



POLTAVA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND TRADE

# РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ У ТУРИСТИЧНОМУ, ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**МАТЕРІАЛИ**  
науково-практичного семінару

Полтава  
2026

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)**

*Присвячено 65-й річниці  
Полтавського університету  
економіки і торгівлі*

**РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ  
У ТУРИСТИЧНОМУ, ГОТЕЛЬНОМУ  
І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**МАТЕРІАЛИ**  
науково-практичного семінару

*(м. Полтава, 22 квітня 2026 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2026**

**Редакційна колегія:**

ГОЛОВА:

**Н. В. Рогова**, канд. техн. наук, доцент, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Полтавського університету економіки і торгівлі.

СПІВГОЛОВИ:

**Т. В. Капліна**, д-р техн. наук, професор, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Полтавського університету економіки і торгівлі;

**Г. П. Скляр**, д-р екон. наук, професор, професор кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі;

**О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Полтавського університету економіки і торгівлі.

СЕКРЕТАР:

**А. В. Філіпповський**, лаборант кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Полтавського університету економіки і торгівлі.

**Ризики** та перспективи реалізації інноваційних проєктів Р64 у туристичному, готельному і ресторанному бізнесі: матеріали науково-практичного семінару (м. Полтава, 22 квітня 2026 року). – Полтава : ПУЕТ, 2026. – 45 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-966-184-491-8

Семінар, що відбувся у Полтавському університеті економіки і торгівлі, проведено в межах науково-дослідних робіт «Проблеми функціонування і розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715) та «Інноваційні проєкти в готельному і ресторанному бізнесі: ризики та перспективи» (держ. реєстр. номер 124U005230). Для науковців, викладачів, студентів закладів вищої освіти, усіх, хто цікавиться питаннями туристичного, готельного і ресторанного бізнесу.

УДК 640.4-043.86

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналі.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

## ЗМІСТ

### **РОЗДІЛ І. ДОПОВІДІ І СПІВДОПОВІДІ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

*О. В. Єгорова, Е. Ю. Шуліка*

Перспективи використання цифрових технологій  
в розробці та організації автобусних турів ..... 5

*М. М. Логвин*

Вплив соціального середовища на розвиток  
підприємництва у сфері туризму і гостинності ..... 7

*Л. О. Положишникова, Д. М. Безмаль, Д. Р. Піскова*

Інноваційні рішення у готельно-ресторанному  
бізнесі в умовах воєнного стану ..... 11

*А. В. Філіпповський, О. Д. Оніщенко*

Управління готелями у поствоєнний період:  
стратегія адаптації та сталий розвиток ..... 13

*М. І. Філь*

Маркування харчових продуктів в умовах інноваційного  
розвитку: сучасні підходи, цифрові рішення та перспективи..... 16

*А. О. Фінчук, Ю. О. Шейко*

Роль середовища закладу ресторанного господарства  
у формуванні психологічного комфорту споживачів..... 19

*В. М. Червоний, Д. В. Горєлков*

Перспективи розвитку сфери HoReCa на Харківщині ..... 22

*О. І. Яковенко, О. М. Зимогляд, К. О. Котляр*

«Чисті точки Полісся»: науково-туристичний проєкт  
маркування природних джерел Чернігівщини як  
інструмент розвитку зеленого туризму в громадах ..... 25

### **РОЗДІЛ ІІ. ВИСТУПИ У ДИСКУСІЇ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

*А. М. Буйволенко*

Цифрова трансформація ресторанного бізнесу:  
технологічні тренди та управлінські рішення ..... 29

<i>Г. П. Скляр, А. В. Філіпповський</i> Ризики та вектори розвитку туризму в умовах воєнного стану.....	30
<i>К. П. Степанченко, Н. В. Лапицька, О. М. Савченко</i> Сучасні екологічні тренди у розвитку готельного бізнесу.....	32

### **РОЗДІЛ ІІІ. НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

<i>А. М. Буйволенко</i> Зелені технології та принципи Farm-to-Table у готельно-ресторанному бізнесі.....	37
<i>М. С. Миценко</i> Персонал як ключовий ресурс формування якості сервісу в індустрії гостинності.....	38
<i>Д. В. Носенко</i> Комунікативні бар'єри як чинник зниження якості сервісу в індустрії HoReCa .....	42

## **РОЗДІЛ І. ДОПОВІДІ І СПІВДОПОВІДІ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

---

*О. В. Єгорова, канд. екон. наук, доцент;*

*Е. Ю. Шуліка, здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня*

*Полтавський державний аграрний університет*

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗРОБЦІ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ**

Бурхливий розвиток цифрових технологій надає нові можливості для удосконалення процесів розробки та організації автобусних турів. Використання smart-рішень в процесі розробки маршрутів та організації процесу обслуговування туристів дозволяє підвищити якість надання туристичних послуг, оптимізувати логістику перевезень, покращити інформаційний супровід та зменшити екологічний вплив автобусних подорожей.

Практика свідчить, що цифрові технології, зокрема штучний інтелект, великі дані, мобільні застосунки, GPS-навігація, системи онлайн-бронювання та віртуальні сервіси, мають значний вплив на розвиток туристичної сфери. Їх використання є особливо актуальним при розробці автобусних турів, де важливими є планування маршруту, координація переміщення групи, контроль часу та оперативне реагування на зміни дорожньої ситуації.

Одним із важливих напрямів застосування цифрових технологій при розробці автобусних турів є оптимізація маршрутів. Завдяки сучасним навігаційним системам, аналізу дорожньої ситуації в режимі реального часу, врахуванню погодних умов та транспортного навантаження є можливість обирати найбільш ефективні маршрути, скорочувати час у дорозі та знижувати витрати на пально-мастильні матеріали. Це дозволяє не лише підвищити комфорт туристів, збільшити прибутки туристичних компаній, але й мінімізувати негативний вплив транспорту на навколишнє середовище.

Цифрові технології також відкривають можливості для підвищення екологічності автобусних турів. Завдяки онлайн-плану-

ванню маршрутів, зменшенню кількості зайвих переїздів, оптимізації споживання пального та контролю викидів можна знизити негативний вплив туристичної діяльності на довкілля.

Важливу роль при організації подорожей відіграють мобільні застосунки, які забезпечують туристів інформацією про маршрути, час відправлення, місця зупинок, екскурсійні об'єкти, заклади харчування та розміщення. За допомогою таких застосунків туристи можуть отримувати повідомлення про зміни у програмі туру, контактувати з супроводжуючими особами, переглядати ваучери тощо.

Перспективним напрямом в організації автобусних турів є використання штучного інтелекту. ШІ вже давно перестав бути простою «додатковою опцією» та стає ключовим елементом розробки маршрутів подорожі. Чат-боти та інтелектуальні помічники можуть консультувати клієнтів щодо маршруту, тривалості поїздки, умов проживання та харчування, допомагати з оформленням документів. Крім того, ШІ дозволяє аналізувати вподобання туристів, формувати персоналізовані тури та прогнозувати попит на окремі напрямки.

Разом із тим використання цифрових технологій супроводжується певними ризиками. Насамперед це стосується захисту персональних даних туристів, оскільки онлайн-сервіси накопичують значні обсяги інформації про клієнтів.

Отже, використання цифрових технологій у розробці та організації автобусних турів має великі перспективи. Вони сприяють оптимізації маршрутів, підвищенню рівня комфорту та безпеки туристів, покращенню якості сервісу, розвитку персоналізованих підходів та забезпеченню більш екологічного характеру туристичних подорожей.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Bingöl S., Yang Y. Integrating smart technologies and artificial intelligence to build smart tourism destination ecosystems: A model for smart destination management. *Tourism Management Perspectives* 58 (2025). doi:10.1016/j.tmp.2025.101380.

- Ionescu A.-M., Sârbu F.: Exploring the impact of smart technologies on the tourism industry. *Sustainability* 16, 3318 (2024). doi:10.3390/su16083318.
- Nieves-Pavón S., López-Mosquera N., Jiménez-Naranjo H. The role emotions play in loyalty and WOM intention in a smart tourism destination management. *Cities* 145, 104681 (2024). doi:10.1016/j.cities.2023.104681.
- Nilsson J., Jansson J., Nicholas K., Zhao C. Traveler perceived service quality and satisfaction with public transport: The influence of digital competence and environmental attitudes. *Transport Policy* 103741 (2025). doi:10.1016/j.tranpol.2025.07.022.
- Sezer S., Ilban M. Digital transformation in tourism: Opportunities and challenges for Türkiye and Mediterranean countries. *Journal of Tourism Management* 1107, 62–83 (2024). doi:10.29329/jtm.2024.1107.5.
- Stroumpoulis A., Kopanaki E., Varelas S. Role of artificial intelligence and big data analytics in smart tourism: A resource-based view approach. *WIT Transactions on Ecology and the Environment* 259, 99–108 (2022). doi:10.2495/ST220091.
- Tuo Y., Wu J., Zhao J., Si X. Artificial intelligence in tourism: Insights and future research agenda. *Tourism Review* 80 (8) (2024). doi:10.1108/TR-03-2024-0180.
- Vanderhorst H. R., Heesom D., Yenneti K.: Technological advancements and the vision of a meta smart twin city. *Technology in Society* 79 (2024). doi:10.1016/j.techsoc.2024.102731.
- Yehorova O., Yaprynets T., Chip L., Tiutiunnyk Y. The Potential of Digital Technologies for Organizing Environmentally Responsible Tourism in Smart Cities. *SmartEconomy, Entrepreneurship and Security*. 2025. Vol. 3(2). P. 67–74. DOI: [https://doi.org/10.60022/sis.3.\(02\).7](https://doi.org/10.60022/sis.3.(02).7).

*М. М. Логвин, канд. геогр. наук, доцент  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ**

Соціальне середовище відіграє важливу роль у розвитку сфери гостинності, оскільки саме воно формує умови для взаємодії між місцевим населенням і туристами. Рівень культури, гостин-

ності, безпеки та соціальної стабільності безпосередньо впливає на привабливість туристичної дестинації. Доброзичливе ставлення місцевих жителів, збереження традицій, культурної спадщини та організація різноманітних культурних заходів сприяють формуванню позитивного іміджу території та підвищують інтерес туристів до її відвідування. Крім того, розвиток соціальної інфраструктури – закладів харчування, сфери обслуговування, транспорту та дозвілля – створює комфортні умови для перебування мандрівників.

