

УДК 338.48

Артеменко А.І., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Ярмолюк Д.І., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»

### Перспективи розвитку екологічно орієнтованого готельного бізнесу в Україні

Зелені готелі є важливою складовою сучасної концепції сталого розвитку туризму, що поєднує економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності. Основною метою таких закладів є мінімізація негативного впливу на довкілля, раціональне використання природних ресурсів та підтримка місцевих громад. Еко-готелі впроваджують енергоощадні технології, використовують відновлювані джерела енергії, екологічні матеріали та ефективні системи управління відходами. Важливим принципом їх роботи є гармонійна інтеграція у природне середовище та популяризація екологічно свідомого способу життя.

В Україні концепція зелених готелів тісно пов'язана із розвитком сільського зеленого туризму, що передбачає відпочинок у сільській місцевості з використанням природних, культурних та етнографічних ресурсів регіону. Такі заклади часто представлені у вигляді екосадиб, фермерських господарств або невеликих сімейних готелів, які пропонують натуральне харчування та автентичний досвід проживання. Найбільш активно зелений туризм розвивається в Карпатах, на Поліссі та в інших екологічно чистих регіонах. Проте розвиток зелених готелів в Україні стримується недостатнім фінансуванням, слабкою державною підтримкою та високими витратами на впровадження екологічних технологій.

Попит на екологічний відпочинок в Україні поступово зростає. Туристи все частіше обирають невеликі екологічні садиби замість великих готельних комплексів, прагнучи спокою, усамітнення та контакту з природою. Зелені готелі сприяють зменшенню забруднення довкілля, раціональному використанню ресурсів, збереженню біорізноманіття та формуванню екологічної свідомості суспільства. Крім екологічних переваг, вони мають і економічне значення: дозволяють зменшити витрати на енергоресурси, підвищують конкурентоспроможність закладів та підтримують розвиток місцевої економіки через використання локальних продуктів і послуг.

Соціальна роль зелених готелів полягає у створенні робочих місць, підтримці місцевих громад, збереженні культурних традицій та підвищенні рівня екологічної освіти населення. Для туристів такі заклади забезпечують відпочинок у чистому природному середовищі, споживання натуральних продуктів та можливість отримати унікальний автентичний досвід.

Україна має вагомі передумови для розвитку еко-готелів: значний природно-рекреаційний потенціал, зростання попиту на сталий туризм, а також поступова інтеграція до європейського економічного та екологічного простору.

Але, існують стримуючі фактори: недостатній рівень державної підтримки, обмежений доступ до фінансування, низька обізнаність частини споживачів і бізнесу щодо екологічних практик, а також відсутність чіткої системи сертифікації та контролю «зелених» готелів.

Екологічно орієнтований готельний бізнес в Україні має значний потенціал стати важливою складовою туристичної індустрії, проте його розвиток залежить від поєднання умов: активної державної політики, інвестицій, впровадження міжнародних стандартів та підвищення екологічної свідомості як бізнесу, так і споживачів. У разі реалізації цих передумов Україна може сформувати конкурентоспроможний ринок еко-готелів, орієнтований на принципи сталого розвитку та інтегрований у європейський туристичний простір.

#### Список використаних джерел:

1. Eco hotel – environmentally sustainable hotel. Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Eco\\_hotel](https://en.wikipedia.org/wiki/Eco_hotel)
2. Екологізація готельно-ресторанного сектору в контексті сталого розвитку туризму. Open Ukrainian Citation Index. URL: <https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/IRmmqRa4/>
3. Денесенко В., Шидловська О., Іщенко Т., Огороднічук О. еко-готелі – інноваційна концепція гостинності в Україні. Репозитарій НУХТ. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/9290>
4. Табенська, О. (2024). Тенденції розвитку екотуризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (70). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-149>
5. Eco-Tourism in Ukraine: Green Spaces That Still Tell the Country's Story (2026). The Environmental Blog. URL: <https://www.theenvironmentalblog.org/2026/04/eco-tourism-in-ukraine/>
6. Sustainable travel and eco-friendly accommodation in Ukraine. Hotala. URL: <https://www.hotala.com/all/ukraine/sustainable-travel>

**Бойченко С.О., здобувач вищої освіти, гр.ГРС-5, ФБСО  
Горшкова Л.О., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Digital-інструменти в управлінні попитом на wellness-послуги заміських готельних комплексів**

Оздоровчий сегмент заміського готельного бізнесу переживає помітне зростання — люди дедалі частіше обирають відпочинок, орієнтований на відновлення фізичного й психологічного ресурсу. Разом з тим управління попитом на spa-процедури, оздоровчі програми, фітнес та інші пропозиції подібного формату залишається одним із найскладніших завдань для менеджменту заміських готельних комплексів.

По-перше, базовим цифровим інструментом управління попитом є системи revenue management (RMS). Вони дозволяють у режимі реального часу аналізувати завантаженість spa-відділень, відстежувати цінову динаміку конкурентів і автоматично коригувати тарифи залежно від прогнозованого попиту. Наприклад, заміський готельний комплекс може автоматично знижувати ціни на масаж у вівторок вранці — коли завантаженість традиційно низька — і підвищувати їх у п'ятницю ввечері, коли попит різко зростає. Так само RMS-системи допомагають сегментувати клієнтів: постійним гостям формують персоналізовані пакетні пропозиції, а новим — знайомчі акції. Цифрові рішення revenue менеджменту забезпечують гнучкість стратегічної поведінки готельного підприємства на ринку, дозволяючи максимізувати доходи через оптимізацію операційної діяльності та моделювання стратегій управління попитом [2].

По-друге, CRM-платформи та big data-аналітика відкривають можливості для глибшого розуміння поведінки споживачів оздоровчого відпочинку. Зібрані дані про вподобання, частоту візитів, середній чек і реакцію на акційні пропозиції дозволяють будувати профілі клієнтів і надсилати їм релевантні пропозиції у правильний момент. Готель, який знає, що конкретний гість раз на квартал бронює програму детокс і завжди обирає масаж із лавандовою олією, може запропонувати йому персоналізований пакет ще до того, як той сам задумався про відпочинок. Персоналізація, заснована на аналітиці даних, безпосередньо впливає на лояльність і готовність клієнта платити більше. Ми вважаємо, що саме перехід від масових маркетингових розсилок до індивідуалізованих пропозицій є ключовою конкурентною перевагою, яку дають цифрові інструменти заміським оздоровчим комплексам [3].

По-третє, онлайн-канали просування та управління репутацією формують попит ще до того, як потенційний гість потрапляє на сайт готелю. Профілі в Google Business, відгуки на Booking.com і TripAdvisor, таргетована реклама в соціальних мережах — усе це впливає на рішення про бронювання. Мобільні застосунки дозволяють гостю не лише бронювати номер, але й попередньо записуватися на процедури, обирати харчовий раціон і планувати оздоровчу програму ще до приїзду [4].

Впровадження цифрових інструментів у заміських оздоровчих комплексах стикається з низкою практичних труднощів. Технічна несумісність різних систем — наприклад, між PMS-системою управління готелем і окремою програмою обліку spa-процедур — може нівелювати всі переваги цифровізації. Дефіцит персоналу з відповідними цифровими компетенціями залишається серйозним обмеженням, особливо для невеликих заміських комплексів із обмеженим бюджетом на навчання. Питання безпеки персональних даних і дотримання вимог законодавства у сфері їх захисту також набувають дедалі більшого значення в умовах зростання обсягів зібраної інформації.

Отже, можемо зробити висновки, що digital-інструменти в управлінні попитом на wellness-послуги заміських готельних комплексів охоплюють широкий спектр рішень — від систем revenue management і CRM-платформ до мобільних застосунків і big data-аналітики. Кожен із них вирішує конкретну задачу: прогнозування попиту, персоналізація пропозицій, оптимізація завантаженості, управління репутацією. Найбільший ефект досягається при їх комплексному застосуванні в рамках цілісної цифрової стратегії готельного підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондар С. Формування стратегії цифровізації суб'єкта готельного бізнесу. Економіка та суспільство. 2024. №60.
2. Пукач Я. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. Економіка та суспільство. 2024. №60.
3. Lopes A. et al. What Is the Impact of Digital Tools on Hospitality Business Performance? The Case of SME Accommodation Sector in Portugal. International Journal of Tourism Research. 2025.
4. Peng X., Zhu J., Lee S. et al. Digital Transformation in the Hospitality Industry: A Bibliometric Review from 2000 to 2023. International Journal of Hospitality Management. 2024. Vol. 120.

УДК 640.4:004

**Виговська Є.І., здобувачка вищої освіти**  
**Науковий керівник: Постова В.В., к.е.н., доцент**  
*Вінницький торговельно-економічний інститут*  
*Державного торговельно-економічного університету*

### **Автоматизовані системи управління підприємствами готельно-ресторанного господарства**

Сучасна індустрія гостинності функціонує в умовах жорсткої конкуренції та стрімкої цифрової трансформації. Зростаючі вимоги споживачів до швидкості та персоналізації сервісу змушують підприємства шукати нові інструменти оптимізації своєї діяльності. У цьому контексті автоматизація у готельно-ресторанному господарстві виконує не просто допоміжну, а стратегічно важливу роль та функцію, створюючи більш гнучкі умови роботи для всього персоналу. Такі системи допомагають комплексно налагоджувати процес управління, вести точний облік та аналізувати усі ланки підприємства, прискорюючи увесь процес обслуговування гостей в декілька разів. Автоматизовані системи забезпечують швидке та ефективне виконання рутинних операцій, що є особливо важливим у готельному бізнесі, де необхідна миттєва та оперативна реакція на потреби гостей.

Їх впровадження докорінно змінює підхід до роботи з інформацією: використання спеціалізованого програмного забезпечення мінімізує людський фактор та помилки, пов'язані з ручною обробкою даних, підвищує точність обліку та надійність інформації. Як наслідок, автоматизація безпосередньо покращує якість обслуговування завдяки швидкій реєстрації та зручному доступу до інформації, а також забезпечує необхідний рівень безпеки й контролю. Крім того, вона сприяє глобальній оптимізації використання ресурсів і значно спрощує управлінські процеси, безперервно підвищуючи загальну ефективність діяльності готелю та формуючи його позитивний імідж на ринку.

Автоматизовані системи забезпечують швидке та ефективне виконання операцій, що є особливо важливим у готельному бізнесі, де необхідна оперативна реакція на потреби гостей. Їх використання мінімізує помилки, пов'язані з ручною обробкою даних, підвищує точність обліку та надійність інформації. Автоматизація покращує якість обслуговування завдяки швидкій реєстрації та зручному доступу до інформації, а також забезпечує належний рівень безпеки й контролю. Крім того, вона сприяє оптимізації використання ресурсів і спрощує управлінські процеси, підвищуючи загальну ефективність діяльності готелю [1].

До прикладу, інтеграція програмного інтерфейсу з телефонними системами готелю (АТС, MERIDIAN) є важливою для автоматизації обліку та контролю телефонних послуг. Вона забезпечує відстеження дзвінків у реальному часі та автоматичне нарахування їх вартості відповідно до тарифів. Система дозволяє налаштовувати тарифні плани, ідентифікувати клієнтів, а також синхронізувати дані з готельною PMS-системою. Додатково формуються звіти та аналітика використання послуг [1].

Етап первинної комунікації та безпосередній перший контакт із гостем є критично важливими для формування подальших взаємовідносин, оскільки саме вони закладають фундамент лояльності та довіри до закладу. Цей процес має здійснюватися персоналом максимально безпомилково, оперативно та впевнено, що стає можливим завдяки ефективному використанню централізованих баз даних та систем автоматизації (PMS та CRM-систем).

Наявність миттєвого доступу до інформації про бронювання, індивідуальні вподобання клієнта, історію його попередніх візитів та особливі побажання (наприклад, специфічні вимоги до номера або дієтичні обмеження) дозволяє персоналу уникати зайвих уточнюючих запитань та демонструвати високу персоналізацію сервісу. Це не лише мінімізує ризик виникнення непорозумінь чи технічних помилок при реєстрації, а й значно знімає психологічне навантаження з працівників, дозволяючи їм зосередитися на емоційному аспекті гостинності.

Така цифрова підтримка безпосередньо сприяє підвищенню якості обслуговування, перетворюючи стандартну процедуру на професійний сервіс високого рівня. У результаті це формує стійке позитивне враження у клієнта, забезпечує відчуття турботи та стає ключовим фактором у створенні конкурентних переваг підприємства готельно-ресторанного господарства. У результаті така інтеграція підвищує точність обліку, спрощує управління та оптимізує адміністративні процеси в готелі [1].

З огляду на активну інтеграцію технологій штучного інтелекту в автоматизовані системи управління, перспективними напрямками для підприємств сфери гостинності є впровадження інноваційних рішень у сфері маркетингу та реклами. Зокрема, використання генеративних моделей дозволяє створювати рекламний контент високої якості, включаючи описи номерів, страв і додаткових послуг. Окремо застосовуються нейромережеві інструменти для візуального контенту (наприклад, Midjourney, Runway, Sora) і багатомовного озвучування рекламних матеріалів [2].

У наш час важливим напрямом є персоналізація рекламних повідомлень на основі даних CRM-систем, соціальних мереж, рекламних платформ і OTA-ресурсів (Booking, TripAdvisor), що дозволяє

адаптувати контент до індивідуальних потреб користувачів у режимі реального часу. Також перспективною є автоматизація управління рекламними бюджетами, що включає прогнозування ефективності каналів просування та оптимальний розподіл інвестицій з метою максимізації їхньої віддачі [2].

Автоматизовані системи та технології штучного інтелекту підвищують ефективність управління підприємствами сфери гостинності, забезпечуючи оптимізацію процесів, точність обліку та покращення якості обслуговування. Вони сприяють автоматизації адміністративних завдань, персоналізації маркетингу та раціональному використанню ресурсів. У результаті цифровізація стає ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності закладів. Зростання конкуренції на ринку готельного та ресторанного господарства стимулює заклади до впровадження автоматизованих систем управління, а розробників – до вдосконалення програмних продуктів і інтеграції технологій штучного інтелекту [2].

Сучасні системи автоматизації ресторанних закладів є багатофункціональними рішеннями з можливістю подальшого вдосконалення. Їх впровадження спрямоване на підвищення ефективності управління, забезпечення безпеки, оптимізацію виробничих процесів, прискорення обслуговування, зниження ризиків зловживань та підвищення достовірності даних. Конкурентоспроможність закладу значною мірою визначається якістю сервісу та швидкістю роботи персоналу, ефективно поєднання яких забезпечується завдяки автоматизованим системам [3,с.81].

Автоматизація потребує витрат та навчання працівників, проте значно полегшує роботу усім, в тому числі маркетологам, бухгалтерам та іншим. Керуючий закладом матиме змогу контролювати підприємство не виходячи із свого кабінету, а працівники не матимуть зайвого тиску та дискомфорту з боку керівників за умови добросовісної та якісної роботи, яка буде відображатися високими результатами в системі закладу. Перевагами автоматизованих ресторанних закладів є підвищення якості та швидкості обслуговування, мінімізація помилок при оформленні замовлень, а також автоматизація їх обробки й передачі. Такі системи забезпечують повний контроль операційного циклу, безперервний фінансовий моніторинг, чіткий розподіл обов'язків персоналу, управління знижками та бонусами, а також ефективне планування заходів і резервування столиків. Крім того, автоматизація дозволяє здійснювати постійний контроль діяльності підрозділів, аналізувати результати роботи та формувати прогнози розвитку закладу [3,с.81]. Індустрія гостинності вимагає впровадження автоматизованих рішень як необхідної умови подальшого розвитку готельно-ресторанного господарства на глобальному рівні, що узгоджується із сучасними тенденціями та зростаючими очікуваннями споживачів. Сучасні гості прагнуть отримати унікальний та емоційно насичений досвід відвідування закладів, який формує стійкі позитивні враження та довготривалу емоційну пам'ять.

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що автоматизовані системи та інноваційні технології штучного інтелекту комплексно підвищують ефективність управління підприємствами сфери гостинності, забезпечуючи оптимізацію бізнес-процесів, абсолютну точність фінансового обліку та суттєве покращення якості обслуговування. Вони сприяють не лише швидкій автоматизації рутинних адміністративних завдань, але й забезпечують глибоку персоналізацію маркетингу та раціональне використання ресурсів підприємства. У результаті всебічна цифровізація стає ключовим чинником та невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності закладів. Зростання конкуренції на ринку готельного та ресторанного господарства постійно стимулює заклади до впровадження сучасних автоматизованих систем управління, а розробників програмного забезпечення – до вдосконалення своїх продуктів і глибшої інтеграції технологій штучного інтелекту.

Індустрія гостинності сьогодні безальтернативно вимагає впровадження автоматизованих рішень як критично необхідної умови подальшого розвитку готельно-ресторанного господарства на глобальному рівні, що повністю узгоджується із сучасними світовими тенденціями та постійно зростаючими очікуваннями споживачів. Зрештою, сучасні гості прагнуть отримати не просто базову послугу, а унікальний, бездоганно організований та емоційно насичений досвід відвідування закладів, який формує стійкі позитивні враження, лояльність до бренду та довготривалу емоційну пам'ять. Саме автоматизація стає тим фундаментом, який дозволяє персоналу перенести фокус із рутини на створення цього унікального клієнтського досвіду.

### Список використаних джерел:

1. Земліна Ю. В., Пуць В. Б. Автоматизовані системи управління підприємства готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3365/3292> (дата звернення: 10.04.2026).
2. Онищук Н., Лук'янець А., Колосовський С. Автоматизовані системи управління в закладах індустрії гостинності. *Економіка та управління*. 2025. № 21. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-21-12-02/2025-21-12-02> (дата звернення: 10.04.2026).
3. Сидорук А.В., Омеляненко Г.А., Середа І.В. Автоматизація системи управління закладами ресторанного господарства. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 5 (32). URL: [https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32\\_2021/13.pdf](https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/13.pdf) (дата звернення: 10.04.2026).

Гнатишина О.С., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Горшкова Л.О., старший викладач кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»

### **Бізнес - комунікації в готельно-ресторанному бізнесі, їх вплив на репутацію закладу**

Сфера гостинності, зокрема готельно-ресторанний бізнес, є висококонкурентною і вимагає від працівників високого рівня комунікативних навичок. Ефективна взаємодія між персоналом та гостями є запорукою успіху будь-якого закладу. Однак, нерідко в процесі роботи виникають різного роду конфлікти, які негативно впливають на репутацію закладу та його фінансові результати. Комунікативний конфлікт – це будь-яка ситуація, в якій виникає непорозуміння або зіткнення інтересів під час спілкування. В готельно-ресторанному бізнесі такі конфлікти можуть виникати між співробітниками різних рівнів, між персоналом та гостями, а також між різними відділами. Причини їх виникнення можуть бути різноманітні: від простих непорозумінь до серйозних розбіжностей у поглядах на роботу. Наслідки комунікативних конфліктів можуть бути досить серйозними для готельно-ресторанного бізнесу. Серед них можна виділити наступні:

Зниження задоволеності гостей: Невирішені конфлікти, грубість персоналу, нездатність оперативно вирішити проблему гостя – все це призводить до зниження рівня задоволеності клієнтів.

Погіршення репутації закладу: Незадоволені гості часто діляться своїм негативним досвідом у соціальних мережах та з оточуючими, що негативно впливає на репутацію закладу.

