

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм
Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньо-професійної

Валентина ДЕМКО

(підпис) (ім'я та прізвище)

«12» вересня 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Лариса БОЛТЯНСЬКА

(підпис) (ім'я та прізвище)

«14» вересня 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
на підготовку кваліфікаційної роботи для здобувачів
ступеня вищої освіти «Бакалавр»

здобувача вищої освіти Сапроненко Анастасії
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Інноваційний розвиток підприємств сфери гостинності»

керівник роботи к.е.н., доцент Віта Тебенко

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

затверджені наказом ректора університету від «08» вересня 2023 року №358-С

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 18 червня 2024 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: науково-теоретична література; статистичні дані України; статистичні дані за регіонами

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

Вступ.

Розділ 1. Теоретичні основи інноваційного розвитку сфери гостинності

Розділ 2. Аналіз основних тенденцій розвитку сфери гостинності

Розділ 3. Обґрунтування шляхів інноваційного розвитку сфери гостинності

Висновки.

Список використаних джерел.

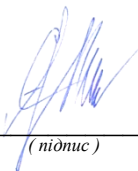
5. Перелік графічного матеріалу: Кваліфікаційна робота супроводжена 18 рисунками та 10 таблицями

6. Дата видачі завдання «14» вересня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
1	Затвердження плану роботи	12.09.2023 р.	
2	Розділ 1. Теоретичні основи інноваційного розвитку сфери гостинності	27.10.2023 р.	
3	Розділ 2. Аналіз основних тенденцій розвитку сфери гостинності	19.04.2024 р.	
4	Розділ 3. Обґрунтування шляхів інноваційного розвитку сфери гостинності	20.05.2024 р.	
5	Висновки, список використаних джерел	14.06.2024 р.	
6	Перевірка на плагіат	19.06.2024 р.	

Здобувач вищої освіти



Анастасія САПРОНЕНКО

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

Віта ТЕБЕНКО

(ім'я та прізвище)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

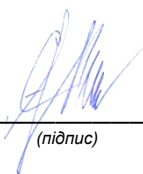
Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм
Спеціалізація (за наявності) _____

Завідувач кафедри
Лариса БОЛТЯНСЬКА
(підпис) (ім'я та прізвище)
« 21 » червня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Інноваційний розвиток підприємств сфери гостинності»

Здобувач вищої освіти:



(підпис)

Анастасія САПРОНЕНКО
(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник:

(підпис)

к.е.н., доцент Віта ТЕБЕНКО
(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2024 р.
ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	7
1.1. Актуальність інноваційного розвитку галузі гостинності	7
1.2. Особливості та зміст інновацій у сфері гостинності	10
1.3. Інноваційний розвиток сфери гостинності: переваги та недоліки	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	20
2.1. Сучасний стан розвитку сфери туризму	20
2.2. Аналіз основних тенденцій у сфері гостинності	26
2.3. Оцінка діяльності підприємств сфери гостинності	33
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	42
3.1. Напрями розвитку інноваційних технологій в сфері гостинності	42
3.2. Бізнес-ідеї відновлення сфери туризму	46
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

Актуальність теми. У контексті глобалізації та швидкого зростання світового ринку послуг туристична індустрія стає все важливішою і пріоритетнішою. Туризм, будучи одним із ключових стратегічних економічних секторів, значно сприяє формуванню ВВП та експорту країни. Він відіграє важливу роль у системі міжнародних економічних відносин і сприяє розвитку позитивних змін в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.

Гостинність має велике значення в туризмі, оскільки вона створює приємну атмосферу для подорожуючих і впливає на загальні враження від подорожі. Вона є важливою складовою успіху будь-якого туристичного напрямку і є однією з галузей економіки, яка швидко розвивається та створює позитивний імідж країни.

Мета і завдання дослідження. Встановити вплив останніх світових подій на розвиток сфери гостинності в Україні та обґрунтувати сучасні тренди та пропозиції, які дозволять підвищити рівень інноваційного розвитку підприємств сфери гостинності.

Для досягнення вказаної мети ми визначили такі завдання:

- узагальнити науково-теоретичні основи інноваційного розвитку та інновацій в сфері гостинності;
- визначити переваги та недоліки інноваційного розвитку;
- проаналізувати основні тренди та проблеми галузі;
- провести аналіз туристичних послуг у сфері гостинності;
- провести оцінку діяльності підприємств сфери гостинності в Україні в цілому та за регіонами;
- обґрунтувати рішення для інноваційного розвитку сфери гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для виявлення проблем розвитку та впровадження інновацій у сфері гостинності були проведені дослідження відомих дослідників, таких як: Пітер Друкер, Тетяна Жукова,

Геннадій Калетнік, Ірина Левицька, Олена Похомчикова, Олена Шаповалова. Оскільки інновації у галузі гостинності зазвичай мають сервісний характер, було також були розглянуті дослідження зарубіжних вчених, серед яких Роджер Баррас, Франсуа Галлуж, Олівер Вейнштайн, Джилл Майлс.

Об'єкт дослідження – підприємства сфери гостинності в цілому.

Предмет дослідження – це теоретичні та практичні аспекти інноваційного розвитку сфери гостинності.

Методи дослідження. У ході проведення досліджень були застосовані як загальнонаукові, так і спеціальні економічні методи: монографічний (для висвітлення поглядів науковців на аспекти, що досліджуються в роботі); абстрактно-логічний (для теоретичного узагальнення та формулювання висновків); аналітичний (для аналізу розвитку підприємства); статистико-економічні методи; графічний (для вивчення динаміки та структурних змін у розвитку підприємств).

Публікації. Результати досліджень були опубліковані в збірниках тез конференцій: 1. Сапроненко А. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього». Відокремлений структурний підрозділ «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ». 30.11.2023 р. 2. Сапроненко А. Виклики та перспективи розвитку сфери гостинності. Матеріали XI Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти ТДАТУ, 9.05.2024

Структура та обсяг роботи: кваліфікаційна робота бакалавра складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних літературних джерел. Загальний обсяг роботи складає 63 сторінку. Кваліфікаційна робота супроводжена 17 рисунками та 10 таблицями. Список використаних джерел містить 51 найменування.

Ключові слова: туризм, інновації, гостинність, технології, готельно-ресторанний бізнес, заклади тимчасового розміщення, готелі, види відпочинку, комунікації, конкурентоспроможність.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1.1. Актуальність інноваційного розвитку галузі гостинності

Туризм є важливою складовою глобальної економіки і важливим джерелом доходу для багатьох країн. У світі, який швидко технологізується, туризм також не залишається осторонь. Інновації в галузі туризму відкривають безліч нових можливостей та змінюють спосіб, яким ми подорожуємо.

У сучасних умовах стрімкого зростання світового ринку послуг туристична індустрія набуває все більшої важливості та пріоритету. Як один із ключових стратегічних економічних секторів, туризм суттєво впливає на формування ВВП і експорт країни, займаючи важливе місце в системі міжнародних економічних відносин і сприяючи позитивним змінам в економічному та соціально-культурному житті суспільства.

Гостинність має велике значення в туризмі, оскільки вона створює приємну атмосферу для подорожуючих і впливає на загальні враження від подорожі. Вона є важливою складовою успіху будь-якого туристичного напрямку і є однією з галузей економіки, яка швидко розвивається та створює позитивний імідж країни.

Термін "інновації в сфері гостинності" відображає поєднання понять "інновація" та "галузь гостинності" і вимагає визначення, яке відобразить особливості інновацій та унікальні характеристики галузі, що становить об'єкт їх застосування. Галузь гостинності, що включає туризм, готельний та ресторанний бізнес, організацію конференцій і подій, має інтегрований характер економічних відносин та специфічну взаємодію між суб'єктами різних секторів, спрямовану на задоволення потреб клієнтів.

