

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Прикарпатський національний університет імені Василя**  
**Стефаника** *Факультет туризму*

*Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи*

**Карпатський національний природний парк Львівський торговельно-  
економічний університет Міжнародний гуманітарний університет**



## **ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС І КУРОРТНА СПРАВА УКРАЇНИ**

### **МАТЕРІАЛИ**

**Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої 15-літтю  
кафедри готельно-ресторанної та курортної справи**

**Івано-Франківськ, 2022**

УДК 338.488.2:640.4+711.455 (477)  
ББК 74.04 (4 Укр)  
Р-36

**Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України** : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України» (Івано-Франківськ, 6 грудня 2022 р.) / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника / гол. редкол. – проф. Володимир Клапчук. Івано-Франківськ, 2022. 458 с.

**Рекомендовано до друку Вченою радою  
Прикарпатського національного університету імені Василя  
Стефаника  
(протокол № 09 від 01.11.2022 р.)**

*Редакційна колегія:*

**Володимир КЛАПЧУК**, д.і.н., проф. (голова редколегії);  
**Ірина МЕНДЕЛА**, к.е.н., доц. (відп. секретар)

**РЕЦЕНЗЕНТИ:**

**Вікторія СТИНСЬКА** – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки та освітнього менеджменту імені Богдана Ступарика,

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;*

**Петро СУХИЙ** – доктор географічних наук, професор, професор кафедри геодезії, картографії та управління територіями, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

УДК 338.488.2:640.4+711.455 (477)  
ББК 74.04 (4 Укр)

© Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2022  
© Карпатський національний природний парк, 2022 © Львівський  
торговельно-економічний університет, 2022  
© Міжнародний гуманітарний університет, 2022

## ЗМІСТ

<i>Передмова (проф. Володимир Великочий) .....</i>	<b>9</b>	
<b>Історія готельно-ресторанної та курортної справи</b>		
<b><u>Українських Карпат.....</u></b>	<b><u>11</u></b>	
<i>Клапчук В., Великочий В., Клапчук О., Клапчук Т., Котенко Р.</i>	<i>Лікувальний центр у Буркуті.....</i>	<b>12</b>
	<i>Розвиток санаторно-курортних закладів на Івано-Франківщині у 70-80-ті рр. XX ст.....</i>	<b>15</b>
<i>Маланюк Т., Шикеринець В.В., Миронов Ю., Михальський Ю., Прокіп А.</i>	<i>Курорт Підлюте в Центральних Ґорґанах (історичний аспект діяльності).....</i>	<b>25</b>
	<i>Туризм та екскурсії як засоби підвищення ефективності навчального процесу (на прикладі Рогатинської гімназії початку XX ст.).....</i>	<b>29</b>
<i>Клапчук В., Прядко О.</i>	<i>Курортництво Східної Галичини.....</i>	<b>34</b>
<b>Інноваційні технології сучасного готельно-ресторанного бізнесу.....</b>		<b><u>48</u></b>
<i>Апельт Г., Савчук Н., Приймак Л., Баранова А.</i>	<i>Тренди готельних технологій і майбутнє індустрії гостинності.....</i>	<b>49</b>
<i>Білоус С., Грицишин А., Філь М.</i>	<i>Інноваційність сфери гостинності як складова розвитку поствоєнної економіки України.....</i>	<b>56</b>
<i>Білоус С., Грицишин А., Філь М.</i>	<i>Сучасні інноваційні технології як складова менеджменту підприємств сфери гостинності.....</i>	<b>71</b>
<i>Власюк К.</i>	<i>Оптимізація організаційної структури управління мережами готелів.....</i>	<b>76</b>
<i>Ганич Н., Гаталяк О.</i>	<i>Інноваційні підходи використання реклами в готельно-ресторанному бізнесі.....</i>	<b>86</b>
<i>Загнибіда Загнибіда Р.</i>	<i>Використання сучасних цифрових технологій у підготовці майбутніх фахівців сфери гостинності.....</i>	<b>97</b>
<i>Клапчук В., Румянцева І., Румянцев І., Клапчук О.</i>	<i>Сучасні тенденції в готельно-ресторанному бізнесі.....</i>	<b>104</b>
	<i>Вивчення сфери гостинності на уроках географії старших класів.....</i>	<b>108</b>

