здатність швидко реагувати на зміни стає вирішальним фактором для успішного розвитку бізнесу. Також, розуміння того, як підприємства реагують на соціальні тенденції, такі як зростаючий попит на екологічно чисті продукти або здоровий спосіб життя, допомагає іншим учасникам ринку краще задовольняти потреби своїх гостей.

Нарешті, аналіз розвитку конкретних готелів і ресторанів сприяє обміну найкращими практиками та знаннями у галузі, що дозволяє створити базу знань, яка може бути використана для навчання нових менеджерів, розробки навчальних програм та підвищення кваліфікації працівників. Наприклад, кейси успішних підприємств можуть бути інтегровані у навчальні курси для студентів, які готуються до кар'єри у сфері гостинності, що не лише покращує якість

професійної підготовки, але й сприяє впровадженню інновацій та передових методик у щоденну практику [40]. Таким чином, аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу на прикладі конкретних підприємств є важливим інструментом для підвищення ефективності, адаптивності та конкурентоспроможності галузі в цілому.

На нашу думку, доцільно розглянути діяльність готельно-ресторанного бізнесу на конкретному прикладі. Пропонуємо в основу такого дослідження покласти діяльність рекреаційного комплексу «Рестпарк». Рекреаційний комплекс «Рестпарк», розташований у Волинській області, є сучасним і комфортним місцем для відпочинку та релаксації. Комплекс пропонує широкий спектр послуг, включаючи зручні номери для проживання, ресторани з різноманітним меню, спа-центр, басейн та різноманітні активності на свіжому повітрі. Відвідувачі можуть насолодитися прекрасними пейзажами, чистим повітрям і затишною атмосферою, що робить «Рестпарк» ідеальним місцем для сімейного відпочинку, романтичних втеч або корпоративних заходів. Особливу увагу приділено екологічній відповідальності та інтеграції природних елементів у дизайн комплексу, що сприяє створенню гармонійного та привабливого середовища для гостей.

Комплекс також відомий своїм високим рівнем обслуговування та увагою до деталей. Професійний персонал «Рестпарку» забезпечує індивідуальний підхід до кожного гостя, задовольняючи всі їхні потреби та побажання. Різноманітні послуги та активності, включаючи екскурсії, спортивні заходи та оздоровчі програми, дозволяють гостям не лише відпочити, але й активно провести час. «Рестпарк» у Волинській області є відмінним прикладом поєднання сучасних стандартів комфорту з природною красою та традиційною гостинністю, що робить його популярним вибором серед гостей та місцевих жителів [12].

Рекреаційний комплекс «Рестпарк» демонструє високі показники діяльності, що підтверджують його популярність та ефективність. За останні роки комплекс значно розширив спектр своїх послуг, залучаючи все більше

відвідувачів з різних регіонів України та за кордону. Одним із ключових показників успішності є рівень заповнюваності номерного фонду, який перевищує 80% у пікові сезони, що свідчить про високу затребуваність послуг «Рестпарку» та визнання його як одного з провідних рекреаційних об'єктів у регіоні.

Ще одним важливим показником є фінансові результати комплексу. Зростання прибутків на 15-20% щорічно свідчить про стабільний розвиток та ефективне управління. До цього сприяють як внутрішні інвестиції в модернізацію інфраструктури, так і постійне вдосконалення сервісу. Крім того, високий рівень задоволеності гостей, який підтверджується численними позитивними відгуками та рейтингами на туристичних платформах, також є важливим показником успішної діяльності «Рестпарку». Таким чином, рекреаційний комплекс «Рестпарк» демонструє високі показники ефективності, що дозволяють йому залишатися конкурентоспроможним та привабливим місцем для відпочинку.

Рекреаційний комплекс «Рестпарк» демонструє стабільні економічні показники, що відображають його успішну діяльність та зростаючу популярність. Один із ключових економічних показників – це рівень заповнюваності номерного фонду, який регулярно перевищує 80% у високий сезон, що свідчить про значний попит на послуги комплексу. Щорічне зростання прибутків на 15-20% підтверджує ефективність фінансового управління та успішність маркетингових стратегій. «Рестпарк» активно інвестує у модернізацію та розширення своїх послуг, що сприяє залученню нових гостей та підвищенню рівня задоволеності постійних гостей. Важливим показником є також співвідношення витрат на обслуговування до доходів, яке залишається на оптимальному рівні, що забезпечує стабільну рентабельність бізнесу [30].

Соціальні показники діяльності «Рестпарку» також свідчать про його позитивний вплив на місцеву громаду та гостей. Комплекс створює значну кількість робочих місць для мешканців Волинської області, сприяючи зниженню рівня безробіття та підвищенню добробуту місцевого населення. Особлива увага

приділяється підвищенню кваліфікації та професійному розвитку персоналу, що підвищує якість обслуговування та задоволеність гостей. Високий рівень задоволеності гостей підтверджується численними позитивними відгуками та високими рейтингами на туристичних платформах. Крім того, «Рестпарк» активно підтримує місцеві культурні та спортивні заходи, сприяючи розвитку соціального життя регіону, що створює додаткові можливості для інтеграції комплексу у місцеву громаду та зміцнює його репутацію як соціально відповідального підприємства.

Досліджуваний комплекс надає широкий спектр основних послуг проживання, що включають комфортні номери різних категорій – від стандартних до люкс. Кожен номер обладнаний сучасними зручностями, такими як кондиціонер, телевізор, безкоштовний Wi-Fi та міні-бар, що забезпечує гостям максимальний комфорт. Крім того, «Рестпарк» пропонує апартаменти для сімейного відпочинку та довготривалого проживання, що включають кухні з повним набором побутової техніки. Завдяки високому рівню обслуговування та увазі до деталей, гості комплексу можуть насолоджуватися приємним і безтурботним відпочинком.

Готельно-ресторанний заклад відомий своїми ресторанными послугами, що включають різноманітне меню з місцевих та міжнародних страв. Ресторан комплексу пропонує сніданки, обіди та вечері, приготовані з свіжих, високоякісних продуктів. Гості можуть насолоджуватися стравами як у затишному залі ресторану, так і на відкритій терасі з видом на мальовничі пейзажі. Крім основного ресторану, комплекс також має бар, де можна скуштувати різноманітні напої та закуски. Для гостей, які віддають перевагу приватності, доступна послуга доставки їжі у номер, що додає додаткового комфорту під час відпочинку [16].

Досліджуваний комплекс також пропонує ряд додаткових послуг та активностей, які роблять відпочинок гостей ще більш насиченим та цікавим. До їх числа входять організація екскурсій, прокат автобусу тощо. Комплекс надає послуги організації корпоративних заходів, весіль та інших урочистостей,

забезпечуючи повний спектр послуг від оренди залів до кейтерингу та технічного забезпечення. Для дітей передбачені ігрові майданчики та анімаційні програми, що робить «Рестпарк» ідеальним місцем для сімейного відпочинку.