Водночас туризм також впливає на соціальне середовище, стимулюючи розвиток місцевих громад і підвищення рівня життя населення. Завдяки туристичній діяльності створюються нові робочі місця, активізується підприємництво та розвиваються культурні ініціативи. Туризм сприяє міжкультурному обміну, розширенню світогляду населення та зміцненню соціальних зв'язків між різними регіонами й країнами. Для забезпечення сталого розвитку туризму важливо підтримувати баланс між інтересами туристів і потребами місцевої громади.

У контексті розвитку туристичної інфраструктури важливе значення має індекс людського розвитку. Його застосовують для визначення відмінностей між розвиненими, такими, що розвиваються, та слаборозвиненими країнами, а також для оцінювання впливу економічної політики на рівень життя населення, в тому числі на можливість подорожувати.

Одним із чинників розвитку туризму є матеріальний добробут країн-експортерів туристичних послуг. Насамперед його характеризує показник ВВП (валового внутрішнього продукту) на душу населення. Найточніше рівень економічного розвитку та економічного зростання відображає ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності (ПКС). Для забезпечення порівнянності всі показники подаються в єдиній валюті – доларах США. Перерахунок із національних валют здійснюється не за ринковими валютними курсами, а за паритетом купівельної спроможності, як це прийнято в міжнародних економічних зіставленнях.

Міжнародний індекс щастя відображає «реальний» добробут націй. Happy Planet Index – показник добробуту населення та

стану довкілля в різних країнах світу, запропонований організацією New Economics Foundation (NEF) у липні 2006 року. МІЩ базується на утилітарному підході, згідно з яким люди прагнуть прожити довге й повноцінне життя, а держави – забезпечити максимальний добробут громадян, раціонально використовуючи ресурси та не завдаючи шкоди довкіллю. Для обчислення індексу враховують три показники: суб'єктивну задоволеність життям, очікувану тривалість життя та «екологічний слід».

У туристичній сфері значна увага приділяється безпеці перебування в країні, що надає туристичні послуги. Одним із найточніших індикаторів рівня фізичної безпеки держави є кількість умисних убивств, яка також значною мірою характеризує стан соціального середовища та цінність людського життя в суспільстві. Найбезпечнішими країнами світу за цим показником залишаються європейські князівства – Ліхтенштейн, Монако та Люксембург, де рівень умисних убивств тривалий час фактично нульовий. Найвищі показники злочинності фіксуються у країнах Південної Америки та Центральної Африки. Водночас у світі спостерігається стійка тенденція до щорічного зниження рівня вбивств: нині в середньому реєструється близько п'яти умисних убивств на 100 тис. населення. Зазначимо, що «навмисне вбивство» визначається як навмисне протизаконне спричинення смерті іншій особі.

Найбільша міжнародна база даних про міста й країни Numbeo опублікувала рейтинг рівня небезпеки життя в різних державах світу (Crime Index for Country) [1]. Під час оцінювання рівня безпеки враховувалися такі види злочинів, як умисні вбивства, пограбування, насильство та інші правопорушення. Основним джерелом інформації стали відгуки місцевих жителів і туристів, які відвідували відповідні країни. За методикою Numbeo, індекс злочинності до 20 означає дуже низький рівень вуличної злочинності, 20–40 – низький, 40–60 – помірний, 60–80 – високий, а 80–100 – надзвичайно високий ризик стати жертвою злочину (див. табл. 1).

Водночас слід враховувати, що ці показники формуються на основі відгуків користувачів і можуть відрізнятись від офіційних статистичних даних урядів відповідних держав.

**Таблиця 1 – Рівень злочинності в окремих країнах,  
складено за [1]**

№	Країна	Індекс злочинності	Індекс безпеки
1	Венесуела	83,76	16,24
2	Папуа-Нова Гвінея	80,79	19,21
3	ПАР	76,86	23,14
4	Афганістан	76,31	23,69
5	Гондурас	74,54	25,46
6	Тринідад і Тобаго	71,63	28,37
7	Гайана	68,74	31,26
8	Сальвадор	67,79	32,21
9	Бразилія	67,49	32,51
10	Ямайка	67,42	32,58
56	США	47,81	52,19
57	Україна	47,42	52,58
137	Катар	12,13	87,87

У 2023–2025 роках рейтинг найбезпечніших країн Європи очолюють Ісландія, Швейцарія, Норвегія та Данія. Україна, згідно з деякими рейтингами, у 2020-х роках мала високий рівень злочинності, проте ситуація коригується з урахуванням воєнного стану. До країн з підвищеним рівнем злочинності в Європі іноді відносять Францію, Швецію та Молдову.

Криміногенна ситуація, пов'язана з незаконним обігом наркотиків, негативно впливає на розвиток туризму та сфери гостинності, оскільки сприяє зростанню рівня злочинності, поширенню насильства, погіршенню громадської безпеки та формуванню негативного іміджу туристичних дестинацій. У регіонах із високим рівнем наркозлочинності туристи частіше стикаються з ризиками пограбувань, шахрайства та інших правопорушень, що знижує туристичну привабливість території.

Отже, рівень злочинності є одним із ключових чинників, що впливають на розвиток туризму та сфери гостинності. Високі показники криміногенної небезпеки погіршують міжнародний імідж країни, зменшують туристичні потоки, стримують інвестиції у туристичну інфраструктуру та знижують конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Натомість забезпечення

безпеки, стабільності та правопорядку сприяє зростанню довіри туристів, розвитку туристичної індустрії та підвищенню економічної ефективності сфери гостинності.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Рейтинг країн за рівнем злочинності. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/crime-index>.

*Л. О. Положишникова, канд. техн. наук, доцент;*

*Д. М. Безмаль, спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРС(б)1-32*

*Полтавський університет економіки і торгівлі;*

*Д. Р. Піскова, спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРС ФМБ-11*

*Полтавський фаховий коледж Полтавського університету економіки і торгівлі, м. Полтава*

## **ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Інновації є ключовим чинником розвитку сучасної економіки та підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. У готельно-ресторанному бізнесі інноваційна діяльність забезпечує вдосконалення якості обслуговування, формування нових споживчих цінностей і зміцнення ринкових позицій. Водночас інновації можуть виступати не лише джерелом прибутку, але й фактором ризику, що здатен впливати на фінансову стабільність підприємств. Як зазначає Дж. Сорос, інновації є рушійною силою розвитку ринків, проте одночасно спричиняють їхню нестабільність [1]. В умовах воєнного стану особливого значення набувають інновації, що не потребують значних інвестиційних витрат і мають соціально орієнтований характер.

Мета роботи. Обґрунтувати та розробити практичні рекомендації щодо впровадження інноваційних рішень у діяльність готельно-ресторанних комплексів у сучасних умовах.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використано загальнонаукові теоретичні методи: аналіз, синтез, узагальнення,

а також методи логічного порівняння та систематизації наукових джерел.

Результати та обговорення. Готельно-ресторанні комплекси як багатофункціональні підприємства поєднують послуги проживання, харчування та організації дозвілля, що створює передумови для впровадження комплексних інновацій. Одним із перспективних напрямів є впровадження арт-терапевтичних практик. Згідно з науковими дослідженнями, арт-терапія сприяє розвитку творчого потенціалу особистості, зниженню рівня стресу, покращенню емоційного стану та формуванню адаптаційних механізмів [2]. Вона розглядається як ефективний інструмент психосоціальної підтримки та реабілітації.

Не менш актуальним є впровадження йоготерапії, яка позитивно впливає на фізичний та психоемоційний стан людини. Доведено, що регулярні практики йоги сприяють зниженню рівня тривожності, покращенню когнітивних функцій і підвищенню стресостійкості [3]. У сучасних умовах такі інновації мають важливе значення для підтримки психологічного здоров'я населення.

У сфері ресторанного господарства доцільним є розширення асортименту продукції за рахунок страв для веганів і вегетаріанців, а також впровадження страв, приготованих без додавання цукру. Це відповідає глобальним тенденціям здорового та усвідомленого харчування, оскільки надмірне споживання цукру пов'язане з підвищенням ризику метаболічних порушень і хронічних захворювань.

Висновки. У результаті дослідження авторами запропоновано впровадження інноваційних рішень у готельно-ресторанних комплексах України, зокрема: арт-терапії, йоготерапії, розширення меню за рахунок веганських і вегетаріанських страв та впровадження страв приготованих без цукру. Запропоновані заходи не потребують значних фінансових витрат, проте сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств, розширенню цільової аудиторії та покращенню психоемоційного і фізичного стану споживачів.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Soros G. The alchemy of finance. Chichester : John Wiley & Sons Ltd, 1987. 416 p.
2. Fancourt D., Finn S. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. Nordic Journal of

Arts, Culture and Health. 2020. Vol. 2, no. 1. P. 77–83. DOI: <https://doi.org/10.18261/issn.2535-7913-2020-01-08>.

3. Park C. L., Slattery J. M. Yoga as an integrative therapy for mental health concerns: An overview of current research evidence // *Psychiatry International*. 2021. Vol. 2, no. 4. P. 386–401. DOI: <https://doi.org/10.3390/psychiatryint2040030>.

*А. В. Філіпповський, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРСб-42;*

*О. Д. Оніщенко, аспірант спеціальності 073 Менеджмент*

*Н. В. Рогова, канд. техн. наук, доцент – науковий керівник  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЯМИ У ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД: СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

Поствоєнний відновлювальний процес в Україні охоплює широкий спектр економічних трансформацій, де індустрія гостинності відіграє роль каталізатора регіонального розвитку.

Готельний сектор, зазнавши значних структурних втрат унаслідок збройного конфлікту, потребує комплексної стратегії адаптації, яка б поєднувала принципи сталого розвитку з реаліями відновлювальної економіки. За даними Державної служби статистики України, кількість колективних засобів розміщення скоротилася на 34 % порівняно з довоєнними показниками, що актуалізує питання ефективного управління галуззю в умовах невизначеності [1].

Теоретичною основою дослідження слугують концепція стійкості підприємств (organizational resilience), розроблена у працях К. Вейка та К. Саткліффе [2], а також модель адаптивного управління Д. Тіса щодо динамічних можливостей організацій [3]. Застосування цих підходів до готельного менеджменту дозволяє сформувати цілісну систему антикризових заходів, орієнтованих на довгострокову конкурентоспроможність.

Аналіз міжнародного досвіду відновлення готельної інфраструктури у постконфліктних країнах (Хорватія після балканських воєн 1990-х рр., Грузія після 2008 р., Боснія та Герцеговина) свідчить про спільні закономірності відродження туристичної галузі. У всіх випадках ключовою умовою успіху було поєднання

державних гарантій безпеки з активною участю приватного капіталу та міжнародних фінансових інституцій. Відновлення готельного сектору Хорватії зайняло близько 7 років, проте вже через 10 років країна увійшла до п'ятірки найпопулярніших туристичних напрямів Середземномор'я [4].