---

## ІННОВАЦІЙНІСТЬ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПОСТВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Софія Білоус*

кандидат економічних наук,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

*Анна Грицишин*

кандидат економічних наук, Львівський національний університет імені

Івана Франка, м. Львів

*Марія Філь*

кандидат технічних наук,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

**Вступ.** Після восьми років брехні всьому світу та заперечень ведення гібридної війни проти України 24 лютого 2022 р. у Москві все ж таки розвіяли «ілюзії світу» і визнали ведення завойовницької війни проти Української держави. Світ відкрив очі і побачив справжнє обличчя Росії. Для України це нова точка відліку, точка ще більшого об'єднання нації, точка творення нової історії. Так, ми втрачаємо близьких людей, домівки, бачимо свої зруйновані міста, переїжджаємо в інші країни й розлучаємося з рідними, кожному з нас болить спільне та своє водночас. Проте вже сьогодні ми маємо думати, як маємо відбудувати свою державу після перемоги. Один з бізнес-напрямків, який постраждав найбільше під час війни – це туризм. З початку повномасштабної війни частина туристичних компаній, готелів, ресторанів закрилась, інші переорієнтували свою діяльність на волонтерство – використовували свої автобуси для евакуації біженців, залучали зв'язки, щоб організувати закупівлю гуманітарної допомоги з-за кордону. Якщо подивитися історію, то країни, які хотіли жити не сьогоднішнім днем, під час війни думали, як будуть жити після її закінчення змогли відновитися і вийти на вищий рівень економічного розвитку ніж до війни. 1929 р., коли у США був голод і розруха, а також Велика депресія, Рузвельт одним із стратегічних напрямів виходу країни з кризи обрав внутрішній туризм. Він сказав, що ти не можеш вважатися патріотом своєї країни, якщо ти її не знаєш (згідно з дослідженнями, 80% жителів Криму ніколи не були на материковій Україні). Ще один приклад – Іспанія 1944 р.: іде Друга світова війна, а туризм уже визнаний пріоритетною галуззю розвитку країни. Друге заперечення, яке ми чуємо: що в Україні немає інфраструктури. Мовляв, якби з'явилися дороги, готелі, хостели... Всі лідери туризму починали розвивати внутрішній туризм, не маючи інфраструктури: в Америці жили в залізних вагончиках і ночували в хостелах, вартістю менше 1 долара за ніч, у Франції жили в зруйнованих палацах. Починали це робити представники середнього класу і студентства. Згодом з'явилася й інфраструктура – коли всі учасники зрозуміли, що вони спільно щось можуть вирішувати [1].

Активізація конкуренції підприємств сфери гостинності після перемоги нашої держави вимагатиме використання більш ефективних методів управління конкурентоспроможністю та застосування різноманітних інновацій, як одного з інструментів конкурентоспроможності підприємств даного типу. В умовах економіки знань та зміни тактики конкурентної боротьби зростає важливість реалізації інноваційної діяльності підприємств сфери гостинності, як невід'ємного фактору сталого розвитку економіки повоєнного періоду.

**Актуальність дослідження.** Підприємства сфери гостинності України в повоєнних умовах функціонуватимуть в середовищі багатомірної конкуренції, при якій ефективно господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій. Зростання конкуренції у сфері гостинності вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних і технологічних та інших інновацій в діяльність підприємств.

У світі накопичено гігантський досвід успішного ведення бізнесу підприємств фєри гостинності на основі систематичного впровадження інновацій. Його не можна відкидати, його треба вивчати, дбайливо переносити на вітчизняний ґрунт із урахуванням національної специфіки повоєнного періоду.

**Матеріали і методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі загальнонаукові методи: аналізу та синтезу (при проведенні аналізу існуючих теоретичних і методологічних підходів та положень, наукових розробок з проблем впровадження інноваційних технологій в підприємства сфєри гостинності); структурно-логічний (при систематизації чинників, які впливають на інноваційні технології; при розробці класифікації інноваційних технологій, а також удосконаленні взаємозв'язків між різними інноваційними технологіями); узагальнення (при удосконаленні змісту дефініцій «інновація», «готельне господарство»).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативноправові акти, статистичні матеріали Всєвітньої туристичної організації, Міністерства економіки України, Міністерства інфраструктури України, державних органів влади та місцевого самоврядування, обласних головних управлінь статистики в Україні, наукові публікації провідних українських та інших зарубіжних вчених з проблем розвитку туризму.