На нашу думку, розвиток рекреаційного комплексу «Рестпарк» доцільно досліджувати на основі інтерв'ювання гостей щодо вибору готельно-ресторанного закладу, враження гостей від сервісу, рівня якості, безпеки та санітарного стану, що є надзвичайно актуальним сьогодні. Такий підхід дозволить отримати цінну інформацію з перших рук про те, що саме приваблює гостей у «Рестпарку», які аспекти послуг потребують покращення, а також які нововведення або зміни можуть ще більше підвищити рівень задоволеності гостей. Опитування гостей дає можливість виявити сильні та слабкі сторони комплексу з точки зору кінцевих споживачів, що є критично важливим для розробки ефективних стратегій розвитку. Крім того, врахування зворотного зв'язку допоможе «Рестпарку» адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях та вимогах, особливо в умовах підвищеної уваги до безпеки та гігієни у постпандемічний та післявоєнний період.

Інтерв'ювання гостей готельно-ресторанних комплексів щодо вибору закладу є надзвичайно важливим інструментом для розуміння споживчих уподобань та підвищення якості обслуговування. Зібрані дані від гостей допомагають виявити ключові фактори, що впливають на їхній вибір, такі як рівень сервісу, якість харчування, комфорт проживання, безпека та гігієна. Такий зворотний зв'язок дозволяє закладам краще адаптувати свої послуги до потреб і очікувань гостей, що підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку. Крім того, інтерв'ю допомагають ідентифікувати проблемні аспекти та можливості для вдосконалення, що сприяє загальному покращенню досвіду гостей та підвищенню рівня їхньої задоволеності і лояльності до готельно-ресторанного закладу [9]. Результати інтерв'ювання гостей рекреаційного комплексу «Рестпарк», щодо мотивів їхнього вибору закладу, представлено на круговій діаграмі (рисунок 2.1).

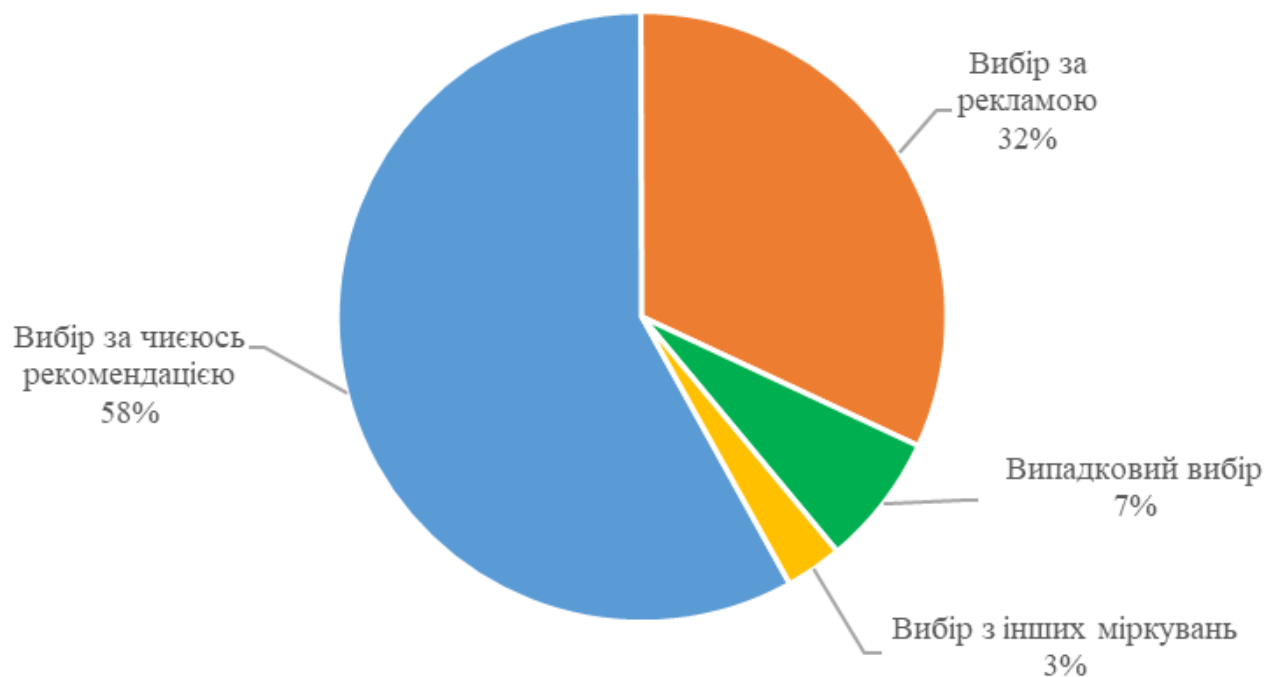


Рис.2.1. Результати інтерв'ювання гостей щодо вибору РК «Рестпарк» [32].

Діаграма показує, що найбільша частка гостей, які обрали готельно-ресторанний комплекс «Рестпарк», зробили це за чиеюсь рекомендацією. Цей фактор становить 58% від загальної кількості опитаних. Високий відсоток вибору за рекомендацією свідчить про позитивний досвід попередніх гостей та сильний ефект «сарафанного радіо», що підкреслює важливість задоволення гостей та підтримки високого рівня обслуговування. На другому місці за важливістю стоїть вибір за рекламою, який складає 32% від загальної кількості опитаних гостей, що свідчить про ефективність маркетингових кампаній «Рестпарку» та їх здатність привертати увагу потенційних гостей через різні рекламні канали. Важливість реклами підтверджує необхідність подальших інвестицій у маркетингові стратегії для підтримки та збільшення потоку нових гостей. Інші фактори, такі як випадковий вибір і вибір з інших міркувань, мають значно менший вплив [22]. Випадковий вибір становить 7%, тоді як вибір з інших міркувань складає лише 3%. Низький відсоток випадкового вибору вказує на те, що більшість гостей приймають рішення свідомо, на основі інформації та

рекомендацій, а не спонтанно, що також підкреслює важливість побудови позитивного іміджу та репутації серед потенційних гостей.

Результати інтерв'ювання щодо враження гостей від рівня сервісу РК «Рестпарк», представлено на рисунку 2.2.