Індустрія гостинності охоплює туризм, готелі, ресторани, громадське харчування, відпочинок, розваги, а також організацію конференцій і нарад. Як специфічна галузь підприємництва, індустрія гостинності вирізняється

інтегрованими економічними відносинами, що поєднують і взаємозалежні суб'єкти виробничих і невиробничих секторів, котрі надають комплексні послуги, виконують різні роботи та пропонують різнопрофільні товари. Основна відмінність цієї галузі від інших полягає в тому, що її головна мета — задовольнити потреби або запити гостей [27].

Ми вважаємо, що індустрію гостинності можна розглядати з двох точок зору. У вузькому розумінні, це складається з готелів та закладів громадського харчування. У широкому розумінні, це міжгалузевий сектор послуг, що тісно пов'язаний з туристичною галуззю, і включає різноманітні підприємства та організації, спрямовані на задоволення потреб туристів, мандрівників і місцевого населення у відпочинку та розвагах. Такі підприємства включають готелі, ресторани, туристичні агентства, туроператорські компанії та розважальні заклади.

Запровадження інновацій у туризм сприяє адаптації галузі до змін, підтримці її конкурентоспроможності та підвищенню рівня задоволення туристів. Потреба в інноваційному розвитку сфери гостинності зумовлена кількома аспектами:



Рис. 1.1. Аспекти інноваційного розвитку сфери гостинності

Джерело: сформовано автором за даними [34]

- Покращення обслуговування клієнтів. Завдяки інноваціям готелі, ресторани та інші підприємства сфери гостинності можуть підвищувати якість

обслуговування та пропонувати клієнтам нові, захоплюючі послуги, що відповідають сучасним стандартам та потребам.

- Зміна попиту та очікувань клієнтів. Сьогоднішні туристи постійно шукають нові враження, інтерактивні та інноваційні послуги й продукти в туристичній галузі.

- Технологічний прогрес відкриває нові можливості для покращення та розширення туристичних послуг. Інновації в цій сфері можуть включати застосування штучного інтелекту для збору даних, прогнозу аналітики, розумного управління кухнею та запасами, аналізу настроїв відгуків клієнтів, а також використання розширеної реальності та аналізу великих обсягів даних.

- Зниження витрат. Інновації сприяють оптимізації процесів управління готелями та ресторанами, зниженню витрат на ресурси, покращенню управління запасами та скороченню витрат на оплату праці через автоматизацію і впровадження сучасних технологій.

- Залучення більшої аудиторії. Інновації дозволяють розробляти нові маркетингові стратегії, розвивати присутність у мережі, використовуючи соціальні медіа для залучення більш широкої аудиторії.

- Конкурентні переваги. В сучасному економічному середовищі конкуренція в галузі гостинності є дуже високою, тому інновації дозволяють вийти на лідерські позиції на ринку, вигідно відрізняючись від інших учасників і пропонуючи щось унікальне для залучення більшої кількості клієнтів [34].

Однією з основних переваг гостинності є здатність створювати позитивне враження. Ввічливість персоналу готелю, ресторану або будь-якого іншого місця перебування може значно вплинути на задоволення від відпочинку. Важливо, щоб гості відчували, що пріоритетом є задоволення їхніх потреб і побажань через надання високоякісного обслуговування і створення неповторних вражень. Це в свою чергу сприяє конкурентоспроможності готелів, ресторанів і туристичних агентств. Позитивний досвід туриста може вплинути на його майбутні вибори і має велике значення для репутації закладу серед подорожуючих.

1.2. Особливості та зміст інновацій у сфері гостинності

У двадцятому столітті індустрія гостинності досягла найвищої ступені свого розвитку. У сфері готельного бізнесу чітко виокремилася тенденція активного впровадження інноваційних технологій, включаючи кондиціонери у номерах з можливістю регулювання повітряного потоку, електронні замки з ключами-перфокартами та мінічіпами, які використовуються для зчитування інформації за райдужною оболонкою ока або через програму на телефоні гостя, швидкісні інтелектуальні ліфти, вдосконалені телевізійні системи, бездротовий доступ до Інтернету, індивідуальна сигналізація тощо. Зростання технічної оснащеності підприємств індустрії гостинності призвело до подальшої спеціалізації виробництва у промислових галузях. З'явилися підприємства, що спеціалізуються на виробництві спеціальної готельної техніки, що сприяло раціоналізації та модернізації принципів готельного обслуговування.



Рис. 1.2. Елементи туристичної інфраструктури

Джерело: сформовано автором за даними [19]

У XXI столітті зростання потоку туристів призводить до наростаючої конкуренції у галузі гостинності, що змушує керівників шукати нові методи

привертання клієнтів, використовуючи широкий спектр маркетингових технологій та автоматизації. Паралельно з цим набувають активності процеси глобалізації: великі готельні ланцюги збільшують свою впливовість, зливаючи конкурентів і формуючи великі мережі, які охоплюють не лише готельний бізнес, але і туристичні компанії, авіакомпанії та ресторани. Індустрія гостинності вважається однією з найбільш перспективних галузей світової економіки, яка за всі роки еволюціонувала до розвинутої потужної індустрії.

Найкраще відображають актуальні тенденції на ринку туризму (табл. 1.1), інновації, що відповідають потребам у нових знаннях та унікальних досвідах, що є типовими для сучасних мандрівників, які шукають самовдосконалення через подорожі та туризм.

Таблиця 1.1

Класифікація інновацій в туризмі

Види інновацій	Характеристики
Інновація продукту	<ul style="list-style-type: none"> • впровадження нового туру, послуги або товару на туристичний ринок; • новизна продукту повинна бути очевидною для виробників, споживачів і конкурентів.
Інновація процесу	<ul style="list-style-type: none"> • впровадження нових або суттєво вдосконалених технік і технологій у процес надання комплексу послуг; • може комбінуватися з продуктовими інноваціями для покращення ефективності.
Інновація в управлінні	<ul style="list-style-type: none"> • впровадження більш ефективних структур і процесів управління організацією; • включає нові системи співпраці, профілі робочих місць і професійні вимоги.
Бізнес-моделі	<ul style="list-style-type: none"> • розвиток нових стратегій ведення бізнесу, що підвищують його цінність для споживачів; • також включає нові підходи у відносинах з клієнтами і між фірмами-виробниками послуг.
Маркетингова інновація	<ul style="list-style-type: none"> • розробка нових маркетингових стратегій з покращенням у ціноутворенні, просуванні та оплаті туристичного продукту; • допомагає підвищити привабливість туристичної пропозиції на ринку
Інновація в логістиці	<ul style="list-style-type: none"> • впровадження нових рішень у системах постачання, розподілу та доставки, включаючи туристів;
Інституційні інновації	<ul style="list-style-type: none"> • сприяє покращенню ефективності і комфорту для туристів

Ресурсні інновації	<ul style="list-style-type: none"> • впровадження нових правил і систем регулювання в туризмі та супутніх галузях; • сприяє покращенню співпраці між адміністрацією, приватним сектором і громадськістю у туристичних дестинаціях
Концептуальні інновації	<ul style="list-style-type: none"> • створення нових концепцій туризму та їх реалізація в нових форматах обслуговування та технологічних рішеннях. • ці інновації відповідають на зміну потреб та очікування сучасних туристів

Джерело: сформовано автором за даними [13]

Інноваційний розвиток у сфері гостинності охоплює декілька напрямів: використання нових ресурсів; зміни в організації виробництва і споживання, що включають передові підходи у маркетингу і менеджменті; відкриття й ефективне використання нових ринків для збуту продукції; впровадження передових технік і технологій. Найбільший вплив на діяльність готельних підприємств забезпечує використання новітніх технологій, зокрема комп'ютеризація та глобалізація.