**Загальна характеристика роботи.** Сфєра гостинності – це комплекс галузей, основне завдання яких пов'язане з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До неї, згідно з визначеннями провідних спеціалістів, належать готельний і ресторанный бізнес, підприємства транспортного обслуговування, своєрідні розваги. Отже, доцільно виокремити готельну індустрію як найкомплекснішу складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно [2, с.56].

Готельне господарство на сьогоднішній день є важливою частиною сфєри гостинності, позитивна діяльність якого може активізувати економіку, а також підняти імідж повоєнної України на міжнародній арені.

Термін «готельне господарство» інтерпретовано вченими як форма підприємництва, що здійснюється суб'єктами господарювання, які представлені готелями або аналогічними засобами розміщення для надання готельних послуг з обслуговування [3].

Виділимо основні тенденції довоєнного готельного бізнесу в Україні:

- ✓ персоніфікація обслуговування і повна увага на потреби та запити туристів;
- ✓ широке впровадження засобів передачі інформації та сучасних інформаційних технологій, які сприяють проведенню економічного аналізу;
- ✓ впровадження сучасних технологій у стратегію готелів, тобто використання Інтернет для просування готельних продуктів і послуг.

Можна відслідкувати залежність довоєнного економічного розвитку країни залежно від масштабу і ступеня впровадження новацій, також подивитись сьогоднішній міжнародний досвід. Проаналізувавши визначення поняття «інновація» різними вченими, зазначимо, що інновації в готельних підприємствах – це конкурентоспроможні готельні послуги, технології, а також маркетингові та організаційноуправлінські заходи, які підвищують рівень обслуговування [4].

Останнім часом особливо актуалізовано погляди систематизації інновацій, що сприяють результативності прийняття управлінських рішень та їх ефективності. Дослідження підходів до систематизації інновацій виявило існування різних поглядів до набору ознак, наявності або відсутності ознак системності при їх групуванні. Підсумовуючи наукові погляди на інноваційний потенціал готелів, у роботі систематизовано наступні напрями використання інновацій.

Як бачимо, для підприємств готельного господарства у роботі систематизовано та додано наступні напрями використання інновацій, такі як: новітні послуги, сервісні методи, інтер'єр і дизайн (продуктові інновації), формування та просування готельної послуги, інноваційні програми для розширення клієнтів (маркетингові інновації), методика управління та набору персоналом, скорочення функціональноїєрархічної та територіальної структури підприємств, розвиток партнерських відносин (управлінсько-

організаційні інновації), технології управління готелем, інформаційні системи та технології у системі бронювання та резервування, види технічно-матеріального забезпечення обслуговування, екологічні напрями обслуги туристів (процесні інновації) [5, с.71].

Серед пріоритетних напрямів інноваційного розвитку в Україні, які визначені Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [6], можна зазначити такі, що знайдуть відображення не лише в готельному господарстві, а й у всій сфері гостинності. Це означає наступне: засоби розміщення не менше, як інші сектори економіки, потребують діяльності та розвитку саме на інноваційній основі. У зв'язку з цим визначено об'єктивну необхідність в розробленні, сприянні і впровадженні, а також реалізації комплексу заходів для покращення інноваційної діяльності готелів та інших підприємств сфери гостинності.

Характерними рисами розвитку сфери гостинності в сучасних умовах є: змінні тенденції, які відбуваються на ринку послуг; жорстка конкуренція між суб'єктами господарювання та підвищення рівня вимог споживачів до отримуваних послуг. Тому інноваційний підхід до ведення бізнесу в даній сфері є необхідною умовою для результативного функціонування підприємств галузей, які входять в індустрію гостинності.

Основними інноваційними напрямами розвитку сфери гостинності в Україні є: інфраструктурний, технологічний, інтелектуальний, матеріально-технічний, організаційно-управлінський. Все більше готельних підприємств приділяють увагу розширенню своїх послуг та можливостей. Це дає безперечні переваги готелю поряд з іншими підприємствами галузі та дозволяє збільшити кількість споживачів готельних послуг [7].