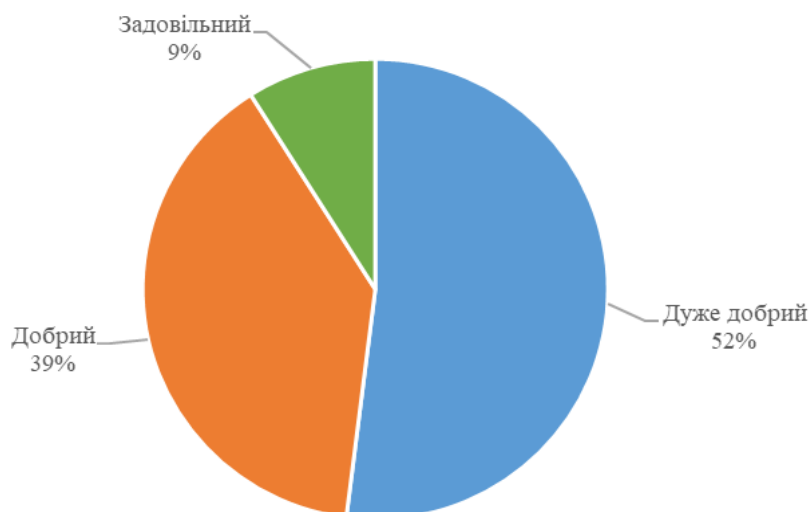


Рис. 2.2. Результати інтерв'ювання щодо враження гостей від рівня сервісу РК «Рестпарк» [32].

Діаграма відображає результати опитування гостей щодо їх вражень від рівня сервісу у рекреаційному комплексі «Рестпарк». Згідно з даними, більшість гостей оцінюють рівень сервісу як «дуже добрий». Такий показник складає 52 % від усіх опитаних. Такий високий відсоток свідчить про високий рівень задоволеності гостей, підкреслюючи відмінну роботу персоналу та ефективність внутрішніх процесів обслуговування. На другому місці за кількістю голосів знаходиться категорія «добрий», яку обрали 39 % гостей, що також демонструє позитивний результат та вказує на високий рівень обслуговування, який задовольняє більшість відвідувачів. Разом з категорією «дуже добрий», ці дві оцінки складають 91 %, що є свідченням загальної позитивної оцінки рівня сервісу в комплексі «Рестпарк». Категорію «задовільний рівень» обрали 9 % гостей. Такий порівняно невеликий відсоток вказує на те, що є певні аспекти, які

потребують покращення, проте вони не є домінуючими. Виявлення та аналіз причин, що призвели до таких оцінок, можуть допомогти вдосконалити обслуговування і підвищити загальний рівень задоволеності гостей [30]. Таким чином, результати опитування демонструють високий рівень сервісу у рекреаційному комплексі «Рестпарк», з переважною більшістю гостей, які оцінюють його як «дуже добрий» або «добрий».

Результати інтерв'ювання гостей щодо якості послуг, безпеки та санітарного стану РК «Рестпарк», представлено на рис. 2.3.

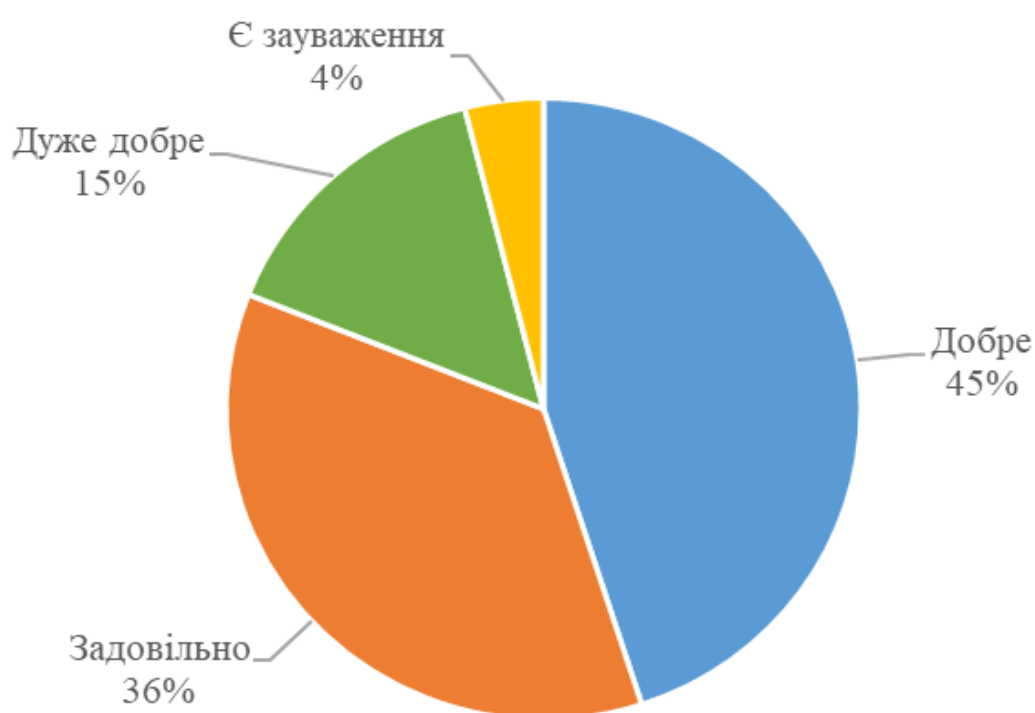


Рис. 2.3. Результати інтерв'ювання гостей щодо якості, безпеки та санітарного стану РК «Рестпарк» [32].

Діаграма відображає результати інтерв'ювання гостей щодо якості, безпеки та санітарного стану рекреаційного комплексу «Рестпарк». Найбільша частка опитаних гостей, а саме 45%, оцінили ці аспекти як «добре», що свідчить про те, що більшість відвідувачів задоволені стандартами якості, якістю обслуговування та заходами безпеки, що впроваджені у комплексі. Така висока оцінка підкреслює загальний позитивний досвід перебування у «Рестпарку».

На другому місці за кількістю голосів знаходиться оцінка «задовільно», яку обрали 36 % гостей, це вказує на те, що хоч більшість аспектів обслуговування та санітарного стану відповідають очікуванням гостей, все ж є певні сфери, які потребують покращення. Дослідження та аналіз цих відгуків можуть допомогти адміністрації комплексу виявити конкретні проблемні моменти і працювати над їх вдосконаленням.

Оцінку «дуже добре» надали 15 % гостей, що свідчить про високий рівень задоволеності частини відвідувачів, які вважають, що якість, безпека та санітарний стан комплексу перевищують їх очікування. Водночас, 4 % опитаних висловили певні зауваження щодо цих аспектів. Таке значення є невелике, але важливе, яке вказує на те, що є окремі моменти, які варто врахувати для подальшого покращення послуг та підвищення рівня задоволеності всіх гостей. Врахування цих зауважень допоможе «Рестпарку» підвищити свої стандарти і забезпечити ще кращий досвід для відвідувачів у майбутньому.