Можна відмітити, що інновації у туризмі охоплюють новаторські зміни, які сприяють відновленню та розвитку туристичних ресурсів, революційними трансформаціями у продукції та підвищенням ефективності сфери гостинності.

Ми згодні з думкою П.Друкера, який вважає, що інновацію можна розглядати як: «можливість, результатом якої стане створення нового, поліпшеного продукту або сервісу. Інновацією може бути ідея, порядок, процес або продукт, який перетворює ідею, що дозволяє вирішити нову проблему в конкретний додаток, і розглядається людиною як нове [12].

Отже, нові послуги і технології обслуговування можуть виступати як інновації, які сприяють розвитку підприємства. Таким чином, інновації в галузі гостинності спрямовані на створення нових джерел задоволення клієнтів і тісно пов'язані з наданням клієнтоорієнтованого сервісу. У роботах зарубіжних авторів, крім виділення різних видів інновацій за визначеними критеріями, існує їх класифікація на сервісні та виробничі.

Можна стверджувати, що сервісні інновації в індустрії гостинності – це результат інноваційної діяльності, яка включає впровадження різних

нововведень підприємствами цієї галузі. Їхня мета – покращення власної діяльності та сервісу для задоволення постійно зростаючих індивідуальних потреб клієнтів, таких як туристи, мандрівники та місцеві жителі, у послугах відпочинку і дозвілля.

Таблиця 1.2

Типи інновацій в індустрії гостинності

Вид інновації	Зміст інновації	Запозичення з методології виробничих інновацій	Специфіка сервісної діяльності у сфері гостинності
Інновації під час пропозиції сервісу	Включає нові послуги, а також способи їх надання (інновації в обслуговуванні)	У сфері матеріального виробництва передбачено випуск нової, більш досконалої продукції для її реалізації на ринку і отримання більшого прибутку	Суть послуги полягає у створенні виробником (підприємством індустрії гостинності) вартості (корисності) для споживача. Інновація може полягати у новому способі розв'язання проблем замовника і / або задоволення його потреб за допомогою створення нових послуг або нової комбінації існуючих компонентів послуги. Інновації в системі обслуговування – це нові способи взаємодії зі споживачами (процесні інновації); вони можуть мати на увазі зміну ролі споживача у процесі обслуговування
Концептуальні інновації	Нові формати приміщень, незвичайний дизайн та стиль будівель	Нові характеристики продукції, новий дизайн	Стан приміщення та його оформлення є характеристикою нематеріальної послуги, тому вони є одним із показників, за яким споживачі оцінюють якість послуг
Технологічні інновації	Застосування нового, більш продуктивного та ергономічного обладнання, а також модернізованих технологічних процесів з метою підвищення ефективності роботи підприємства та	У сфері матеріального виробництва техніко-технологічні інновації є одним із ключових факторів ефективності	Є основою для розробки і здійснення інших видів інновацій, а також підтримкою та оптимізацією діяльності усього підприємства.

	найбільш повного задоволення потреб споживачів		
Інновації бізнес-процесів підприємства	Фінансові, організаційні, управлінські, маркетингові, логістичні інновації	Інновації бізнес-процесів супроводжують діяльність будь-якого підприємства; тому істотних концептуальних відмінностей між ними в сфері матеріального виробництва та сфері послуг не існує. Деякі відмінності спостерігаються в процесі їх використання і адаптації сервісними та виробничими компаніями.	

Джерело: сформовано автором за даними [37]

В індустрії гостинності в залежності від видів діяльності підприємств виділяють типи інновацій: в готельному господарстві, на підприємствах громадського харчування та сфери розваг, в туристичних підприємствах та транспорті.

Однією з ключових умов успішного розвитку туристичної галузі в Україні є впровадження та використання інновацій. Інновації у сфері гостинності передбачають створення нових видів послуг для кращого задоволення потреб клієнтів готельно-ресторанного бізнесу. Це можна реалізувати через виробничі інновації (покращення матеріально-технічної бази) та обслуговуючі інновації (сервісне обслуговування).

1.3. Інноваційний розвиток сфери гостинності: переваги та недоліки

Сьогодні туристичні компанії працюють в умовах жорсткої конкуренції, глобалізації та реорганізації, спрямованої на розширення діяльності. Це включає поступове зменшення ролі туристичних агентств і перепродажу туристичних продуктів, зростання продажів безпосередньо споживачам через онлайн-мережі та дистанційні канали. Маркетинг і активне просування продуктів на ринку за допомогою інноваційних засобів, таких як інформаційні технології, набувають більшого значення. Динамічний розвиток онлайн-бронювання та інтернет-реклами вимагає від компаній швидкої реакції, гнучкості та змін у маркетинговій стратегії.

Сутність інноваційного розвитку полягає в постійному пошуку нових можливостей, вирішенні проблем і задоволенні потреб суспільства. Цей процес

вимагає творчості, відкритості до змін, готовності до ризику та співпраці між різними суб'єктами, що може бути як окремими особами, так і організаціями або державними установами. Інноваційний розвиток сприяє створенню конкурентноспроможних продуктів і послуг, підвищенню продуктивності, розвитку економіки та поліпшенню якості життя. Водночас, він вимагає постійного вдосконалення, адаптації до змін і гнучкості в реагуванні на нові виклики та можливості. На наступному рисунку згрупуємо основні чинники, що спонукають до інноваційного розвитку туристичної сфери.

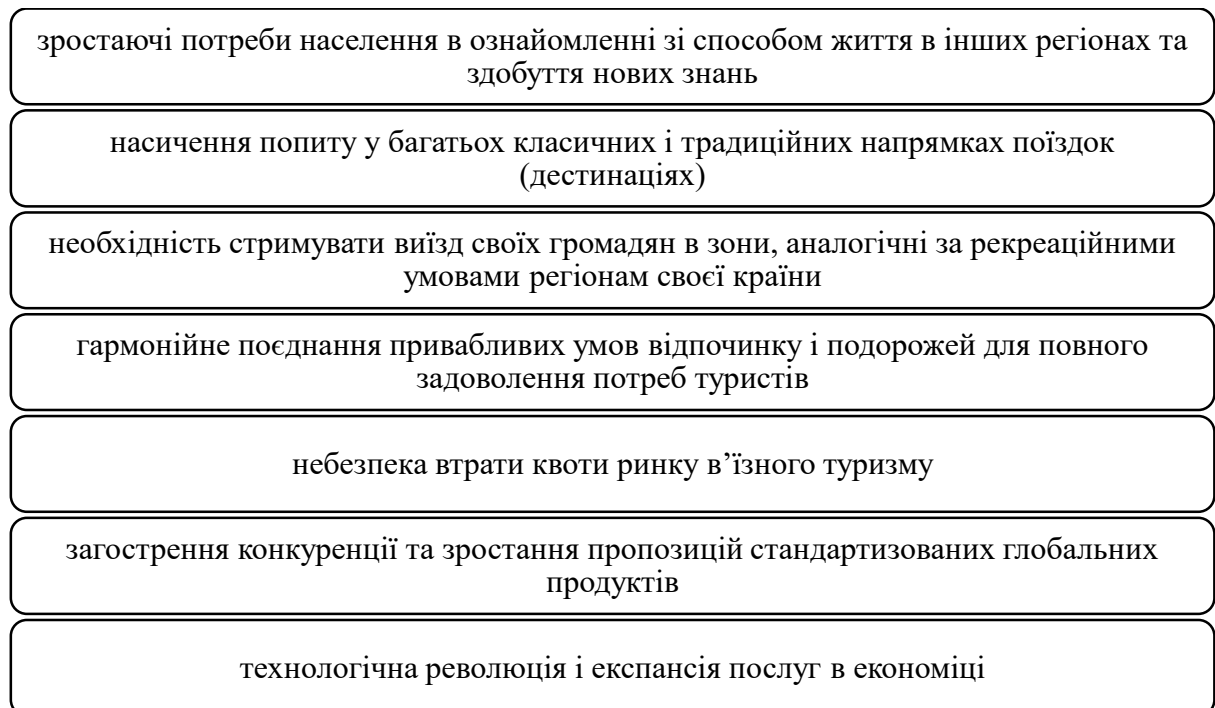


Рис. 1.2. Чинники, що спонукають до інновацій у сфері туризму

Джерело: сформовано автором за даними [19]

Інноваційний розвиток – це процес впровадження нових ідей, методів, продуктів або процесів, спрямованих на поліпшення та розвиток певної сфери. Сутність інновацій полягає в творчому поєднанні знань, технологій та ресурсів для створення чогось нового або вдосконалення існуючого. Інновації можуть виявлятися у всіх аспектах життя: в науці, технологіях, бізнесі, соціальних сферах тощо.