Зменшення лояльності клієнтів: Клієнти, які зіткнулися з негативним досвідом, навряд чи захочуть повернутися до цього закладу знову і можуть рекомендувати його своїм знайомим.

Підвищення плинності кадрів: Конфліктна атмосфера в колективі призводить до зниження мотивації співробітників і, як наслідок, до їх звільнення.

Зниження продуктивності праці: Конфлікти відволікають увагу співробітників від виконання своїх обов'язків, що призводить до зниження продуктивності праці та якості обслуговування.

Фінансові втрати: Всі вищезгадані наслідки призводять до прямих фінансових втрат для закладу.

В готельно-ресторанному бізнесі можна виділити такі основні типи комунікативних конфліктів:

Конфлікти між співробітниками: Виникають через різні темпераменти, стилі роботи, розподіл обов'язків, незгоду з рішеннями керівництва тощо. Конфлікти між співробітниками та гостями: Можуть бути викликані різними причинами: некоректна поведінка гостя, некомпетентність персоналу, непорозуміння щодо послуг тощо. Конфлікти між різними відділами: Виникають через різні цілі та завдання відділів, відсутність координації дій, нечітке розподілення відповідальності. Для запобігання та вирішення комунікативних конфліктів необхідно вживати ряд заходів:

Створення позитивної атмосфери в колективі: Проведення командних заходів, свят, спільних обідів.

Розробка чітких правил і процедур: Розробка посадових інструкцій, стандартів обслуговування, правил внутрішнього розпорядку. Проведення тренінгів з комунікації: Навчання співробітників навичкам ефективного спілкування, управління конфліктами, роботи в команді.

Створення ефективної системи зворотного зв'язку: Регулярні збори персоналу, анкетування, відкритість до критики. Використання медіації: Залучення нейтральної сторони для вирішення складних конфліктів. Як підведення підсумків, можна сказати, що комунікативні конфлікти є невід'ємною частиною будь-якого колективу, але їх наслідки можуть бути дуже серйозними для готельно-ресторанного бізнесу. Для того щоб мінімізувати їх вплив, необхідно постійно працювати над покращенням комунікації в колективі, створювати сприятливу атмосферу для роботи та вчасно вирішувати виникаючі проблеми.

Шляхи вирішення конфліктних ситуацій в компанії, а саме:

- Інвестуйте в розвиток комунікативних навичок співробітників.
- Створіть відкриту і довірливу атмосферу в колективі.
- Розробляйте чіткі правила і процедури взаємодії.
- Регулярно проводите збори персоналу для обговорення актуальних питань.
- Вчасно реагуйте на будь-які ознаки конфлікту.
- Залучайте фахівців для проведення тренінгів і консультацій.
- Пам'ятайте, що ефективна комунікація – це запорука успіху будь-якого бізнесу, особливо в сфері гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рудніченко С., Давидова О., Суліма В. Сучасні підходи до управління конфліктами в закладах готельно-ресторанного бізнесу. (2024). *Herald of Khmelnitskyi National University. Economic Sciences*, 328(2), 76-81. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-11>
2. Савицька Н. Л., Чміль Г. Л., Джгуташвілі Н. М. Клієнт-орієнтоване управління в готельно-ресторанному бізнесі: монографія. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2021. 209 с.

УДК 640.41:159.9

**Козлова О.В.**, здобувачка вищої освіти гр. ГРС-5, ФБСО  
**Горшкова Л.О.**, старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Застосування концепції “Digital Detox” в моделюванні готелю як простору ментального відновлення**

Повномасштабне російське вторгнення в Україну, непередбачуваність і важкопрогнозованість сьогодення негативно впливають на ментальне здоров'я громадян, що виявляється у зростанні депресивних станів, переживанні багатьма українцями посттравматичного стресового розладу й інших деструктивних тенденцій.

У сучасних умовах стрімкої цифровізації суспільства людина перебуває у стані постійного інформаційного навантаження. Надмірне використання смартфонів, соціальних мереж та цифрових платформ спричиняє емоційне виснаження, зниження концентрації уваги, порушення сну та підвищення рівня тривожності. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває концепція “Digital Detox”, що передбачає тимчасову відмову від цифрових пристроїв з метою психологічного та емоційного відновлення.

Готельний простір сьогодні розглядається не лише як місце тимчасового проживання, а як середовище формування комфортного психоемоційного стану людини. Саме тому інтеграція принципів “Digital Detox” у проектування та моделювання готелів відкриває нові можливості для створення середовища ментального відновлення та релаксації.

Основною метою концепції є формування атмосфери спокою, усамітнення та гармонії через обмеження цифрових подразників. У моделюванні таких готелів важливу роль відіграють природні матеріали, біофільний дизайн, природне освітлення, озеленення, звукоізоляція та організація просторів для медитації, відпочинку й живого спілкування. Особлива увага приділяється мінімізації присутності цифрових технологій у номерах та громадських зонах.

Важливим елементом є створення альтернативних форм дозвілля без використання гаджетів: арт-терапії, йоги, читальних просторів, прогулянок на природі, SPA-процедур, творчих майстерень та спортивної активності.

Такі рішення сприяють зниженню рівня стресу та покращенню емоційного стану відвідувачів. Концепція “Digital Detox” також впливає на архітектурно-планувальні рішення готелю. Простір має бути організований таким чином, щоб стимулювати відчуття приватності, безпеки та психологічного комфорту. Використання природних кольорів, м'якого освітлення та сенсорного дизайну позитивно впливає на ментальне здоров'я гостей.

Одним із сучасних векторів дослідження ментального здоров'я є наукові доробки, де в основу цього явища кладеться ментальність, як духовна налаштованість особистості на власне благополуччя та на благополуччя інших людей. Поруч із ментальністю в ролі системоутворювальних компонентів ментального здоров'я як інтегрованої характеристики особистості виступають: баланс між емоційним, психологічним, соціальним і духовним благополуччям особистості та стан гармонії людини з навколишнім світом і із собою.

Таким чином, застосування концепції “Digital Detox” у моделюванні готелю є перспективним напрямом розвитку сучасної готельної індустрії. Формування простору ментального відновлення дозволяє створити новий тип готельного середовища, орієнтованого на психологічний комфорт, емоційний баланс та підвищення якості життя людини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бойко М. Г., Лук'янець А. В. Інноваційні концепції розвитку готельного бізнесу в умовах цифровізації // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні. – 2023. – №2. – С. 45–51.
2. Герасимчук З. В., Ніколаєва О. І. Інноваційні підходи до проектування готельних просторів Сучасні проблеми архітектури та містобудування. — 2022. — № 63. — С. 145–152.
3. Кравченко О.О. Соціально-психологічна підтримка ментального здоров'я учасників освітнього процесу у кризових ситуаціях (практичний досвід). Social Work and Education. 2023. Vol. 10. No 1. P. 35–47.
4. Павлик Н.В. Структура і критерії психологічного здоров'я особистості. Психологія і особистість :науковий журнал / Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України ; Полтав. нац. пед. ун-т ім. В.Г. Короленка. Київ ; Полтава : ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2022. Вип. 1 (21). С. 34–59.

**Красилюк Д.Ю.**, здобувачка вищої освіти  
**Науковий керівник: Постова В.В.**, к.е.н, доцент  
*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету*

### **Інтерактивні меню з технологією доповненої реальності (ar) як спосіб візуалізації готової продукції**

Сучасний етап розвитку ресторанного господарства характеризується глибокими та динамічними трансформаціями, що нерозривно пов'язані з тотальною цифровізацією економіки та активним впровадженням інноваційних технологій у сферу гостинності. Зміна споживчих патернів свідчить про те, що сучасний гість шукає не просто задоволення базової потреби у харчуванні, а прагне отримати комплексний, унікальний емоційний та гастрономічний досвід. Відповідно, традиційні методи залучення та утримання цільової аудиторії поступово втрачають свою ефективність.

Умови жорсткої конкуренції на перенасиченому ринку ресторанних послуг вимагають від закладів постійного вдосконалення сервісу, максимальної персоналізації, підвищення рівня клієнтоорієнтованості та використання новітніх інструментів взаємодії зі споживачами. Звичні друковані меню часто статичні й не здатні повною мірою передати естетику, реальні обсяги порцій чи особливості складної подачі авторських страв, що іноді створює розбіжності між очікуваннями клієнта та реальністю.

Одним із найперспективніших інструментів подолання цього бар'єру є технологія доповненої реальності (Augmented Reality, AR). Вона забезпечує безшовну інтеграцію віртуального контенту у фізичне середовище закладу, дозволяючи поєднувати реальний світ із високодеталізованими цифровими елементами – об'ємними 3D-моделями страв, інтерактивними описами інгредієнтів чи анімацією. Такий підхід створює принципово нові формати сприйняття інформації, перетворюючи рутинний процес вибору страви на захопливу взаємодію, що підвищує довіру гостя до закладу [1, с. 18].

Доповнена реальність відкриває широкі можливості для ресторанного бізнесу, зокрема у сфері презентації продукції. Традиційні паперові або навіть електронні меню не завжди здатні повною мірою передати зовнішній вигляд страви, її об'єм, текстуру та особливості подачі. У цьому контексті інтерактивні меню з використанням AR-технологій стають ефективним засобом візуалізації, який дозволяє клієнту отримати максимально реалістичне уявлення про продукт ще до моменту його замовлення [2, с. 45].

Інтерактивні AR-меню функціонують за допомогою мобільних пристроїв або планшетів, що дозволяє накладати тривимірні зображення страв на реальну поверхню столу. Це створює ефект присутності та дозволяє оцінити розмір порції, оформлення страви та її складові елементи. Такий підхід значно зменшує рівень невизначеності для споживача та підвищує його впевненість у виборі, що позитивно впливає на загальний рівень задоволеності обслуговуванням [3, с. 62].

Важливим аспектом використання інтерактивних меню є їх інформаційна насиченість. Окрім візуалізації, вони можуть містити детальну інформацію про інгредієнти, харчову цінність, наявність алергенів, спосіб приготування та рекомендації щодо поєднання страв. Це відповідає сучасним вимогам до прозорості та відкритості інформації у сфері ресторанного господарства, а також сприяє формуванню довіри між закладом і клієнтом [3, с. 65].

Застосування AR-технологій має значний вплив на маркетингову діяльність закладів ресторанного господарства. Інтерактивні меню виступають інноваційним інструментом просування, який привертає увагу споживачів та створює ефект новизни. Візуально привабливі 3D-моделі страв стимулюють імпульсивні покупки та сприяють збільшенню середнього чека. Крім того, AR-рішення можуть використовуватися для демонстрації акційних пропозицій, новинок меню та спеціальних сетів [4, с. 27].

Не менш важливим є вплив інтерактивних меню на організацію внутрішніх процесів закладу. Вони можуть бути інтегровані з автоматизованими системами управління, що дозволяє оперативніше оновлювати інформацію про меню, контролювати залишки продуктів та оптимізувати роботу кухні. Це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства та зменшенню витрат [3, с. 70].

Інтерактивні меню також відіграють важливу роль у формуванні сучасного споживчого досвіду. В умовах зростання вимог до якості обслуговування клієнти очікують не лише смачної їжі, але й унікальних вражень. Використання AR-технологій дозволяє створити інтерактивне середовище, яке поєднує елементи розваги та інформування. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та формуванню позитивного іміджу закладу [4, с. 30].

В умовах інформаційного перенасичення та зростаючої вимогливості споживачів особливого значення набуває можливість глибокої персоналізації обслуговування за допомогою інтерактивних меню. Сучасні цифрові рішення дозволяють трансформувати стандартну процедуру ознайомлення з асортиментом у високоіндивідуалізований процес комунікації між закладом та гостем. Завдяки інтеграції AR-меню з CRM-системами ресторану та алгоритмами предиктивної аналітики, система здатна акумулювати й аналізувати комплексні дані про кожного відвідувача.

Використовуючи інформацію про попередні замовлення, улюблені смакові поєднання, історію бронювань та специфічні дієтичні обмеження (наприклад, алергії, вегетаріанський тип харчування чи непереносимість глютену), система може в режимі реального часу генерувати та пропонувати індивідуальні рекомендації щодо вибору страв. Більше того, розумний алгоритм здатен здійснювати контекстні допродажі (крос-селінг), пропонуючи, наприклад, ідеальний напій до обраної основної страви.

Такий проактивний підхід не лише суттєво підвищує загальний рівень задоволеності споживачів, демонструючи щире увагу до їхніх унікальних потреб та економлячи час на вибір, але й безпосередньо впливає на зростання середнього чека. У стратегічному вимірі високий ступінь персоналізації сприяє формуванню емоційної прив'язаності до бренду та побудові стійких, довгострокових відносин із клієнтами, перетворюючи їх на лояльних амбасадорів ресторанного закладу [3, с. 75].

У контексті сталого розвитку інтерактивні меню також мають екологічні переваги. Відмова від паперових носіїв дозволяє зменшити використання природних ресурсів та скоротити кількість відходів. Крім того, цифрові рішення дозволяють більш ефективно управляти ресурсами та мінімізувати втрати продукції, що є важливим аспектом сучасного ресторанного бізнесу [1, с. 22].

Разом з тим, впровадження AR-технологій потребує врахування ряду викликів. До них належать необхідність значних фінансових інвестицій, технічне забезпечення, а також підготовка персоналу до роботи з новими системами. Важливим є також забезпечення доступності та зручності використання технології для різних категорій клієнтів, включаючи осіб похилого віку або тих, хто не має достатнього досвіду користування цифровими пристроями [5, с. 51].

Крім того, ефективність використання інтерактивних меню залежить від якості цифрового контенту. Тривимірні моделі страв повинні бути максимально реалістичними та відповідати фактичному вигляду продукції, що вимагає використання сучасних технологій моделювання та дизайну. Невідповідність між віртуальним зображенням і реальною стравою може негативно вплинути на довіру клієнтів [2, с. 50].

Перспективи розвитку AR-технологій у ресторанному бізнесі пов'язані з подальшим удосконаленням програмного забезпечення, розширенням функціональних можливостей та інтеграцією з іншими цифровими рішеннями. Зокрема, можливе поєднання AR із технологіями штучного інтелекту, що дозволить створювати ще більш персоналізовані та адаптивні сервіси. Це відкриває нові горизонти для розвитку індустрії гостинності в умовах цифрової економіки [5, с. 60].

Отже, інтерактивні меню з використанням технології доповненої реальності (AR) виступають не просто інноваційним інструментом візуалізації готової продукції, а потужним комунікаційним каналом між закладом та гостем. Завдяки можливості проектувати високо деталізовані 3D-моделі страв безпосередньо на стіл, AR-меню повністю усувають проблему невідповідності очікувань клієнта щодо реального вигляду, складу чи об'єму порції. Це забезпечує суттєве підвищення якості обслуговування, нівелює мовні чи термінологічні бар'єри під час вибору, а також формує високий рівень емоційної залученості, створюючи унікальний споживчий досвід.

З точки зору операційної діяльності, впровадження таких цифрових рішень гарантує дієву оптимізацію бізнес-процесів. Візуалізація зменшує операційне навантаження на лінійний персонал (офіціантів), мінімізує кількість скарг та повернень страв на кухню, а також слугує ефективним інструментом прихованого крос-селінгу (допродажу) завдяки апетитній та реалістичній презентації додаткових позицій. Усе це комплексно сприяє розвитку ресторанного господарства, підвищенню економічної стійкості та конкурентоспроможності закладів в умовах жорсткої ринкової боротьби.

У стратегічній перспективі успішна адаптація до сучасних вимог цифрового суспільства вимагатиме від рестораторів ще глибшої інтеграції віртуальних середовищ у реальні процеси. З розвитком апаратного забезпечення та штучного інтелекту AR-технології вийдуть за межі маркетингового «вау-ефекту» і стануть базовим стандартом сервісу. Таким чином, інструменти доповненої реальності неминуче стануть невід'ємною складовою сталого інноваційного розвитку індустрії гостинності [1, с. 30].

### Список використаних джерел:

1. Міністерство охорони здоров'я України. Здорове харчування: основні рекомендації. URL: <https://moz.gov.ua/article/health/osnovi-zdorovogo-harchuvannja> (дата звернення: 30.03.2026).
2. Центр громадського здоров'я МОЗ України. Раціональне харчування. URL: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/kharchuvannya> (дата звернення: 30.03.2026).
3. Кабінет Міністрів України. Про затвердження норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1073-2017-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30.03.2026).
4. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Безпечність харчових продуктів. URL: <https://dpss.gov.ua> (дата звернення: 30.03.2026).
5. Міністерство освіти і науки України. Інноваційні технології у сфері харчування та ресторанного господарства. URL: <https://mon.gov.ua> (дата звернення: 30.03.2026).

УДК 338.48-6:613.2

**Омельчук Т.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Горшкова Л.О., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Організація концептуального харчування як чинник підвищення конкурентоспроможності туристичного комплексу «Green Route»**

Для вітчизняних споживачів ресторан є свого роду театром, видовищем, в якому відвідувач, по суті, платить не тільки за харчування, а й за атмосферу, ідею. Ресторани можна класифікувати за різними ознаками. Проте найбільш суттєвим є розподіл їх на дві основні групи: концептуальні та ті, що не дотримуються чіткої концепції. Концепція ресторану може бути продиктована специфікою його кухні (український, японський, китайський, італійський тощо), загальною атмосферою (джазовий, елітний, молодіжний тощо) або стилізованою ідеєю художнього твору ("Міміно", "За двома зайцями", "Війна і мир" тощо). Концепції повинні відповідати дизайн інтер'єру, посуд, меню, розважальна програма, організація обслуговування, асортимент страв та напоїв.

При розробці концепції ресторану важливо виявити, для якого контингенту споживачів він створюється: елітний ресторан для споживачів з високим рівнем доходів, ресторан, доступний для споживачів з середнім рівнем доходів, для людей різного віку, для сімейного відпочинку тощо.

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії важливим чинником успішної діяльності туристичних комплексів є створення унікальної концепції обслуговування, яка здатна задовольнити потреби споживачів та забезпечити конкурентні переваги на ринку. Одним із ключових елементів формування позитивного іміджу туристичного комплексу є організація концептуального харчування, що поєднує якість продукції, оригінальність подачі, екологічність та відповідність загальній тематиці закладу. Саме тому дослідження організації концептуального харчування у туристичному комплексі «Green Route» є актуальним та важливим напрямом розвитку сфери гостинності.

Концептуальне харчування передбачає створення особливої атмосфери та унікальної системи обслуговування, яка базується на певній ідеї або стилі. Для туристичного комплексу «Green Route» доцільним є впровадження екологічної концепції харчування, орієнтованої на використання натуральних та локальних продуктів, здорове меню, сезонні страви та принципи сталого розвитку. Такий підхід дозволяє не лише задовольнити сучасні запити споживачів, але й формує позитивний екологічний імідж підприємства.

Майбутнє ресторанного бізнесу тісно пов'язане з технологічними інноваціями в сфері здорового харчування. Очікується розвиток персоналізованого харчування, впровадження смарт-меню та подальша автоматизація процесів приготування здорових страв. Соціальні тренди вказують на подальше зростання попиту на здорове харчування та розвиток нових дієтичних напрямків. Посилення екологічної свідомості споживачів також впливатиме на розвиток галузі, спонукаючи ресторани до впровадження більш стійких практик.