Таким чином, аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу на прикладі рекреаційного комплексу «Рестпарк» показує, що успішний розвиток цього сектору залежить від багатьох факторів, таких як високий рівень сервісу, якість харчування, комфорт проживання, безпека та гігієна. «Рестпарк» демонструє високі показники задоволеності гостей, що підтверджують ефективність обраних стратегій управління та маркетингу. Відгуки гостей свідчать про важливість персоналізованого підходу, професійності персоналу та уваги до деталей. Водночас, аналіз виявляє і сфери, які потребують покращення, що є важливим для подальшого вдосконалення послуг. Загалом, досвід «Рестпарку» підкреслює значення комплексного підходу до обслуговування гостей та адаптації до їхніх потреб, що є ключовим для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

У післявоєнний період напрями підвищення рівня розвитку готельно-ресторанного бізнесу України набувають особливої важливості для економічного відродження та соціальної стабільності. Одним з ключових напрямів є відновлення та модернізація інфраструктури. Після війни багато готелів і ресторанів потребують ремонту або повного відновлення, а інвестиції у сучасні технології та екологічно чисті рішення допоможуть підвищити ефективність і конкурентоспроможність закладів. Використання енергоефективних технологій, відновлювальних джерел енергії та інноваційних рішень у будівництві і обслуговуванні дозволить знизити операційні витрати та підвищити привабливість для гостей і інвесторів [32].

Другим важливим напрямом є підвищення кваліфікації та професійного розвитку персоналу. Війна значно вплинула на ринок праці, тому важливо забезпечити належну підготовку кадрів для готельно-ресторанного бізнесу. Навчальні програми та курси підвищення кваліфікації допоможуть працівникам освоїти нові технології та стандарти обслуговування, що підвищить загальний рівень сервісу. Крім того, важливо стимулювати молодь до кар'єри у сфері гостинності через освітні програми, стажування та можливості професійного зростання. Такий підхід дозволить створити міцну базу кваліфікованих фахівців, готових працювати у відновленій галузі.

Третім напрямом є розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій для залучення туристів та інвесторів. У післявоєнний період важливо відновити довіру до країни як до безпечного та привабливого місця для відпочинку і бізнесу. Рекламні кампанії, участь у міжнародних туристичних виставках, співпраця з міжнародними туристичними агентствами та впровадження цифрових маркетингових інструментів допоможуть підвищити видимість українських готелів і ресторанів на глобальному ринку. Водночас, розвиток внутрішнього туризму через популяризацію національних туристичних

маршрутів та культурних об'єктів сприятиме відродженню місцевих економік і створенню нових робочих місць [40].

Формування алгоритму поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період є критично важливим для забезпечення стабільного та ефективного відновлення галузі. Перш за все, чітко визначений алгоритм допомагає підприємствам швидко адаптуватися до нових умов і викликів, що виникають після завершення військових дій. Такий алгоритм включає план дій з відновлення інфраструктури, забезпечення безпеки та гігієни, а також впровадження сучасних технологій, що дозволяє підприємствам діяти скоординовано та ефективно, знижуючи ризики та підвищуючи шанси на успішне відновлення.

Другим важливим аспектом є підтримка та розвиток кадрового потенціалу. Війна завдала значної шкоди ринку праці, тому алгоритм поведінки повинен включати заходи з підготовки та підвищення кваліфікації персоналу. Це можуть бути навчальні програми, тренінги, стажування та інші форми професійного розвитку. Підприємства, які інвестують у свій персонал, не тільки підвищують рівень обслуговування, але й сприяють створенню робочих місць та відновленню соціальної стабільності. Важливо також врахувати психологічну підтримку працівників, які можуть мати посттравматичний стресовий розлад або інші наслідки війни.

Третій аспект полягає в стратегічному плануванні та маркетингу. Алгоритм поведінки має включати розробку довгострокових стратегій розвитку, що враховують як внутрішні ресурси, так і зовнішні можливості. Ефективні маркетингові стратегії, орієнтовані на відновлення довіри до регіону, залучення туристів та інвесторів, є ключовими для успішного відновлення бізнесу. Використання цифрових технологій для просування послуг, участь у міжнародних виставках та партнерство з глобальними туристичними агентствами допоможуть підвищити видимість і привабливість українських готелів та ресторанів на світовому ринку [29]. Таким чином, формування

алгоритму поведінки забезпечує структурований та системний підхід до відновлення та розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період мають значний економічний потенціал. Відновлення інфраструктури, модернізація закладів та впровадження сучасних технологій створять нові можливості для залучення інвестицій. Післявоєнний період стане часом активних інвестиційних проектів, спрямованих на відновлення та розвиток галузі. Це дозволить підвищити якість обслуговування, розширити спектр послуг і залучити більше гостей як з України, так і з-за кордону. Економічний підйом у готельно-ресторанному бізнесі сприятиме загальному економічному відродженню країни, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя населення.

Готельно-ресторанний бізнес відіграє важливу роль у забезпеченні соціальної стабільності в регіонах, що постраждали від війни. Розвиток цієї галузі сприятиме створенню численних робочих місць, що особливо важливо у післявоєнний період, коли рівень безробіття може бути високим. Крім того, успішні готелі та ресторани можуть стати центрами місцевого культурного та громадського життя, підтримуючи соціальні ініціативи та заходи, що сприятиме інтеграції внутрішньо переміщених осіб та місцевого населення, допомагаючи відновити соціальну згуртованість і підтримуючи психологічне відновлення спільнот [35].

Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу також включають розкриття туристичного потенціалу України. Відновлення та модернізація туристичної інфраструктури відкриють нові можливості для розвитку різних видів туризму – від культурного і історичного до екотуризму та активного відпочинку. Війна, незважаючи на свої негативні наслідки, може підвищити міжнародну обізнаність про Україну, що, за умови успішного відновлення, сприятиме залученню іноземних гостей. Ефективні маркетингові кампанії та участь у міжнародних туристичних виставках допоможуть відновити довіру та

зацікавленість до українських туристичних напрямків, сприяючи сталому розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період представлено на рис. 3.1.