Однак інноваційний розвиток у сфері гостинності має свої особливості:

1. *Сервісна орієнтованість.* Основна увага при інноваціях в галузі гостинності зазвичай зосереджена на поліпшенні якості обслуговування та забезпеченні задоволення потреб клієнтів.

2. *Персоналізація.* Інноваційні рішення спрямовані на створення персоналізованих пропозицій для кожного клієнта, враховуючи їхні унікальні потреби та уподобання.

3. *Використання технологій.* Впровадження новітніх технологій, таких як мобільні додатки, інтерактивні системи замовлення та інші інформаційні рішення, для поліпшення процесів обслуговування та зручності клієнтів.

4. *Гнучкість.* Готелі, ресторани та інші підприємства сфери гостинності повинні бути гнучкими та швидко реагувати на зміну потреб та очікування клієнтів.

5. *Співпраця з місцевими спільнотами.* Розвиток гостинності також може включати співпрацю з місцевими виробниками, різними спільнотами для створення унікального та автентичного досвіду для гостей.

6. *Сталість та стійкість.* У зв'язку з сезонністю та залежністю від економічних факторів, інноваційні рішення в галузі гостинності повинні бути стійкими та стабільними на протязі тривалого часу.

Інноваційні технології впливають на поведінку туристів, змінюючи їхні підходи до планування подорожей, пошуку інформації та взаємодії з туристичними компаніями. Тренди останніх років показують, що все більше мандрівників використовують мобільні додатки для вибору місць для відвідування та бронювання послуг. Інноваційні технології можуть підвищити ефективність використання ресурсів, зменшити вплив туризму на навколишнє середовище та створити інклюзивні можливості для подорожей.

Сучасні тренди в туризмі відкривають нові можливості для розвитку туристичного бізнесу. Останні роки ознаменувалися впровадженням інноваційних технологій у сферу туризму, що кардинально змінили підходи до планування подорожей та обслуговування туристів. Основні тренди включають: штучний інтелект (використовується для персоналізації

пропозицій, автоматизації обслуговування клієнтів), віртуальна та доповнена реальність (використовується для створення інтерактивних турів), безконтактні технології (безконтактна оплата та реєстрація), онлайн-платформи для бронювання (активне використання онлайн-сервісів для бронювання готелів, квитків та екскурсій, що спрощує процес планування подорожей і робить його більш доступним), устойчиві подорожі (зростаюча увага до екологічної відповідальності та сталого туризму, що включає впровадження зелених технологій та екологічних ініціатив), інновації в управлінні даними (використання великих даних для аналізу поведінки туристів, прогнозування тенденцій і покращення якості обслуговування).

Наведені вище тренди показують, як технології продовжують трансформувати туристичну індустрію, роблячи подорожі більш зручними, персоналізованими та екологічно відповідальними.

Ми повністю згодні з твердженням, що інноваційний розвиток у сфері гостинності передбачає впровадження новітніх технологій та методів для покращення обслуговування гостей та оптимізації управління готелями, ресторанами та іншими закладами. В той же час, цей процес має як свої переваги, так і недоліки, які необхідно враховувати.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

2.1. Сучасний стан розвитку сфери туризму

Сфера гостинності переживає значні зміни на сучасному етапі, де сучасні тенденції та особливості інноваційного розвитку відіграють ключову роль у досягненні успіху готелів, ресторанів та інших гостьових закладів. Інноваційний прогрес у цій галузі не лише допомагає підприємствам відповідати сучасним вимогам, але й робить їх більш конкурентоспроможними, стійкими та привабливими для клієнтів

Індустрія туризму являє собою сукупність юридичних і фізичних осіб економічної та соціальної сфер діяльності, які надають туристам послуги з тимчасового проживання, харчування, перевезення, екскурсійного обслуговування, організації відпочинку, розваг та ін. [44].

У 2020 році кількість турагентів (фізичних осіб-підприємців) та туроператорів (юридичних осіб), які займалися туристичною діяльністю в Україні, складала відповідно 2306 та 1561 особу, що менше на 338 та 236 осіб порівняно з попереднім роком. Найбільша кількість їх була сконцентрована у м. Києві - 273, Дніпропетровській області - 322 та Львівській області - 168. Київ як наша столиця, привертає до себе особливу увагу туристів своєю архітектурою, культурними заходами та історичними пам'ятками, і тому на нього припадає близько 12,7% від усіх реалізованих турпакетів [39].

Як можна помітити з рисунку 2.1., області з культурними (історичними) центрами і столицею відзначаються найбільшою активністю у сфері туристичних подорожей. Львів, Київ та Дніпропетровська області є ключовими центрами туристичної активності завдяки своїм культурним, історичним та бізнес-ініціативам. Менш популярні області для туризму можуть мати обмежені туристичні можливості або бути менш відомими широкому загалу.

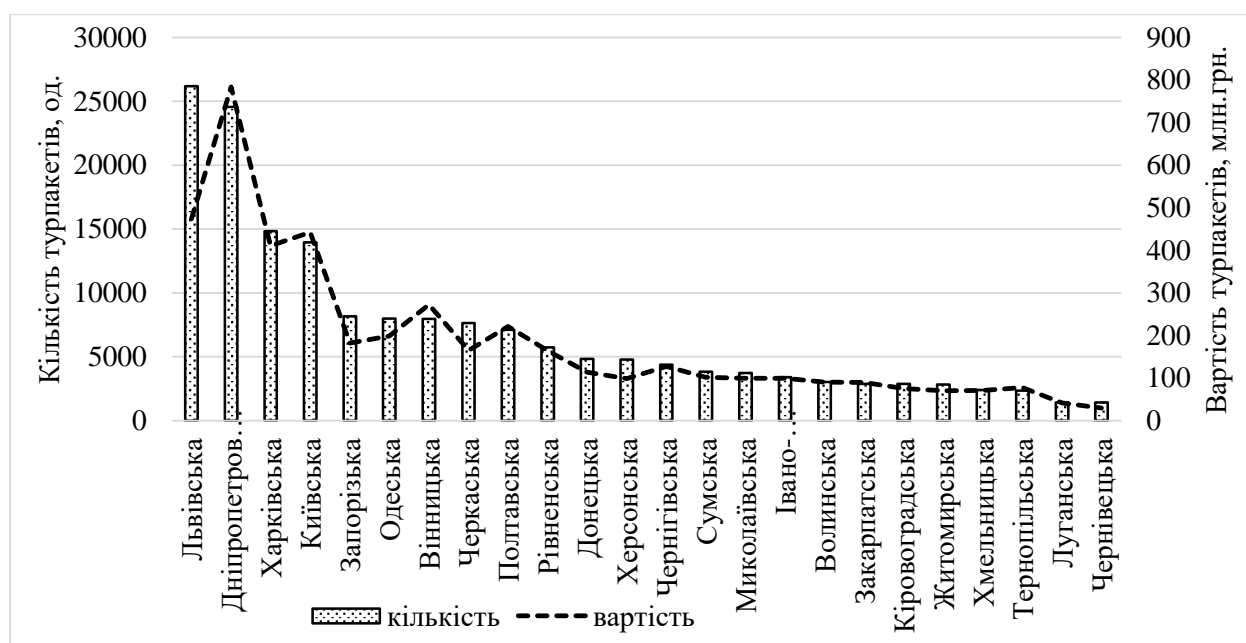


Рис. 2.1. Результати ранжування регіонів за кількістю та вартістю реалізованих турпакетів фізичними особами підприємцями