Організація концептуального харчування сприяє підвищенню рівня сервісу та створює додаткову цінність для гостей туристичного комплексу. Важливу роль відіграє оформлення інтер'єру закладу, стиль подачі страв, професійність персоналу та використання сучасних технологій обслуговування. Завдяки цьому формується унікальний досвід перебування гостей, що підвищує їхню лояльність та стимулює повторні візити.

Крім того, концептуальне харчування є ефективним маркетинговим інструментом, який дозволяє туристичному комплексу виділятися серед конкурентів. Популяризація здорового способу життя, екологічної відповідальності та локальної гастрономії позитивно впливає на репутацію підприємства та приваблює нових клієнтів. У сучасних умовах споживачі все більше звертають увагу не лише на якість послуг, але й на цінності, які підтримує заклад.

Отже, організація концептуального харчування є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності туристичного комплексу «Green Route». Впровадження сучасної екологічної концепції харчування сприятиме покращенню якості обслуговування, формуванню позитивного іміджу та забезпеченню стабільного розвитку підприємства в умовах високої конкуренції на ринку туристичних послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Anderson K.M., Smith P.R. Global Wellness Economy Monitor: Focus on Healthy Eating Trends. Global Wellness Institute Report. 2023. № 4. С. 12–28.
2. Brown J.K., Miller R.D. Global Health and Wellness Report: Consumer Attitudes Towards Healthy Dining. Nielsen Analytics Review. 2023. № 2. С. 34–49.

УДК 640.4:338.48-6:615.8

**Осьманович Ю.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Концепція «city wellness» у сучасних готелях**

Сучасна індустрія гостинності активно трансформується під впливом змін у стилі життя споживачів, розвитку wellness-культури та зростання потреби у фізичному й психологічному відновленні. Умови високого рівня урбанізації, швидкого темпу життя, постійного інформаційного навантаження та стресових факторів формують нові вимоги до готельного сервісу. У зв'язку з цим особливою актуальності набуває концепція «City Wellness», яка поєднує комфорт міського готелю з елементами оздоровлення, релаксації та турботи про здоров'я гостей.

Концепція «City Wellness» передбачає створення у міському готелі середовища, орієнтованого на підтримку фізичного, емоційного та психологічного комфорту споживачів. Основна ідея концепції полягає в інтеграції wellness-послуг у повсякденний готельний сервіс, що дозволяє гостям поєднувати роботу, подорожі та відпочинок із можливістю відновлення організму та збереження балансу між активністю і релаксацією.

Особливого значення концепція набуває для міських готелів, орієнтованих на бізнес-туристів, учасників ділових заходів, цифрових кочівників та мешканців великих міст, які потребують короткострокового відпочинку та психологічного перезавантаження. У сучасних умовах споживачі дедалі більше звертають увагу не лише на рівень комфорту проживання, а й на можливість підтримки здорового способу життя під час перебування в готелі.

Важливою складовою концепції «City Wellness» є організація багатофункціонального wellness-простору, орієнтованого на фізичне, психологічне та емоційне відновлення гостей у межах міського середовища. У сучасних умовах готелі дедалі частіше інтегрують wellness-інфраструктуру в загальну концепцію сервісу, перетворюючи заклад розміщення не лише на місце проживання, а й на простір для відпочинку, релаксації та підтримки здорового способу життя.

Сучасні готелі активно впроваджують SPA-зони, фітнес-центри, кімнати для йоги та медитації, басейни, сауни, хамами, масажні кабінети, соляні кімнати та спеціальні зони релаксації. Популярності набувають wellness-простори відкритого типу: тераси для занять йогою, лаунж-зони із зеленими насадженнями, rooftop SPA та відкриті басейни з панорамним видом на місто. Такі рішення дозволяють поєднати переваги урбаністичного середовища з елементами природного відновлення та психологічного комфорту.

Значна увага приділяється дизайну інтер'єру wellness-просторів. Готелі використовують природні матеріали — дерево, камінь, натуральний текстиль, живі рослини та екологічні елементи декору. Важливу роль відіграють природне освітлення, панорамні вікна, нейтральна кольорова гама, ароматерапія та акустичний комфорт. Усе це сприяє створенню спокійної атмосфери, яка позитивно впливає на емоційний стан гостей, допомагає знизити рівень стресу та забезпечує ефективне відновлення після напруженого дня.

Наприклад, багато сучасних міських готелів у великих туристичних центрах Європи впроваджують концепцію «urban retreat», створюючи у межах мегаполісу своєрідний простір усамітнення та релаксації. У готелях бізнес-сегмента все більшого поширення набувають експрес-SPA-послуги, короткі wellness-програми та «sleep-зони» для швидкого відновлення гостей між діловими зустрічами або подорожами.

Суттєву роль у реалізації концепції «City Wellness» відіграє також організація здорового харчування. Сучасні споживачі дедалі більше звертають увагу на якість продуктів, збалансованість раціону та користь харчування для здоров'я. У зв'язку з цим готелі пропонують wellness-меню, органічні продукти, дієтичні страви, детокс-програми, свіжі соки, смузі, функціональне харчування та меню для різних типів харчових потреб. Особливо популярними стають безглютенові, вегетаріанські, веганські та low-calorie страви, а також використання суперфудів, локальних фермерських продуктів і натуральних інгредієнтів. У багатьох wellness-готелях впроваджуються спеціальні програми healthy breakfast, detox-day та anti-stress nutrition, які орієнтовані на підтримку енергії та покращення самопочуття гостей.

Наприклад, сучасні міські wellness-готелі можуть пропонувати сніданки з органічних продуктів місцевих фермерів, фреш-бари, фітнес-меню для спортсменів або спеціальні програми харчування для гостей, які дотримуються принципів здорового способу життя. Популярності набуває також концепція farm-to-table, що передбачає використання локальних екологічно чистих продуктів із мінімальним рівнем обробки.

Співпраця з місцевими виробниками та використання екологічно чистих продуктів відповідає сучасним тенденціям сталого розвитку, відповідального споживання та екологізації сфери гостинності. Це

не лише підвищує якість послуг, а й формує позитивний імідж готелю, сприяє розвитку локальної економіки та підвищує лояльність гостей, які дедалі більше цінують екологічність та соціальну відповідальність бізнесу.

У сучасних умовах важливим напрямом розвитку концепції є цифровізація wellness-сервісу. Готелі впроваджують мобільні додатки для бронювання SPA-послуг, smart-room технології, системи контролю мікроклімату, персоналізовані wellness-програми та цифрові сервіси комунікації з гостями. Це дозволяє забезпечити індивідуалізований підхід та підвищити рівень комфорту споживачів.

Особливого значення концепція «City Wellness» набула після пандемічних та сучасних кризових викликів, коли поведінка споживачів у сфері гостинності суттєво змінилася. Гості почали значно більше уваги приділяти не лише комфорту проживання, а й фізичному здоров'ю, емоційному балансу, гігієнічній безпеці та якості повітря в приміщеннях. У результаті готелі змушені були переосмислити підходи до організації сервісу та інтегрувати wellness-підхід як базовий елемент своєї діяльності.

У межах концепції «City Wellness» особливий акцент робиться на впровадженні підвищених стандартів гігієни. Це включає багатоетапне прибирання номерів із використанням професійних дезінфекційних засобів, регулярну санітарну обробку контактних поверхонь, контроль якості постільної білизни та використання гіпоалергенних матеріалів. Наприклад, у сучасних міських готелях практикується «антибактеріальний стандарт номера», який передбачає додаткову дезінфекцію перед кожним заселенням гостя.

Важливою складовою є також системи очищення повітря. У багатьох готелях встановлюються НЕРА-фільтри, іонізатори, системи ультрафіолетової обробки повітря та централізовані вентиляційні системи з контролем якості мікроклімату. У wellness-готелях високого рівня можуть застосовуватися «розумні» системи клімат-контролю, які автоматично регулюють вологість, температуру та рівень CO<sub>2</sub> у номері. Наприклад, у бізнес-готелях міжнародних мереж такі системи інтегровані у smart-room технології, що дозволяє підтримувати оптимальні умови для сну та відпочинку.

Суттєвого поширення набули безконтактні технології обслуговування. До них належать мобільний check-in та check-out, електронні ключі у смартфоні, QR-меню в ресторанах, безконтактна оплата та онлайн-комунікація з персоналом через чат-боти або мобільні додатки. Це дозволяє мінімізувати фізичні контакти, підвищити рівень безпеки та одночасно пришвидшити процес обслуговування. Наприклад, у багатьох міських готелях Європи гість може пройти весь шлях — від бронювання до виїзду — без безпосереднього контакту з рецепцією.

Окремим напрямом розвитку концепції є програми психологічного відновлення. Сучасні готелі впроваджують медитативні практики, mindfulness-програми, йога-сесії, ароматерапію, звукову терапію (sound healing) та спеціальні зони «тиші». У деяких готелях створюються wellness-консьерж-сервіси, які допомагають гостям підібрати індивідуальні програми відновлення залежно від рівня стресу, мети подорожі чи тривалості перебування.

Наприклад, міські wellness-готелі можуть пропонувати короткі «anti-stress пакети» для бізнес-мандрівників, що включають масаж, сеанси релаксації, доступ до SPA-зони та спеціальні програми покращення сну. Такі рішення особливо затребувані в умовах високого темпу міського життя та постійного інформаційного навантаження.

Крім того, концепція «City Wellness» сприяє формуванню конкурентних переваг готельних підприємств. Наявність wellness-послуг підвищує привабливість закладу, сприяє збільшенню тривалості перебування гостей, формує позитивний імідж та забезпечує додаткові джерела доходу. Особливо актуальним це є в умовах високої конкуренції на ринку міських готелів.

Таким чином, концепція «City Wellness» є сучасним напрямом розвитку готельного бізнесу, що поєднує комфорт міського середовища, wellness-технології та клієнтоорієнтований сервіс. Її впровадження сприяє підвищенню конкурентоспроможності готелів, формуванню позитивного клієнтського досвіду та адаптації сфери гостинності до сучасних потреб споживачів.

### Список використаних джерел:

1. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2019.
2. Архіпов В. В. Організація готельного господарства : навчальний посібник. – Київ : Кондор, 2020.
3. ISO 22483:2020 Tourism and related services — Hotels — Service requirements.

УДК 640.4:338.48-6:615.8

**Осьманович Ю.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Управління персоналом готелю: особливості та підходи**

У сучасній індустрії гостинності персонал є одним із ключових стратегічних ресурсів готельного підприємства, оскільки саме людський фактор безпосередньо визначає якість сервісу та рівень задоволеності гостей. На відміну від матеріальних ресурсів, готельний продукт формується у процесі взаємодії персоналу з клієнтом, тому ефективне управління персоналом є критично важливим елементом конкурентоспроможності готелю.

Управління персоналом у готелі включає комплекс заходів, спрямованих на підбір, навчання, мотивацію, розвиток і контроль діяльності працівників. До основних функцій HR-менеджменту належать планування потреб у персоналі, рекрутинг, адаптація нових працівників, організація навчання, оцінювання ефективності роботи та формування корпоративної культури.

Особливістю готельної сфери є високий рівень контактності персоналу з гостями. Працівники рецепції, служби прийому та розміщення, ресторанного обслуговування, хаускіпінгу та сервісних підрозділів повинні не лише виконувати професійні обов'язки, але й забезпечувати високий рівень комунікації, емоційного сервісу та клієнтоорієнтованості. Саме тому значна увага приділяється soft skills персоналу — комунікабельності, стресостійкості, емпатії та вмінню працювати в команді.

Важливим елементом управління персоналом є система мотивації. У сучасних готелях використовуються як матеріальні, так і нематеріальні стимули. До матеріальних належать заробітна плата, бонуси, премії за якість обслуговування та виконання KPI. Нематеріальна мотивація включає можливості професійного розвитку, тренінги, кар'єрне зростання, визнання досягнень, гнучкий графік роботи та корпоративну культуру.

У системі управління персоналом готелю ключову роль відіграє оцінювання ефективності роботи працівників через систему KPI (Key Performance Indicators) — ключових показників ефективності. Це кількісні та якісні індикатори, які дозволяють об'єктивно вимірювати результативність діяльності працівників і підрозділів, а також пов'язувати її з цілями готельного підприємства.

У готельній сфері KPI використовуються як для окремих працівників (адміністратор, покоївка, офіціант), так і для підрозділів (служба прийому та розміщення, ресторан, хаускіпінг, відділ продажів).

Сутність KPI полягає у використанні чітко визначених кількісних та якісних показників, які відображають ефективність роботи персоналу. На відміну від суб'єктивних оцінок, система KPI базується на конкретних даних, що робить процес управління більш прозорим і зрозумілим для всіх працівників. У готельному бізнесі KPI застосовуються як на рівні окремих співробітників (адміністратор рецепції, покоївка, офіціант), так і на рівні підрозділів (служба прийому та розміщення, ресторанна служба, служба хаускіпінгу, відділ продажів).

Однією з основних груп KPI є показники якості сервісу. Вони відображають рівень задоволеності гостей і включають оцінки клієнтів на онлайн-платформах бронювання та відгуків, результати анкетування, індекс лояльності NPS (готовність рекомендувати готель), а також кількість скарг і позитивних відгуків. Наприклад, високий рейтинг на платформах бронювання свідчить про якісну роботу персоналу, тоді як зниження оцінок сигналізує про необхідність удосконалення сервісу.

Другою важливою групою є KPI продуктивності персоналу. Вони характеризують швидкість та ефективність виконання службових обов'язків. До них належать час заселення та виселення гостей, кількість оброблених звернень, кількість прибраних номерів за зміну, а також швидкість реагування на запити клієнтів. Наприклад, стандартом для адміністратора може бути оформлення гостя протягом кількох хвилин, що забезпечує оперативність сервісу.

Фінансові KPI відображають вплив персоналу на економічні результати готелю. До них належать середній чек, дохід на один номер (RevPAR), рівень заповнюваності номерного фонду, а також обсяг додаткових продажів послуг, таких як ресторан, SPA або трансфер. Наприклад, адміністратор може отримувати додаткову мотивацію за успішний продаж номерів вищої категорії або додаткових послуг.

Окрему групу становлять KPI дисципліни та якості виконання стандартів. Вони включають дотримання внутрішніх регламентів, пунктуальність, кількість помилок у роботі та рівень відповідності корпоративним стандартам обслуговування. Ці показники особливо важливі для підтримання стабільного рівня сервісу в готелі.

Також використовуються KPI розвитку персоналу, які враховують проходження навчання, підвищення кваліфікації, участь у тренінгах та здатність працівника до професійного зростання. Це сприяє формуванню мотивованого та компетентного персоналу.

Особливістю застосування КРІ у готельному бізнесі є їх тісний зв'язок із емоційною складовою сервісу, адже якість обслуговування значною мірою залежить від вражень гостей. Крім того, результати діяльності часто мають командний характер, оскільки кінцевий сервіс формується роботою всього колективу.

Окрему роль відіграє навчання та підвищення кваліфікації персоналу. Готелі впроваджують внутрішні тренінгові програми, стандарти сервісу, симуляційне навчання та адаптаційні курси для нових працівників. Наприклад, міжнародні готельні мережі застосовують стандартизовані програми навчання, які дозволяють забезпечити однаковий рівень сервісу у різних країнах та закладах.

Сучасні підходи до управління персоналом також включають цифровізацію HR-процесів. Використання HRM-систем, електронного обліку робочого часу, автоматизованих систем оцінювання ефективності та внутрішніх комунікаційних платформ дозволяє підвищити прозорість управління та оптимізувати витрати часу на адміністративні процеси.

В умовах сучасних викликів, зокрема кадрового дефіциту та високої плинності персоналу в готельній сфері, особливої актуальності набуває формування стабільної корпоративної культури. Вона передбачає спільні цінності, стандарти поведінки, орієнтацію на гостя та командну взаємодію. Сильна корпоративна культура сприяє підвищенню лояльності працівників і зниженню рівня звільнень.

Крім того, важливим напрямом управління персоналом у готелі є системне оцінювання якості роботи працівників, яке безпосередньо впливає на рівень сервісу та конкурентоспроможність підприємства. У сучасній практиці готельного бізнесу застосовується комплекс інструментів контролю та аналізу ефективності персоналу, що дозволяє отримувати об'єктивну інформацію про якість обслуговування та оперативно реагувати на виявлені недоліки.

Одним із найбільш поширених методів є система «таємного гостя» (mystery guest), яка передбачає оцінювання роботи персоналу спеціально підготовленим відвідувачем, що діє як звичайний клієнт. Такий підхід дозволяє перевірити реальний рівень сервісу без попередження працівників, оцінити дотримання стандартів обслуговування, швидкість реагування, якість комунікації та загальне враження від перебування в готелі.

Важливим інструментом також є опитування клієнтів, яке проводиться як під час перебування гостей у готелі, так і після їх виїзду. Зворотний зв'язок дозволяє оцінити рівень задоволеності сервісом, виявити сильні та слабкі сторони роботи персоналу, а також визначити напрями для подальшого вдосконалення послуг. Особливого значення набувають онлайн-відгуки на платформах бронювання, які формують репутацію готелю.

Не менш важливою є система КРІ-оцінювання, яка дозволяє вимірювати ефективність роботи персоналу за допомогою конкретних показників, таких як швидкість обслуговування, кількість скарг, рівень продажів додаткових послуг та оцінки гостей. КРІ забезпечують об'єктивність оцінювання та сприяють формуванню прозорої системи мотивації працівників.

Окремим елементом є регулярна атестація персоналу, яка передбачає періодичну перевірку професійних знань, навичок та відповідності працівників стандартам готелю. Атестація може включати тестування, практичні завдання, оцінювання керівниками підрозділів та аналіз результатів роботи за визначений період.

Застосування комплексного підходу до оцінювання якості роботи персоналу дозволяє готелям забезпечувати стабільно високий рівень сервісу, своєчасно виявляти проблемні аспекти в організації роботи та впроваджувати коригувальні заходи. У результаті формується більш ефективна система управління персоналом, підвищується якість обслуговування гостей та зміцнюється конкурентна позиція готельного підприємства на ринку.

Таким чином, управління персоналом у готелі є комплексним процесом, який поєднує організаційні, мотиваційні, навчальні та контрольні функції. Ефективна HR-система забезпечує високий рівень сервісу, підвищує конкурентоспроможність готелю та сприяє формуванню позитивного досвіду гостей у сучасній індустрії гостинності.

### Список використаних джерел

1. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. – Київ: Держспоживстандарт України.
2. Охріменко А. Г. Сервісологія та організація обслуговування в готелях і ресторанах. – Київ: Кондор, 2018.

УДК 640.41:338.46

**Пашинський С.Р., здобувач вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Ярмолюк Д.І., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Професійна етика в сфері гостинності**

У сучасній сфері гостинності вже недостатньо просто надати гостю номер, страву чи базову послугу. Люди очікують не лише комфорт, а й повагу, чесність, уважність та справжнє людське ставлення. Саме тому професійна етика сьогодні стає однією з ключових основ успішної роботи готелів, ресторанів та інших закладів гостинності. В умовах високої конкуренції клієнт обирає не лише якість сервісу, а й атмосферу, культуру спілкування та репутацію закладу. У сфері, де головним ресурсом є людина і взаємодія з нею, моральні принципи персоналу напряму впливають на успіх бізнесу. Професійна етика охоплює цілий комплекс норм поведінки: ввічливість, відповідальність, чесність, дотримання конфіденційності, повагу до гостей незалежно від їхнього статусу, національності чи особистих особливостей. У готельно-ресторанному бізнесі працівники постійно працюють із людьми, а отже саме їхня поведінка формує перше і часто найважливіше враження про заклад.