Ринок послуг гостинності відкритий та конкурентоздатний, здійснює великий тиск на готельну сферу, змушуючи її постійно удосконалювати надання своїх послуг. Зважаючи на це, одним із головних напрямів управлінської діяльності готельного підприємства є пошук дієвих стратегічних варіантів для забезпечення конкурентоспроможності послуг. Стратегія підвищення конкурентоспроможності сучасних готелів повинна враховувати весь рівень конкурентоспроможності країни в цілому і у відповідних областях.

Ефективність готельного господарства, в першу чергу, визначається коефіцієнтом заповнення (завантаження) і чим вищим він є, тим прибутковіше готель. Готель вважається прибутковим при коефіцієнті завантаження в 63-68%.

Готельне господарство – це важлива частина інфраструктури країни та впливовий сектор економіки, який сприяє всебічному розвитку держави. Без розвинутої готельної індустрії неможливий розвиток туристичної діяльності, процес налагодження ділових відносин та знаходження бізнес-партнерів.

З досвіду інших розвинутих країн можна зауважити, що розвинене готельне господарство також відіграє позитивну роль у соціальній політиці держави – забезпечує населення робочими місцями, спонукає готелі до постійного розвитку та покращення, адже в умовах ринкової конкуренції це необхідно. Це, в свою чергу, привертає увагу ще більшої кількості туристів, а значить приносить ще більше доходу країні, що отримує податки. Саме тому це так важливо для відбудови економіки України після перемоги.

У довоєнний період в Україні середнє завантаження готелів вимірювалося в 32% і це з врахуванням того, що в основному ця цифра складалася з показників кращих готелів, а це значить, що у більшості не престижних готелів показники були набагато нижчі. Щонайменше, 90% готелів потребували відновлення номерного фонду, часто навіть вимагали повної реконструкції. Іншою вагомою проблемою було питання попиту на готельні послуги. Проблема в тому, що переважно готельні послуги в Україні відносно дорогі та не якісні.

Здебільшого, туристи віддавали перевагу іншим способам розміщення – наприклад, аренді квартир тощо. Всі ці фактори вказують на необхідність впровадження правових засад на державному та регіональному рівнях щодо функціонування та розвитку післявоєнного готельного господарства.

На жаль, довоєнна Україна серйозно відставала у розвитку підприємств готельного господарства, зокрема індустрії туризму порівняно з країнами-сусідами, що зумовить негативні наслідки і у післявоєнний період, а саме – Україна ризикує стати неконкурентоспроможною і після перемоги.

У зв'язку з воєнними діями, які відбуваються сьогодні в Україні, внутрішні туристи спрямували свої ін

У сучасному світі готельна справа розвивається швидкими темпами, тому першочерговим завданням з управління готельним бізнесом стає рівень обслуговування: високоякісні готельні пропозиції і практичний готельний менеджмент.

Підприємства готельного господарства висувують все більше вимог до управління підприємствами сфери гостинності. Все більш актуальною стає автоматизація готелів, що включає в себе автоматизацію процесів бронювання, розрахунків з постояльцями, агентами, туроператорами та господарської роботи. Сучасні системи автоматизації готелів включають в себе велику кількість функцій, головні з яких: автоматизація барів і ресторанів; автоматизація систем управління готеле; системи онлайн-бронювання готелів; система захищеності готелю; системи контролю доступу для готелів система управління персоналом готелю.

Готельне господарство в Україні – перспективний напрямок розвитку повоєнного туризму. Україна, яка заявила на весь світ про свою інтеграцію до Європейського Союзу, вже сьогодні стає більш цікавішою для європейців та всього світу.

Іноземні інвестори у довоєнний період розглядали український ринок готельного бізнесу як важкий, але багатообіцяючий для інвесторів і більше уваги приділялося можливості реалізації планів в областях держави. Під час цього найперспективнішими в проєкті реалізації планів вважалися великі мегаполіси України.

У готельному бізнесі України навіть довоєнного періоду є чимало проблем: нерозвиненість готельних мереж, нестача готелів середньої цінової категорії, брак кваліфікованих фахівців, недоліки законодавства і т.д. Однак це поступово додалося, компанії розвивалися, переймали досвід у західних партнерів, які, в свою чергу, приходили на український ринок, а рівень надання послуг зростав. Розвиток готельного бізнесу стимулює розвиток інших напрямків: транспорту, торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, сфери послуг і т.д., саме тому він так важливий для відбудови економіки України після перемоги [8].