Джерело: складено автором за даними [39, 47]

Аналізуючи статистичні дані, можна визначити основні тенденції в діяльності туроператорів (фізичних осіб підприємців) за регіонами України. Близько 50 % загальної вартості реалізованих туристичних пакетів в Україні припадає на 4 області: Дніпропетровську, Львівську, Київську та Харківську області (47%). Серед областей лідером по реалізованим туристичним пакетам є Львівська область, на яку припадає 13,57% їх загальної кількості. В той же час область знаходиться на третьому місці за вартістю реалізованих турпакетів, що пояснюється популярністю туристичних об'єктів з багатою культурною спадщиною, історією та красивими пейзажами. Дніпропетровська область займає друге місце за кількістю реалізованих турпакетів (12,73%), але перше за їх вартістю (15,26%). Чернівецька область за кількістю та вартістю реалізованих туристичних послуг у 2020 році виявилася на останньому місці.

На рисунку 2.2 можна відстежити результат ранжування регіонів за діяльністю юридичних осіб у туристичному бізнесі. Лідером за кількістю та вартістю турпакетів, реалізованих юридичними особами, є м. Київ, на який припадає понад 84% реалізованих турпакетів і 89% їх загальної вартості. Серед

регіонів України перше місце за кількістю реалізованих турпакетів займає Івано-Франківська область (4,36%). Друге місце за кількістю (3,51%) та перше за вартістю (1,76%) належить Львівській області. Вагомий внесок у туристичний бізнес, але менший порівняно з Києвом та Львовом робить Дніпропетровська область.

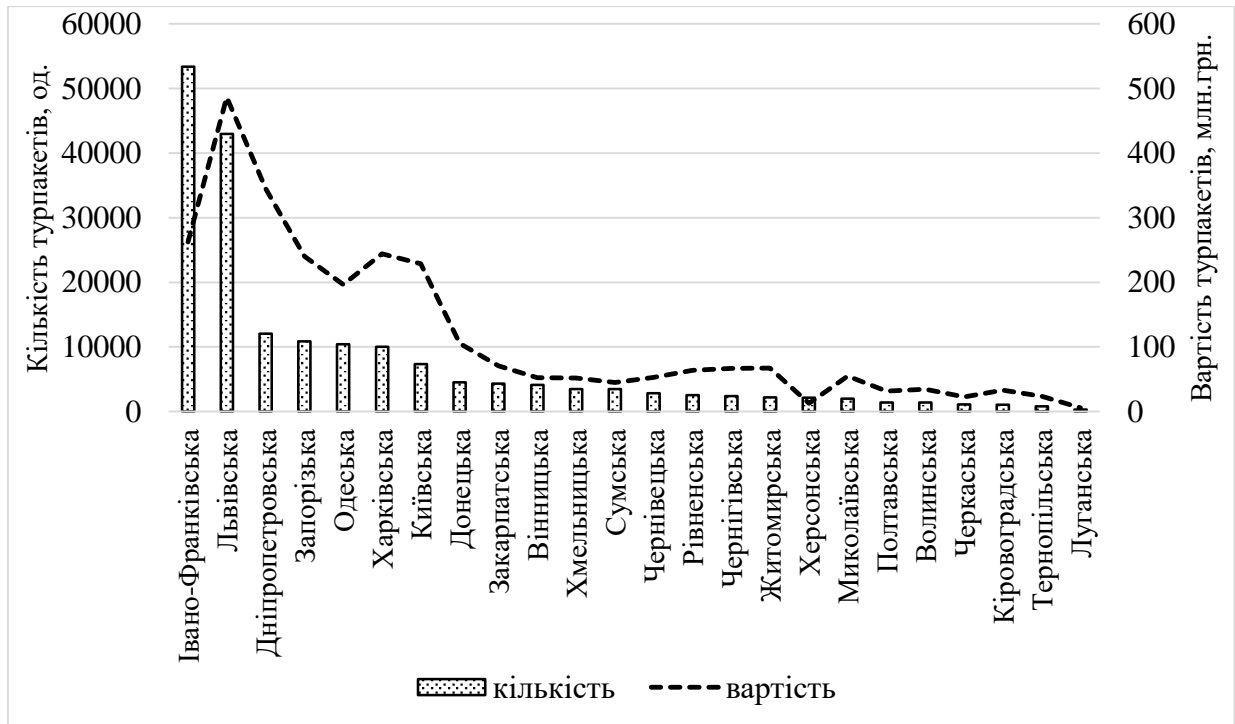


Рис. 2.2. Ранжування регіонів за кількістю та вартістю реалізованих турагентами та туроператорами (юридичні особи) туристичних пакетів.

Джерело: складено автором за даними [39,47]

Основні тенденції останнього десятиріччя показують значне скорочення внутрішнього туризму серед українців та перевищення кількості виїзних туристів над іноземними. Пандемія Covid-19 стала вирішальним фактором у зниженні кількості закордонних подорожей у всьому світі і сприяла відкриттю нових туристичних ринків та швидкому розвитку внутрішнього туризму.

Українці в 2022 році зазнали обмежень у міжнародних подорожах через припинення рейсів авіакомпаній з та до України. Крім того, кордон був закритий для чоловіків призовного віку. Основною причиною цих обмежень є війна в країні, яка не стимулює більшість українців на відпочинок. Це призвело до значного зменшення організованого туристичного потоку на 85–90%, за

даними Антона Рудича, співвласника мережі "Поїхали з нами", та навіть на 95%, за словами директора турагенції "Делюкс Вояж" Максима Дерези.

Обвал ринку пережили не всі туроператори й агентства. Залишилося близько 50% турагентств, які хоча б частково намагаються працювати. Загальна кількість платників податків у галузі в середньому скоротилася на 10%. Кількість юросіб зменшилася на 17%, а фізичних – на 7%. За перші чотири місяці 2022 року представники турбізнесу сплатили на 18% менше податків, ніж за аналогічний період минулого року, повідомляє Державне агентство розвитку туризму.

Головною складовою сучасної туристичної індустрії є готельно-ресторанний сектор, який надає різноманітні послуги для туристів і визначає перспективи розвитку сфери туризму. Сучасний етап науково-технічного прогресу характеризує інновації в готельно-ресторанному бізнесі як головний вектор у висококонкурентній боротьбі за кожного клієнта. Використання передових технологій у готельно-ресторанній галузі дозволяє підвищити ефективність управління, знаходити нові можливості для покращення обслуговування та вдосконалення якості послуг.

У 2020 році кількість ресторанів і кафе в Україні зменшилася майже на 4 тисячі закладів. На початку 2021 року функціонувало 14,7 тисяч таких закладів, що значно менше порівняно з 2020 роком, коли їх налічувалося 18,6 тисяч. Це призвело до скорочення обсягу ресторанного ринку майже на 30%. У 2020 році ресторанний ринок втратив майже 6 млрд гривень. Така ситуація є наслідком кількох локдаунів, карантинних обмежень у галузі ресторанного бізнесу та скорочення іноземних туристів у країні [33].

За інформацією співзасновниці Національної ресторанної асоціації України Насонової О., з початку вторгнення Росії в Україну закрилося близько 7000 ресторанів та кафе, водночас як відкрилося понад 2000 нових закладів. У деяких областях, таких як Харківська, Миколаївська та Запорізька, падіння ринку перевищило 50%, тоді як у Київській, Одеській та Дніпропетровській областях скорочення склало до 30%. Натомість у західних областях

спостерігається позитивна динаміка: кількість ресторанів та кафе у Львові та області зросла приблизно на 30%, а у Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях – приблизно на 20% [36].