Дослідники зазначають, що етична культура персоналу безпосередньо підвищує рівень довіри клієнтів та їхню лояльність до бренду. Якщо працівник поводиться професійно, коректно вирішує проблеми та демонструє повагу, гість значно частіше повертається знову. Особливо важливою етика є в міжнародному середовищі, адже сфера гостинності часто працює з людьми різних культур, традицій і цінностей. Успішний працівник повинен бути не лише кваліфікованим, а й толерантним, дипломатичним та психологічно гнучким. У сучасних дослідженнях підкреслюється, що саме етичне ставлення персоналу до культурного різноманіття є важливою частиною високоякісного сервісу. Іншими словами, професійна етика стає не просто внутрішнім правилом, а конкурентною перевагою.

Важливим аспектом є також внутрішня етика управління. Якщо керівництво закладу не дотримується чесності щодо персоналу, допускає несправедливість або ігнорує права працівників, це негативно впливає на всю систему обслуговування. Працівники, які не відчують поваги до себе, рідше демонструють високий рівень сервісу гостям. Саме тому професійна етика має бути присутньою не лише у відносинах «персонал–клієнт», а й усередині колективу.

Окремої уваги заслуговує чесність перед споживачем. У ресторанному бізнесі це стосується якості продуктів, правдивості меню, дотримання санітарних норм, а в готельному відповідності заявлених послуг реальному рівню обслуговування. Сучасні гості легко поширюють інформацію через соціальні мережі, тому будь-які прояви неетичної поведінки швидко стають публічними та можуть суттєво зашкодити репутації підприємства.

У підсумку варто сказати, що професійна етика в сфері гостинності сьогодні має надзвичайно велике значення, адже саме вона багато в чому визначає рівень сервісу та загальне враження гостей від закладу. Відповідальне ставлення до роботи, чесність, культура спілкування та повага до клієнта допомагають не лише підтримувати високі стандарти обслуговування, а й формують хорошу репутацію підприємства. У сучасних умовах гості дедалі більше цінують не просто комфорт, а якісний сервіс із людським підходом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Teng, C. C., & Cheng, S. S. (2021). Hospitality Ethics: Perspectives from Hotel Practitioners and Intern Students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 33(2), 99–110. <https://doi.org/10.1080/10963758.2020.1791135>
2. Благополучна А., Кирилюк І., Поворознюк І., Ляховська Н., & Литвин О. (2022). Культура професійного спілкування в індустрії гостинності: її значення та вплив. *Економічні горизонти*, (2(20), 4–11. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(20\).2022.261844](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(20).2022.261844)
3. Upchurch RS (1998), "Ethics in the hospitality industry: an applied model". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10 No. 6 pp. 227–233, doi: <https://doi.org/10.1108/09596119810232266>
4. Li, L. (2023). An interdisciplinary realist take on moral agency. *Journal of Critical Realism*, 22(2), 195–221. <https://doi.org/10.1080/14767430.2023.2182488>
5. Simone Cheng, Alan Wong (2015) Professionalism: A contemporary interpretation in hospitality industry context 122-133. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.002>

**Пашинський С.Р.**, здобувач вищої освіти, ГРС-7, ФБСО  
**Науковий керівник: Климчук А.О.**, д.е.н., професор  
**кафедри туризму та готельно-ресторанної справи**  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Вплив онлайн-відгуків на репутацію та успішність готелю**

Сучасні мандрівники планують поїздки переважно у цифровому середовищі, де відгуки попередніх гостей перетворилися на основне джерело інформації про заклади розміщення. Платформи Booking.com, TripAdvisor, Google Reviews, Airbnb та Strip формують публічний рейтинг готелів, а кожен опублікований коментар працює як безкоштовний елемент маркетингу – або проти готелю, або на його користь. Дослідження TripAdvisor у партнерстві з Ipsos MORI продемонструвало, що 81% мандрівників завжди або часто читають відгуки перед бронюванням житла, 79% переглядають від шести до дванадцяти коментарів, перш ніж обрати готель, а понад половина опитаних узагалі відмовляється від закладу без публічних відгуків [1]. Кількість і частота відгуків зростають з року в рік – щохвилини на TripAdvisor публікується близько 7 000 нових записів, а загальна кількість оцінок на платформі вже перевищила мільярд [5].

У сучасних умовах цифровізації туристичного ринку онлайн-відгуки стали важливим фактором прийняття рішення про бронювання. Потенційні гості аналізують оцінки, коментарі, фотографії та відповіді адміністрації, формуючи власне уявлення про рівень сервісу, комфорт, безпеку та якість обслуговування. Кількість онлайн-відгуків постійно зростає. За статистикою TripAdvisor, щохвилини на платформі публікуються тисячі нових коментарів, а загальна кількість оцінок вже перевищує один мільярд. Така динаміка свідчить про активне формування глобального цифрового інформаційного середовища, у якому репутація готелю стає відкритою та доступною для широкої аудиторії.

Економічний ефект відгуків добре задокументовано академічними дослідженнями. Науковці Корнельського університету встановили, що зростання репутації лише на один пункт за п'ятибальною шкалою дозволяє готелю підвищити ціну номера на 11,2% без помітної втрати завантаженості [4]. Спільне дослідження TrustYou і мережі AccorHotels демонструє: за рівних цін мандрівники в 3,9 раза частіше обирають готель із вищою оцінкою, а 76% опитаних готові заплатити більше за заклад із кращими відгуками [4]. Регіональні особливості ринку також відчутні – збільшення частки п'ятизіркових відгуків на 10% піднімає кількість бронювань у Європі на 10,2%, а в Азійсько-Тихоокеанському регіоні – на 7,8% [4]. Оксфордська економічна група оцінила сукупний вплив відгуків TripAdvisor на світові туристичні витрати у 546 мільярдів доларів на рік [3]. Зворотний бік медалі помітний так само сильно. Один негативний відгук, за оцінками галузевих експертів, здатен коштувати готелю до тридцяти втрачених бронювань, причому користувачі схильні довіряти поганим оцінкам стійкіше, ніж позитивним [3]. Готелі, які відповідають на 40–65% коментарів, утримують середній рейтинг на рівні 4,05, а 62% потенційних клієнтів частіше бронюють заклад, менеджмент якого публічно реагує на гостьові відгуки [5]. Окремо помітний вплив справляють фотографії, завантажені самими гостями, – 76% користувачів TripAdvisor визнають їх ключовим чинником під час вибору готелю [5]. Робота зі зворотним зв'язком перетворилася на окремий напрям готельного маркетингу.

Отже, онлайн-відгуки виконують функцію публічного аудиту готельних послуг – формують довіру, впливають на цінову політику та прямо корелюють із завантаженістю номерного фонду. Для українського готельного ринку, який поступово відновлюється після кризи 2022–2023 років, грамотна онлайн-репутація залишається одним із найдоступніших і найефективніших інструментів повернення клієнтського потоку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Online Reviews Remain a Trusted Source of Information When Booking Trips: TripAdvisor & Ipsos MORI Study. URL: <https://ir.tripadvisor.com/news-releases/news-release-details/online-reviews-remain-trusted-source-information-when-booking>
2. Репутаційний капітал як основа економічного зростання підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу // Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. Київ: КНУКіМ. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/157170>
3. How Online Reviews Impact Hotel Revenue. StayNTouch. URL: <https://www.stayntouch.com/blog/how-online-reviews-impact-hotel-revenue/>
4. Effect of TripAdvisor Reviews on Bookings. Revenue Hub / TrustYou & AccorHotels Study. URL: <https://revenue-hub.com/effect-of-tripadvisor-reviews-on-bookings/>
5. TripAdvisor Statistics By Users, Demographics And Facts (2025). Electroiq. URL: <https://electroiq.com/stats/tripadvisor-statistics/>

УДК 640.4:001.895

**Пікуль Є.О., здобувач вищої освіти, гр.ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Концепція «speed and sleep» у сучасних готелях: особливості та перспективи розвитку**

Сучасна індустрія гостинності функціонує в умовах динамічних змін, цифрової трансформації та зростання вимог споживачів до якості й швидкості обслуговування. Сучасний турист прагне отримати максимально комфортний сервіс за мінімальний проміжок часу, що зумовлює появу нових концепцій організації готельного обслуговування.

Однією з таких інноваційних моделей є концепція «Speed and Sleep», яка поєднує швидкість надання послуг із забезпеченням комфортного відпочинку та якісного сну гостей.

Концепція «Speed and Sleep» базується на оптимізації процесів обслуговування, автоматизації сервісу та створенні умов для швидкого, безпечного й комфортного проживання. Основна ідея концепції полягає у скороченні часу, який гість витрачає на реєстрацію, отримання послуг та комунікацію з персоналом, одночасно забезпечуючи високий рівень комфорту та можливість повноцінного відпочинку.

Особливого значення дана концепція набуває в умовах сучасного ритму життя, коли туристи, бізнес-мандрівники та транзитні гості цінують оперативність сервісу, мобільність і функціональність готельного простору. У зв'язку з цим сучасні готелі активно впроваджують цифрові технології, системи онлайн-бронювання, мобільні додатки, електронні ключі, безконтактне заселення та автоматизовані системи управління номерним фондом.

Однією з ключових складових концепції «Speed and Sleep» є автоматизація процесу обслуговування, яка дозволяє суттєво підвищити швидкість та ефективність надання готельних послуг. У сучасних умовах гості очікують максимально оперативного сервісу, мінімізації формальностей та швидкого доступу до всіх необхідних послуг.

Саме тому готелі активно впроваджують self check-in та self check-out системи, електронні платіжні сервіси, мобільні додатки, чат-боти та CRM-технології для швидкої взаємодії з клієнтами. Такі цифрові рішення дозволяють мінімізувати час очікування під час заселення та виселення, оптимізувати роботу персоналу й забезпечити індивідуалізований підхід до кожного гостя.

Використання автоматизованих систем управління готелем сприяє підвищенню якості сервісу та ефективності внутрішніх операційних процесів. CRM-системи дозволяють накопичувати інформацію про вподобання клієнтів, формувати персоналізовані пропозиції та підтримувати постійний зв'язок із гостями. Це створює позитивний клієнтський досвід та підвищує рівень лояльності споживачів. Крім того, безконтактні технології стали особливо актуальними після пандемічних викликів, оскільки забезпечують додатковий рівень безпеки та комфорту.

Водночас концепція «Speed and Sleep» передбачає не лише швидкість сервісу, а й створення максимально комфортних умов для сну та відпочинку гостей. Сучасні готелі приділяють значну увагу шумоізоляції номерів, якості матраців, подушок і постільної білизни, системам клімат-контролю, вентиляції та освітлення. Основною метою є формування комфортного середовища, яке сприятиме фізичному та психологічному відновленню споживачів.

Особливого значення набуває впровадження smart-room технологій, які дозволяють гостям самостійно регулювати температуру, рівень освітлення, роботу кондиціонування, мультимедійних систем та інших параметрів номеру через мобільний додаток або голосове управління.

Такі технології не лише підвищують рівень комфорту, а й сприяють енергоефективності та раціональному використанню ресурсів.

Крім того, у межах концепції «Speed and Sleep» готелі все частіше використовують елементи wellness-підходу: ароматерапію, blackout-штори, системи очищення повітря, спеціальні меню для сну та релаксації, зони тиші та відпочинку. Це дозволяє створити атмосферу спокою та усамітнення, що особливо важливо в умовах сучасного ритму життя та постійного інформаційного навантаження.

Сучасні умови також посилюють роль безпеки та гігієни в організації готельного сервісу. Після пандемічних викликів та в умовах підвищених безпекових ризиків споживачі очікують від готелів високих стандартів чистоти, безконтактного сервісу та стабільності обслуговування. Саме тому концепція «Speed and Sleep» активно інтегрує цифрові рішення, що дозволяють мінімізувати фізичний контакт та забезпечити безпечне середовище проживання.

Особливого значення концепція «Speed and Sleep» набуває для міських, транзитних та аеропортових готелів, де швидкість обслуговування є одним із ключових факторів конкурентоспроможності. Для гостей таких закладів важливими є оперативне заселення, мінімізація часу очікування, доступність цифрових сервісів та можливість швидкого отримання необхідних послуг. Найчастіше клієнтами цих готелів є

бізнес-туристи, транзитні пасажери, учасники ділових заходів та мандрівники, для яких комфорт і швидкість сервісу мають першочергове значення.

Водночас дана модель активно використовується і в передміських та туристичних готелях, орієнтованих на внутрішній туризм, короткострокове проживання та сімейний відпочинок. У сучасних умовах споживачі все частіше прагнуть поєднати швидкість обслуговування з комфортним відпочинком, психологічним відновленням та безпечним середовищем проживання. Саме тому концепція «Speed and Sleep» поступово інтегрується в діяльність різних типів засобів розміщення незалежно від їх спеціалізації чи категорії.

Важливу роль у реалізації концепції відіграє цифровізація готельного сервісу. Автоматизація процесів бронювання, заселення, оплати та комунікації з гостями дозволяє суттєво скоротити операційні витрати та підвищити ефективність діяльності підприємства.

Крім того, сучасні технології забезпечують більш гнучке управління номерним фондом, покращують контроль якості обслуговування та сприяють формуванню персоналізованих пропозицій для клієнтів.

Впровадження концепції «Speed and Sleep» також сприяє покращенню клієнтського досвіду та підвищенню рівня задоволеності гостей. Завдяки поєднанню швидкого сервісу, високого рівня комфорту та сучасних технологічних рішень готелі формують позитивний імідж і зміцнюють власні конкурентні позиції на ринку гостинності. Особливо актуально це в умовах високої конкуренції та постійного зростання вимог споживачів до якості готельних послуг.

Крім того, автоматизація сервісу дозволяє підприємствам гостинності швидше адаптуватися до сучасних викликів, зокрема до змін туристичних потоків, економічної нестабільності, підвищених вимог до безпеки та необхідності оптимізації ресурсів. Використання цифрових платформ, smart-технологій та безконтактного сервісу забезпечує більш стабільне функціонування готелів та підвищує їхню стійкість у кризових умовах.

Таким чином, концепція «Speed and Sleep» є одним із сучасних напрямів розвитку готельного бізнесу, що поєднує швидкість обслуговування, цифровізацію процесів та високий рівень комфорту гостей. Її впровадження дозволяє підприємствам гостинності адаптуватися до трансформацій ринку, забезпечувати конкурентні переваги та відповідати сучасним потребам споживачів, орієнтованих на швидкий, безпечний і комфортний сервіс.

### Список використаних джерел:

1. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2019.
2. Архіпов В. В. Організація готельного господарства : навчальний посібник. – Київ : Кондор, 2020.
3. Walker J. Introduction to Hospitality Management. – Pearson Education, 2021.
4. ISO 22483:2020 Tourism and related services — Hotels — Service requirements.
5. Buhalis D., Leung R. Smart Hospitality and Technology Innovation in Hotels // International Journal of Hospitality Management. – 2022.

УДК 728.5:640.4(477)

**Пікуль Є.О., здобувач вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Проектування мотелю в сучасних умовах розвитку готельного бізнесу України**

У сучасних умовах розвитку транспортної інфраструктури та внутрішнього туризму в Україні особливого значення набуває розвиток придорожніх засобів розміщення, зокрема мотелів. Зростання мобільності населення, активізація автомобільного туризму, збільшення обсягів міжрегіональних перевезень та потреба у безпечному короткостроковому проживанні формують попит на сучасні мотельні комплекси. У зв'язку з цим проектування мотелів стає важливим напрямом розвитку сфери гостинності та транспортної інфраструктури України. Мотель є спеціалізованим засобом розміщення, орієнтованим переважно на обслуговування автомобільних туристів, транзитних мандрівників, водіїв та осіб, які здійснюють міжрегіональні поїздки. Основною особливістю мотелю є його розташування поблизу автомобільних шляхів державного та міжнародного значення, транспортних вузлів, логістичних маршрутів і міжміських трас. Саме транспортна доступність визначає специфіку функціонування та проектування таких закладів, яка полягає у забезпеченні швидкого доступу до основних послуг, функціональності простору, безпеки та комфортного короткострокового перебування гостей.

У більшості випадків номерний фонд мотелю проектується таким чином, щоб автомобіль можна було розмістити безпосередньо біля номеру або на спеціально облаштованому паркінгу поруч. Такий підхід забезпечує комфорт для гостей, спрощує транспортування багажу та дозволяє мінімізувати час переміщення територією закладу. Особливо актуальним це є для транзитних мандрівників, сімейних туристів та водіїв, які здійснюють тривалі міжрегіональні перевезення. Важливим аспектом проектування є розподіл території мотелю на функціональні зони. До основних належать житлова зона, адміністративно-приймальна частина, зона харчування, рекреаційний простір, технічні приміщення та паркувальна інфраструктура. При цьому планування повинно забезпечувати зручний рух транспорту та пішоходів, уникнення перехрещення транспортних потоків і безпечний доступ до всіх елементів комплексу. Особливу увагу приділяють організації в'їзду та виїзду з території мотелю. Через енергетичну нестабільність та зростання вартості комунальних ресурсів під час проектування доцільним є використання енергозберігаючих технологій, LED-освітлення, сонячних панелей, резервних джерел живлення, автономного опалення та систем економії води. Такі рішення дозволяють підвищити ефективність функціонування підприємства та забезпечити стабільність надання послуг. Сучасний мотель також повинен відповідати вимогам цифровізації сфери гостинності. Проектування закладу передбачає впровадження автоматизованих систем бронювання, безконтактного заселення, електронних платіжних сервісів, Wi-Fi покриття та smart-технологій управління номерним фондом. Це сприяє підвищенню швидкості обслуговування та покращенню клієнтського досвіду.

Особливого значення в сучасних умовах набувають питання безпеки та цивільного захисту. Під час проектування мотелю необхідно передбачати системи пожежної сигналізації, аварійного освітлення, укриття або інформацію про найближчі безпечні місця, а також дотримання вимог евакуації та охорони праці. Безпечне середовище є одним із ключових критеріїв вибору закладу розміщення для сучасного споживача. Крім того, важливим напрямом розвитку мотельного бізнесу є екологічність та орієнтація на принципи сталого розвитку. Використання екологічних матеріалів, сортування відходів, мінімізація використання пластику та підтримка локальних виробників сприяють формуванню позитивного іміджу підприємства та відповідають сучасним тенденціям розвитку туристичної індустрії.

Таким чином, проектування мотелю в сучасних умовах України потребує комплексного підходу, який поєднує функціональність, безпеку, енергоефективність, цифровізацію та клієнтоорієнтований сервіс. Адаптація мотельних комплексів до сучасних викликів сприятиме розвитку транспортної та туристичної інфраструктури, підвищенню якості придорожнього сервісу та зміцненню конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
2. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі. – Київ : Мінрегіонбуд України, 2008.
3. Архіпов В. В. Організація готельного господарства : навчальний посібник. – Київ : Кондор, 2020.
4. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2019.