Загально визнаним є те, що готельне господарство стає елементом інфраструктури, показником облаштованості соціального простору в рамках міста, культурно-ділових об'єктів, виробництва. За своєю економічною спрямованістю готель є комерційним виробництвом, що пропонує на ринку свій товар у вигляді комплексу послуг. Специфіка послуг на відміну від матеріального виробництва полягає у тому, що виконання послуги відбувається при безпосередньому контакті споживача й виконавця; задоволення послуги перетворюється на задоволення безпосереднього попиту клієнта; попит на готельні послуги піддається сезонним коливанням. Останнє допускає постійні й змінні витрати підприємства. Існує сезонність у збільшенні обслуговуючого персоналу, який з цієї причини найчастіше не стає патріотом готелю, не зацікавлений у більш якійсному обслуговуванні клієнтів [9, с.45].

Україна має великий потенціал для розвитку готельного бізнесу, але не використовує те, що має. Прикладом цього є недостатнє використання фактору природних умов України та географічного положення (Україна розташовується на перехресті багатьох міжнародних шляхів).

Для успішного розвитку готельного господарства післявоєнного періоду перш за все потрібно створити в Україні сприятливий бізнесклімат, який дасть змогу не тільки максимально швидко і якісно розвивати готельний бізнес. Нестабільність політичної ситуації, великий рівень корупції, велике податкове навантаження, висока ціна на землю та великі тарифи на комунальні послуги – ці фактори також не даватимуть ефективно використовувати потенціали готельного бізнесу, який є в Україні тому вже сьогодні потрібно приймати заходи для подолання їх. Багато відгуків іноземних туристів говорять

про те, що Україна має всі перспективи та шляху для того, щоб стати однією з найбільших туристичних центрів Європи, бо має живописну природу і комфортні курорти.

Інновації в бізнесі, особливо високотехнологічні, багато в чому диктуються вимогами сучасної сфери послуг гостинності. Сьогодні інноваційні технології не просто «модний апгрейд», а справжня необхідність, яка визначає подальший розвиток бізнесу, а іноді навіть і саме виживання та утримання частки ринку.

Питанням впровадження інноваційних технологій на підприємствах сфери гостинності задаються багато менеджерів, які розуміють реальний рівень конкуренції на ринку своїх послуг. Оцінка розвитку сфери передбачає визначення соціально-економічної ефективності діяльності суб'єктів національного і міжнародного ринку.

Практика бізнесу, конкуренція в галузі, економічні реалії з їх складними внутрішньогосподарськими умовами та відносинами значно ускладнили підприємницьку діяльність на ринку послуг, зумовили нові закономірності його розвитку. Це вимагає постійного вдосконалення і поглиблення існуючих практик, зокрема перегляду підходів і принципів управління та розвитку підприємницької діяльності в сфері гостинності.

Інновації починаються з інвестицій, тому з точки зору інвестицій, сфера гостинності значно відрізняється від інших сегментів. Отримання доходів від операційної діяльності до прикладу готелів пов'язане зі щоденною стратегією власника із залучення й утримання гостей готелю і пошуку здорового балансу між доходами від номерів, кафе і ресторанів, а також інших сервісів, пропонованих готелем і витратами на них.

Сучасний розвиток ринку готельних послуг демонструє активну конкуренцію між підприємствами готельного господарства і, в тому числі, великим готелям, конкуренцію створюють фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній ціні.

З огляду на світовий ринок в готельному бізнесі величезна конкуренція, ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку оптимістичним варіантом розвитку є поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть створити конкурентну перевагу, однак малі підприємства часто знаходяться на стадії виживання і не забезпечують прибутковості [10, с.71].

Сучасний розвиток всієї сфери гостинності, а в тому числі і готельних послуг спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства.

Розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Сучасні інновації коштують недешево, проте власники готелів все одно витрачаються на них, тому що тільки так можна забезпечити власне виживання на ринку.