Стратегія адаптації готельного бізнесу в поствоєнний період, на нашу думку, має ґрунтуватися на трьох взаємопов'язаних векторах.

Перший напрям, операційна реструктуризація, передбачає перегляд бізнес-моделей з акцентом на гнучкість ціноутворення, диверсифікацію цільових сегментів (ділові мандрівники, гуманітарний персонал, учасники відновлювальних програм, внутрішній туризм) та впровадження цифрових інструментів управління доходами (Revenue Management Systems).

Другий напрям, інфраструктурна модернізація, охоплює енергетичну автономізацію об'єктів через встановлення сонячних панелей та автономних генераторів, що є критично важливим в умовах нестабільного енергопостачання. За оцінками експертів Міжнародної фінансової корпорації (IFC), інвестиції в енергоефективність готелів скорочують операційні витрати на 25–40 % [5].

Третій напрям, соціальна відповідальність та сталий розвиток, набуває особливого значення в контексті реінтеграції ветеранів та внутрішньо переміщених осіб. Програми працевлаштування ВПО у готельному секторі, апробовані у Польщі після 2022 р., демонструють подвійний позитивний ефект: зниження дефіциту кваліфікованих кадрів та підвищення соціальної згуртованості громад. Крім того, орієнтація на принципи ESG (Environmental, Social, Governance) відкриває доступ до «зеленого» фінансування з боку Європейського банку реконструкції та розвитку у рамках програми Ukraine Facility [6].

Важливим інструментом управління є формування кластерних об'єднань готельних підприємств на регіональному рівні. Кластерний підхід дозволяє оптимізувати витрати на маркетинг, забезпечити спільні стандарти якості та підвищити переговорну силу з туроператорами та платформами онлайн-бронювання. Досвід відновлення туристичної інфраструктури Косово після 1999 р. свідчить, що кластерні ініціативи за підтримки USAID скоротили

терміни виходу галузі на беззбиткову діяльність у середньому на 2,3 роки [4].

Окремої уваги заслуговує цифрова трансформація як стратегічний пріоритет. Впровадження систем управління майном (PMS) нового покоління, технологій безконтактного обслуговування та аналітики великих даних дозволяє готелям оперативно реагувати на коливання попиту та мінімізувати транзакційні витрати. За прогнозами McKinsey Global Institute, цифровізація готельного бізнесу здатна збільшити операційний прибуток на 15–20 % протягом трьох років після впровадження [7].

Фінансовий аспект стратегії адаптації передбачає активне використання державних механізмів підтримки: пільгового кредитування через Фонд розвитку підприємництва, грантових програм ЄС та механізмів страхування воєнних ризиків.

Паралельно важливим є залучення іноземних прямих інвестицій через угоди про управління з міжнародними готельними мережами, що забезпечує не лише фінансові ресурси, а й трансфер управлінських компетенцій та брендову підтримку.

Таким чином, управління готелями у поствоєнний період являє собою багатовимірну управлінську задачу, що потребує синхронізації операційних, інвестиційних та інституційних зусиль. Ефективна стратегія адаптації, побудована на засадах сталого розвитку, не лише відновлює довоєнний потенціал галузі, а й створює передумови для якісно нового рівня конкурентоспроможності українського готельного бізнесу на міжнародному ринку. Подальшого дослідження потребують питання оцінювання ефективності антикризових стратегій та розробки галузевих KPI для моніторингу процесу відновлення.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Державна служба статистики України. Діяльність підприємств. Статистичні публікації. Київ, 2023. URL: [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/pub19\\_u.htm](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/pub19_u.htm).
2. Weick K. E., Sutcliffe K. M. *Managing the Unexpected: Sustained Performance in a Complex World*. 3rd ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015. 226 p. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119175834>.

3. Teece D. J. Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth. Oxford : Oxford University Press, 2009. 299 p. URL: <https://global.oup.com/academic/product/dynamic-capabilities-and-strategic-management-9780199691906>.
4. UNWTO. Tourism Recovery and Reconstruction after Conflict: Case Studies from the Western Balkans and Beyond. Madrid : World Tourism Organization, 2020. 112 p. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-peace>.
5. International Finance Corporation (IFC). Building Green: Sustainable Construction in Emerging Markets. Washington D.C. : IFC, 2023. 76 p. URL: <https://www.ifc.org/en/insights-reports/2023/building-green-in-emerging-markets>.
6. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). The War on Ukraine: EBRD Support and Recovery. London: EBRD, 2024. URL: <https://www.ebrd.com/home/what-we-do/focus-areas/war-on-Ukraine.html>.
7. McKinsey Global Institute. Digital Transformation in Hospitality: Value Creation and Implementation Pathways. New York : McKinsey & Company, 2022. 58 p. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights>.

*М. І. Філь, канд. техн. наук, доцент*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **МАРКУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ, ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У сучасних умовах трансформації продовольчих ринків маркування харчових продуктів набуває стратегічного значення як інструмент забезпечення інформаційної прозорості, безпеки та конкурентоспроможності продукції. Зростання обсягів міжнародної торгівлі, розвиток електронної комерції та підвищення вимог споживачів стимулюють впровадження інновацій у сфері маркування [1].

Проблематика маркування та інформування споживачів активно досліджується українськими науковцями, зокрема Л. В. Кап-

рельяни, які наголошують на необхідності цифровізації системи простежуваності харчових продуктів [3; 4].

Інновації у сфері маркування слід розглядати як комплекс технологічних і організаційних рішень, спрямованих на підвищення прозорості інформації про продукт та забезпечення його безпечності [3].

Л. В. Капрельянц підкреслює, що сучасне маркування повинно поєднувати інформаційну та комунікаційну функції, забезпечуючи взаємодію зі споживачем [4].

Цифрові технології у системі маркування. QR-коди є одним із найпоширеніших інструментів цифрового маркування. Вони дозволяють отримати розширену інформацію про продукт, включаючи походження, склад та сертифікацію [2]. Використання QR-кодів значно підвищує рівень довіри споживачів та сприяє формуванню свідомого вибору [4].

RFID та NFC-технології. Ці технології забезпечують ефективну ідентифікацію продукції та використовуються у логістичних системах. Вони дозволяють контролювати рух товарів та умови їх зберігання [2].

Блокчейн як інструмент прозорості. Блокчейн-технологія відкриває нові можливості для забезпечення достовірності інформації про харчові продукти.

За дослідженнями українських та міжнародних науковців, впровадження блокчейну дозволяє значно підвищити рівень довіри до маркування та мінімізувати ризики фальсифікації [6].

Smart-маркування: новий рівень контролю якості. Інтелектуальні етикетки є перспективним напрямом розвитку маркування, наведено у табл. 1.

**Таблиця 1 – Класифікація smart-етикеток [6]**

<b>Вид етикетки</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Практичне значення</b>
Температурні індикатори	Фіксують зміну температури	Контроль холодового ланцюга
Індикатори свіжості	Реагують на біохімічні зміни	Визначення псування
Газові сенсори	Виявляють зміну газового складу	Контроль якості упаковки
Біосенсори	Аналізують мікробіологічні процеси	Забезпечення безпечності

За дослідженнями Л. В. Капрельянц, використання smart-етикеток дозволяє знизити втрати харчових продуктів і підвищити рівень їх безпечності [3].

Штучний інтелект стає важливим інструментом аналізу інформації у сфері маркування. Д. В. Крисанов зазначає, що застосування AI дозволяє автоматизувати процес визначення алергенів та аналізу складу продуктів [5]. Це сприяє підвищенню точності маркування та адаптації інформації під потреби споживачів.

Екологічне маркування набуває все більшого значення у зв'язку з розвитком концепції сталого розвитку. Українські дослідники підкреслюють важливість впровадження екологічних стандартів маркування для підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку.

Серед основних проблем виділяють: високі витрати на впровадження; недостатню технічну базу; низький рівень цифрової грамотності.

Подальший розвиток маркування пов'язаний із:

- цифровізацією;
- інтеграцією з мобільними технологіями;
- впровадженням штучного інтелекту;
- гармонізацією з європейськими стандартами.

Перспективним є створення єдиної цифрової системи простежуваності харчових продуктів в Україні [5].

Отже, інновації у сфері маркування харчових продуктів є важливим чинником розвитку харчової промисловості. Вони забезпечують прозорість, підвищують рівень довіри споживачів та сприяють інтеграції України у світовий ринок.

Подальший розвиток потребує комплексного підходу, що включає впровадження сучасних технологій, удосконалення законодавства та підвищення обізнаності споживачів.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 26.03.2026 р.).
2. Regulation (EU) No 1169/2011 on the provision of food information to consumers.

3. Капрельянц Л. В. Інноваційні технології у харчових виробництвах. Одеса : ОНАХТ. URL: [https://journals.urau.ua/swonaft?utm\\_source=chatgpt.com](https://journals.urau.ua/swonaft?utm_source=chatgpt.com) (дата звернення 26.03.2026 р.).
4. Крисанов Д. В. Використання штучного інтелекту у харчовій промисловості : наукова стаття / Д. В. Крисанов. – Київ, 2024. – 24 с.
5. Філь М. І. Digital tools and information technologies in the development of Ukraine's economy: strategic approaches to transformation : collective monograph / edited by A. V. Cherep, I. M. Dashko, Yu. O. Ohrenych, O. H. Cherep. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. P. 314–324 ISBN 978-9934-26-579-2 DOI 10.30525/978-9934-26-579-2.

*А. О. Фінчук, здобувач;*

*Ю. О. Шейко, канд. екон. наук, доцент*

*Луцький національний технічний університет*

## **РОЛЬ СЕРЕДОВИЩА ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У ФОРМУВАННІ ПСИХОЛОГІЧНОГО КОМФОРТУ СПОЖИВАЧІВ**

У сучасній індустрії гостинності забезпечення психологічного комфорту споживачів виступає одним із визначальних чинників успішності закладу ресторанного господарства. Емоційно сприятливе середовище безпосередньо впливає на тривалість перебування гостей, рівень їх задоволеності та формування лояльності. Психологічний комфорт є результатом комплексної дії взаємопов'язаних факторів, що включають як особливості матеріального середовища, так і організацію обслуговування.

До просторово-інтер'єрних факторів відносяться зонування приміщення, кольорове оформлення, освітлення та вибір меблів. Рациональна організація простору дає змогу виокремити активні та приватні зони, що є особливо важливим для відвідувачів, які прагнуть усамітнення. Кольорова гама впливає на емоційний стан споживачів: стримані та теплі відтінки сприяють релаксації, тоді як надмірно яскраві можуть викликати напруження. Освітлення повинно бути м'яким і комфортним для сприйняття. Меблі, у свою чергу, мають забезпечувати фізичну зручність і гармонійно відповідати загальній концепції закладу.