**Процюк А.Л., здобувач вищої освіти**  
**Науковий керівник: Постова В.В., к.е.н., доцент**  
*Вінницький торговельно-економічний інститут*  
*Державного торговельно-економічного університету*

### **Використання інформаційних систем для підвищення ефективності управління в закладах готельно-ресторанного господарства**

Сьогодні інформаційні технології вже не просто допоміжний інструмент, а фундаментальна основа успішного управління готельно-ресторанним бізнесом. В умовах жорсткої конкуренції та швидких змін на ринку вони виступають головним драйвером розвитку, допомагаючи керівникам миттєво реагувати на виклики, обґрунтовано приймати стратегічні рішення, ефективно планувати ресурси та зводити до мінімуму людський фактор і пов'язані з ним ризики.

За допомогою сучасних програмних комплексів, таких як PMS-системи для готелів та POS-системи для ресторанів, можна комплексно оптимізувати практично всі етапи роботи закладу. Це стосується зручного управління номерним фондом і залами, складського контролю з автоматичним списанням інгредієнтів, прозорої роботи з персоналом, а також ведення точного фінансового обліку.

Важливою перевагою є суттєве покращення якості обслуговування: впровадження CRM-систем дозволяє глибоко аналізувати вподобання гостей, забезпечуючи персоналізований підхід, а використання сучасних рішень на кшталт QR-меню чи мобільних додатків робить сервіс швидшим і комфортнішим. У підсумку діджиталізація бізнес-процесів не лише суттєво економить час та оптимізує витрати підприємства, а й надає керівництву детальну аналітику щодо рентабельності та продажів. Завдяки такій прозорості та стандартизації компанія отримує можливість впевнено масштабувати свій бізнес, відкривати нові філії чи розвивати франшизу, зберігаючи при цьому єдиний високий стандарт якості та повний централізований контроль над усіма процесами.

Сучасні інформаційні технології, що базуються на професійному використанні інформаційних ресурсів, дозволяють менеджерам більш ефективно приймати управлінські рішення та знижувати рівень ризику у діяльності підприємства.

Залежно від поставлених управлінських завдань застосовуються різні види інформаційно-управлінських технологій. До них належать зберігаючі, раціоналізуючі, творчі та професійні технології.

Зберігаючі технології спрямовані на економію матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Їх основна функція полягає у передачі інформації від джерела до отримувача без контролю за змістом повідомлення або способом його подальшого використання [5].

Раціоналізуючі технології забезпечують більш ефективне використання інформації в процесі управління. Творчі технології, у свою чергу, спрямовані на формування нових знань, які можуть використовуватися для вдосконалення системи управління. Спеціалісти, що готують інформацію для керівників, повинні мати ґрунтовні знання у сфері менеджменту, розуміти функціональні обов'язки керівників різних рівнів та знати механізм прийняття управлінських рішень. Професійні технології передбачають наявність спеціальних навичок і досвіду у підготовці та обробці інформації [4].

Для ефективної організації інформаційних потоків керівники повинні дотримуватися певних принципів. Серед них – забезпечення повноти та достовірності обліку всіх аспектів господарської діяльності підприємства, зменшення інформаційного шуму та надлишкових даних, а також підтримання постійного зв'язку між внутрішньою та зовнішньою інформацією для прийняття управлінських рішень на різних рівнях управління.

Інформаційні технології управління готелями почали активно застосовуватися у світовій готельній індустрії приблизно двадцять п'ять років тому та за цей час значно розвинулися. На українському ринку такі системи з'явилися значно пізніше. Перші спроби їх впровадження у вітчизняних готелях розпочалися в середині 1990-х років. Незважаючи на поступове поширення таких систем, їх ефективність і результати використання досі активно обговорюються серед фахівців [3].

Окрему групу становлять так звані творчі системи (Creative System), які створюються на основі принципів соціальної інженерії. Такі системи дозволяють значно розширити можливості людини у роботі з інформацією та підвищити ефективність інтелектуальної діяльності. Їх основна функція полягає у накопиченні та систематизації знань певної галузі, перетворенні їх на алгоритми та програмні рішення і подальшому застосуванні у практичній діяльності. Використання інформаційних технологій сприяє зменшенню адміністративних витрат, підвищенню ефективності планування та покращенню результатів роботи підприємства.

Для автоматизації управління підприємствами часто використовуються ERP-системи. Це комплекс інтегрованих програмних рішень, які об'єднують у єдиному інформаційному середовищі всі ключові процеси діяльності організації. ERP-системи забезпечують планування ресурсів підприємства, управління

фінансами, матеріальними та кадровими ресурсами, контроль постачання і збуту, ведення обліку та аналіз результатів діяльності [1].

Однією з програм, що використовується у сфері ресторанного бізнесу, є Tillyrad. Дана система призначена для управління роботою ресторану та оптимізації його бізнес-процесів. Вона дозволяє стандартизувати роботу закладу, підвищити ефективність діяльності та збільшити прибутковість.

Універсальність цієї системи полягає в тому, що вона містить широкий набір інструментів для автоматизації роботи ресторану. Власники закладів можуть використовувати як повний функціонал програми, так і лише окремі її можливості залежно від концепції та формату роботи закладу. При необхідності нові функції можуть бути підключені у будь-який момент без значних додаткових витрат.

Система підходить для різних типів закладів громадського харчування, зокрема для бістро, барів, ресторанів зі шведською лінією, fast casual-закладів та інших форматів обслуговування.

Крім того, система передбачає можливості для планування та проведення банкетів, управління службою доставки та координації роботи персоналу. Це дозволяє ефективно організовувати роботу як окремого ресторану, так і цілої мережі закладів.

Автоматизація ресторану за допомогою Tillyrad забезпечує контроль роботи персоналу, облік робочого часу, управління складом і закупівлями, а також можливість отримання різноманітних звітів про діяльність підприємства. Також система дозволяє віддалено керувати закладом через Інтернет, контролювати собівартість страв та проводити інвентаризацію у будь-який момент [2].

Інформаційні технології відіграють важливу роль у готельно-ресторанному бізнесі. Вони допомагають керівникам швидко приймати рішення, ефективно планувати ресурси та зменшувати ризики. Використання сучасних програм дозволяє автоматизувати багато процесів, таких як облік, управління персоналом, контроль складу та фінансів [6]. Це не лише економить час і ресурси, а й підвищує якість обслуговування гостей і спрощує масштабування бізнесу.

Впровадження інноваційних технологічних рішень дозволяє керівництву закладу вийти на принципово новий рівень операційного контролю та стратегічного планування. Завдяки таким технологіям керівники та топменеджмент мають можливість отримувати максимально повну та актуальну інформацію про стан усіх підрозділів у режимі реального часу. Це дозволяє здійснювати безперервний фінансовий моніторинг, швидко реагувати на динамічні зміни ринкової кон'юнктури та приймати обґрунтовані управлінські рішення, що базуються на достовірних аналітичних даних, а не на припущеннях.

Саме тому сучасні інформаційні системи стали невід'ємною та критично важливою частиною щоденної роботи як ресторанів, так і готелів. Вони дозволяють комплексно оптимізувати внутрішні виробничі та адміністративні процеси, забезпечуючи чіткий розподіл обов'язків між персоналом та абсолютну прозорість кожної операції. Використання автоматизованих рішень суттєво підвищує загальну ефективність управління підприємством, оскільки мінімізує вплив людського фактора, знижує ризики зловживань та сприяє раціональному використанню наявних ресурсів. У підсумку, така технологічна трансформація стає фундаментальним інструментом зміцнення ринкових позицій та підвищення конкурентоспроможності закладу в індустрії гостинності.

### Список використаних джерел:

1. Земліна Ю. В., Пуць В. Б. Автоматизовані системи управління підприємства готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3365/3292> (дата звернення: 10.04.2026).
2. Онищук Н., Лук'янець А., Колосовський С. Автоматизовані системи управління в закладах індустрії гостинності. *Економіка та управління*. 2025. № 21. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-21-12-02/2025-21-12-02> (дата звернення: 10.04.2026).
3. Постова В.В. Використання інформаційних систем та технологій в закладах ресторанного господарства: вплив на якість обслуговування та збільшення прибутку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. Вип. 47. 2023. С. 94-97.
4. Постова В.В. Особливості використання інформаційних технологій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Херсон, 25 квітня 2023 р.) / за ред. доц. Нікітенко К.С. Херсон (Кропивницький): ХДАЕУ, 2023. С.138-141.*
5. Сидорук А.В., Омеляненко Г.А., Середа І.В. Автоматизація системи управління закладами ресторанного господарства. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 5 (32). URL: [https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32\\_2021/13.pdf](https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/13.pdf) (дата звернення: 10.04.2026).
6. Postova V., Mazurkevych I., Riabenska M., Lukianets A., Krupitsa I. Development of Information Systems and Technologies in the Field of Hotels and Tourism. *Economic Affairs*, Vol. 69, February 2024. (Special Issue). pp. 355-361. DOI: 10.46852/0424-2513.1.2024.37

**Ренкас А.А., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Ярмолюк Д.І., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Особливості функціонування готельних підприємств типів хостел в умовах військового стану**

Хостел – це готельний заклад економ-класу, який пропонує загальні кімнати з ліжками для короткострокового проживання для туристів і мандрівників. Хостели часто розташовані у туристично привабливих районах або неподалік від центрів міст, що робить їх зручними для подорожей та екскурсій. Основна відмінність від класичних готелів це доступність та бюджетність, а також спільні житлові зони для більшої кількості гостей. Хостели пропонують як загальні кімнати на кілька ліжок (від 4 до 10 і більше), так і приватні номери. Загалом, хостели орієнтовані на молодь та туристів з обмеженим бюджетом, а також мандрівників, які прагнуть отримати соціальний досвід спілкування з іншими гостями.

Адміністрація хостелів стикається з низкою викликів, таких як забезпечення чистоти в спільних зонах, підтримання безпеки, вирішення конфліктів між гостями та організація заходів такі як: екскурсії, вечірки та групові ігри. Важливою частиною атмосфери хостелу є інтерактивність та соціальне спілкування між гостями. Хостели адаптуються до сучасних тенденцій та потреб гостей, особливо в цифрову епоху. Наприклад, багато хостелів пропонують робочі місця з безкоштовним Wi-Fi, що подобається цифровим кочівникам (людям, які працюють віддалено під час подорожі). Головною перевагою хостелів є їхня цінова доступність. Хостели значно дешевші за традиційні готелі, оскільки пропонують спільні кімнати та мають нижчий рівень обслуговування.

Після початку повномасштабного вторгнення, туристична галузь зазнала суттєвих змін. Хостели, як гнучкий та доступний варіант розміщення, також адаптувалися до нових реалій. Попри вторгнення кількість готелів, мотелів та хостелів в Україні продовжує зростати. За даними агенції диджитал-маркетингу Inweb, ринок колективних засобів розміщення демонструє спад. За останні роки великих втрат найбільших втрат зазнали туристичні бази (-33,5%), пансіонати з лікуванням (-22,5%) та оздоровчі заклади (-83,3%). Водночас готельний сектор виявився найстійкішим – кількість готелів зросла на 9,1%, мотелів – на 10,7%, хостелів – на 28,7%. Як зазначають аналітики, особливо швидко розвивається сегмент хостелів: нині їх близько 80, однак вони активно з'являються у безпечніших містах – як відповідь на потребу в доступному житлі для переселенців і волонтерів. Реалії війни спонукали готельєрів впроваджувати нові послуги та підвищувати соціальне значення готельних підприємств. Особливо це простежувалось у період забезпечення потреб внутрішньо переміщених осіб. Частину готелів брали на себе витрати а проживання таких категорій, розширювали свої житлові приміщення. А деякі розглядали можливість надання додаткових послуг для такої категорії споживачів.

У зв'язку з постійними обстрілами та небезпекою для життя, деякі хостели облаштовують укриття або надають детальні інструкції щодо безпеки під час повітряної тривоги. Деякі, навіть інвестували в бомбосховища чи пристосували підвали для безпечного перебування гостей. На даний час значна частина гостей хостелів – це люди, які вимушено покинули свої домівки через бойові дії.

Через часті відключення електроенергії хостели почали використовувати резервні джерела живлення, такі як генератори, щоб забезпечити безперебійне електропостачання, опалення та зв'язок. Це особливо важливо для підтримання комунікацій, які є критично важливими під час війни. Також окремі хостели стали мобільними – вони допомагають переселяти людей до безпечніших регіонів або розгортають тимчасові табори для внутрішньо переміщених осіб, надаючи притулок та базові послуги на нових локаціях. Це дозволяє оперативно реагувати на зміну ситуації і допомагати людям у кризових умовах. Хостели в Україні залишаються важливим сегментом сфери гостинності, який поєднує доступність проживання, соціальну взаємодію та гнучкість у наданні послуг. В умовах повномасштабної війни хостели продемонстрували високий рівень адаптивності та соціальної відповідальності. Попри складні умови функціонування, сегмент хостелів продовжує розвиватися, що свідчить про його стійкість та актуальність у сучасних соціально-економічних реаліях України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Morrison A. M. *Hospitality and Travel Marketing*. New York: Delmar Publishers, 2018. 512 p.
2. Rogerson C. M. Hostels and the transformation of budget tourism: an African perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 2021. Vol. 10, № 2. P. 1-15.
3. *UNWTO Tourism Highlights 2023 Edition*. Madrid: World Tourism Organization, 2023. 44 p.
4. *Trends and Developments in the European Accommodation Sector: 2021 Report* / European Commission. Brussels: European Commission, 2021. 78 p.

### **Сервіс-дизайн та персоналізація послуг у ресторанному бізнесі в умовах становлення економіки вражень**

Глобальна трансформація світоглядних парадигм та перехід до людиноцентричних моделей економічного розвитку зумовлюють становлення економіки вражень. У цій системі ключовим об'єктом обміну стає не стільки матеріальний продукт чи послуга, скільки сукупність емоцій та рефлексій, отриманих споживачем. Сфера гостинності відіграє в цьому процесі фундаментальну роль, оскільки виступає основним середовищем генерації як проміжних, так і фінальних вражень від споживання туристичного та ресторанного продукту.

Як зазначає Дишкантюк О.В. [1], «продукт гостинності визначається сукупністю проміжних та кінцевих послуг її інфраструктурних секторів, що пов'язані логістичними ланцюгами як у середині секторів, так і між ними. Економічна сутність гостинності полягає у тому, що це комплекс товарів та послуг, які необхідні для формування вражень споживачів».

Згідно з концепцією Пайна Б. Дж. та Гілмора Дж. [2], «економіка вражень постає як новий етап еволюції ринку, де бізнес трансформує стратегію від надання послуг до проектування унікальних подій». Автори акцентують увагу на тому, що суб'єктивний досвід клієнта та сформовані враження стають визначальним фактором лояльності. Управління враженнями перетворюється на стратегічний інструмент диференціації та забезпечення конкурентних переваг.

Сервіс-дизайн є комплексним процесом організації інфраструктури та комунікацій з метою покращення взаємодії між персоналом й клієнтами. На відміну від класичного менеджменту, він базується на методах дизайн-мислення та емпатії. Основним інструментом проектування є «Карта шляху клієнта», яка візуалізує досвід гостя від моменту виникнення потреби до післясмаку та згадок у соціальних мережах.

Так, для створення цілісного враження заклади ресторанного бізнесу повинні використовувати чотири сфери досвіду: розважальну (включає театралізацію сервісу, наприклад, фламбування страв біля столу або відкриту кухню, де процес приготування стає частиною вистави), освітню (впроваджується через сторітелінг у меню, гастрономічні сети з розповіддю шеф-кухаря або майстер-класи з виготовлення автентичних страв), естетичну (реалізується через атмосферу, де гість перебуває у стані пасивного споглядання дизайну інтер'єру, освітлення, музичного фону) та ескапістську (передбачає повне занурення гостя в іншу реальність, наприклад VR-гастрономія, що дозволяє змінити звичну роль споживача на роль активного учасника подій).

В економіці вражень персоналізація трансформується у «передбачення невисловлених потреб». Завдяки інструментам Big Data та CRM-системам, заклади отримують змогу індивідуалізувати послугу на основі цифрового сліду клієнта. Основними напрямками є: контекстуальне меню (пропозиції на основі історії замовлень), психографічне профілювання (адаптація стилю комунікації офіціанта до психотипу гостя) та сенсорна індивідуалізація (вибір рівня освітлення чи музики біля столика).

Для успішного впровадження сервіс-дизайну доцільно використовувати методику «Сервісного креслення», що дозволяє розмежувати видимі дії персоналу («front-stage») та внутрішні процеси («back-stage»). Важливою умовою є гармонізація сенсорних каналів (зір, слух, нюх, дотик та смак). Наприклад, відповідність запаху в залі стилістиці кухні, тактильна приємність матеріалів меню та акустичний комфорт формують підсвідому оцінку якості, яка часто перевищує за значенням раціональні фактори.

Отже, розробка сервіс-дизайну на засадах економіки вражень є інструментом модернізації ресторанного бізнесу. Перехід до проектування сценаріїв взаємодії дозволяє створювати високу додану вартість. Глибока персоналізація, підкріплена сучасними технологіями та емоційною щирістю персоналу, стає запорукою стійкої конкурентоспроможності в умовах глобальних трансформацій індустрії гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дишкантюк, О. (2017). Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виробництва. *Food Industry Economics*, 8(4). <https://doi.org/10.15673/fie.v8i4.453>
2. Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). The experience economy: past, present and future. *Handbook on the Experience Economy*. Harvard Business Review, 2013. URL : [https://www.researchgate.net/publication/260917972\\_The\\_experience\\_economy\\_past\\_present\\_and\\_future](https://www.researchgate.net/publication/260917972_The_experience_economy_past_present_and_future)

УДК 658.3:338.486

**Свінцицька В.Р., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Ярмолюк Д.І., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Роль культури обслуговування у формуванні іміджу закладу гостинності**

Культура обслуговування є однією з найважливіших складових діяльності закладів гостинності. Високий рівень сервісу виступає не лише показником професіоналізму персоналу, а й важливим чинником формування позитивного іміджу підприємства. Саме від якості обслуговування значною мірою залежить конкурентоспроможність закладу, його популярність серед споживачів та рівень прибутковості.

Імідж закладу гостинності формується під впливом багатьох чинників: зовнішнього оформлення, інтер'єру, асортименту послуг, цінової політики та професійності персоналу. Проте, саме культура обслуговування є тим елементом, який безпосередньо впливає на емоції та враження гостей. Перше враження про заклад формується вже з моменту зустрічі клієнта працівниками, тому важливими є ввічливість, доброзичливість, культура мовлення та готовність допомогти.

У сфері гостинності, працівники повинні володіти не лише професійними знаннями та навичками, а й високою комунікативною культурою. Важливу роль відіграють уміння спілкуватися з клієнтами, швидко реагувати на їхні потреби, враховувати індивідуальні побажання та вирішувати конфліктні ситуації. Охайний зовнішній вигляд персоналу, дотримання етичних норм поведінки та стандартів обслуговування створюють позитивне враження про підприємство та підвищують рівень довіри клієнтів.

Сучасні заклади гостинності активно впроваджують міжнародні стандарти сервісу, які спрямовані на забезпечення високої якості обслуговування. До таких стандартів належать швидкість виконання замовлень, уважне ставлення до гостей, індивідуальний підхід та створення комфортної атмосфери. Особливого значення набуває клієнтоорієнтованість, адже саме задоволений клієнт є основою успішної діяльності підприємства.