Конкуренція в туристичному бізнесі стимулює пошук нових стратегій та ефективних рішень. Важливою тенденцією в цьому секторі економіки є розробка та впровадження різноманітних інновацій і новаторських елементів, які можуть стати потужним стимулом для розвитку галузі гостинності. Використання інновацій стає ключовим елементом для життєздатності та конкурентоспроможності готельних підприємств.

Вважаємо, що розвиток готельно-ресторанної справи в нашій країні є перспективним, з огляду на наявні рекреаційні ресурси та сприятливі умови. Однак необхідно враховувати інші фактори, які впливають на цей процес, такі як законодавче регулювання, економічна і політична нестабільність в Україні. Військовий стан в Україні та наслідки збройної агресії створюють перешкоди для ефективного розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Нестабільна економічна та політична ситуація в країні, обмеження, пов'язані з пандемією, військова агресія негативно впливають на динаміку розвитку та функціонування суб'єктів цієї галузі. На підставі статистичних даних можна стверджувати, що у 2022 році фінансові показники діяльності готельно-ресторанних підприємств погіршилися порівняно з попередніми роками, що спричинило збільшення частки збиткових підприємств у галузі.

Гостинність є важливою складовою успіху будь-якого туристичного напрямку і відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу країни. Регіони та країни, які майстерно впроваджують інновації в сферу гостинності, мають перевагу в привабливості для туристів. Однією з основних переваг гостинності є створення позитивного враження. Якщо туристи відчують тепло і доброзичливість у приймаючій країні, вони схильні рекомендувати її та повертатися знову. Позитивний імідж сприяє зростанню туристичного попиту, що, в свою чергу, може позитивно позначитися на економіці країни. Забезпечення високої якості обслуговування та створення унікальних вражень

підвищує конкурентоспроможність готелів, ресторанів і туристичних агентств. Вдалий досвід туриста може вплинути на його майбутній вибір і підвищити репутацію закладу серед мандрівників.

За п'ять років кількість суб'єктів господарювання у сфері готелів і подібних засобів тимчасового розміщення в країні зросла на 471 одиницю, або на 10% (рис. 2.3). Понад 76% з них складають фізичні особи-підприємці. Подібна ситуація спостерігається і в сфері засобів розміщування для відпустки та іншого тимчасового проживання, кількість яких майже в 1,8 рази менша за кількість готелів. У цій категорії на частку ФОП припадає 79% від загальної кількості суб'єктів господарювання. Кількість ресторанів і суб'єктів, що надають послуги мобільного харчування, зросла на 30,4% і становила 50271 одиницю у 2021 році, причому 90% цих суб'єктів належать до ФОП. Динаміка зростання кількості суб'єктів і значна роль ФОП свідчать про позитивну тенденцію у розвитку цих галузей.



Рис. 2.3. Кількість діючих суб'єктів господарювання у сфері готельно-ресторанного господарства, од.

Джерело: Зроблено автором за даними [11, 34]

У 2019 році була зафіксована найвища кількість всіх суб'єктів господарювання у сфері готельно-ресторанного господарства. Проте введення локдаунів і карантину спричинило призупинення роботи багатьох готелів і

ресторанів, що призвело до зменшення їх кількості. Суттєве скорочення туристичного потоку і подорожей призвело до скасування бронювань готелів і відвідування ресторанів, що в свою чергу призвело до скорочення числа діючих суб'єктів. Більшість підприємств у готельно-ресторанній галузі стикалися з економічними труднощами через втрату своїх прибутків та обмеження у діяльності, що призвело або до їх ліквідації або тимчасового закриття.

Дослідження показують, що гостинність має прямий вплив на рівень задоволеності туристів і їхнє бажання повернутися або порекомендувати місце друзям та родині. В сучасних умовах конкурентного ринку туризму якісна гостинність стає ключовою перевагою, яка може виділити одне місце серед інших.

2.2. Аналіз основних тенденцій у сфері гостинності

Гостинність у сфері туризму має надзвичайно важливе значення, оскільки створює сприятливу атмосферу для подорожуючих та значно впливає на їхнє загальне враження від подорожі. Цей аспект починається з моменту першого контакту, коли мандрівник прибуває на нове місце, і продовжується протягом усього часу його перебування. Гостинність включає не лише привітний прийом гостей, але й здатність забезпечити їм комфорт та зробити їхнє перебування максимально приємним і незабутнім.

Відчуття гостинності проявляється в дрібницях – від щирої посмішки на рецепції до готовності персоналу допомогти в будь-який момент. Воно може включати в себе надання інформації про місцеві визначні пам'ятки, рекомендації ресторанів, організацію екскурсій або вирішення проблем, які можуть виникнути під час перебування гостей. Важливим аспектом є також чистота, зручність та функціональність місця проживання, які сприяють загальному комфорту подорожуючих.

На рисунку 2.4 представлені дані про тип розміщення, якому надали перевагу респонденти під час їхньої останньої подорожі Україною. Ця

інформація відображає поточні тенденції та вподобання туристів, що може бути корисним для аналізу та вдосконалення туристичних послуг.

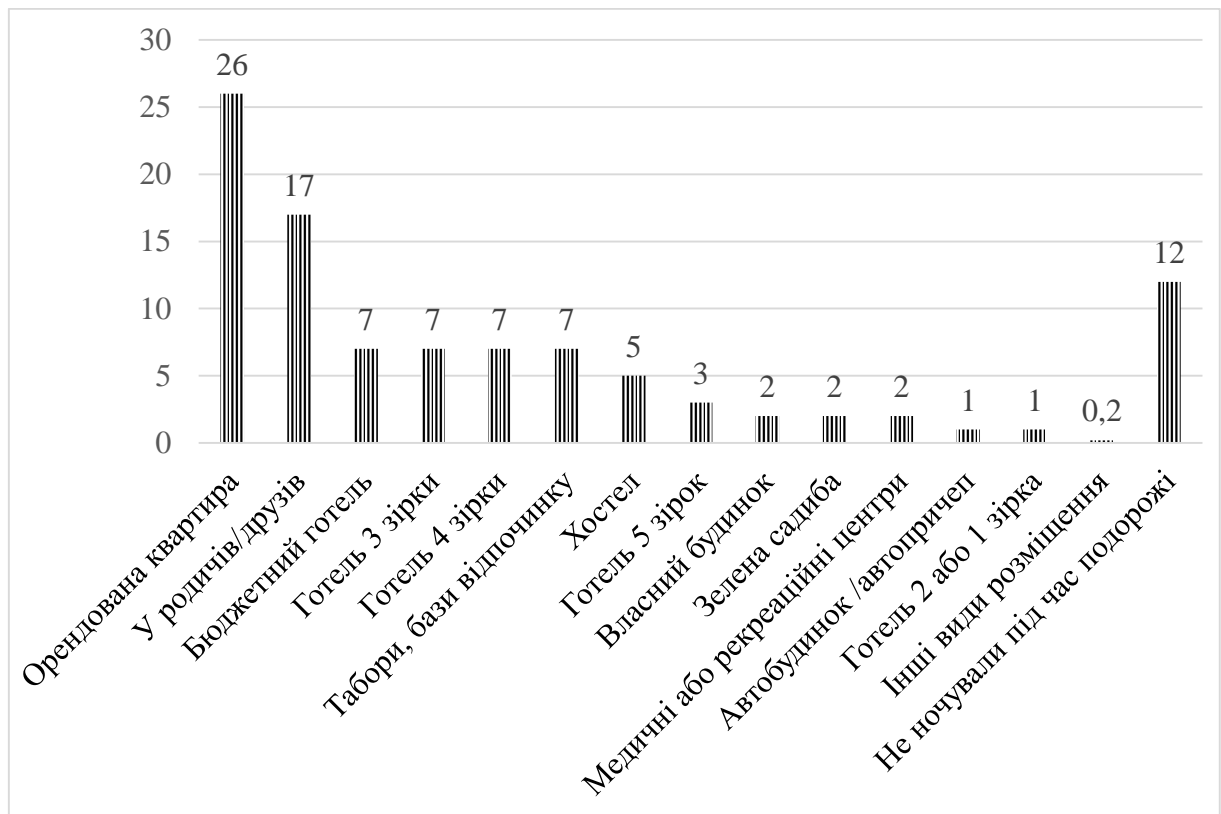


Рис. 2.4. Тип розміщення, якому надали перевагу респонденти, під час подорожі Україною в 2021 р., %