Саме інтер'єр відповідає за удосконалення побуту, зручність і ефективність виконання повсякденних справ, безпеку, а також створює атмосферу для відпочинку. Крім того, інтер'єр забезпечує естетичні уподобання за рахунок виразної декоративної естетики. Звідси слідує загальні вимоги до інтер'єру: естетизм, за який відповідає декоративність; художній стиль, який створює естетичну привабливість; забезпечення відпочинку, за що відповідають різноманітні інтерактивні рішення; психологічний комфорт, який забезпечують відчуття безпеки, хороше самопочуття тощо. При розробці інтер'єру закладу громадського харчування дуже важливо знайти гармонію між функціональністю й естетикою. Створення ексклюзивного дизайну закладу залежать від безлічі факторів, але відвідувачам запам'ятовуються саме деталі. Може бути, особлива атмосфера комфортності і приємне з огляду на зовнішній погляд оформлення інтер'єру в характерному для закладу стилі. Це можуть бути якісь особливі деталі в дизайні кафе, приємне освітлення, зручні стільці та столики. Далеко не всі симпатії відвідувачів можна пояснити сервісом і цінами. Адже не тільки столи, страви на них будуть перед очима клієнта, а й стіни, підлога, навіть двері і вікна [2].

Щодо кольорової гами, слід відмітити, що пастельні тони почали здавати свої позиції. У сучасних інтер'єрних рішеннях займають позиції виразні соковиті кольори – з'являються аксесуари, меблі та оздоблення темно зеленого, темно-синього, чорного, бордового кольорів. Сьогодні популярні складні нюдові, металеві відтінки, шляхетні сірі кольори, а також насичений трюфельний відтінок в світлому і темному виконанні [1]. Останні кілька років увага прикута до питань екологічності, отже синтетичні матеріали поступаються натуральним; актуальними залишаються дерево, метал, скло, бетон, корок, ротанг [1].

Акустичні фактори мають безпосередній вплив на психоемоційний стан відвідувачів і рівень їхнього комфорту. Звукове середовище включає музичний супровід, рівень шуму та відсутність сторонніх звуків. Гармонійно підібрана музика, що відповідає загальній атмосфері закладу, сприяє покращенню настрою споживачів. Важливе значення має як інтенсивність шуму в залі, так і характер звукового оформлення.

Сенсорні фактори пов'язані з фізіологічним сприйняттям середовища та охоплюють такі параметри, як температура повітря, рівень вологості та запахи. Оптимальний мікроклімат забезпечує фізичний комфорт відвідувачів і є обов'язковою умовою якісного перебування у закладі. Важливим є дотримання санітарно-гігієнічних вимог, а також належна вентиляція приміщення. Поєднання легких ароматів із природними запахами страв формує позитивне емоційне сприйняття, сприяє виникненню приємних асоціацій, стимулює апетит.

Сервісні фактори відображають особливості процесу обслуговування та взаємодії персоналу з відвідувачами. Делікатна та ненав'язлива комунікація сприяє створенню атмосфери довіри, безпеки та збереженню особистого простору гостя. Водночас надмірна активність персоналу може викликати відчуття дискомфорту, особливо у споживачів, які віддають перевагу усамітненню.

Емоційний стан працівника безпосередньо впливає на його взаємодію з клієнтами. Забезпечення психологічного здоров'я персоналу є важливим для підтримки високого рівня обслуговування. Організаційна культура визначає стандарти поведінки та цінності, які впливають на взаємодію з клієнтами [3].

Організаційні фактори характеризують особливості функціонування закладу та охоплюють структуру меню, цінову політику й зручність отримання послуг. Чітко побудоване та зрозуміле меню сприяє зниженню напруження під час вибору, а відповідність цін якості послуг формує довіру споживачів.

Отже, рівень психологічного комфорту у закладах ресторанного господарства визначається сукупністю взаємопов'язаних чинників, гармонійна взаємодія яких сприяє формуванню позитивного досвіду споживача та підсилює конкурентні позиції закладу.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Булгакова Т., Окончук А., Бутукова Н. Сучасні тенденції в дизайні інтер'єру ресторану. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ : КНУТД, 2021 р.
2. Дьяченко Р. Вплив внутрішнього середовища ресторанного закладу на взаємодію комфорт-інтер'єр. Київ, 2019. URL: <https://>

[www.researchgate.net/publication/376828594\\_Vpliv\\_vnutrisnogo\\_seredovisa\\_restorannogo\\_zakladu\\_na\\_vzaemodiu\\_komfort-inter'et](http://www.researchgate.net/publication/376828594_Vpliv_vnutrisnogo_seredovisa_restorannogo_zakladu_na_vzaemodiu_komfort-inter'et)  
(дата звернення 08.04.2026).

3. Мазур В. С. Психологічні чинники ефективності обслуговування у сфері гостинності. Економіка та суспільство, 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/6286/6228> (дата звернення 08.04.2026).

*В. М. Червоний, канд. техн. наук, доцент;*

*Д. В. Горелков, канд. техн. наук, доцент*

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ НОРЕСА НА ХАРКІВЩИНІ**

Згідно з узагальненими даними Державної служби статистики України та галузевих аналітичних звітів, у 2021 році, який можна вважати базовим докризовим періодом, загальний внесок туризму у валовий внутрішній продукт України становив близько трьох відсотків, а кількість зайнятих у сфері гостинності перевищувала 300 тисяч осіб. У Харківській області функціонувало понад 150 колективних засобів розміщення, включаючи готелі, хостели та інші типи закладів, а також понад 1 200 закладів ресторанного господарства різних форматів [1].

У 2022 році внаслідок повномасштабного військового вторгнення відбулося різке скорочення туристичних потоків. За експертними оцінками, загальний туристичний потік в Україні зменшився більш ніж на 60 відсотків порівняно з попереднім роком, тоді як у Харківському регіоні падіння мало ще більш драматичний характер і сягало 80–90 відсотків. Значна частина підприємств гостинності була змушена тимчасово припинити діяльність або змінити функціональне призначення, зокрема, на розміщення внутрішньо переміщених осіб.

У 2023 році почали проявлятися перші ознаки адаптації галузі до нових умов. Кількість діючих закладів розміщення в Україні поступово зросла приблизно на 15–20 відсотків порівняно з 2022 роком, хоча все ще залишалася значно нижчою за довоєнний рівень. У Харкові відновлення відбувалося повільніше через

безпекові фактори, проте частина готелів повернулася до часткової комерційної діяльності. Водночас спостерігалось зростання внутрішнього туризму у відносно безпечніших регіонах, що створило передумови для подальшого перерозподілу туристичних потоків у майбутньому.

У 2024 році тенденція до відновлення посилилася. За оцінками профільних органів, обсяг внутрішніх туристичних поїздок в Україні досяг приблизно 70 відсотків від рівня 2021 року. У структурі попиту почали домінувати короткострокові подорожі, індивідуальні та сімейні формати відпочинку, а також поїздки з оздоровчою та реабілітаційною метою. Для Харківського регіону цей період характеризувався поступовим відновленням ресторанного бізнесу, зокрема відкриттям нових закладів малого формату, що орієнтуються на локального споживача.

Станом на 2025–2026 роки, за експертними прогнозами, рівень відновлення туристичної галузі України може досягти 80–85 відсотків довоєнного показника за умови стабілізації безпекової ситуації. У Харківському регіоні очікується більш повільна динаміка, проте саме це створює можливості для впровадження сучасних технологічних рішень у процесі відбудови. Кількість підприємств гостинності, що відновили діяльність, за оцінками, становить близько 50–60 відсотків від рівня 2021 року, при цьому значна частина нових або реконструйованих об'єктів одразу впроваджує цифрові системи управління.

Особливо показовими є статистичні дані щодо цифровізації галузі. Якщо у 2021 році лише близько 35 відсотків готелів в Україні використовували автоматизовані системи управління, то у 2025 році цей показник перевищив 60 відсотків [2]. Частка закладів ресторанного господарства, що впровадили електронні меню, системи онлайн-замовлення та безконтактної оплати, зросла з 40 відсотків до понад 75 відсотків. У Харкові ці процеси мають навіть більш інтенсивний характер серед новостворених закладів, що свідчить про технологічне «перестрибування» через кілька етапів розвитку.

Аналіз зайнятості демонструє значні трансформації ринку праці. У 2022 році кількість працівників у сфері гостинності скоротилася більш ніж на 40 відсотків, проте вже у 2024–2025 роках спостерігається поступове відновлення зайнятості, хоча структу-

ра попиту на робочу силу змінюється. Зростає потреба у фахівцях з цифрового маркетингу, управління інформаційними системами, аналітики даних, а також у мультифункціональному персоналі, здатному працювати в умовах автоматизованих процесів.

Економічні показники також демонструють поступове відновлення. Обсяг реалізованих послуг у сфері тимчасового розміщення та харчування в Україні у 2023 році зріс приблизно на 25 відсотків порівняно з 2022 роком, а у 2024 році – ще на 30 відсотків. Водночас рівень прибутковості залишається нестабільним через високі витрати на енергоносії, логістику та безпекові заходи. У Харківському регіоні значна частина підприємств функціонує у режимі обмеженої рентабельності, що стимулює пошук інноваційних рішень для оптимізації витрат.

Екологічні показники розвитку галузі також зазнали змін. Зростає частка підприємств, що впроваджують енергоефективні технології, зокрема використання альтернативних джерел енергії, систем рекуперації тепла та водозбереження. За оцінками, у 2025 році близько 20–25 відсотків нових або реконструйованих готелів в Україні застосовують елементи «зеленого будівництва», тоді як у 2021 році цей показник не перевищував 10 відсотків.

Соціокультурні аспекти розвитку також мають кількісне відображення. Зокрема, зростає кількість культурних та гастрономічних подій локального рівня, що організовуються з використанням цифрових платформ. У 2024–2025 роках кількість таких заходів в Україні збільшилася приблизно на 40 відсотків порівняно з 2022 роком, що свідчить про активізацію креативних індустрій навіть в умовах кризових обмежень.

Таким чином, попри значне скорочення обсягів діяльності у 2022 році, туристична галузь демонструє поступове відновлення із чітко вираженим трендом до технологічної модернізації. Для Харківського регіону характерною є ситуація відкладеного відновлення, яка, однак, створює унікальну можливість для формування нової моделі туристичної дестинації, заснованої на принципах цифровізації, сталого розвитку та інноваційності.