Високий рівень культури обслуговування сприяє формуванню позитивної репутації закладу. Задоволені гості частіше повертаються повторно та рекомендують заклад іншим людям, що позитивно впливає на його популярність і фінансові результати. У сучасних умовах значну роль відіграють також відгуки в соціальних мережах та на туристичних платформах, де клієнти оцінюють рівень сервісу та діляться власними враженнями.

Низький рівень культури обслуговування може негативно вплинути на діяльність закладу гостинності. Некомпетентність персоналу, грубе ставлення до гостей або недотримання стандартів сервісу часто стають причиною втрати клієнтів та погіршення іміджу підприємства. Саме тому керівництво закладів повинно приділяти увагу професійній підготовці працівників, проведенню тренінгів та вдосконаленню системи обслуговування.

Важливою складовою культури обслуговування є створення сприятливої психологічної атмосфери у закладі гостинності. Гості очікують не лише якісного надання послуг, а й комфортного емоційного середовища, яке сприяє відпочинку та позитивним враженням. Саме тому працівники повинні демонструвати толерантність, доброзичливість та вміння працювати з різними категоріями клієнтів. Особливо важливим є дотримання принципів професійної етики під час обслуговування іноземних туристів, дітей та людей похилого віку.

Крім того, розвиток цифрових технологій значно вплинув на культуру сервісу в закладах гостинності. Онлайн-бронювання, електронні системи замовлення, чат-боти та мобільні додатки дозволяють покращити якість обслуговування та зробити його більш зручним для клієнтів. Використання сучасних інформаційних технологій допомагає закладам швидше реагувати на потреби гостей та підвищувати рівень їх задоволеності.

Культура обслуговування є важливим елементом формування позитивного іміджу закладу гостинності. Високий рівень сервісу забезпечує конкурентоспроможність підприємства, підвищує довіру споживачів та сприяє успішному розвитку готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства. URL: <https://www.ukrtextbook.com/organizaciya-restorannogo-gospodarstva-arhipov-v-v/>
2. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. URL: <https://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3668>
3. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/pjatnycka.htm](https://tourlib.net/books_ukr/pjatnycka.htm)
4. Hospitality Net – Service Quality in Hospitality Industry. URL: <https://www.hospitalitynet.org>

УДК 640.4:338.48(477.86)

Слободенюк А.А., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Адаптація 3\* готелів івано-франківської області до сучасних умов розвитку туристичної сфери**

Сфера гостинності України в останні роки функціонує в умовах значних трансформацій, пов'язаних із воєнними викликами, економічною нестабільністю, зміною туристичних потоків та підвищенням вимог споживачів до якості й безпеки послуг. У таких умовах особливого значення набуває діяльність готелів категорії 3\*, розташованих у передмісті туристично привабливих регіонів, зокрема Івано-Франківської області. Передміські готелі сьогодні виступають не лише засобами розміщення туристів, а й важливими елементами регіональної туристичної та соціальної інфраструктури.

Івано-Франківська область традиційно залишається одним із провідних туристичних регіонів України завдяки вигідному географічному положенню, значному природно-рекреаційному потенціалу та близькості до Карпатського туристичного регіону.

Область характеризується високою концентрацією природних, культурно-історичних та етнографічних ресурсів, що формують сприятливі умови для розвитку туристичної та готельної інфраструктури. Гірські ландшафти, природні парки, лікувально-оздоровчі ресурси, традиційна культура та автентична гастрономія сприяють стабільному попиту на туристичні послуги як серед внутрішніх, так і серед іноземних туристів.

Особливого значення в сучасних умовах набуває розвиток передміських територій області, які активно інтегруються у туристичний простір регіону. Передмістя Івано-Франківська та прилеглі територіальні громади характеризуються розвитком малих і середніх готельних підприємств, орієнтованих переважно на внутрішній туризм, сімейний відпочинок, екологічний та рекреаційний туризм, короткострокове проживання, а також прийом ділових туристів і транзитних гостей.

Передміські готелі категорії 3\* мають низку конкурентних переваг порівняно з міськими засобами розміщення. Насамперед це більш спокійне середовище, близькість до природних локацій, екологічно чистих зон та туристичних маршрутів, що особливо актуально в умовах підвищеного попиту на відпочинок поза великими містами. Крім того, передміські заклади часто пропонують доступнішу цінову політику, додаткові рекреаційні послуги, паркування, зони відпочинку та можливість організації активного дозвілля.

Сучасні умови також вплинули на структуру попиту на готельні послуги в регіоні. Значно зріс попит на безпечне, автономне та комфортне проживання, особливо серед внутрішніх туристів і тимчасово переміщених осіб. У зв'язку з цим передміські готелі Івано-Франківської області адаптують сервіс до нових потреб споживачів, впроваджують енергоефективні рішення, системи резервного живлення, цифрові сервіси та підвищені стандарти безпеки.

Водночас розвиток готельного бізнесу у передмісті сприяє соціально-економічному розвитку територіальних громад. Функціонування готелів забезпечує створення нових робочих місць, стимулює розвиток місцевого підприємництва, ресторанного господарства, транспортної інфраструктури та сфери послуг. Важливим аспектом є також популяризація локальної культури, гастрономії та традицій регіону через формування автентичного туристичного продукту.

Готелі категорії 3\* у передмісті забезпечують базовий рівень комфорту та широкий спектр послуг, необхідних для сучасного споживача. До основних послуг належать проживання, харчування, інформаційне обслуговування, доступ до мережі Інтернет, організація дозвілля та транспортного супроводу гостей. Водночас сучасні умови вимагають від підприємств гостинності значно ширшого підходу до організації сервісу, орієнтованого на безпеку, гнучкість та індивідуалізацію обслуговування.

Одним із головних викликів для готельних підприємств сьогодні є забезпечення безпеки гостей. У зв'язку з сучасними ризиками готелі повинні адаптувати свою діяльність до вимог цивільного захисту, забезпечувати наявність укриттів або інформації про найближчі безпечні місця, систем оповіщення та алгоритмів дій персоналу у надзвичайних ситуаціях. Важливого значення набуває також психологічний комфорт гостей, що формується через стабільність сервісу, професійність персоналу та створення безпечного середовища проживання.

Суттєвим викликом для готелів передмістя є енергетична нестабільність та постійне зростання витрат на комунальні ресурси, що безпосередньо впливає на собівартість готельних послуг та ефективність функціонування підприємств гостинності. В умовах сучасних кризових явищ, перебоїв в електропостачанні та підвищення тарифів готелі змушені адаптувати свою діяльність до нових реалій та шукати шляхи забезпечення безперервності обслуговування гостей.

У зв'язку з цим підприємства активно впроваджують енергоефективні технології, альтернативні джерела енергії, системи економії води та ресурсозберігаючі рішення. Особливо актуальним для готелів Івано-Франківської області стає використання генераторів, сонячних панелей, автономних систем опалення, теплових насосів та резервних систем зв'язку, що дозволяє підтримувати стабільну роботу закладу навіть у кризових умовах. Такі заходи сприяють не лише підвищенню енергетичної незалежності підприємства, а й забезпечують комфорт та безпеку гостей.

Важливим напрямом підвищення енергоефективності є модернізація інженерної інфраструктури готелів. Серед найбільш поширених рішень – встановлення LED-освітлення, датчиків руху, систем автоматичного контролю температури, енергозберігаючого обладнання та сучасних теплоізоляційних матеріалів. Значна увага приділяється також оптимізації використання водних ресурсів шляхом встановлення сенсорних змішувачів, систем контролю споживання води та використання екологічних технологій очищення.

Для передміських готелів Івано-Франківської області енергоефективність стає не лише економічною необхідністю, а й елементом сучасної концепції сталого розвитку. Споживачі дедалі більше звертають увагу на екологічність закладів розміщення, раціональне використання ресурсів та соціальну відповідальність бізнесу. Саме тому впровадження «зелених» технологій та екологічних стандартів позитивно впливає на імідж підприємства, підвищує його конкурентоспроможність та сприяє формуванню лояльності гостей.

Важливою складовою розвитку готелів 3\* у передмісті є цифровізація сервісу. Сучасні споживачі очікують швидкого онлайн-бронювання, безконтактної оплати, доступу до цифрових сервісів та оперативної комунікації з адміністрацією. Використання автоматизованих систем управління готелем, CRM-технологій та цифрового маркетингу сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства та формуванню позитивного клієнтського досвіду.

Особливого значення для передміських готелів Івано-Франківської області набуває розвиток локальної автентичності та регіональної туристичної привабливості. Все більше закладів орієнтуються на використання елементів карпатської культури, локальної кухні, екологічних матеріалів та співпрацю з місцевими виробниками. Такий підхід дозволяє створити унікальний туристичний продукт та посилити конкурентні переваги регіону.

Крім того, сучасний споживач дедалі більше звертає увагу на екологічність та соціальну відповідальність бізнесу. Готелі впроваджують сортування відходів, скорочення використання пластику, енергозберігаючі технології та підтримку місцевих громад. Це сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та відповідає сучасним тенденціям сталого розвитку туризму.

Таким чином, надання послуг готелями категорії 3\* у передмісті Івано-Франківської області в умовах сучасних викликів потребує комплексного підходу до організації сервісу, безпеки та управління якістю. Адаптація до нових умов функціонування, впровадження цифрових технологій, забезпечення енергетичної стійкості та орієнтація на потреби споживачів сприяють підвищенню конкурентоспроможності готельних підприємств і розвитку туристичної галузі регіону.

### **Список використаних джерел:**

1. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
2. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
3. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2019.
4. Архіпов В. В. Організація готельного господарства : навчальний посібник. – Київ : Кондор, 2020.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : підручник. – Київ : Альтерпрес, 2020.
6. Стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року. – Київ, 2021

УДК 640.4:332.1

Снігир К.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»

### Особливості розвитку готельної інфраструктури у передмісті

У сучасних умовах активної урбанізації, трансформації просторової організації економіки та стрімких змін у туристичній сфері особливої актуальності набуває розвиток готельної інфраструктури у передмістях великих міст. Передміські території поступово перетворюються на важливі осередки туристичної та рекреаційної активності, виконуючи функції як альтернативного, так і доповнюючого простору до міських туристичних дестинацій.

В умовах повномасштабної війни в Україні відбулися суттєві зміни у структурі туристичних потоків. Спостерігається зростання внутрішнього туризму, переорієнтація споживачів туристичних послуг на короткострокові подорожі, а також підвищений попит на безпечні та екологічно сприятливі території. У цьому контексті передмістя великих міст набувають особливого значення завдяки поєднанню таких переваг, як транспортна доступність, відносна безпечність, нижча вартість проживання та наявність природно-рекреаційного середовища.

Готельна інфраструктура передмість є складною системою, що включає різні типи засобів розміщення (готелі, мотелі, гостьові будинки, апарт-готелі, котеджні комплекси, еко-готелі), а також супутні сервіси харчування, дозвілля, оздоровлення та бізнес-обслуговування. Її формування значною мірою залежить від просторової близькості до великих міських агломерацій, рівня розвитку транспортної мережі, наявності інвестицій та рекреаційного потенціалу території.

Метою дослідження є комплексне визначення особливостей розвитку готельної інфраструктури у передмістях, а також аналіз ключових соціально-економічних, інфраструктурних та безпекових чинників, що впливають на її формування в сучасних умовах.

У результаті аналізу встановлено, що розвиток готельної інфраструктури у передмістях має низку специфічних характеристик. Насамперед спостерігається зростання попиту на альтернативні форми розміщення, зокрема еко-готелі, замські комплекси відпочинку, агротуристичні садиби та глемпінги. Це зумовлено зміною туристичних пріоритетів у бік індивідуалізованого, екологічного та рекреаційного туризму. Особливо активно цей процес відбувається у передмістях великих українських міст, таких як Київ, Львів, Харків та Дніпро, де формується розгалужена мережа замських готельних комплексів, орієнтованих як на короткостроковий відпочинок, так і на діловий туризм, проведення конференцій, корпоративних заходів та івент-туризму. У таких комплексах все частіше впроваджуються концепції “workation” та “staycation”, що поєднують відпочинок і дистанційну роботу.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2022–2024 роках спостерігається суттєве зростання внутрішніх туристичних потоків, що зумовлено як безпековими факторами, так і обмеженнями виїзного туризму. Це створює додаткові можливості для розвитку передміських готельних ринків та стимулює появу нових інвестиційних проєктів у сфері гостинності.

Важливою особливістю розвитку готельної інфраструктури у передмістях є її багатофункціональність. Окрім класичної функції тимчасового розміщення туристів, об’єкти гостинності виконують соціальну роль, зокрема у період воєнного стану, коли вони використовуються для розміщення внутрішньо переміщених осіб, гуманітарних місій та волонтерських ініціатив. Це призводить до трансформації функціонального призначення частини готельних об’єктів.

Серед стримуючих факторів розвитку готельної інфраструктури слід виділити нерівномірність інфраструктурного забезпечення, недостатній рівень розвитку інженерних мереж, обмеженість фінансових ресурсів, а також загальну нестабільність інвестиційного середовища в умовах воєнного стану. Додатково вплив має сезонність попиту, що характерна для більшості передміських рекреаційних об’єктів.

Отже, розвиток готельної інфраструктури у передмістях є стратегічно важливим напрямом розвитку туристичної галузі України. Він відповідає сучасним тенденціям децентралізації туризму, зростанню ролі внутрішніх подорожей та зміні поведінкових моделей туристів. У перспективі ефективний розвиток цього сегмента потребує комплексного підходу, що включає державну підтримку, стимулювання інвестицій, розвиток транспортної та інженерної інфраструктури, а також впровадження інноваційних форматів готельного бізнесу.

#### Список використаних джерел:

1. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичні звіти про стан розвитку туризму в Україні у 2022–2024 роках. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
2. Всесвітня туристична організація. *Tourism Highlights, 2023 Edition*. URL: <https://www.unwto.org>

УДК 640.4:658.56

**Снігір К.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-5, ФБСО  
Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Організація сервісу та стандартів обслуговування у готелі 3\***

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності якість сервісу виступає одним із ключових чинників конкурентоспроможності готельного підприємства. В умовах зростання вимог споживачів та посилення конкуренції між засобами розміщення особливо важливого значення набуває дотримання стандартів обслуговування та нормативних вимог до функціонування готелів. Значну частку ринку займають готелі категорії 3\*, які орієнтовані на обслуговування широкого кола споживачів та забезпечують оптимальне співвідношення ціни і якості послуг.

Організація сервісу у готелях категорії 3\* здійснюється відповідно до вимог національних та міжнародних нормативних документів. В Україні основними регуляторами виступають ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», а також Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. Дані нормативи визначають вимоги до матеріально-технічного забезпечення, рівня комфорту, організації обслуговування та переліку обов'язкових послуг для готелів відповідної категорії.

Відповідно до чинних стандартів та вимог класифікації засобів розміщення, готель категорії 3\* повинен забезпечувати належний рівень комфорту, функціональності та безпеки для гостей. Однією з основних вимог є цілодобова робота служби прийому та розміщення, яка здійснює реєстрацію, поселення, виселення гостей, надає інформаційні послуги та забезпечує оперативне реагування на звернення клієнтів. Безперервна робота рецепції формує відчуття надійності та підвищує рівень сервісу, особливо для туристів, які прибувають у різний час доби.

Нормативні вимоги передбачають обов'язкову наявність мебльованих номерів із санітарними вузлами, забезпечених необхідним обладнанням для комфортного проживання. До базового оснащення номерів належать ліжка, шафи або місця для зберігання речей, столи, стільці, дзеркала, освітлення, система опалення або кондиціонування, а також доступ до гарячого та холодного водопостачання. Важливим критерієм є підтримання належного технічного та естетичного стану номерного фонду.

Особлива увага приділяється організації прибирання та санітарного обслуговування. У готелях категорії 3\* передбачене щоденне прибирання номерів, регулярна заміна постільної білизни та рушників, контроль чистоти громадських приміщень і санітарних зон. Дотримання санітарно-гігієнічних норм є одним із ключових показників якості обслуговування та безпеки проживання гостей.

Обов'язковою складовою сервісу є забезпечення гостей засобами зв'язку та інформаційного обслуговування. Готель повинен надавати доступ до телефонного зв'язку, мережі Інтернет, інформації про послуги закладу, транспортне сполучення, туристичні об'єкти та інші сервіси. У сучасних умовах важливого значення набуває цифровізація послуг, зокрема можливість онлайн-бронювання, електронної оплати та швидкої комунікації з адміністрацією.

Для готелів категорії 3\* також характерною є наявність закладу харчування або організація послуг сніданку для гостей. Якість харчування, культура обслуговування у ресторані чи кафе, дотримання вимог безпечності харчових продуктів та професійна робота персоналу безпосередньо впливають на загальне враження споживачів про готель.

Крім того, важливою вимогою є дотримання норм пожежної безпеки, охорони праці та цивільного захисту. Готелі повинні бути обладнані системами пожежної сигналізації, засобами евакуації, планами дій у надзвичайних ситуаціях та відповідними інформаційними вказівниками. Працівники закладу мають проходити інструктажі з техніки безпеки та бути підготовленими до дій у кризових ситуаціях.

Сучасні стандарти також передбачають забезпечення доступності послуг для різних категорій населення, зокрема осіб з інвалідністю та маломобільних груп населення. Це включає облаштування безбар'єрного доступу, наявність пандусів, ліфтів, адаптованих номерів та створення комфортних умов для всіх гостей незалежно від їх фізичних можливостей.

Організація сервісу у готелі 3\* базується на принципах стандартизації обслуговування. Стандарти обслуговування являють собою сукупність правил, норм та процедур, які регламентують діяльність персоналу під час взаємодії з гостями. Їх основною метою є забезпечення стабільної якості послуг незалежно від зміни персоналу чи рівня завантаження підприємства.

До основних стандартів обслуговування у готелі 3\* можна віднести:

- привітність та ввічливість персоналу;
- оперативність реєстрації гостей;
- дотримання чистоти номерів та громадських зон;

- швидке реагування на побажання та скарги клієнтів;
- забезпечення конфіденційності та безпеки гостей;
- професійний зовнішній вигляд працівників;
- підтримання комфортної атмосфери гостинності.

Важливою складовою організації сервісу є діяльність служби прийому та розміщення, яка формує перше враження гостя про підприємство. Від професіоналізму адміністраторів залежить ефективність комунікації з клієнтами, швидкість вирішення проблемних ситуацій та рівень задоволеності споживачів. Саме тому значна увага приділяється професійній підготовці персоналу, розвитку комунікативних навичок, знанню іноземних мов та стандартів гостинності.

Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу зумовлюють необхідність впровадження цифрових технологій у процес обслуговування. Для готелів категорії 3\* актуальними є використання систем онлайн-бронювання, електронної реєстрації гостей, автоматизованих систем управління номерним фондом та CRM-систем для роботи з клієнтами. Цифровізація сервісу дозволяє оптимізувати операційні процеси, скоротити час обслуговування та підвищити рівень клієнтоорієнтованості підприємства.

Крім того, важливого значення набуває впровадження міжнародних стандартів управління якістю, зокрема принципів ISO 9001, які передбачають орієнтацію на потреби споживача, постійне вдосконалення процесів та підвищення ефективності діяльності підприємства. Використання системи управління якістю сприяє формуванню позитивного іміджу готелю та зміцненню його ринкових позицій.