Проведений аналіз довоєнного стану використання інформаційних систем і технологій в індустрії туризму та готельного господарства показав, що:

- в Україні відсутні вітчизняні розробки інформаційних систем управління готелями та комп'ютерних систем бронювання, що обумовлюється слабким розвитком українського ринку інформаційних технологій;
- найбільш поширеною системою обслуговування в нашій країні є система Fidelio, яка повністю русифікована і адаптована для російського та українського ринків і використовується у висококласних готелях, кількість яких є незначною;
- вихід на український ринок туристичних послуг глобальної системи Amadeus, послугами якої сьогодні користується невелика кількість туристичних фірм України, не вирішує проблеми розвитку індустрії туризму і вимагає використання також послуг таких відомих систем, як Sabre та Worldspan;
- перспективним для готельних мереж, а також незалежних готелів і пансіонатів, які задіяні в сфері зеленого туризму, є створення власних Internet-серверів, через які здійснюється доступ до інформації і бронювання в GDS, і своїх web-сайтів та



використання однієї із розглянутих вище програми для бронювання місць і забезпечення управління різними службами готелю.

Сучасні технології відкривають для готелю можливість продажу номерного фонду через безліч електронних каналів дистрибуції: глобальні системи бронювання GDS, тисячі міжнародних інтернет порталів ADS, і, звичайно, власний сайт готелю. Для будь-якого готелю, особливо великого, використовувати всі ці ресурси для реалізації номерного фонду вкрай необхідно. Водночас, застосування інноваційних технологій в роботі готелю, підвищує його конкурентоздатність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством [11, с.292].

У післявоєнний період одним з можливих варіантів розширення цільового ринку повинне бути вихід на споживачів абсолютно не охоплених певним сервісом або обмежених в ньому. До такого сегменту споживачів можна віднести людей з обмеженими можливостями або маломобільні групи населення, зрозуміло що після перемоги в Україні збільшиться відсоток таких людей нажалі. Саме визначення потреб таких потенційних клієнтів та інноваційні тенденції в організації їх обслуговування, як елемент соціалізації послуг провідних підприємств сфери послуг, стане основним завданням держави.

Поняття «соціальна інновація» можна визначити як свідомо організоване нововведення або новий напрям в практичній діяльності різних організацій, установ, в політиці держави. Це формується на певному етапі розвитку суспільства відповідно до соціальних умов, що змінюються, і направлено на позитивні перетворення в соціальній сфері. Соціальні інновації різноманітні і пов'язані з особливостями соціального життя.

Джерелами соціальних інновацій можуть бути зміни зовнішнього середовища, соціальні проблеми, що мають постійний характер і які неможливо вирішити за допомогою традиційних методів, а також зміни потреб суспільства і його членів. Невирішеність тих або інших соціальних проблем дає поштовх до розробки нових засобів і норм у соціальній сфері. Так були створені й одержали поширення «телефони довіри», за допомогою яких надається анонімна психологічна допомога людям у стресових ситуаціях. Так виникли соціальні притулки та інші нововведення соціального спрямування.

Процес розвитку суспільства вимагає створення передумов для формування нових нетрадиційних компонентів у соціальній сфері, інноваційних засобів соціальної діяльності, а нововведення є формою цього суспільного розвитку. Сучасні тенденції світової соціалізації висувають нові вимоги до сервісного обслуговування людей з інвалідністю та інших маломобільних груп населення, як не охопленого повним спектром послуг сегмента споживачів. Відповідно до нормативних документів, маломобільні групи населення включають людей, що відчувають труднощі при самостійному пересуванні, при одержанні послуги, необхідної інформації або при орієнтуванні в просторі.

Однією з інноваційних тенденцій у сучасному сервісному обслуговуванні, здатною вирішити проблему доступності сервісу для клієнтів з обмеженими можливостями, є впровадження «Концепції універсального дизайну». Універсальний дизайн (дизайн для всіх) або інклюзивний дизайн – стратегія, спрямована на проектування та наповнення різних типів середовища, продуктів, комунікацій, інформаційних технологій і послуг, для забезпечення доступності та розуміння всіма покупцями, відповідно для загального використання без необхідності адаптації.