Статистичні показники не лише підтверджують глибину трансформацій, але й свідчать про формування якісно нової моделі розвитку туризму і гостинності, в якій технології виступають ключовим фактором конкурентоспроможності, стійкості та інноваційного зростання.

## Список використаних інформаційних джерел

1. Купалова Г. І. Відновлення та розвиток туристичного підприємництва в Україні / Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 393–402.
2. Як Servio допомагає готелям позбутися ручного переносу даних: інтеграції, що автоматизують весь процес : [веб-сайт]. URL: <https://expertsolution.com.ua/statti/yak-servio-dopomagaye-gotelyam-pozbutysya-ruchnogo-perenosu-danyh-integratsiyi-shho-avtomatyzuyut-ves-protses/> (дата звернення: 12.04.2026).

*О. І. Яковенко, канд. біол. наук*

*Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка;*

*О. М. Зимогляд;*

*К. О. Котляр*

*Чернігівський ліцей № 12 Чернігівської міської ради*

### **«ЧИСТІ ТОЧКИ ПОЛІССЯ»: НАУКОВО-ТУРИСТИЧНИЙ ПРОЄКТ МАРКУВАННЯ ПРИРОДНИХ ДЖЕРЕЛ ЧЕРНІГІВЩИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ГРОМАДАХ**

Розвиток внутрішнього туризму, зокрема екологічного та сільського зеленого туризму, набуває дедалі більшого значення для відновлення України в умовах воєнного часу та повоєнної відбудови. Природні джерела Поліської зони Чернігівської області – унікальні об’єкти, що поєднують цінність чистої питної води, рекреаційний потенціал і культурно-краєзнавчий вимір. Разом із тим більшість таких джерел залишаються маловідомими широкому загалу, недослідженими та не інтегрованими в туристичні маршрути регіону.

Водночас попит на автентичні природні локації та маршрути невпинно зростає. Серед усіх видів внутрішнього туризму саме екологічний і пізнавальний туризм, пов’язаний із природними та культурними об’єктами малих міст і сільської місцевості, демонструє найвищу динаміку. Природні джерела як туристичний ресурс мають суттєву перевагу: вони не є сезонними об’єктами й можуть стати складовою маршрутів цілорічного відвідування,

що особливо важливо для забезпечення сталого туристичного потоку в невеликих громадах.

З метою розв'язання цієї проблеми авторами розпочато реалізацію інноваційного проєкту «Чиста точка», спрямованого на формування інформаційної мережі природних джерел Чернігівщини та їх популяризацію як об'єктів зеленого й пізнавального туризму. Кінцевою метою проєкту є створення каталогу «Чисті точки Полісся: стежками води й лісу», а також розроблення туристичного маршруту «Чиста точка: у пошуках джерел Мавки» – маршруту, що об'єднає перевірені природні джерела з легендами та образами поліської культури.

Першим етапом проєкту стало проведення наукового дослідження якості питної води в Семенівській громаді Чернігівської області (2024–2025 рр.). Відбір проб здійснювали в ключових точках: у свердловинах с. Іванівка Новгород-Сіверського району, у системі централізованого водопостачання та з природного джерела м. Семенівка.

Для оцінювання якості води використано комплекс фізико-хімічних і органолептичних методів: визначення рівня рН, мінералізації (ppm), окисно-відновного потенціалу (ОВП), загальної жорсткості, вмісту кальцію, магнію, фосфатів та інших показників.

Установлено, що більшість досліджених джерел відповідає нормативним вимогам. Якість води зумовлена переважно природними геохімічними особливостями регіону.

На основі отриманих результатів розроблено концепцію інформаційних стендів «Чиста точка». Кожен стенд, установлений безпосередньо біля природного джерела, міститиме: виміряні показники якості води із зазначенням дати вимірювання; характеристику типу та глибини джерела; QR-код із покликанням на легенду, краєзнавчу довідку чи культурну розповідь про місце; оцінку придатності води до вживання. Такий формат перетворює кожне джерело не лише на точку водозабору, а й на туристичну локацію з власною ідентичністю та атмосферою.

Для громад реалізація проєкту «Чиста точка» забезпечує комплекс практичних переваг: залучення нових відвідувачів і розвиток зеленого туризму; підвищення впізнаваності та інвестиційної привабливості територій; формування емоційного зв'язку між

туристами й природним середовищем; підвищення екологічної свідомості населення щодо збереження водних ресурсів; популяризацію місцевої культурної спадщини (легенд, обрядів, народної пам'яті, пов'язаних із джерелами).

Соціальну значущість проекту підтверджує також офіційна підтримка органів місцевого самоврядування. Авторами подано лист-клопотання до Управління культури та туризму Чернігівської міської ради з проханням підтримати ініціативу. Управління підтвердило доцільність проекту та виявило готовність надати інформаційну й організаційну підтримку.

Перспективним напрямом є поширення проекту на поліську частину Чернігівської області. Планується провести масштабне польове дослідження природних джерел Полісся, за підсумками якого буде сформовано тематичний туристичний маршрут, що символічно поєднає чисті поліські води з образом Мавки Лесі Українки як уособленням духу природи та «живої води» Полісся.

Ризики реалізації проекту пов'язані передусім із необхідністю регулярного оновлення даних про якість води (стенди потребують актуалізації показників), а також із залученням фінансових ресурсів для виготовлення та встановлення інформаційних конструкцій. Серед інституційних ризиків – можлива відсутність зацікавленості з боку окремих громад або слабка координація між учасниками проекту. Для мінімізації цих ризиків передбачено поетапне впровадження: пілотний проект на базі вже досліджених джерел Семенівщини з подальшим масштабуванням за умови підтримки партнерів.

Проект «Чиста точка» є прикладом реалізації інноваційного підходу до туристичного розвитку на стику екологічної науки, краєзнавства та туризмознавства. Його впровадження відповідає стратегічним пріоритетам відновлення й розвитку внутрішнього туризму України, сприяє популяризації природних ресурсів регіону та формуванню сталих туристичних продуктів, орієнтованих на місцеві громади.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Котляр К., Зимогляд О., Яковенко О. Дослідження якості питної води у містах Чернігів, Семенівка та селі Іванівка Чернігівської області. Водні ресурси: сучасний стан, ефективні технології раціо-

- нального використання та охорона : зб. тез доп. I Всеукр. наук.-практ. конф., м. Чернігів, 26 берез. 2026 р. Чернігів, 2026. С. 28–29.
2. Обласна програма «Питна вода Чернігівської області на 2022–2026 роки». Головна – Чернігівська обласна рада. Новий офіційний веб-портал. URL: [https://chor.gov.ua/images/Razdely/Norm\\_docum/Proekty/8\\_sklykannia/Pro\\_oblasnu\\_Prohramu\\_Pytna\\_voda\\_Chernihivskoi\\_oblasti\\_na\\_20222026\\_roky.pdf](https://chor.gov.ua/images/Razdely/Norm_docum/Proekty/8_sklykannia/Pro_oblasnu_Prohramu_Pytna_voda_Chernihivskoi_oblasti_na_20222026_roky.pdf) (дата звернення: 03.04.2026).
  3. Guidelines for drinking-water quality, 4th edition, incorporating the 1st addendum. World Health Organization (WHO). URL: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241549950> (date of access: 03.04.2026).

## **РОЗДІЛ II. ВИСТУПИ У ДИСКУСІЇ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

---

*А. М. Буйволенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, група ГРСб-11  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

### **ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ТЕХНОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ ТА УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ**

Конкурентоспроможність сучасного ресторанного підприємства дедалі більшою мірою визначається здатністю до технологічної адаптації. Цифровізація операційних і маркетингових процесів перестала бути перевагою першопрохідців і перетворилась на базовий стандарт галузі. Водночас вітчизняний ресторанний сегмент демонструє суттєве відставання: частка електронних продажів у структурі доходів українських закладів становить близько 12 %, тоді як рівень використання інструментів Big Data для стратегічного управління не перевищує 9 % [1].

Ключовим вектором цифрової трансформації є автоматизація взаємодії із споживачем. Системи управління замовленнями на базі POS-терміналів, CRM-платформи та мобільні застосунки дозволяють персоналізувати пропозиції, прискорити обслуговування та накопичувати аналітичні дані для управлінських рішень. Чат-боти та голосові помічники, інтегровані у месенджери, забезпечують цілодобову підтримку клієнтів і прийом замовлень без участі персоналу, що є критично важливим для сегменту доставки [2].

Штучний інтелект та аналіз великих масивів даних (Big Data) переходять у площину операційної необхідності. AI-платформи для аналізу продажів дозволяють прогнозувати попит із урахуванням сезонних коливань і поведінкових патернів клієнтів, що забезпечує скорочення харчових відходів на 25 % при одночасному підтриманні наявності популярних позицій [2]. Міжнародні приклади підтверджують ефективність цього підходу: мережа Domino's завдяки впровадженню онлайн-замовлення та систем реального часу відстеження доставки збільшила кількість повторних замовлень на 40 %; компанія Panera Bread через AI-алгоритм персоналізованої підписки «MyPanera+» суттєво підвищила лояльність аудиторії.

Вагомим прикладом технологічної зрілості вітчизняного ресторанного ринку є програмний комплекс SERVIO – українська система автоматизації, що з 2008 року еволюціонувала до екосистеми з понад 50 модулів і реалізована у більш ніж 5 000 закладів у 10 країнах. Масштабованість платформи та інтеграція з обладнанням провідних виробників роблять її ефективним інструментом підвищення операційної ефективності підприємств різного формату [3].

Таким чином, технологічна трансформація ресторанного бізнесу в Україні має комплексний характер і охоплює клієнтський сервіс, логістику доставки та внутрішню аналітику. Поєднання AI-інструментів із автентичністю локального продукту стає визначальним чинником стійкої конкурентоспроможності на найближчу перспективу.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Стегней М. І., Нодь О. Л., Бергхауер О. О., Кампов Н. С. Трансформація готельно-ресторанного обслуговування в умовах цифровізації. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. № 3. С. 26–29. URL: <https://ujae.org.ua/transformatiya-gotelno-restorannogo-obslugovuvannya-v-umovah-tsyfrovizatsiyi> (дата звернення: 10.05.2025).
2. Ресторанний бізнес у цифрову епоху: впровадження технологій для підвищення ефективності. URL: <https://www.myroniuk.com/how-to-use-technology-for-the-restaurant-industry> (дата звернення: 10.05.2025).
3. Програмне забезпечення SERVIO. URL: <https://serviosoft.com/uk> (дата звернення: 10.05.2025).