В умовах сучасних викликів значна увага приділяється питанням безпеки, гігієни та санітарного контролю в закладах готельного господарства. Після пандемічних обмежень, посилення вимог до цивільного захисту населення та зростання очікувань споживачів щодо якості й безпечності послуг, система безпеки у готелях стала одним із ключових елементів організації сервісу. Для готелів категорії 3\* забезпечення безпечних умов проживання є не лише нормативною вимогою, а й важливим чинником формування конкурентних переваг підприємства. Насамперед готелі повинні дотримуватися санітарно-гігієнічних норм щодо утримання номерного фонду, громадських приміщень, зон харчування та службових приміщень. Особлива увага приділяється регулярному прибиранню та дезінфекції поверхонь, вентиляції приміщень, контролю якості водопостачання, стану систем кондиціонування та забезпеченню належного мікроклімату. Важливим елементом є використання сертифікованих мийних і дезінфекційних засобів, а також дотримання персоналом правил особистої гігієни.

Не менш важливим напрямом є забезпечення пожежної та техногенної безпеки. Готелі повинні бути обладнані системами пожежної сигналізації, засобами пожежогасіння, планами евакуації та аварійним освітленням. Працівники мають проходити регулярні інструктажі та навчання з питань охорони праці, пожежної безпеки та дій у надзвичайних ситуаціях. В умовах сучасних ризиків особливого значення набуває також організація цивільного захисту, наявність укриттів або інформації про найближчі безпечні місця, а також алгоритмів дій персоналу під час повітряної тривоги чи інших надзвичайних ситуацій.

Крім фізичної безпеки, важливою складовою сучасного сервісу є інформаційна безпека та захист персональних даних гостей. Використання електронних систем бронювання та цифрових сервісів вимагає дотримання конфіденційності інформації, захисту платіжних даних та безпечного зберігання персональної інформації клієнтів.

Таким чином, організація сервісу та стандартів обслуговування у готелі 3\* є складним багатокомпонентним процесом, який поєднує нормативне регулювання, професійну діяльність персоналу та сучасні технології управління. Дотримання національних і міжнародних стандартів забезпечує стабільну якість послуг, підвищує рівень задоволеності гостей та формує конкурентні переваги підприємства на ринку готельних послуг.

#### Список використаних джерел:

1. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
2. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. – Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Державної туристичної адміністрації України №19 від 16.03.2004 р.
4. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. – Київ : Центр учбової літератури, 2019. – 472 с.
5. Архіпов В. В. Організація готельного господарства : навчальний посібник. – Київ : Кондор, 2020. – 280 с.
6. ISO 9001:2015 Quality management systems — Requirements. – International Organization for Standardization, 2015.

УДК 338.24:640.41

**Фесенко І.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Ярмолюк Д.І., ст. викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Організація системи охорони праці в закладах готельно-ресторанного господарства як фактор сталого розвитку**

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності питання забезпечення безпечних умов праці набуває особливої актуальності. Заклади готельно-ресторанного господарства функціонують у середовищі підвищених ризиків, що пов'язані з використанням технологічного обладнання, харчових продуктів, хімічних засобів та інтенсивною взаємодією персоналу з клієнтами. Це обумовлює необхідність формування ефективної системи охорони праці як складової сталого розвитку підприємства.

Охорона праці розглядається як система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних і санітарно-гігієнічних заходів, спрямованих на збереження життя, здоров'я та працездатності працівників у процесі трудової діяльності. У сфері готельно-ресторанного бізнесу вона має свої специфічні особливості, зумовлені характером виконуваних робіт. До основних виробничих ризиків належать: опіки та травми при роботі з кухонним обладнанням, порізи, ковзання на вологих поверхнях, вплив мийних і дезінфікуючих засобів, а також психоемоційне навантаження внаслідок інтенсивного обслуговування клієнтів. Готельний комплекс є місцем відпочинку і, адміністрація бере на себе обов'язок не лише забезпечити затишне проживання і гарантії доброго відпочинку, але і гарантію безпеки людей, що проживають та працюють у ньому, їхнього життя, здоров'я, майна тощо. Саме тому необхідний найретельніший контроль у сфері безпеки таких закладів. Ефективна організація охорони праці передбачає впровадження комплексного підходу, що включає регулярне проведення інструктажів, навчання персоналу правилам безпечної роботи, забезпечення працівників засобами індивідуального захисту, а також контроль за технічним станом обладнання та дотриманням санітарних норм. Важливим елементом є створення безпечного виробничого середовища, що мінімізує вплив небезпечних факторів.

Особливу роль у системі охорони праці відіграє формування культури безпеки. Працівники повинні не лише знати правила, а й усвідомлювати їх значення та дотримуватись їх у повсякденній діяльності. Це досягається шляхом мотивації персоналу, внутрішнього контролю та відповідальності керівництва за створення безпечних умов праці. Ігнорування вимог охорони праці призводить до негативних наслідків: зростання виробничого травматизму, професійних захворювань, зниження продуктивності праці, фінансових втрат та погіршення іміджу підприємства. У свою чергу, належний рівень безпеки праці сприяє підвищенню якості обслуговування, стабільності роботи закладу та довірі з боку споживачів.

З позицій сталого розвитку, охорона праці є важливою складовою соціальної відповідальності бізнесу. Вона забезпечує не лише збереження трудових ресурсів, але й сприяє ефективному функціонуванню підприємства в довгостроковій перспективі. Впровадження сучасної системи охорони праці в закладах готельно-ресторанного господарства є необхідною умовою їх конкурентоспроможності та сталого розвитку. Забезпечення належних умов праці робить підприємства готельно-ресторанної індустрії більш продуктивними. Традиційне уявлення про те, що покращення безпеки працівника на робочому місці є додатковим фінансовим тягарем для роботодавця, поступово замінюється підходом, який передбачає підтримку професійного добробуту працівників як невіддільну складову економічної стійкості та організаційного розвитку підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
2. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII / Верховна Рада УРСР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>.
3. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 23 вересня 1999 року № 1105-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text>
4. Кодекс цивільного захисту України від 2 жовтня 2012 року № 5403-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17#Text>
5. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
6. Жидецький В. П. Основи охорони праці. Львів: Афіша, 2018. 336 с.
7. Гандзюк М. П., Желібо Є. П. Основи охорони праці. Київ: Каравела, 2019. 384 с.

УДК 640.41:502.171

**Фесенко І.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
Жабровець Л.Л., старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Державний університет «Житомирська політехніка»**

### **Інтелектуальні системи моніторингу харчових відходів (Food Waste AI) як чинник сталого розвитку закладів ресторанного господарства**

У сучасних умовах розвитку ресторанного господарства проблема ефективного використання ресурсів та мінімізації харчових відходів набуває особливої актуальності. За різними оцінками, заклади ресторанного господарства щорічно втрачають від 10% до 15% закуплених продуктів через нераціональне планування, технологічні помилки та надлишкове виробництво страв. Особливо гостро ця проблема проявляється у закладах із великим потоком відвідувачів, зокрема у форматах «шведський стіл» та при обслуговуванні масових заходів, де прогнозування попиту є складним. Традиційні методи обліку харчових відходів, такі як ручне зважування та ведення журналів, є трудомісткими, суб'єктивними та не забезпечують достатньої точності даних, що ускладнює прийняття ефективних управлінських рішень.

У цьому контексті особливого значення набуває впровадження інтелектуальних систем моніторингу харчових відходів, заснованих на технологіях штучного інтелекту. Такі системи являють собою комплексні програмно-апаратні рішення, що поєднують можливості комп'ютерного зору та алгоритмів глибокого навчання для автоматизації процесів збору, аналізу та інтерпретації даних про відходи. Основою їх функціонування є використання спеціалізованих контейнерів із вбудованими ваговими датчиками, камер зі штучним інтелектом та аналітичного програмного забезпечення. Камери фіксують процес утилізації продуктів, а алгоритми розпізнавання зображень дозволяють ідентифікувати типи продуктів навіть у змішаному вигляді. Зібрані дані обробляються у режимі реального часу та відображаються у вигляді аналітичних звітів, що включають класифікацію відходів, їх вартісну оцінку та еквівалент викидів CO<sub>2</sub>.

Практичний досвід впровадження подібних систем у провідних готелях і ресторанах світу свідчить про їх високу ефективність. Використання технологій Food Waste AI дозволяє скоротити обсяги харчових відходів у середньому на 40–50% вже протягом першого року експлуатації. Це, у свою чергу, сприяє зниженню собівартості страв на 3–8%, оптимізації закупівель та підвищенню загальної рентабельності закладу ресторанного господарства. Важливим аспектом є також вплив на поведінку персоналу: наочна візуалізація обсягів відходів формує більш відповідальне ставлення до використання продуктів і стимулює дотримання технологічної дисципліни.

Впровадження автоматизованих систем моніторингу відходів на базі штучного інтелекту розглядається як ключовий вектор сталого розвитку, що сприяє практичному втіленню принципів відповідального господарювання, де превентивне управління залишками стає основою етичного та ресурсоощадного виробничого циклу. Зменшення кількості відходів безпосередньо впливає на скорочення вуглецевого сліду підприємства, оскільки знижуються витрати ресурсів на виробництво, транспортування та утилізацію продуктів. Крім того, інтеграція таких систем із POS-системами ресторану відкриває додаткові можливості для аналітики: співставлення даних про продажі та відходи дозволяє виявляти неефективні позиції меню, коригувати обсяги виробництва та підвищувати точність прогнозування попиту.

Таким чином, інтелектуальні системи моніторингу харчових відходів є ефективним інструментом підвищення економічної та екологічної ефективності діяльності закладів ресторанного господарства. Їх впровадження забезпечує не лише скорочення витрат і підвищення прибутковості, але й формує нову культуру відповідального управління ресурсами. Подальший розвиток технологій штучного інтелекту сприятиме розширенню функціональних можливостей таких систем та їх активному впровадженню в українських закладах HoReCa, що, у свою чергу, стане важливим кроком на шляху до сталого розвитку галузі.

Окрім того, масштабування таких технологій сприятиме виконанню національних зобов'язань щодо переходу до економіки замкнутого циклу та гармонізації українського законодавства з європейськими нормами у сфері поводження з відходами. У підсумку, інтелектуальний моніторинг трансформує екологічні виклики у реальні драйвери інноваційного зростання сектору HoReCa.

#### **Список використаних джерел:**

1. Nikravec M. (2025). Sustainable Practices in the Restaurant Industry: Review 2020-2025. *Digital Commons @ DePaul*. 2025. URL: <https://via.library.depaul.edu>.
2. Straits Research. Food Waste Management Market Size, Growth & Analysis Report by 2033. 2025. URL: <https://straitresearch.com>.
3. UNEP. Food Waste Index Report 2024: Tracking Global Progress towards SDG 12.3. Nairobi : United Nations Environment Programme, 2024. 115 p.

УДК 640.41:005.6:004.9

**Фесенко І.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО**  
**Климчук А.О., д.е.н., професор**  
**кафедри туризму та готельно-ресторанної справи**  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Впровадження стандартів обслуговування та автоматизованих систем управління (PMS) у готелях як основа ефективної організації готельної діяльності**

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності підвищується роль ефективної організації внутрішніх процесів готельного підприємства. Зростання конкуренції, цифровізація послуг та зміна очікувань споживачів зумовлюють необхідність впровадження чітких стандартів обслуговування та використання сучасних інформаційних технологій. Саме поєднання цих елементів формує основу якісного сервісу та стабільного функціонування готелю.

Стандарти обслуговування є системою регламентованих правил і процедур, які визначають порядок дій персоналу на всіх етапах взаємодії з гостем. Вони охоплюють процеси бронювання, прийому та розміщення, обслуговування під час проживання і виїзду. Наявність чітко прописаних стандартів дозволяє забезпечити єдиний рівень якості послуг, незалежно від зміни працівників або завантаженості готелю. Крім того, стандарти сприяють зменшенню кількості помилок, підвищенню швидкості обслуговування та формуванню позитивного іміджу підприємства. Особливе значення має стандартизація роботи служби прийому і розміщення (Front Office), оскільки саме ця служба першою контактує з гостем і формує первинне враження про заклад. Важливими є не лише швидкість реєстрації, але й дотримання норм ділового етикету, професійна комунікація, вміння вирішувати конфліктні ситуації. Не менш важливою є стандартизація діяльності служби покоївок (Housekeeping), яка відповідає за санітарний стан номерного фонду, що безпосередньо впливає на рівень задоволеності гостей.

Водночас ефективне функціонування готелю в сучасних умовах неможливе без використання автоматизованих систем управління (PMS). Такі системи забезпечують комплексну автоматизацію операційної діяльності: ведення обліку номерного фонду, управління бронюваннями, реєстрацію та виселення гостей, облік фінансових операцій, формування аналітичної звітності. Використання PMS дозволяє значно скоротити час обслуговування клієнтів, мінімізувати людський фактор і підвищити точність виконання операцій. Інтеграція PMS із додатковими цифровими інструментами (онлайн-системи бронювання, channel manager, CRM-системи) створює єдину інформаційну систему управління готелем. Це дає можливість ефективно управляти завантаженістю номерного фонду, аналізувати попит, прогнозувати доходи та формувати персоналізовані пропозиції для клієнтів. Таким чином, цифровізація процесів стає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства.

Окрему увагу слід приділити підготовці персоналу до роботи в умовах стандартизації та автоматизації. Працівники повинні володіти не лише професійними знаннями у сфері обслуговування, а й навичками роботи з інформаційними системами, вмінні швидко адаптуватися до змін та дотримуватись встановлених процедур. Недостатній рівень підготовки персоналу може нівелювати ефективність навіть найсучасніших технологій.

Відсутність чітких стандартів і сучасних систем управління призводить до неузгодженості дій між підрозділами, затримок в обслуговуванні, збільшення кількості помилок та зниження якості послуг. Це, у свою чергу, негативно впливає на репутацію готелю та рівень його прибутковості. Натомість впровадження стандартизованих процедур і автоматизованих систем дозволяє оптимізувати витрати, підвищити ефективність використання ресурсів і забезпечити стабільний розвиток підприємства.

Таким чином, впровадження стандартів обслуговування у поєднанні з використанням PMS-систем є стратегічним напрямом організації готельної діяльності. Це забезпечує високий рівень сервісу, підвищує ефективність управління та формує довгострокові конкурентні переваги готельного підприємства на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мальська М. П., Худо В. В. Організація готельного господарства. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2020. – С. 140–165.
2. ДСТУ ISO 22483:2019 Tourism and related services — Hotels — Service requirements. – С. 6–25. Посилання: [https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id\\_doc=87142](https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87142)
3. Kasavana M., Brooks R.
4. Managing Front Office Operations. – AHLEI, 2021. – С. 55–90.
5. Ivanov S., Webster C. Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality. – 2019. – С. 60–85. Посилання: <https://www.sciencedirect.com>

УДК 338.48:640.4:330.341.1

Хома Д.М., здобувачка вищої освіти  
Науковий керівник: Постова В.В., к.е.н., доцент  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

### **Роль інновацій у забезпеченні сталого розвитку сфери гостинності**

Сучасна індустрія гостинності переживає епоху стрімких трансформацій, де інновації виступають не просто додатковою перевагою, а життєво необхідною умовою для сталого розвитку. Вони відіграють вирішальну роль у підтримці конкурентоспроможності, кардинальному покращенні клієнтського досвіду та глибинній оптимізації операційної діяльності закладів.

Завдяки проактивному впровадженню новітніх технологій та управлінських практик компанії отримують змогу не лише ефективно задовольняти мінливі очікування сучасних мандрівників, а й випереджати їх, яскраво диференціюючись від конкурентів на перенасиченому ринку. Зокрема, використання штучного інтелекту та алгоритмів аналізу даних дозволяє досягти безпрецедентної гіперперсоналізації послуг: від автоматичного налаштування мікроклімату в «розумних номерах» до формування унікальних пропозицій, що змушують гостя відчувати свою виняткову цінність.

Водночас перехід до цифрових процесів створює абсолютно безшовний клієнтський досвід. Впровадження мобільної реєстрації, безконтактного доступу до номерів за допомогою смартфона та інтерактивних меню суттєво економить час, усуває черги та робить взаємодію із закладом максимально комфортною і безпечною.

Крім того, інновації невідворотно оптимізують і приховану від гостя внутрішню роботу: використання Інтернету речей для розумного енергозбереження, роботизованих систем чи хмарної аналітики значно скорочує витрати та раціоналізує використання людського капіталу.

Основним напрямом, у руслі якого функціонує вся індустрія гостинності є забезпечення високоякісного обслуговування споживачів послуг гостинності, завдяки, якому гості отримують певні враження та насолоджуються реалізацією власних мрій та запитів. Покращення вражень гостей відбуваються через персоналізований підхід майже до кожного клієнта [1]. Персоналізація гостей у контексті гостинності передбачає адаптацію обслуговування до індивідуальних уподобань та потреб гостей, а не універсальний підхід. Це може включати персоналізовані послуги, зручності та комунікацію, зрештою спрямовані на підвищення задоволеності та лояльності, завдяки чому гості почуваються цінними та зрозумілими.

Індустрія гостинності процвітає завдяки наданню персоналізованого досвіду для гостей, оптимізації операційної ефективності та випередженню конкурентів. У цьому динамічному середовищі аналітика даних та штучний інтелект (ШІ) стають революційними інструментами, що революціонізують роботу готелів, ресторанів та туристичних компаній [2]. Від прогнозування уподобань клієнтів до оптимізації операцій – ці технології формують майбутнє гостинності. Більшість підприємств сфери гостинності уже розуміють важливість аналітики даних та ШІ. Величезна кількість даних, що генеруються щодня в індустрії гостинності, містить цінні знання. Аналітика даних включає обробку та інтерпретацію цих даних для виявлення закономірностей та тенденцій. У поєднанні зі ШІ, який використовує машинне навчання, обробку природної мови та прогностичні алгоритми, компанії можуть приймати розумніші рішення та забезпечувати гостям чудовий досвід [3]. Наприклад, система на базі штучного інтелекту може передбачити потребу гостя в стравах без глютену на основі попередніх бронювань, забезпечуючи безперебійне та приємне обслуговування. Ефективне управління персоналом є критично важливим у сфері гостинності. Системи управління робочою силою на базі штучного інтелекту аналізують години пік, дані про бронювання та ефективність роботи співробітників для створення оптимізованих графіків.

Сфера гостинності є висококонкурентною, і компанії змагаються за увагу та лояльність клієнтів за допомогою різних стратегій. Ці стратегії часто передбачають диференціацію, пропонуючи унікальний досвід, чудове обслуговування клієнтів, конкурентні ціни або зосереджуючись на певних сегментах ринку. Ключові аспекти конкурентоспроможності на ринку гостинності:

диференціація (компанії можуть диференціюватися, виділяючи унікальні особливості, зручності чи послуги, які відрізняють їх від конкурентів);

конкурентний аналіз (розуміння сильних та слабких сторін конкурентів має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності);

- досвід клієнтів (надання надзвичайного досвіду для гостей є важливим на конкурентному ринку, що вимагає від компаній зосередитися на персоналізації та перевершенні очікувань);

- ціноутворення та вартість (компаніям необхідно аналізувати свої цінові стратегії та оптимізувати витрати, щоб залишатися конкурентоспроможними, зберігаючи при цьому прибутковість);

- сталий розвиток (впровадження сталих практик може диференціювати бізнес та залучити екологічно свідомих мандрівників);

- технології (використання технологій для покращення операцій та вражень гостей забезпечує конкурентну перевагу);
- сегментація ринку (визначення та таргетування певних сегментів ринку з індивідуальними пропозиціями допомагає компаніям зосередити свої зусилля та максимізувати свою конкурентну перевагу);
- управління знаннями (ефективне управління та використання знань, як явних, так і неявних, покращує операційні та фінансові показники, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності);
- компетентність та її використання (зосередження на ключових компетенціях та їх використання для створення конкурентної переваги виступає ключовою стратегією успіху) [6].