Джерело: складено автором за даними [49]

Згідно з результатами проведеного анкетування, можна зробити висновок, що більшість респондентів надавали перевагу орендованим квартирам, які обрали 26% опитаних, та перебуванню у родичів і друзів, що склало 17%. Бюджетні готелі та готелі класу 3-4 зірки були менш популярними серед подорожуючих, їх вибрали лише 7% респондентів. Високі фінансові витрати вплинули на те, що в більш дорогих готелях зупинялися лише 3% туристів. Крім того, хостели та готелі класу 1-2 зірки не користувалися значним попитом.

Загалом, споживачі туристичних послуг надавали перевагу типам розміщення, які пропонували оптимальний баланс між якістю та ціною. Це вказує на те, що більшість подорожуючих шукали варіанти, які забезпечували б достатній комфорт за розумну вартість, уникаючи при цьому як надмірно дорогих, так і занадто бюджетних варіантів розміщення. Така тенденція може

бути обумовлена бажанням туристів максимально ефективно використовувати свої фінансові ресурси, отримуючи при цьому приємні враження від подорожі.

На рисунку 2.5 прослідкуємо які відбувалися зміни в перевагах розміщення респондентів, під час останньої подорожі - в залежності від статті респондентів.

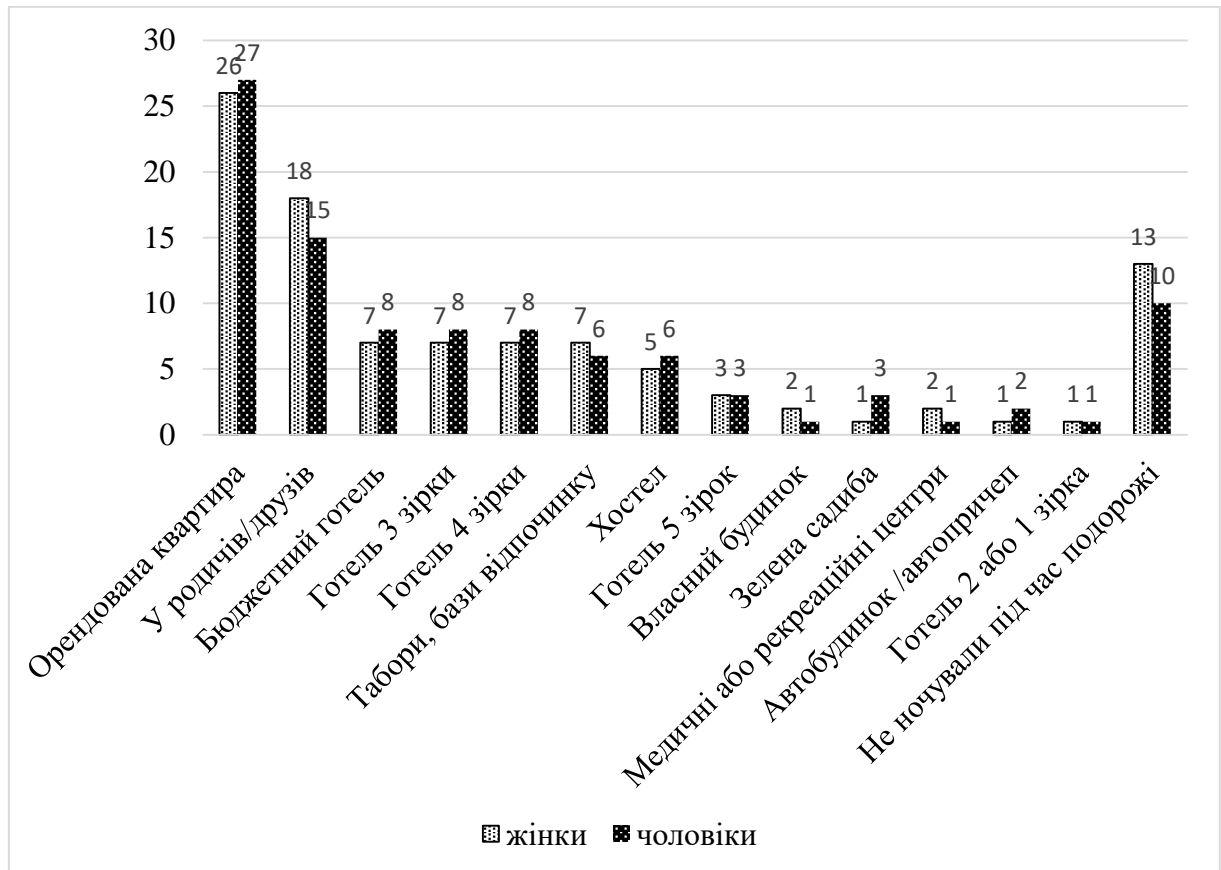


Рис. 2.5. Тип розміщення респондентів, під час останньої подорожі в залежності від статті респондентів, %.

Джерело: складено автором за даними [49]

Прослідкував за наведеними даними розміщення респондентів в залежності від статті респондентів можна відмітити, що суттєвих розбіжностей не спостерігалось. Лише при розміщенні в подорожі у друзів виявлені відхилення в даних: серед жінок 18 % обирали цей тип розміщення, коли серед чоловіків лише 15 %. Не ночували під час подорожі відповідно 13 % жінок та 10 % чоловіків.

В таблиці 2.1 розглянемо дані за типом розміщення, якому надали перевагу респонденти в залежності від віку. За наведеними даними необхідно відзначити, що молодші респонденти частіше, ніж старші, зазначали оренду

квартири або будинку як своє місце перебування. Молодь до 24 років також значно частіше використовувала хостели під час подорожей. З іншого боку, старші респонденти частіше зупинялися у родичів або друзів під час подорожі країною.

Таблиця 2.1

Тип розміщення в залежності від віку туристів, %

Тип розміщення	15-24	25-34	35-44	45-54	55-70
Орендована квартира	26	30	28	24	21
У родичів, друзів	17	14	16	18	23
Хостел	9	5	5	5	2
Табори, бази відпочинку	5	6	8	6	8
Бюджетний готель	7	7	7	8	7
Готель 5 зірок	3	3	3	3	2
Готель 4 зірок	9	9	7	6	4
Готель 3 зірок	8	7	8	7	7
Готель 2 або 1 зірка	1	2	1	2	1
Зелена садиба	1	2	2	3	3
Власний будинок	1	2	2	3	2
Медичні або рекреаційні центри	1	1	1	3	5
Автобудинки, намет у платному кемпінгу	1	1	2	1	1
Не ночували	11	13	10	12	14

Джерело: складено за даними [49]

За наведеними даними, можна побачити, що розбіжності між респондентами з різних регіонів щодо видів розміщення мінімальні. Однак, варто відзначити, що опитані з Києва трохи частіше обирали орендовані квартири та будинки, а також здебільшого вибирали чотиризіркові готелі. Більшість респондентів повідомили, що їхня остання поїздка Україною не була організована туроператором, лише 8% зазначили, що це було сплановано туристичною компанією або організацією.