*Г. П. Скляр, д-р екон. наук, професор;*

*А. В. Філіпповський, здобувач вищої освіти*

*Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **РИЗИКИ ТА ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Люди, що проживають в Україні, продовжують подорожувати з туристичною метою. Такий факт дозволяє підприємцям та персоналу підприємств туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, перевізникам та надавачам інших послуг, що формують

туристичний продукт, здійснювати свою операційну діяльність. Разом з тим, така діяльність несе традиційні ризики та наражається на нові виклики, пов'язані з умовами воєнного стану. Тому, на наш погляд, актуальною є тема дослідження, присвяченого оцінці ризиків та векторів розвитку туризму в умовах воєнного стану в Україні.

Процеси формування груп туристів достатньої чисельності, що забезпечують надходження грошових потоків для потреб функціонування і розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, знаходяться під впливом, у першу чергу, економічних та демографічних чинників. Ризики зниження купівельної спроможності потенційних туристів компенсуються у значній мірі пропозицією широкого асортименту турів зі застосуванням інструменту раннього бронювання у виїзному туризмі. Абсолютна перевага у складі туристичних груп жінок і дітей формує відповідні маркетингові підходи, пропозицію подорожей під час шкільних канікул, літніх таборів і випускних вечорів за кордоном, що також обумовлено безпековими ризиками. Важливим у внутрішньому туризмі є наявність укриттів у туристських дестинаціях, дотримання правил безпеки при подорожах з використанням залізничного транспорту, особливо під час повітряних тривог.

У туризмі відбулося ускладнення логістики, особливо це торкнулося подорожей з використанням авіаційного транспорту. Пасажирське авіаційне сполучення для українських туристів здійснюється з використанням аеропортів Молдови, Румунії, Польщі, Чехії тощо. Тому збільшується витрати туристів на логістику, на проживання у транзитних готелях, збільшується час на подорожі, виникають ризики запізнення на рейси через затримки при проходженні кордону тощо. Паливна криза у світі, що є наслідком воєнних дій, призводить до ризиків відміни авіарейсів та зростання витрат на авіаційне паливо. Також збільшилися витрати на автобусні тури.

В умовах воєнного стану актуальними, на наш погляд, залишається розвиток, у першу чергу, внутрішнього туризму. Такий підхід на засадах міжрегіонального партнерства дозволяє підтримати бізнес у перспективних туристських дестинаціях, де внаслідок реалізації інноваційних проєктів, що втілюють креативні ідеї підприємців, сформовані нові локації, відкриті нові об'єкти відві-

дування. Для туристів з м. Полтава доступними є одноденні тури в межах Полтавської та до прилеглих областей. Приваблюють туристів пам'ятки культури і природи, безпосередня участь у театралізованих народних святах і обрядах, автентична кулінарна спадщина, майстер-класи і дегустації, фотосесії тощо. Оздоровчий ефект для покращення фізичного і ментального здоров'я дають також багатоденні тури з відвіданням курортів і оздоровчих комплексів Закарпаття, Львівщини, Волині, Одещини та ознайомлення з багатою історико-культурною спадщиною таких регіонів.

Таким чином, туризм залишається важливою компонентою активності переважно жінок і дітей з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання світу. Ризики зниження купівельної спроможності людей компенсуються пропозицією турів вихідного дня, застосування інструменту раннього бронювання. Безпеківі ризики враховуються шляхом підбору об'єктів відвідування з укриттями, організації відпочинку за кордоном. Ускладнення логістики і паливна криза несуть додаткові ризики підвищення вартості подорожей і втрат часу туристів. Доступним і перспективним є розвиток внутрішнього туризму в Україні.

*К. П. Степанченко, здобувач вищої освіти;*

*Н. В. Лапицька, PhD, доцент;*

*О. М. Савченко, канд. техн. наук, доцент*

*Національний університет «Чернігівський колегіум» імені  
Т. Г. Шевченка*

## **СУЧАСНІ ЕКОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

У сучасних умовах розвитку світової економіки екологізація готельного бізнесу виступає одним із ключових напрямів підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку індустрії гостинності. Зростання споживання природних ресурсів, характерне для готельної сфери, зумовлює необхідність впровадження екологічно орієнтованих підходів до управління діяльністю підприємств. Готелі є значними споживачами енергії, води та матеріальних ресурсів, що формує суттєве навантаження на довкілля [1].

Одним із провідних трендів є впровадження концепції «зеленого готелю», яка базується на принципах сталого розвитку та передбачає мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище. До ключових практик належать використання енергоефективних технологій, відновлюваних джерел енергії, систем повторного використання води, а також застосування екологічно безпечних матеріалів у будівництві та експлуатації готелів. Важливим є також розвиток систем управління відходами та впровадження принципів «Zero Waste» [1].

Суттєвим інструментом екологізації виступає сертифікація, зокрема Green Key, LEED, Green Globe, яка підтверджує відповідність готелів міжнародним стандартам сталого розвитку та підвищує довіру споживачів. Поряд із цим активно розвиваються цифрові рішення та «розумні» системи управління ресурсами, що дозволяють оптимізувати витрати та зменшити екологічний слід підприємств [2].

Показовим прикладом впровадження сучасних екологічних трендів в Україні є SPA-готель «ШишкіNN» – заміський готельно-ресторанний комплекс, розташований у лісовій зоні, що функціонує з урахуванням принципів екологічної відповідальності та гармонійного співіснування з природним середовищем. Розташований він у селі Снов'янка Чернігівської області [3]. Однією з ключових особливостей готелю є його екологічно орієнтована локація: комплекс інтегрований у природний ландшафт, що дозволяє мінімізувати антропогенний вплив на екосистему. Архітектурні рішення спрямовані на збереження природного середовища, зокрема використання дерев'яних матеріалів та природних текстур, що відповідає сучасним тенденціям біофільного дизайну.

Важливим аспектом діяльності SPA-готелю «ШишкіNN» є раціональне використання ресурсів. У готелі застосовуються енергоефективні технології освітлення та опалення, що дозволяє зменшити споживання енергії. Крім того, реалізуються підходи до економії води, включаючи використання сучасних сантехнічних систем із пониженим рівнем споживання.

Особливу увагу приділено екологізації ресторанного сервісу. У закладі активно використовуються локальні та сезонні продукти, що сприяє зменшенню вуглецевого сліду та підтримці міс-

цевих виробників. Такий підхід відповідає концепції sustainable food та є важливим трендом у сфері гостинності.

Також комплекс демонструє елементи екологічної відповідальності у поводженні з відходами, включаючи сортування сміття та зменшення використання одноразових матеріалів. Це відповідає сучасним підходам до циркулярної економіки.

Не менш важливою є екологічна комунікація з гостями. Готель формує у гостей екологічну свідомість через популяризацію відпочинку на природі, активного туризму та дбайливого ставлення до довкілля. Таким чином, він виконує не лише економічну, але й соціально-екологічну функцію.

Для глибшого розуміння особливостей розвитку екологічного готельного бізнесу доцільно здійснити порівняльний аналіз українських та міжнародних практик. З метою порівняння обрали вже описаний SPA-готель «ШишкіNN» (Чернігівська область) [3], а також еко-готелі Izki Eco Resort (Закарпатська область) [4] та Коруна (Івано-Франківська область) [5]. Для міжнародного порівняння використовували дані щодо міжнародних готелів Whitepod Eco-Luxury Hotel (Швейцарія) [6] та Six Senses Zighy Bay (Оман) [7]. Примітно, що всі еко-готелі, окрім SPA-готелю «ШишкіNN», розташовуються у гірських місцевостях. Це наштовхує на думку про те, що екологічність у готельному бізнесі асоціюється, здебільшого, із горами та гірським відпочинком. При цьому відмічається, що усі розглянуті готелі функціонують на засадах сталого розвитку та мають спільні характеристики: інтеграція у природне середовище, використання локальних матеріалів та ресурсів, орієнтація на екологічний туризм і популяризація відповідального споживання серед гостей. Зокрема, як «ШишкіNN», так і Izki Eco Resort активно використовують природні ландшафти як основу туристичного продукту, поєднуючи відпочинок із екологічними активностями – піші маршрути, велотуризм, рекреація. Аналогічно, Whitepod Eco-Luxury Hotel пропонує концепцію проживання у мінімально інвазивних еко-структурах – геодезичних капсулах, що гармонійно вписуються в гірське середовище.

Не зважаючи на спільні концепції українських та світових еко-готелів, між ними існують суттєві відмінності. Так, світові готелі, такі як Six Senses Zighy Bay, активно впроваджують пе-

редові еко-технології: сонячну енергетику, системи опріснення води, комплексне управління відходами та енергією. В українських готелях, зокрема «ШишкіNN», екологічність здебільшого досягається через природоорієнтовані рішення та базові енергоощадні технології, а не через високотехнологічні інновації. Крім того, міжнародні еко-готелі мають значно більші фінансові ресурси, що дозволяє їм створювати комплексні екосистеми сталого розвитку. Наприклад, Whitepod Eco-Luxury Hotel позиціонується як преміальний екологічний продукт із високим рівнем сервісу. Українські аналоги, такі як Коруна, орієнтуються на середній сегмент ринку та мають обмежені інвестиційні можливості. Окрім усього зазначеного для світових готелів характерною є наявність міжнародних екологічних сертифікатів, що підвищує їхню конкурентоспроможність. В Україні така практика лише формується, і більшість закладів, включаючи «ШишкіNN», не мають офіційної сертифікації, хоча фактично впроваджують екологічні принципи.

Не зважаючи на ряд перешкод, з якими стикаються українські еко-готелі, вони мають і ряд конкурентних переваг перед світовими. Перш за все менш урбанізовані території забезпечують більш «чистий» екологічний продукт. По-друге, низька щільність забудови дозволяє зберегти природні ландшафти, що є дуже важливим для збереження еко-системи Землі і є головною метою еко-технологій, у тому числі й еко-готелів. По-третє, менші масштаби бізнесу сприяють швидкому впровадженню змін. По-четверте, українські еко-готелі є більш доступними для споживачів адже ціни на українському ринку послуг є значно нижчими порівняно з міжнародними аналогами.

Таким чином, порівняльний аналіз свідчить, що українські еко-готелі перебувають на етапі активного розвитку та поступово інтегрують світові екологічні практики. Водночас їхня діяльність характеризується меншим рівнем технологічності та інвестицій у порівнянні з міжнародними аналогами. Попри це, українські готелі мають значний потенціал завдяки природним ресурсам, автентичності та зростаючому попиту на екологічний туризм. Подолання існуючих бар'єрів сприятиме їхній інтеграції у глобальний ринок сталого туризму.