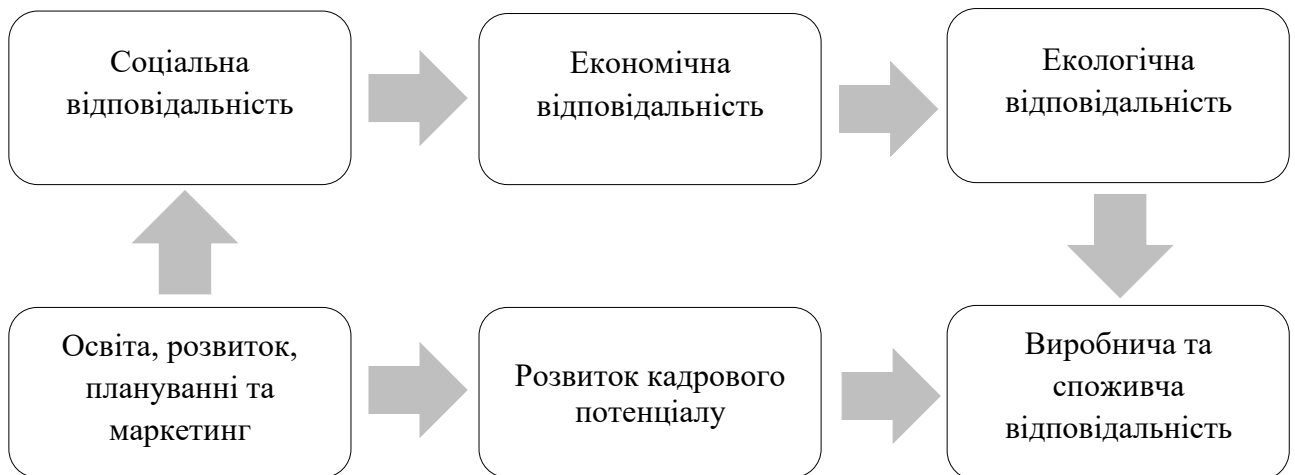


Рис. 3.1. Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період включає соціальну відповідальність як один із ключових аспектів, що передбачає активну участь у відновленні місцевих громад, підтримку соціальних ініціатив і забезпечення працівників належними умовами праці. Важливими елементами є освіта, розвиток та планування маркетингових стратегій, що сприяють підвищенню обізнаності про соціальну роль бізнесу [11]. Розвиток кадрового потенціалу через навчальні програми та тренінги допомагає створити кваліфіковану робочу силу, що здатна відповідати новим викликам і потребам.

Економічна відповідальність у контексті післявоєнного відновлення передбачає стійкий фінансовий розвиток готельно-ресторанного бізнесу, що включає ефективне управління ресурсами, інвестиції в інфраструктуру та технології, що підвищують продуктивність і знижують витрати. Виробнича та споживча відповідальність означає, що бізнес повинен забезпечувати якісні послуги та продукти, дотримуючись етичних стандартів і норм. Стратегічне

планування та маркетинг відіграють важливу роль у залученні інвестицій і гостей, забезпечуючи довгострокову стабільність і зростання.

Екологічна відповідальність є невід'ємною частиною алгоритму поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період. Вона включає впровадження екологічно чистих технологій, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище та підтримку сталого розвитку. Важливими аспектами є виробнича та споживча відповідальність, що передбачають використання екологічно безпечних матеріалів і технологій, а також сприяння екологічній свідомості серед споживачів. Бізнес має активно брати участь у заходах, спрямованих на охорону довкілля та підтримку екологічних ініціатив.

Освіта та розвиток є основними складовими соціальної відповідальності готельно-ресторанного бізнесу у післявоєнний період. Інвестування у навчальні програми, тренінги та підвищення кваліфікації персоналу забезпечує високий рівень обслуговування та задоволеність гостей. Такий підхід також сприяє зменшенню безробіття і підвищенню рівня життя місцевого населення. Комплексний підхід до розвитку працівників, що включає не лише професійні навички, але й розвиток лідерських якостей та особистісного зростання, є ключовим для створення ефективної та мотивованої команди [24].

Розвиток кадрового потенціалу є критичним для стійкого відновлення готельно-ресторанного бізнесу, включає створення програм з навчання та підвищення кваліфікації, а також підтримку кар'єрного зростання співробітників. Важливо забезпечити умови для професійного розвитку, такі як доступ до сучасних навчальних матеріалів, участь у тренінгах та семінарах, а також можливість для обміну досвідом з іншими фахівцями. Такий підхід допомагає підвищити ефективність роботи, знизити рівень плинності кадрів та забезпечити високу якість обслуговування гостей. Виробнича та споживча відповідальність є основою екологічної та економічної стійкості готельно-ресторанного бізнесу. Впровадження екологічно чистих технологій, відповідального використання ресурсів та мінімізація відходів сприяють зниженню негативного впливу на навколишнє середовище. Підприємства

повинні активно підтримувати екологічні ініціативи та сприяти екологічній свідомості серед своїх гостей. Водночас, забезпечення високої якості продуктів та послуг відповідно до етичних стандартів сприяє підвищенню довіри та лояльності гостей, що є важливим фактором для довгострокового успіху бізнесу.

Загалом, комплексна стратегія відновлення готельно-ресторанного бізнесу у післявоєнний період, яка включає соціальну, економічну та екологічну відповідальність, є ключовою для забезпечення сталого розвитку. Такий підхід дозволяє не лише відновити економічну активність та створити нові робочі місця, але й підвищити якість життя населення, підтримати екологічну стабільність та забезпечити стійке зростання бізнесу. Інтеграція освіти, розвитку кадрів та відповідального управління ресурсами сприяє формуванню стійкої та успішної готельно-ресторанної індустрії в Україні у післявоєнний період.

Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період, як представлено на схемі, передбачає комплексний підхід, що включає соціальну, економічну та екологічну відповідальність. Освіта і розвиток, стратегічне планування, маркетинг, розвиток кадрового потенціалу, а також виробнича та споживча відповідальність є ключовими елементами цього підходу. Така стратегія сприятиме не лише відновленню та розвитку бізнесу, але й забезпечить сталий економічний розвиток, соціальну стабільність і екологічну безпеку у післявоєнний період. Алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період, що включає соціальну, економічну та екологічну відповідальність, є фундаментальною основою для стійкого відновлення та розвитку галузі. Інтеграція освіти, розвитку кадрового потенціалу, стратегічного планування та маркетингу, а також впровадження відповідальних виробничих і споживчих практик дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до нових умов і викликів. Такий комплексний підхід сприяє не лише економічному зростанню та створенню нових робочих місць, але й забезпечує високий рівень обслуговування, соціальну стабільність і екологічну стійкість, що є ключовими для довгострокового успіху готельно-ресторанної індустрії в Україні у післявоєнний період.

3.2. Брендинг, як інструмент розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період.

Важливість інструментів розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період не можна переоцінити, оскільки вони є ключовими для відновлення та сталого розвитку галузі. Після завершення військових дій, країна стикається з численними викликами, включаючи відновлення інфраструктури, створення робочих місць та забезпечення соціальної стабільності. Інструменти розвитку, такі як стратегічне планування, сучасні технології, інноваційні маркетингові стратегії та програми навчання, є критично важливими для подолання цих викликів. Вони допомагають підприємствам ефективно адаптуватися до нових умов, забезпечуючи високу якість послуг та задоволення потреб гостей [31].