Інноваційна активність у сфері туризму та гостинності охоплює широкий спектр організаційних та управлінських підходів, спрямованих на покращення існуючого туристичного продукту або створення нових. Ці інновації зосереджені на таких сферах, як розробка нових напрямків, вихід на нові ринки, модернізація послуг та впровадження передових технологій, таких як цифрові, комунікаційні та мобільні рішення. Крім того, вони передбачають створення нових форм туристичного досвіду, використання технологій для ефективності та персоналізації, а також пріоритет сталих практик [7].

Важливість людської взаємодії. Хоча технології відіграють життєво важливу роль, важливо пам'ятати, що людська взаємодія залишається вирішальною в індустрії гостинності. Підприємства гостинності повинні використовувати технології для підтримки, а не заміни людської взаємодії та зосереджуватися на створенні персоналізованого та незабутнього досвіду. Емпатія, проникливість та здатність інтерпретувати невербальні сигнали дають персоналу підприємств можливість задовольняти потреби гостей з персоналізованою увагою. Справжнє людське спілкування створює гостинну атмосферу, гарантуючи, що гості почуваються шанованими та турботливими. Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що інновації виступають безальтернативним драйвером сталого розвитку індустрії гостинності в умовах жорсткої конкуренції та стрімких ринкових змін. Впровадження новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту та аналітики великих даних, дозволяє підприємствам готельно-ресторанного бізнесу вийти на принципово новий рівень операційної ефективності. Це проявляється як в оптимізації внутрішніх бізнес-процесів (управління персоналом, ресурсне планування, прогнозування попиту), так і в кардинальному покращенні клієнтського досвіду через глибоку персоналізацію послуг.

Конкурентоспроможність на сучасному ринку гостинності вимагає від компаній комплексного підходу: диференціації продукту, гнучкого ціноутворення, сегментації ринку та обов'язкового впровадження екологічно свідомих, сталих практик. Інноваційна активність дозволяє не лише адаптувати існуючі послуги до нових вимог, а й створювати абсолютно нові форми туристичного досвіду.

Проте, ключовою умовою успішної інноваційної діяльності є дотримання гармонійного балансу між технологічною автоматизацією та людським фактором. Технології повинні слугувати потужним допоміжним інструментом, що звільняє час персоналу від рутини для безпосереднього, емпатійного спілкування з клієнтами. Саме синергія передових цифрових рішень та щирої людської турботи формує унікальний, гостинний простір, що гарантує підприємствам лояльність гостей, зростання економічних показників та забезпечення сталого розвитку в довгостроковій перспективі.

### Список використаних джерел:

1. Автоматизація для готелів та диспетчеризація. URL: <https://aqteck.com.ua/ua/projects/avtomatyzovana-systema-keruvannjatadyspetcheryzaczii-gotelju> (дата звернення: 23.05.2026 р.).
4. 2. Nataliia Yakymenko-Tereshchenko, Alla Kiziun, Maryna Hrabar, Anastasiia Brytvienko, Larysa Medvid. Digital Tools for Management of Innovative Activities of Tourism Enterprises: Ukrainian Analysis of Wartime Challenges. *International Journal of Organizational Leadership*. 2023. №12 (First Special Issue). P. 4-19.
5. 3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Дніпро: ДГУ, 2022. С. 21- 47.
6. 4. Britts Imperial (2025). The Role of Data Analytics & AI in Hospitality Industry. URL: <https://brittsimperial.com/the-role-of-data-analytics-ai-inhospitality-industry> (дата звернення 23.05.2026).
7. 5. Горб К. М., Корнеєв М. В., Кучер М. М. Система зовнішньої та внутрішньої безпеки у сфері туризму та гостинності. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. №2 (86). С. 60-66.
8. 6. Волок В.В., Джинджоян В.В. Вплив рівня використання ІТ на розвиток туризму та гостинності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №1(18). URL: [http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/18\\_2019/53.pdf](http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/18_2019/53.pdf) (дата звернення: 23.05.2026 р.).
9. 7. Лупашко А. (2024). Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytatiissledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024> (дата звернення: 23.05.2026 р.).

**Яворська А.В.**, здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО  
**Ярмолюк Д.І.**, старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Екологічна відповідальність, як принцип сталого розвитку у сфері гостинності**

Сфера гостинності є важливою складовою сучасної економіки, однак її діяльність пов'язана зі значним споживанням природних ресурсів та впливом на навколишнє середовище, тому впровадження принципів сталого розвитку стає необхідною умовою функціонування готельного бізнесу. Сталий розвиток передбачає збалансоване поєднання економічної ефективності, соціальної відповідальності та екологічної безпеки, що дозволяє забезпечити довгострокове існування галузі без шкоди для природи.

Сучасні готелі споживають значні обсяги електроенергії, води та інших ресурсів, що створює додаткове навантаження на довкілля. Основними джерелами витрат є системи опалення, кондиціонування, освітлення, пральні послуги та щоденне обслуговування номерів. У зв'язку з цим, готельні підприємства все частіше впроваджують енергоефективні технології, які дозволяють зменшити споживання ресурсів. До таких рішень належать LED-освітлення, енергозберігаючі системи опалення, автоматичне регулювання температури та використання відновлюваних джерел енергії.

Важливим напрямом екологізації є також оптимізація використання водних ресурсів. У готелях щоденно витрачається велика кількість води, особливо у процесах прибирання, прання білизни та обслуговування гостей. Для зменшення цього впливу використовуються сенсорні змішувачі, системи повторного використання води, а також спеціальні програми для економного прання. Крім того, адміністрація готелів часто заохочує гостей до повторного використання рушників і постільної білизни, що дозволяє значно зменшити витрати води та миючих засобів.

Окрему увагу, заклади, приділяють питанню управління відходами. Готельна індустрія є джерелом великої кількості побутових і харчових відходів, тому впровадження систем сортування сміття є важливим елементом екологічної політики. Багато готелів відмовляються від одноразового пластику, замінюючи його екологічними матеріалами або багаторазовими альтернативами. Також поширюється концепція «Zero Waste», яка передбачає мінімізацію відходів через їх повторне використання, переробку або компостування.

Ще одним важливим аспектом сталого розвитку є екологічна сертифікація готелів. Наявність міжнародних екологічних сертифікатів підтверджує відповідність закладу певним стандартам екологічності та якості. Це підвищує конкурентоспроможність готелю та формує позитивний імідж серед клієнтів. Сьогодні все більше туристів обирають саме екологічно відповідальні заклади розміщення, що стимулює готелі впроваджувати «зелені» практики.

Важливу роль у сталому розвитку відіграє також людський фактор. Формування екологічної свідомості персоналу є ключовим елементом успішної реалізації екологічних стратегій. Працівники проходять навчання щодо раціонального використання ресурсів, правил сортування відходів та екологічного обслуговування гостей. У свою чергу, клієнтів також залучають до екологічних ініціатив.

Сталий розвиток у готельному бізнесі тісно пов'язаний із впровадженням інноваційних технологій. Це включає автоматизовані системи управління будівлями, «розумні» номери, цифровізацію сервісів та використання екологічно чистих матеріалів у будівництві й дизайні інтер'єрів. Такі рішення дозволяють одночасно підвищити комфорт гостей і зменшити негативний вплив на навколишнє середовище.

Екологізація готельного бізнесу є важливою складовою сталого розвитку сучасного суспільства. У майбутньому, саме впровадження «зелених» технологій і відповідальне ставлення до природних ресурсів визначатимуть конкурентоспроможність готелів та розвиток всієї індустрії гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Екологізація готельного бізнесу: особливості сучасних тенденцій. URL: <https://journals.dpu.kyiv.ua/index.php/economy/article/view/518>
2. Сталий розвиток готельного бізнесу в Україні: стимули, перешкоди і найкращі практики. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/1350>
3. Екологізація готельно-ресторанного бізнесу: теорія та практика // Вісник Одеського національного університету. URL: <https://visgeo.onu.edu.ua/article/view/282240>
4. Сучасний стан та перспективи розвитку еко-готелів в Україні // Mechanism of Economic Regulation. URL: <https://mer-journal.sumy.ua/index.php/journal/article/view/602>

УДК 640.41:339.138

**Яворська А.В.**, здобувач вищої освіти, гр. ГРС-7,ФБСО  
**Пашинський С.Р.**, здобувач вищої освіти, гр. ГРС-7,ФБСО  
**Жабровець Л.Л.**, старший викладач кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Інноваційні акції та рекламні прийоми сучасних закладів ресторанного господарства**

У сучасних умовах трансформації ринку інноваційні акції та рекламні прийоми стають фундаментом маркетингової стійкості закладів ресторанного господарства. Дослідження підтверджують, що класичні методи просування втрачають ефективність, поступаючись інтерактивним інструментам взаємодії зі споживачем. Особлива увага приділяється формуванню ефективної комунікаційної політики, яка включає використання сучасних рекламних засобів, стимулювання збуту та створення позитивного іміджу закладу. Важливим є поєднання традиційних і новітніх методів просування, що дозволяє досягти більшого ефекту у взаємодії зі споживачами.

Одним із пріоритетних напрямів є цифровізація комунікацій: впровадження мобільних додатків, гейміфікованих програм лояльності та персоналізованих пропозицій на основі аналізу Big Data. Використання автоматизованих систем дозволяє не лише оптимізувати сервіс, а й формувати унікальний клієнтський досвід (Customer Experience), що є критично важливим для утримання гостей готелю за допомогою ресторанних послуг.

Такі технології є ключовим показником у сучасному ресторанному маркетингу, так як оперативно реагують на зміни попиту та формують індивідуалізовані пропозиції. У цьому контексті цифровізація виступає не лише інструментом оптимізації діяльності, а й важливим засобом маркетингового впливу.

Важливу роль у системі інноваційних рекламних прийомів відіграють заходи стимулювання попиту, зокрема акції, знижки, бонусні програми та спеціальні пропозиції. Вони спрямовані на залучення нових відвідувачів і утримання постійних, а також на підвищення обсягів реалізації продукції та послуг.

Ефективність таких заходів значною мірою залежить від нейромаркетингових технологій, своєчасності та відповідності потребам цільової аудиторії. Водночас важливим є формування довгострокових відносин із гостями, що досягається завдяки впровадженню програм лояльності та персоналізації обслуговування.

Окрему увагу дослідники приділяють ролі іміджу та бренду закладу ресторанного господарства. Зазначається, що створення емоційного бренду, оригінального стилю обслуговування та відповідної атмосфери є важливими складовими рекламної стратегії. Саме завдяки інноваційним підходам до організації діяльності підприємства можуть сформувати конкурентні переваги та привернути увагу споживачів. При цьому значну роль відіграють якість сервісу, професіоналізм персоналу та загальне враження від відвідування закладу. Крім того, у дослідженнях наголошується на важливості впровадження нових форм організації обслуговування та бізнес-моделей, які відповідають сучасним вимогам ринку. Це включає оптимізацію процесів, використання інноваційних технологій та адаптацію до змін у поведінці споживачів. Інноваційні акції та рекламні прийоми розглядаються як складник загальної стратегії розвитку закладу ресторанного господарства – як самостійного, так і при готелі, – що сприяє підвищенню ефективності його діяльності та забезпеченню стійких позицій на сучасному ринку. Ефективність рекламних прийомів у ЗРГ сьогодні безпосередньо залежить від креативності концепції та використання нейромаркетингових технологій. Акцент на створенні «емоційного бренду» та залучення інфлюенсерів дозволяють формувати стійку лояльність аудиторії навіть в умовах нестабільного попиту.

Таким чином, синергія технологічних інновацій та нестандартних промо-акцій забезпечує стратегічні конкурентні переваги та економічну ефективність підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тарасюк, Г., Климчук, А., Дарвіду, К., & Сіскос, Е. (2025). Концептуальні засади формування інноваційних програм лояльності у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Економіка, управління та адміністрування, (4(114)), С.53–60. [https://doi.org/10.26642/ema-2025-4\(114\)-53-60](https://doi.org/10.26642/ema-2025-4(114)-53-60)
2. Нагернюк Д. В. (2025) Маркетингові інновації в готельному бізнесі. Наукові перспективи 6(60) 527-537. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-6\(60\)-527-537](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-6(60)-527-537)
3. Тіщенко І. В. (2025) Сучасні тенденції інновацій у сфері готельного господарства. Трансформаційна економіка, № 2 (11), С.118-122. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-11-19>

УДК 640.41:001.895:004.7

**Яворська А.В., здобувачка вищої освіти, гр. ГРС-7, ФБСО**  
**Науковий керівник: Климчук А.О., д.е.н., професор**  
**кафедри туризму та готельно-ресторанної справи**  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

### **Інноваційні формати готелів: капсульні, бутик-готелі, smart-готелі**

Сучасний готельний бізнес активно трансформується під впливом глобалізації, цифровізації та змін у потребах споживачів. Інноваційні формати готелів стають важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності, оскільки дозволяють створювати унікальний клієнтський досвід, оптимізувати витрати та ефективно використовувати ресурси.

Почнемо ми з капсульних готелів. Капсульний готель — це тип готелю, де кожен гість має індивідуальну «капсулу» або невеликий відсік для сну. Розмір такої капсули зазвичай становить приблизно 2 м в довжину, 1,2 м в ширину та до 1,2 м у висоту. Це замкнутий простір, обладнаний ліжком, вентиляцією, розетками, освітленням, іноді — телевизором чи планшетом. Санвузли, душові, кухні та лаунж-зони — спільні для всіх гостей. Перші капсульні готелі з'явилися в Японії ще у 1970-х роках і були орієнтовані на бізнесменів, які не встигли повернутись додому або на туристів із невеликим бюджетом. Сьогодні цей формат активно адаптується до європейських реалій та смаків.

Плюси капсульного готелю

1. Доступна ціна. (У Києві та Львові приблизно 300-600 грн за добу)
2. Локація. (Зазвичай розташовані в центральних районах)
3. Сучасний комфорт. (Капсули оснащені необхідним: кондиціонером, світлом, зарядкою; є шафи та електронний доступ)
4. Безпека та приватність. (Попри невеликий простір, шумоізоляція та дверцята забезпечують приватність, якої часто бракує хостелам)

Аналітики туристичного ринку вважають, що капсульні готелі (рис.1) можуть зайняти нішу між хостелами та класичними бюджетними готелями. Їхня перевага — у поєднанні доступності, зручності й урбаністичної мобільності. Особливо перспективним цей формат є в містах, де проходять великі події — фестивалі, конференції, концерти.



Рис. 1. Капсульні готелі

Наступний вид готелів це бутик-готелі. Вони з'явилися ще в 80-х роках минулого століття. Перші заклади такого плану були відкриті в Лондоні, Великобританія, а також деяких великих містах Північної Америки. Інтерес до невеликих готелів з оригінальною обробкою продовжував зростати, що дало можливість сьогодні поширитися ідеї бутик готелів по всьому світу. Їх розташовують в незвичайних або старовинних приміщеннях та будинках, які були відреставровані, але зберегли дух часу.

Головною відмінністю бутик готелю від звичайного готелю можна назвати креативний і сміливий підхід до оформлення та дизайну як всього приміщення в цілому, так і кожного номера окремо. Однак, така відмінність є далеко не єдиним. Крім цього бутик готелі характеризуються:

- високим рівнем обслуговування;
- індивідуальним підходом до кожного клієнта;
- наявністю широкого переліку додаткових послуг, які дозволяють гостю відчувати себе максимально комфортно (наприклад: трансфер, бронювання столика в ресторані і т.д.);
- високим рівнем зручності;
- строгим дотриманням політики конфіденційності.

Також відмінною рисою бутик готелів (рис. 2), крім іншого, є обмежена кількість номерів (від 10 до 50), що дозволяє створювати камерну обстановку і реалізувати ідею індивідуального підходу до гостя. При цьому кожен номер готелю має все необхідне для комфортного проживання і містить в собі особливий креатив і ексклюзивний дизайн.



Рис. 2. Бутик готелі

І останній на сьогодні тип готелів які ми розглянемо це smart-готелі. Smart-готелі-це поєднання сучасного дизайну, цифрових технологій та зручності у кожній деталі. Основна ідея – зробити перебування максимально комфортним, простим і автономним для кожного гостя. Без рецепції, черг та зайвих питань. Smart-номер – це готельний номер, оснащений інноваційними технологіями, які забезпечують гостям автоматизований контроль над різними аспектами перебування. Ключові елементи smart-номерів включають:

1. Інтерактивне керування: освітленням, температурою повітря, жалюзі та навіть положенням ліжка можна керувати дистанційно через додаток або голосові команди.
2. Автоматизація сервісу: гості можуть замовити їжу, викликати покоївку або запросити додаткові послуги безпосередньо через цифровий інтерфейс.
3. Інтелектуальні системи безпеки: розумні замки, камери відеоспостереження та персоналізований доступ до номера підвищують рівень захисту.
4. Персоналізація простору: система може запам'ятовувати уподобання гостей щодо температури, рівня освітлення та навіть улюблених каналів на телевізорі, забезпечуючи комфортний відпочинок.

Smart-номери (рис. 3) скорочують час на рутину: автоматичне заселення/виїзд і замовлення послуг через додаток усувають черги та зайве спілкування. Розумні системи економлять ресурси, вимикаючи світло й кондиціонер у порожньому номері, що знижує витрати й підтримує екологічність. Технології створюють персоналізований, безпечний і комфортний простір. Інвестиції в smart-рішення підвищують сервіс, приваблюють гостей і зміцнюють імідж готелю.



Рис. 3. Smart-номери

Інноваційні формати готелів є важливим напрямом розвитку сучасної індустрії гостинності. Капсульні готелі забезпечують доступне та компактне проживання для мобільних туристів, бутик-готелі формують унікальний емоційний досвід завдяки індивідуальному дизайну й персоналізованому сервісу, а smart-готелі демонструють ефективність цифровізації та автоматизації готельних послуг. Усі ці формати орієнтовані на сучасні потреби споживачів, підвищення комфорту, оптимізацію ресурсів і конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу. Впровадження інноваційних рішень у діяльність готелів сприяє підвищенню якості обслуговування, формуванню позитивного іміджу та розвитку туристичної індустрії загалом.

#### Список використаних джерел:

1. Новий тренд у готельному сервісі: капсульні готелі в Україні — комфорт чи компроміс? // Київський національний університет культури і мистецтв. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/novy-i-trend-u-hotelnomu-servisi-kapsulni-hoteli-v-ukraini-komfort-chy-kompromis.html>
2. Smart-номери: як технології роблять відпочинок комфортнішим // Hotel Solution. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/smart-rooms-how-technology-makes-your-vacation-more-comfortable>
3. Що таке бутик-готель? // Redling Hotel. URL: <https://redling-hotel.com.ua/ua/news/shho-take-butik-gotel/>