## Список використаних інформаційних джерел

1. Машкова О., Дуга В., Пасенко Н. Зелені ідеї Zero Waste & Climate Friendly в HoReCa: українські бізнеси : навч. посіб. Херсон – Кропивницький, 2023. 55 с.
2. Тітомир Л. А., Коротич О. М., Халілова-Чуваєва Ю. О. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу // Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13, № 3. С. 88–93.
3. SPA Готель ШишкіNN. Сімейний відпочинок в серці лісу. Веб-сайт. URL: [https://www.shishkinn.com/?gad\\_source=1&gad\\_campaignid=22623075982&gbraid=0AAAAAC\\_DPucH3D18h2KEBfSBflwaTIQEE&gclid=CjwKCAjw-dfOBhAjEiwAq0RwI5xPm\\_z49hHSA0oU2B8QLKyrWRf9dQoT\\_0mhccbW-hRj0vg8HC8oBRoCl2IQAvD\\_BwE](https://www.shishkinn.com/?gad_source=1&gad_campaignid=22623075982&gbraid=0AAAAAC_DPucH3D18h2KEBfSBflwaTIQEE&gclid=CjwKCAjw-dfOBhAjEiwAq0RwI5xPm_z49hHSA0oU2B8QLKyrWRf9dQoT_0mhccbW-hRj0vg8HC8oBRoCl2IQAvD_BwE).
4. IZKI Eco Resort. Веб-сайт. URL: <https://uk.planetofhotels.com/ukrayina/izki/ekokurort-izki>.
5. Коруна. Веб-сайт. URL: <https://www.skogur.ua/about>.
6. Seehotel Huberhof. Веб-сайт. URL: [https://www.seehotel-huberhof.de/en?gad\\_source=1&gad\\_campaignid=6821265&gbraid=0AAAAAD-t5AsAAIYUpw3HIT0tj1Ze36bWv&gclid=CjwKCAjwnN3OBhA8EiwAfpTYeo21QMu\\_p8ZUCHJDaBC3mBqRoy2NmZk9Dul6rxqfRV5xG\\_266S1hWhoCSA8QAvD\\_BwE](https://www.seehotel-huberhof.de/en?gad_source=1&gad_campaignid=6821265&gbraid=0AAAAAD-t5AsAAIYUpw3HIT0tj1Ze36bWv&gclid=CjwKCAjwnN3OBhA8EiwAfpTYeo21QMu_p8ZUCHJDaBC3mBqRoy2NmZk9Dul6rxqfRV5xG_266S1hWhoCSA8QAvD_BwE).
7. Six Senses Zighy Bay. Веб-сайт. URL: <https://tcc.ua/countries/oman/hotels/musandam-el-hasab/six-senses-zighy-bay>.

### **РОЗДІЛ III. НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ УЧАСНИКІВ СЕМІНАРУ**

---

---

*А. М. Буйволенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, група ГРСб-11  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

#### **ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРИНЦИПИ FARM-TO-TABLE У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Індустрія гостинності посідає одне з провідних місць серед галузей за обсягом споживання енергетичних і водних ресурсів, викидами CO<sub>2</sub> та утворенням відходів. Зростання вартості комунальних послуг і посилення вимог екологічного законодавства спонукають готельно-ресторанні підприємства до впровадження «зелених» технологій – комплексу рішень, спрямованих на підвищення ресурсоефективності та зниження екологічного навантаження. Паралельно концепція Farm-to-Table («від лану до столу») пропонує системне переосмислення закупівельної логістики на користь локального виробника.

Екологічний дизайн у готельному будівництві та реновації ґрунтується на пріоритетному використанні безпечних матеріалів місцевого виробництва, що скорочує транспортний екологічний відбиток і знижує кількість будівельних відходів. Інженерна складова екологічного проектування охоплює встановлення теплових насосів замість газових котлів, сонячних панелей для підігріву води та вироблення електроенергії, систем інтелектуального регулювання температури й освітлення. Загальна економія на комунальних послугах при комплексному впровадженні зазначених технологій може досягати 40 % [1].

Концепція Farm-to-Table передбачає максимальне скорочення відстані між місцем виробництва продовольства й тарілкою гостя. Це забезпечує збереження харчової цінності продуктів, знижує витрати на пакування та транспортування й підтримує місцевого виробника. Прозорість походження інгредієнтів стає конкурентною перевагою в сегменті свідомих споживачів, готових доплачувати за локальний і сезонний продукт [2].

Синергія екологічного проектування та Farm-to-Table формує цілісну модель сталого готелю. Використання локальних матеріа-

лів перегукується з принципом використання локальних продуктів; компостування органічних відходів кухні підживлює власні городи чи сади партнерів-фермерів; системи збирання дощової води обслуговують іригаційні потреби. Такий заклад стає прикладом замкненого ресурсного циклу, що мінімізує зовнішні витрати і підвищує стійкість до цінових коливань на енергоносії.

Міжнародний досвід підтверджує комерційну ефективність «зелених» готелів. За оцінками аналітиків Ribas Hotels Group, заклади, що отримали екологічну сертифікацію (LEED, Green Key), демонструють вищу завантаженість у сегменті свідомих мандрівників і нижчий рівень операційних витрат порівняно з несертифікованими аналогами [1]. В Україні цей потенціал ще значною мірою не реалізований, що відкриває вікно можливостей для підприємств-першопрохідців.

Отже, інтеграція зелених технологій та принципу Farm-to-Table є стратегічним напрямом розвитку готельно-ресторанних підприємств. Зниження споживання ресурсів, підвищення якості гастрономічного продукту та формування «зеленого» бренду забезпечують довгострокову конкурентоспроможність закладу в умовах зростаючого попиту на відповідальний туризм.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Морозова Т. Ставка на екологію: зелений дизайн готелів / Pragmatika Media. URL: <https://pragmatika.media/news/stavka-na-ekolohiiu-zelenyi-dyzain-hoteliv> (дата звернення: 10.05.2025).
2. Від ферми до столу – максимально свіжі та локальні продукти / Liebherr FreshMag. URL: <https://www.liebherr.com/uk-ua> (дата звернення: 10.05.2025).

*М. С. Миценко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, група ГРСб-11  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **ПЕРСОНАЛ ЯК КЛЮЧОВИЙ РЕСУРС ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Індустрія гостинності є однією з найбільш трудомістких галузей економіки, де людський чинник відіграє визначальну роль у формуванні враження гостя. На відміну від виробничих підпри-

емств, де якість продукту визначається технологічним процесом, у готельному бізнесі якість послуги невіддільна від якості її надавача – тобто від компетентності, мотивації та ставлення персоналу. Жоден інший підрозділ готелю не проводить зі гостем стільки часу, скільки обслуговуючий персонал, а тому саме від нього залежить той неповторний досвід, який гість запам'ятає і на основі якого прийматиме рішення про повторний візит [1].

Зв'язок між якістю персоналу і задоволеністю гостей підтверджений широкою науковою базою. Дослідження, проведене на основі аналізу відгуків у готелях, виявило, що персоналізований сервіс, ефективне врегулювання скарг і компетентність співробітників суттєво впливають на рівень задоволеності гостей і їхню готовність рекомендувати готель [2]. Надійність обслуговуючого персоналу – тобто здатність стабільно надавати обіцяний сервіс – є фундаментальним чинником лояльності: гості цінують передбачуваність і впевненість у тому, що їхні очікування будуть виправдані [3]. Відповідно, будь-яка стратегія підвищення якості сервісу неминуче повертається до питання управління персоналом.

Проте галузь гостинності стикається із системною кадровою проблемою – високим рівнем плинності персоналу. За даними Bureau of Labor Statistics, у квітні 2024 року рівень звільнень у секторі дозвілля і гостинності становив 4 % – вдвічі більше від середнього показника по всіх галузях (2 %) [4]. Річна плинність кадрів у готелях оцінюється на рівні 70 %, а витрати на заміщення одного співробітника перевищують 5 000 дол. США з урахуванням пошуку, найму і навчання [5]. Дослідження Cornell Center for Hospitality Research фіксує прямий зв'язок між плинністю і якістю: у готелях із вищим за середній рівнем плинності показники задоволеності гостей нижчі на 12 % [6]. Таким чином, утримання кваліфікованих співробітників є не лише HR-завданням, а стратегічним пріоритетом управління якістю.

Ключовим інструментом розвитку кадрового потенціалу є системне навчання та підвищення кваліфікації. За даними звіту Lingio 2024, 52,78 % HR-менеджерів готельної галузі визначають лідерські тренінги своїм головним пріоритетом, а 41,67 % зосереджені на програмах зниження плинності [7]. Щорічний рівень плинності персоналу у Великій Британії в готельній галузі сягає 73,8 %, і системне навчання розглядається як основний засіб його

подолання. Інвестиції в розвиток персоналу підвищують залученість співробітників, формують відчуття цінності і перспективи кар'єрного зростання – а залучений персонал надає якісно кращий сервіс, що безпосередньо відображається на гостьовому досвіді [8].

Другим ключовим напрямом є управління мотивацією і добробутом персоналу. Дослідження Qualtrics 2024 Employee Experience Trends Report виявило, що фронтлайн-працівники є найменш задоволеною категорією – вони відчують недооцінку з боку керівництва і незадоволеність умовами праці [9]. Між тим вони є основними носіями бренду готелю в очах гостя. Провідні готельні мережі реагують на цей виклик комплексними програмами: персоналізованими системами визнання досягнень, прозорими кар'єрними маршрутами, ментальним супроводом і гнучкими графіками роботи. Ribas Hotels Group у 2024 році зафіксувала, що ключовою проблемою на вітчизняному ринку є розрив між амбіціями кандидатів та їхнім реальним досвідом – що підкреслює необхідність структурованих програм адаптації і наставництва [10].

Третій напрям – впровадження прогностичної аналітики у управлінні персоналом. Сучасні платформи дозволяють прогнозувати ризики звільнень за поведінковими патернами, оптимізувати розклади відповідно до прогнозованого потоку гостей, виявляти потенційних лідерів серед чинного персоналу і формувати внутрішній кадровий резерв [11]. Просування співробітників всередині компанії забезпечує більш органічну передачу корпоративної культури і знань про стандарти сервісу, ніж зовнішнє рекрутування, – і є значно дешевшим.

В українському контексті кадрове питання в готельній галузі набуло особливої гостроти: мобілізація, вимушена міграція та перерозподіл трудових ресурсів між регіонами спричинили дефіцит кваліфікованих спеціалістів. Водночас відновлення туристичного потоку та євроінтеграція формують підвищений попит на персонал міжнародного рівня. У 2024 році тренди управління персоналом у готельно-ресторанному бізнесі орієнтовані на технологічні інновації, нові підходи до мотивації і безперервний розвиток команди [12]. Зміцнення зв'язків із міжнародними профільними організаціями (HSMIAI, HFTP) розглядається як стратегічний шлях до підвищення кваліфікації вітчизняних спеціалістів [13].