Одним з ключових інструментів розвитку є стратегічне планування, яке дозволяє підприємствам визначити пріоритетні напрямки діяльності та розробити конкретні кроки для досягнення поставлених цілей. Такий підхід включає аналіз ринку, визначення конкурентних переваг, розробку фінансових планів та оцінку ризиків. Використання сучасних технологій також є важливим аспектом, що дозволяє підвищити ефективність управління, знизити операційні витрати та покращити якість обслуговування. Інноваційні технології, такі як системи управління ресурсами, мобільні додатки для бронювання та автоматизовані системи обслуговування, значно спрощують операційні процеси та покращують досвід гостей [4].

Маркетингові стратегії та програми навчання також відіграють важливу роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Ефективний маркетинг допомагає залучати нових гостей, підвищувати впізнаваність бренду та створювати позитивний імідж закладу. Такий підхід включає використання цифрових маркетингових інструментів, таких як соціальні медіа, контент-маркетинг та SEO, що дозволяє досягати ширшої аудиторії. Програми навчання та підвищення кваліфікації персоналу забезпечують високу якість

обслуговування, що є важливим фактором для задоволення потреб гостей і формування їхньої лояльності. Враховуючи ці аспекти, можна стверджувати, що інструменти розвитку готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період є невід'ємною частиною процесу відновлення та забезпечення стійкого економічного зростання.

Брендинг продукції та послуг готельно-ресторанного бізнесу є важливим інструментом розвитку у післявоєнний період. Після завершення військових дій, гостей потребує відновлення довіри як з боку внутрішніх, так і зовнішніх гостей. Брендінг допомагає створити сильний та позитивний імідж закладу, що сприяє залученню нових гостей і підтримці лояльності існуючих гостей. Формування впізнаваного бренду, який асоціюється з високою якістю обслуговування, безпекою та комфортом, є ключовим фактором для успішного відновлення та зростання готельно-ресторанного бізнесу [25].

Для успішного брендингу важливо враховувати кілька ключових елементів. Перш за все, це унікальна торгова пропозиція, яка відрізняє готельно-ресторанний заклад від конкурентів. Це можуть бути унікальні послуги, ексклюзивні пропозиції або особливий підхід до обслуговування. Крім того, візуальна ідентичність бренду, включаючи логотип, кольорову гаму, дизайн інтер'єру та рекламних матеріалів, повинна бути послідовною та привабливою. Важливу роль відіграє також комунікація з гостями через різні канали – соціальні медіа, веб-сайт, електронну пошту та інші засоби. Ефективна комунікація допомагає підтримувати зв'язок з гостями, інформувати їх про нові послуги та акції, а також отримувати зворотний зв'язок.

Брендинг має прямий вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу, оскільки він сприяє підвищенню впізнаваності та престижу закладу. Сильний бренд допомагає залучати не лише гостей, але й інвесторів та партнерів, що є критично важливим у післявоєнний період. Бренд, який асоціюється з якістю, надійністю та інноваціями, може значно підвищити конкурентоспроможність на ринку. Крім того, ефективний брендинг сприяє формуванню емоційного зв'язку з гостями, що підвищує їхню лояльність та сприяє повторним візитам. Таким

чином, брендинг продукції та послуг є стратегічним інструментом, який допомагає готельно-ресторанному бізнесу відновлюватися та процвітати у післявоєнний період [42].

Визначення основних елементів брендингу готельно-ресторанного бізнесу регіону є надзвичайно важливим для створення впізнаваного та привабливого іміджу, який сприятиме залученню гостей і підвищенню конкурентоспроможності на ринку. Основні елементи брендингу, такі як унікальна торгова пропозиція, візуальна ідентичність (логотип, кольорова гама, дизайн), а також ефективні комунікаційні стратегії, допомагають сформуванню цілісного та привабливого уявлення про заклад, що не лише підвищує рівень довіри та лояльності гостей, але й сприяє економічному зростанню регіону, створюючи додаткові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу. Крім того, чітко визначені елементи брендингу допомагають вирізнитися серед конкурентів, підкреслюючи унікальні переваги та особливості місцевої готельно-ресторанної індустрії. Основні елементи брендингу готельно-ресторанного бізнесу регіону представлено на рис. 3.2.

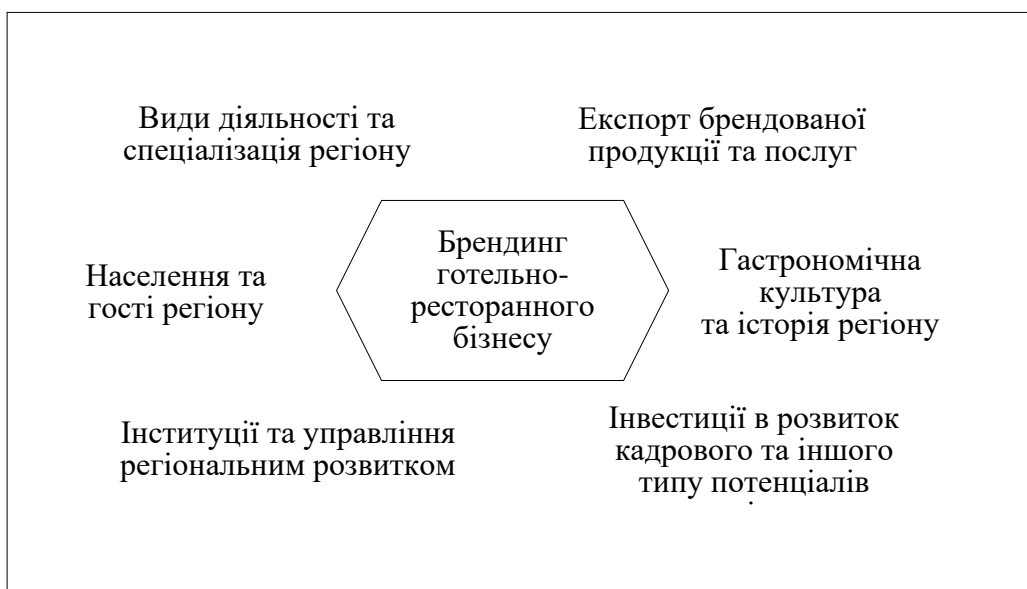


Рис. 3.2. Основні елементи брендингу готельно-ресторанного бізнесу регіону.

Важливим елементом брендингу готельно-ресторанного бізнесу є визначення видів діяльності та спеціалізації регіону. Це включає аналіз основних економічних секторів, що домінують у регіоні, і їхній вплив на туристичну привабливість. Наприклад, регіони, відомі своїми виноробними традиціями або морськими курортами, можуть використовувати ці унікальні особливості для створення привабливих брендів. Спеціалізація регіону допомагає визначити ключові атракції та послуги, які можуть бути брендovanі та просунуті на ринку.