Проблема виникає у неспроможності застосування даного підходу готельними підприємствами, які функціонують на базі реконструйованих старих будівель. Архітектурні особливості таких об'єктів практично унеможливають перетворення планувальної організації будівлі та приміщень під вимоги універсального дизайну. Універсальне проектування в загальному розумінні – це процес створення просторів, предметів максимально зручних для всіх клієнтів, незалежно від їхнього віку, фізичних чи когнітивних можливостей, без необхідності використання допоміжних чи компенсаційних засобів або вузько спрямованих спеціалізованих рішень.

Наприклад, наявність сходинок або порогів біля входу у будівлю зробить її пристосованою як для людини з порушеннями опорнорухового апарату, так і для людей

з дитячою коляскою або транспортним візком; зовні стандартні, але ширші двері будуть зручними і для людини на інвалідному візку, і для будь-якої особи з валізами у руках.

Особливо важливим є те, що універсальне проектування є концепцією, яка виходить за рамки питання доступності та пристосованості будівель, охоплюючи також соціальні, економічні, культурні питання, і максимально сприятиме об'єднанню людей, а не поділу їх на окремі групи за різним ступенем можливостей. Використання універсального дизайну дозволить готельним підприємствам та багатьом іншим сервісним організаціям застосовувати в процесі обслуговування основні принципи та ідеї рівності і зручності для всіх клієнтів.

Таким чином, в сучасних конкурентних умовах кожна сервісна організація повинна функціонувати за принципом «сервіс, доступний для всіх». Соціальні інновації є сучасним трендом, який підхоплюють підприємства готельного господарства, отримуючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші маломобільні групи населення.

Соціально-відповідальне ведення бізнесу надає ряд переваг готельним підприємствам, а саме: збільшення обсягів реалізації та зміцнення позиції бренду, формування високого рівня репутації серед заінтересованих осіб, зменшення витрат на рекламу та можливість отримати стратегічних вигод від соціальних інвестицій. Все це може стати ключовою компетенцією готельних підприємств в умовах жорсткої конкуренції на вітчизняному та закордонному ринку готельних послуг [12].

Інноваційні рішення, які використовуються в сфері гостинності, перш за все, направлені на надання якісних послуг та задоволення потреб споживачів. Загалом, ефективні інноваційні рішення повинні удосконалювати технологічні процеси в сфері гостинності та бути клієнтоорієнтованими.

**Висновки.** Проаналізувавши теоретичні основи інноваційних технологій в сфері гостинності, а також дослідивши сучасний стан та інноваційні процеси розвитку сфери гостинності в Україні, можна стверджувати, що основними тенденціями у розвитку є:

- ✓ посилення спеціалізації сфери гостинності, яка призведе до чіткішої орієнтації на визначені сегменти ринку чи споживачів;
- ✓ персоніфікація обслуговування і повна відповідність на запити та потреби клієнтів;
- ✓ широке запровадження найновіших засобів зв'язку і інформаційних систем технологій, які допомагають проводити повний економічний аналіз;
- ✓ використання нових технологій на підприємствах сфери гостинності щодо ділової стратегії, що передбачає повне використання мережі Інтернет задля просування продуктів і послуг.

Впровадження інноваційних продуктів сприятиме ефективному використанню всіх можливостей якісного обслуговування та максимізації потенціалу діяльності підприємств сфери гостинності.

Отже, в умовах воєного стану менеджери змушені шукати нові шляхи зростання привабливості, доступності та якості своїх послуг, будувати стратегічні перспективи на післявоєнний час. Недооцінка інноваційного управління в роботі вітчизняних підприємств сфери гостинності призводить, відповідно, до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення методів і принципів управління, зниження якості пропонованих послуг, саме тому потрібно на це звернути особливу увагу. Інновації виступають в якості стимулюючого фактора для подальшого розвитку підприємств сфери гостинності, дають змогу підприємствам займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах та відповідати світовим стандартам обслуговування, а як наслідок спонукають до економічного розвитку національної економіки, що буде особливо актуально після перемоги України.

Бути конкурентоспроможним в умовах ринкової системи означає забезпечувати рівні з міжнародними стандартами споживчі, цінові та якісні характеристики послуг відповідно для зовнішнього або внутрішнього ринку.