Отже, персонал є не просто виконавцем стандартів сервісу, а головним творцем гостьового досвіду, що неможливо відтворити жодною технологією. Ефективне управління людськими ресурсами в індустрії гостинності – через системне навчання, цілеспрямовану мотивацію, утримання талантів і розвиток лідерського потенціалу – є необхідною умовою стабільної якості послуг і довгострокової конкурентоспроможності готельного підприємства. Формування відповідних компетенцій у фахівців галузі починається ще під час навчання і є спільним завданням університету та роботодавців.

### Список використаних інформаційних джерел

1. Рогльов Х. Й. Основи готельного менеджменту. Процес обслуговування гостей у готелі. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/roglev03-3.htm](https://tourlib.net/books_ukr/roglev03-3.htm) (дата звернення: 20.05.2025).
2. Journal of Business and Economics Research. The Impact of Service Quality on Guest Satisfaction. URL: <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/6799> (дата звернення: 20.05.2025).
3. Preprints.org. Understanding the Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Hospitality Industry. URL: <https://www.preprints.org/manuscript/202501.0082> (дата звернення: 20.05.2025).
4. NetSuite. 8 Ways to Reduce Employee Turnover in Hospitality. URL: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/human-resources/reduce-hospitality-turnover.shtml> (дата звернення: 20.05.2025).
5. OysterLink. Hospitality Turnover Rates: Why Staff Are Leaving in 2026. URL: <https://oysterlink.com/spotlight/high-turnover-in-hospitality-2025> (дата звернення: 20.05.2025).
6. Hybrid Payroll. Employee Turnover in Hospitality Industry: Why It Happens & How to Fix It. URL: <https://hybridpayroll.com/employee-turnover-in-hospitality-industry> (дата звернення: 20.05.2025).
7. Lingio. Key Insights on Employee Training & Development in the Hospitality Industry. 2024 Report. URL: <https://www.lingio.com/blog/employee-training-and-development-in-the-hospitality-industry> (дата звернення: 20.05.2025).
8. Hospitality Net. High Turnover in the Hospitality Industry: A Result of Neglected Training. URL: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4118580.html> (дата звернення: 20.05.2025).

9. Cerkl. 7 Crucial Employee Retention Strategies in the Hospitality Industry. URL: <https://cerkl.com/blog/employee-retention-strategies-hospitality> (дата звернення: 20.05.2025).
10. Ribas Hotels Group. З якими проблемами стикаються готельєри у 2024 році? URL: <https://ribashotelsgroup.ua/en/blog/s-kakimi-problemami-stalkivayutsya-otelyeri-v-2024-godu> (дата звернення: 19.05.2025).
11. Harri. Transforming Hospitality Workforce Management: 5 Trends Defining 2024. URL: <https://resources.harri.com/blog/5-trends-reshaping-hospitality-workforce-management-in-2024> (дата звернення: 20.05.2025).
12. Факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу КНУКМ. Тренди в управлінні персоналом у готельному та ресторанным бізнесі: як підвищити ефективність в 2024 році. URL: <https://fgribt.knukim.edu.ua/home/news/trendy-v-upravlinni-personalom-u-hotelnomu-ta-restorannomu-biznesi-ia-k-pidvyshchyty-efektyvnist-v-2024-rotsi.html> (дата звернення: 19.05.2025).
13. Property Times. Ринок готельної нерухомості 2023: попит відновлюється, кадровий голод посилюється. URL: [https://propertytimes.com.ua/itogi\\_goda/rinok\\_gotelnoyi\\_neruhomosti\\_2023\\_popit\\_vidnovlyuetsya\\_kadroviy\\_golod\\_posilyuetsya](https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidnovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya) (дата звернення: 19.05.2025).

*Д. В. Носенко, здобувач вищої освіти спеціальності Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, група ГРСБ-11  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ ЯК ЧИННИК ЗНИЖЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ В ІНДУСТРІЇ NORESA**

Ефективна комунікація є фундаментальною умовою якісного обслуговування у сфері HoReCa (Hotel, Restaurant, Café). Кожна взаємодія між персоналом і гостем – від процесу бронювання до виїзду – є комунікативним актом, результат якого безпосередньо визначає гостьове враження і рівень задоволеності. Комунікація в індустрії гостинності охоплює вербальні, письмові, невербальні та цифрові обміни між усіма учасниками сервісного процесу [1]. Коли ці канали функціонують без збоїв, персонал здатний

передбачати потреби гостей і надавати бездоганний сервіс; коли ж виникають комунікативні бар'єри, навіть незначний збій може ланцюговою реакцією призвести до незадоволення, скарг і втрати лояльності.

Комунікативний бар'єр у контексті HoReCa – це будь-яка перешкода, що заважає точному, своєчасному і повному передаванню інформації між відправником і одержувачем повідомлення. Науковці виокремлюють декілька типів таких бар'єрів у середовищі готельно-ресторанного бізнесу. По-перше, мовні та культурні бар'єри: різниця мов і культурних кодів між персоналом і гостями є найпоширенішою причиною непорозумінь, що можуть призвести до некоректного виконання замовлення, ненавмисних образ або відчуття дискомфорту у гостя [2]. По-друге, семантичні бар'єри: використання галузевого жаргону або технічних термінів, незрозумілих гостю, створює інформаційну асиметрію [3]. По-третє, невербальні бар'єри: жести, мімічні сигнали і мова тіла, що є прийнятними в одній культурі, можуть мати протилежне значення в іншій. По-четверте, організаційні бар'єри: перекручення або фільтрація інформації між рівнями управління та виконавцями, інформаційні перевантаження, неякісний зворотний зв'язок і невміння слухати [4].

Наслідки комунікативних збоїв для якості сервісу є суттєвими і вимірюваними. Дослідження у сфері гостинності фіксують, що майже половина працівників відзначають зниження власної продуктивності внаслідок неефективної внутрішньої комунікації [5]. З точки зору гостьового досвіду наслідки ще серйозніші: коли гість відчуває, що його потреби не почуті або не зрозумілі, рівень задоволеності різко падає. При незадовільному досвіді обслуговування 91 % споживачів більше не звертатимуться до цього закладу, а незадоволені гості у середньому розповідають про свій досвід від 9 до 15 іншим людям [5]. Такий мультиплікаційний ефект негативних вражень робить комунікативні збої однією з найдорожчих операційних проблем для закладів HoReCa.

Особливо критичною є комунікація на стику фронт-офісу та бек-офісу. Класичний приклад – прохання гостя доставити рушники до номера: якщо повідомлення не передано вчасно або спотворено між службами, гість чекає понад 30 хвилин і змушений телефонувати повторно [5]. Такі ситуації є системним симптомом

розриву внутрішньої комунікації. Проблеми з бронюванням, що виникають через помилки ручного введення, неузгодженість між платформами або неправильно зрозумілі побажання, формують негативне враження ще до прибуття гостя і задають негативний тон для всього перебування [6].

У рестораний складовій HoReCa комунікативні бар'єри проявляються через неточне прийняття замовлень, недостатню поінформованість персоналу щодо складу страв і алергенів, розбіжності між очікуваннями гостя і тим, що подано на стіл. Відсутність чіткого протоколу комунікації між залом і кухнею призводить до затримок, помилок і загального зниження рівня сервісу. Компетентний персонал ресторану має не лише знати меню, але й вміти донести інформацію про страви так, щоб гість відчув себе впевнено у своєму виборі [7].

Для вітчизняних підприємств HoReCa проблема комунікативних бар'єрів набуває додаткового виміру в контексті обслуговування іноземних туристів і вимог євроінтеграції. Персонал повинен бути максимально відкритим для клієнта, забезпечувати доступ до необхідної йому інформації і вміти долати культурні відмінності [8]. Оцінювання комунікативних компетенцій персоналу готелю є невід'ємною складовою комплексної системи управління якістю: здатність переконувати, терпіння й ненав'язливість у поєднанні з вмінням слухати і чітко формулювати думку є ключовими навичками, якими має володіти кожен працівник, що безпосередньо контактує з гостями [9].

Подолання комунікативних бар'єрів вимагає системного підходу одразу в кількох напрямках. Перший – мовна та міжкультурна підготовка персоналу: регулярні тренінги з іноземних мов, культурної чутливості і невербальної комунікації. Другий – стандартизація внутрішніх комунікаційних протоколів: чіткі алгоритми передачі запитів між підрозділами, зокрема із застосуванням сучасних PMS-систем (Property Management Systems), що централізують інформацію та виключають людський фактор при передачі завдань [6]. Третій – цифрові інструменти перекладу та мультиканальної комунікації з гостями: чат-боти, автоматичні перекладачі й персоналізовані цифрові платформи суттєво знижують мовний бар'єр [1]. Четвертий – формування культури активного слухання

і зворотного зв'язку в команді, де кожен співробітник відчуває відповідальність за якість комунікативного ланцюга [10].

Отже, комунікативні бар'єри є системним чинником зниження якості сервісу в індустрії HoReCa, що проявляється на всіх рівнях – від контакту гість-персонал до внутрішньої координації між підрозділами. Їхнє подолання потребує не точкових заходів, а комплексної стратегії, що поєднує розвиток комунікативних компетенцій персоналу, стандартизацію процесів і впровадження цифрових інструментів підтримки комунікації. Формування цих компетенцій у майбутніх фахівців галузі є пріоритетним завданням сучасної фахової підготовки.

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. SiteMinder. Communication in the hospitality industry. URL: <https://www.siteminder.com/r/hospitality-communication> (дата звернення: 21.05.2025).
2. The Coastal Concierge. Enhance Guest Experience by Breaking Barriers. URL: <https://thecoastalconcierge.com/communication-barriers-in-hospitality-guest-services> (дата звернення: 21.05.2025).
3. Vaia. Miscommunication: Causes & Types in Tourism. URL: <https://www.vaia.com/en-us/explanations/hospitality-and->

Наукове видання

**РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ  
У ТУРИСТИЧНОМУ, ГОТЕЛЬНОМУ  
І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**МАТЕРІАЛИ**

науково-практичного семінару

*(м. Полтава, 22 квітня 2026 року)*

Дизайн обкладинки *О. В. Семенко*  
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 2,6.  
Зам. № 418/2280.

Видавець і виготовлювач  
Полтавський університет економіки і торгівлі  
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.  
E-mail: [pvv.puet@gmail.com](mailto:pvv.puet@gmail.com).

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.