Гастрономічна культура та історія регіону є ще одним важливим компонентом брендингу. Традиційні страви, місцеві кулінарні звичаї та історичні події, пов'язані з гастрономією, можуть стати основою для унікальних пропозицій готельно-ресторанного бізнесу. Використання цих елементів у брендингу сприяє створенню унікального і впізнаваного образу закладу, що приваблює гостей, які шукають автентичний досвід, що також підвищує цінність регіону як туристичного напрямку і сприяє розвитку місцевої економіки.

Населення та гості регіону відіграють важливу роль у формуванні бренду готельно-ресторанного бізнесу. Вивчення демографічних характеристик, уподобань та потреб місцевих мешканців і гостей допомагає створити продукти та послуги, які відповідають очікуванням цільової аудиторії. Знання про гостей дозволяють адаптувати маркетингові стратегії, покращувати якість обслуговування та підвищувати рівень задоволеності гостей, що сприяє формуванню позитивного іміджу закладу та підвищує його конкурентоспроможність на ринку [20].

Інституції та управління регіональним розвитком є ключовими елементами у підтримці брендингу готельно-ресторанного бізнесу. Вони забезпечують нормативно-правову базу, сприяють залученню інвестицій та підтримують розвиток інфраструктури. Співпраця з місцевими органами влади, туристичними агентствами та іншими інституціями допомагає створювати сприятливі умови для розвитку бізнесу. Це включає проведення спільних маркетингових кампаній, організацію культурних та гастрономічних заходів, а також підтримку інновацій та навчання персоналу.

Інвестиції в розвиток кадрового потенціалу та інших ресурсів регіону є критичними для сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу, що включає навчання та підвищення кваліфікації працівників, впровадження сучасних технологій і методів управління. Інвестиції у розвиток людського капіталу підвищують якість обслуговування та сприяють створенню професійної та мотивованої команди. Крім того, розвиток інших потенціалів регіону, таких як інфраструктура та технології, створює додаткові можливості для бізнесу та підвищує його конкурентоспроможність [31].

Експорт брендкованої продукції та послуг є важливим напрямом розвитку готельно-ресторанного бізнесу, що сприяє розширенню ринків збуту та підвищенню доходів. Брендovanі продукти, такі як місцеві гастрономічні вироби або унікальні туристичні послуги, можуть бути успішно представлені на міжнародному ринку, що не лише підвищує впізнаваність регіону, але й сприяє залученню іноземних гостей та інвесторів. Ефективна стратегія експорту допомагає зміцнити позиції регіону на світовій арені та сприяє його сталому економічному розвитку.

Після перемоги України, значна кількість в'їзних туристів захоче побачити Україну своїми очима та відчувти дух патріотизму українського народу. Україна вже сьогодні є брендом незламності, що привертає увагу світової спільноти та викликає інтерес до її культури, історії та сучасних досягнень. Відповідно, готельно-ресторанний бізнес має унікальну можливість скористатися цим інтересом для залучення нових гостей і підвищення своєї конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Важливо, щоб підприємства цієї галузі вже сьогодні думали про розвиток своїх брендів, які орієнтовані на європейські стандарти та практики, що допоможе створити привабливий і надійний імідж для потенційних гостей [9].

Одним з ключових напрямків розвитку брендів готельно-ресторанного бізнесу є впровадження європейських стандартів обслуговування та управління. Такий підхід включає не лише забезпечення високої якості послуг, але й дотримання екологічних норм, впровадження інноваційних технологій та

створення комфортних умов для гостей. Підприємства мають активно інвестувати у підготовку та навчання персоналу, щоб відповідати очікуванням європейських гостей, які звикли до високих стандартів обслуговування. Крім того, важливо розробляти та впроваджувати нові маркетингові стратегії, які підкреслюють унікальні переваги українських готелів та ресторанів, такі як автентична кухня, історичні місця та гостинність українського народу.

Ще одним важливим аспектом розвитку брендів є активне використання культурного та історичного потенціалу України. Готельно-ресторанні підприємства можуть створювати унікальні пропозиції, які поєднують проживання та харчування з екскурсіями, культурними заходами та майстер-класами, що дозволить гостям глибше зануритися в українську культуру, відчутти її багатство та різноманіття. Організація подій, присвячених національним святкам, традиціям та історичним подіям, також сприятиме формуванню позитивного іміджу та підвищенню лояльності гостей. Таким чином, розвиток брендів, орієнтованих на європейські стандарти та практики, допоможе готельно-ресторанному бізнесу України ефективно використовувати свій потенціал і стати привабливим напрямком для міжнародних гостей.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Доведено, що готельно-ресторанний бізнес є важливим компонентом повоєнного відновлення регіонів, сприяючи економічному зростанню, покращенню якості життя, зміцненню міжнародних зв'язків та екологічній сталості. Інтеграція сучасних технологій та інноваційних підходів у цей сектор може значно підвищити ефективність відновлювальних процесів та забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі. Структура готельно-ресторанного бізнесу є фундаментальною складовою його успішного функціонування та розвитку. Вона охоплює всі організаційні елементи та взаємозв'язки, необхідні для надання якісних послуг і задоволення потреб гостей. Готельно-ресторанний бізнес, який успішно адаптується до нових викликів і вимог, може стати основою для відродження та процвітання регіонів, які постраждали від війни.

Досліджено сучасні тренди розвитку готельно-ресторанного бізнесу, які відображають глибокі зміни у вподобаннях споживачів, технологічному прогресі та соціально-економічних умовах. Використання екологічно чистих продуктів і енергоефективних технологій стає стандартом, що відповідає зростаючим екологічним очікуванням гостей. Технологічні інновації, такі як мобільні додатки, системи управління ресурсами та штучний інтелект, значно підвищують ефективність роботи підприємств, забезпечуючи високий рівень обслуговування та персоналізовані послуги. Персоналізація послуг, увага до здорового способу життя та велнес, а також цифровий маркетинг і онлайн-присутність є ключовими складовими успішної стратегії розвитку в сучасному конкурентному середовищі

Проведено аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу на прикладі рекреаційного комплексу «Рестпарк», який показав, що успішний розвиток цього сектору залежить від багатьох факторів, таких як високий рівень сервісу, якість харчування, комфорт проживання, безпека та гігієна. «Рестпарк» демонструє високі показники задоволеності гостей, що підтверджують

ефективність обраних стратегій управління та маркетингу. Відгуки гостей свідчать про важливість персоналізованого підходу, професійності персоналу та уваги до деталей. Водночас, аналіз виявляє і сфери, які потребують покращення, що є важливим для подальшого вдосконалення послуг. Загалом, досвід «Рестпарку» підкреслює значення комплексного підходу до обслуговування гостей та адаптації до їхніх потреб, що є ключовим для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Запропоновано алгоритм поведінки готельно-ресторанного бізнесу в післявоєнний період, який включає соціальну відповідальність як один із ключових аспектів, що передбачає активну участь у відновленні місцевих громад, підтримку соціальних ініціатив і забезпечення працівників належними умовами праці. Важливими елементами є освіта, розвиток та планування маркетингових стратегій, що сприяють підвищенню обізнаності про соціальну роль бізнесу. Розвиток кадрового потенціалу через навчальні програми та тренінги допомагає створити кваліфіковану робочу силу, що здатна відповідати новим викликам і потребам.