Однак деякі суб'єкти підприємницької діяльності можуть використати ці негативні обставини задля розвитку власних можливостей. Так, наприклад, скорочення кількості підприємств сфери гостинності призведе до зниження конкуренції в окремих сегментах ринку, звільнення та виїзд за кордон працівників під час війни збільшить вільну робочу силу високої кваліфікації та підвищить конкуренцію на ринку праці, що сприятиме зменшенню витрат на оплату праці в структурі собівартості продукту, незадоволений попит навіть за обставин зниження платоспроможності у післявоєнний період населення викличе попит на окремі товари та послуги, принаймні бюджетного сегменту.

Тому вітчизняним підприємствам сфери послуг потрібно максимально ефективно використовувати власні резерви та нові можливості для своєї діяльності навіть за складних кризових умов, а також будувати стратегічні плани на відбудову економіки.

Соціальні інновації є саме тим сучасним трендом, який повинні підхопити підприємства сфери гостинності післявоєнного періоду, отримуючи можливість задовольнити максимальну кількість потенційних клієнтів, включаючи такий сегмент споживачів, як люди з інвалідністю та інші маломобільні групи населення.

Соціально-відповідальне ведення бізнесу надасть ряд переваг підприємствам сфери гостинності, а саме: збільшення обсягів реалізації та зміцнення позиції бренду, формування високого рівня репутації серед заінтересованих осіб, зменшення витрат на рекламу та можливість отримати стратегічних вигод від соціальних інвестицій. Все це може стати ключовою компетенцією підприємств сфери гостинності в умовах відбудови економіки України після повної перемоги.

Отже, необхідність впровадження інновацій на підприємствах сфери гостинності є важливим інструментом відбудови національної економіки післявоєнного періоду. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів. Впровадження інновацій стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства. Сучасний розвиток сфери гостинності спрямований на створення таких інноваційних технологій, які здатні забезпечити підприємству перемогу в конкурентній боротьбі на сучасному ринку послуг та дозволити зберігати власну рентабельність серед інших конкурентів протягом певного періоду часу, а як наслідок відбудовувати економіку країни.

#### Список використаних джерел

1. Війна допоможе... туризму? URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/viyna-dopomozhe-turyzmu> (дата звернення: 10.10. 2022).
2. [Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: підручник. К.: Кондор, 2009. 408 с.](#)
3. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Підручник. К.: Альтерпрес, 2009. 447 с.
4. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: <https://www.otelms.com/ua/hotel-businessinnovation/> (дата звернення: 10.10.2022).
5. Борисова О. В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств готельного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: ХДУХТ, 2009. С. 72–77.
6. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4.07.2002 №40 – IV. ВВР України. №36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 10.10. 2022).
7. Власова Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Економічна наука*. 2009. С.113-114.
8. КаплінаТ.В., Столярчук В. М., Малюк Л. П., Капліна А. С.Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник. Полтава: ПУЕТ, 2018. 357 с.
9. Гук Х.З. Ідентифікація концептуальних особливостей функціонування та державного регулювання розвитку готельно-ресторанного бізнесу держави. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. – С. 134-139.
10. Шаповалова О. М., Козьякова С.С. Аналіз інноваційної діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. С. 70-74.
11. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету*. Серія: Міжнародні відносини. 2014. С. 292-300.

12. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/21720/5/rosmetova.pdf> (дата звернення: 10.10.2022).

**Шелист Катерина** – студентка ОР «магістр», спеціальність 241 «готельно-ресторанна справа», Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

**Шикеринець Василь** – кандидат наук з державного управління, доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

**Шостак Лілія** – доктор економічних наук, професор, Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, м. Київ

**Шульц Світлана** – доктор економічних наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. Долишнього» НАНУ, м. Львів

**Шухтіна Софія** – студентка 3 курсу, спеціальність 241 «готельно-ресторанна справа», Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

**Юфим Любов** – викладач, Львівський фаховий коледж харчових технологій і бізнесу НУХТ, м. Львів

## НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України** : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України» (Івано-Франківськ, 6 грудня 2022 р.) / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника / гол. редкол. – проф. Володимир Клапчук. Івано-Франківськ, 2022. 458 с.

Статті подані у авторській редакції і висловлюють власні погляди авторів.  
Автори несуть всю відповідальність за достовірність та унікальність інформації.

Рекомендовано до видання 01.11.2022 р. Формат видання 70x100<sub>1/16</sub>. Гарнітура Times New Roman.  
Ум. друк. арк. 28,6.