Доведено, що після перемоги України, значна кількість в'їзних гостей захоче побачити Україну своїми очима та відчути дух патріотизму українського народу. Україна вже сьогодні є брендом незламності, що привертає увагу світової спільноти та викликає інтерес до її культури, історії та сучасних досягнень. Готельно-ресторанний бізнес має унікальну можливість скористатися цим інтересом для залучення нових гостей і підвищення своєї конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Важливо, щоб підприємства цієї галузі вже сьогодні думали про розвиток своїх брендів, які орієнтовані на європейські стандарти та практики, що допоможе створити привабливий і надійний імідж для потенційних гостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Т. А. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Харківського політехнічного інституту*. 2017. № 2. С. 89-92.
2. Асоціація малих готелів та апартаментів України URL: <https://ca.ligazakon.net/document/35142910/dossier>
3. Байлик С. І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
4. Балацька Н. Ю., Репринцева В.М. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 12-15.
5. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип 42. С. 117-122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20>.
6. Власенко І.В., Рябенька М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави. *Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.
7. Гаталяк О. М., Ганич Н.М. Ретроспективний аналіз розвитку закладів ресторанного господарства. *Вісник Львівського університету*. 2013. № 43, Ч. 2. С. 153-161.
8. Гунькало А.В., Бойко О.В., Дорош Н.В. Управління якістю продукції (послуг) за допомогою експертних систем. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні інформаційні технології в економіці, менеджменті та освіті», Львів 2010. С. 63-64.
9. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с.
10. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського*

торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8

11. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ, 2017. 600 с.

12. Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» URL: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30566>.

13. Капліна Л.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2016. № 2 (74). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300243498.pdf>

14. Литвин В. С., Мороз А. О. Міжнародний досвід у сфері гостинності: практики для України. *Вісник міжнародного туризму,* 2022. 408 с.

15. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини. *Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів:* монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019.

16. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

17. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 300 с.

18. Мельник І.М., Полотай Б.Я. Особливості формування якості готельних послуг в Україні. *Причорноморські економічні студії.* С. 185-189. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.45-34>

19. Найбільші готельні мережі. Рейтинг – десять найбільших готелів в світі. URL: [https://tothostel./uk/strany\\$evropy/samye_krupne_seti_rei_bolshih/](https://tothostel./uk/strany$evropy/samye_krupne_seti_rei_bolshih/)

20. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2019. № 4 (21). 297-304.

21. Олійник О.В., Мостенська Т.Л., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4 (90). С. 38-46.
22. Ончаренко Л.О. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Ефективна економіка. № 10, 2015. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6214>
23. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 484 с
24. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <https://ntoukraine.org> (дата звернення 28.04.2024).
25. Офіційний сайт ГО «Асоціація індустрії гостинності. URL: <https://aigu.org.ua/>. (дата звернення: 05.04.2024).
26. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA) . URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744> (дата звернення: 05.04.2024).
27. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.world-tourism.org>. (дата звернення: 05.04.2024).
28. Офіційна сторінка Центру туристичної інформації та послуг. URL: <http://visitlutsk.com/> (дата звернення: 22.04.2024).
29. Офіційна сторінка Порталу «Zruchno.Travel». URL: <https://zruchno.travel/News/New/3101?lang=ua> (дата звернення: 01.04.2024).
30. Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.
31. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 01.04.2024).
32. Офіційний сайт Рекреаційного комплексу «Рестпарк». URL: <https://restpark.com.ua/>. (дата звернення: 01.04.2024).
33. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку

сфери туризму в Україні»). URL <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

34. Паньків Н.М., Лесик І.Й. Порівняльна характеристика сучасного стану готельних підприємств в розрізі адміністративних районів Львівської області. *Вісник Львівського національного університету*. Серія «Міжнародні відносини». 2018. Вип. 45. С. 339–345.

35. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [колективна монографія], за науковою ред. проф. Волошина І.М., Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2017. 444 с.

36. Роглев Х. Й Основи готельного менеджменту: навчальний посібник. К: Кондор, 2005. 408 с.

37. Семенова О. А., Мельник І. П. Інновації та сучасні технології у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник туризму та гостинності*, 2021. 2020 с.

38. Смаль Б.А. Інституційні засади підвищення рівня якості продукції та послуг туристичних дестинацій. *Економічний форум*. № 1(4), 2021. С. 62-70. URL <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-4-9>.

39. Смаль Б.А. Регіональні аспекти розвитку конкурентних переваг індустрії гостинності. *Економічні науки: збірник наукових праць ЛНТУ. Серія «Регіональна економіка»*. Випуск 18 (71). Луцьк: ІВВ ЛНТУ, 2021. С. 169-179. URL: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18\(71\)-19](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18(71)-19).

40. Смаль Б.А. Регіональна політика підвищення рівня якості продукції та послуг індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-10>.

41. Соколовська Л. В., Кравченко М. І. Соціально-економічний вплив відновлення готельно-ресторанного бізнесу на місцеві громади. *Журнал соціально-економічних досліджень*, 2023. 308 с.

42. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>.

43. Сторінка у соціальних мережах ГО «Асоціація готельних об'єднань та готельних міст України. URL: <https://www.facebook.com/hotelua/> (дата звернення: 05.02.2024).

44. Столярчук П. Моделювання системи обслуговування у повносервісних закладах ресторанного господарства. Вимірювальна техніка та метрологія. 2008. № 69. С. 143-151

45. Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень: монографія / Г.О. Горіна, Г.А. Богатирьова, Ю.С. Дорош, Р.І. Дудченко та ін.; наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2023. 142 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2745/>

46. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. сем. (3 жовтня 2019 р., с. Гута). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. 64 с.

47. Хомич І.В. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період I Всеукраїнська інтернет-конференція молодих учених та студентів «Перспективи розвитку туризму та сфери гостинності в Україні і світі» (травень, 2024 року).

48. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. №56. С.68-73.

49. Шацька З.Я., Шевель А.А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8249> (дата звернення: 09.03.2024).