Наступним етапом буде визначення якими ж туристичними послугами користувалися подорожуючі.



Рис. 2.6. Туристичні послуги, які респонденти замовляли у надавача туристичних послуг, %

Джерело: складено автором за даними [49]

За наведеними даними можна відмітити, що близько 60 % респондентів замовляли комплексний турпакет у туроператора. Послугами з розміщення та харчування скористалися відповідно 17% та 15 % подорожуючих.

Жінки, на відміну від чоловіків, більш часто замовляли комплексні туристичні пакети під час подорожі Україною, тоді як чоловіки переважно користувалися послугами розміщення. Середні витрати на подорож становили 6000 гривень, при цьому половина туристів витратила від 3000 до 11000 гривень. Середні витрати на один день подорожі становили 1122 гривень. Найбільш тривалі поїздки (медіана - 8 днів) спостерігалися в областях з морським узбережжям, таких як Одеська, Запорізька і Херсонська, де туристи витрачали найбільше грошей. Зазвичай менш тривалі, але з більшими витратами, були подорожі до Львівської, Івано-Франківської і Закарпатської областей, де розташовані Карпатські гори.

Під час подорожей Україною, більшість респондентів найчастіше витрачали гроші на послуги харчування - про це повідомили понад половина опитаних. Найпоширеніша згадувана сума становила 1500 гривень. На другому місці, з невеликим відривом, були послуги розміщення. Однак, найчастіше

згадувана сума була вищою - 2500 гривень. На третьому місці була оплата за транспортні послуги, за які частіше платили 1000 гривень, а також оплата за продукти харчування та безалкогольні напої, за які також частіше платили 1000 гривень. Найбільшою витратою була оплата за комплексний туристичний пакет, яка найчастіше становила 5000 гривень, що логічно, з урахуванням включених у нього більшості послуг.

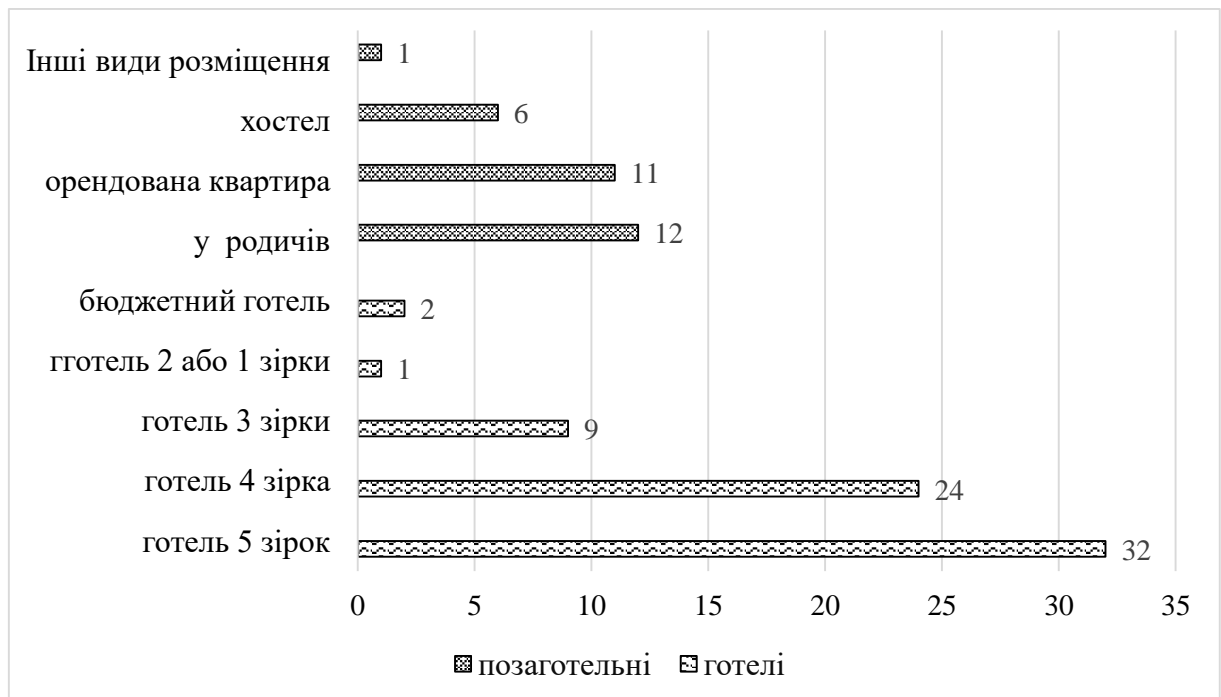


Рис. 2.7. Розміщення під час останньої закордонної подорожі, %.

Джерело: складено автором за даними [49]

За наведеними даними можна спостерігати, що у подорожах за кордон більшу перевагу туристи надають розміщенню в готелях класу 4 та 5 зірок, відповідно 24 та 32 % респондентів.

Вподобання щодо розміщення у жінок і чоловіків в цілому схожі. Проте туристи різних вікових груп мають трохи відмінні уподобання. Наприклад, туристи похилого віку менш часто зупиняються в готелях, а набагато частіше обирають проживання у родичів, друзів або знайомих за кордоном. Молоді туристи віддають перевагу хостелам у порівнянні з іншими віковими групами. Найчастіше туристи, що подорожують за кордоном, витрачають кошти на послуги надавачів туристичних послуг, проживання, харчування і транспорт,

оскільки ці витрати є основними під час подорожі. Жінки частіше оплачують послуги надавачів туристичних послуг, тоді як чоловіки частіше витрачають гроші на розміщення та алкогольні напої. У цілому, розбіжностей між статями витрат для чоловіків і жінок немає. Люди середнього віку дещо частіше платять за послуги надавачів туристичних послуг. Щодо інших статей витрат, таких як харчування і розміщення, туристи молодого та середнього віку витрачають більше.

У цілому, у туристів різного віку приблизно однакова структура витрат. Щодо місця проживання, жителі великих міст частіше оплачують послуги надавачів туристичних послуг, а жителі сіл рідше купують місцеві продукти або алкогольні напої. Проте, загалом, витрати туристів з різних населених пунктів мало відрізняються один від одного. Незважаючи на невеликі різниці в структурі витрат туристів з різних регіонів України, їхні пріоритети витрат залишаються стабільними.

Найбільше грошей туристи витрачають на послуги надавачів туристичних послуг, при цьому в середньому ця сума становить близько 27 тисяч гривень. Далі за пріоритетом йдуть витрати на проживання (близько 9 тисяч гривень), придбання різних товарів, пальне і т.д. Чоловіки в середньому витрачають більше за жінок, особливо на послуги надавачів туристичних послуг, пальне, спортивні та рекреаційні послуги, культурні та ювелірні товари, харчування тощо. Також спостерігаються різниці в витратах між різними віковими групами та населеними пунктами, але головні тенденції залишаються стабільними.

РОЗДІЛ 3

ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

3.1. Напрями розвитку інноваційних технологій в сфері гостинності

Сьогодні інноваційні технології відіграють ключову роль у розвитку туризму, дозволяючи підвищити ефективність, якість і доступність туристичних послуг. Цифрові рішення, такі як онлайн-бронювання, віртуальні тури, штучний інтелект і мобільні додатки, значно змінюють спосіб, яким туристи планують, бронюють і насолоджуються своїми подорожами.

Потреба переходу туристичної галузі на інноваційні технології та нові методи ведення бізнесу стала особливо актуальною внаслідок пандемії COVID-19. Закриття кордонів, обмеження на пересування та інші заходи призвели до значних збитків у туристичній сфері, змушуючи підприємства шукати нові шляхи для забезпечення своєї життєздатності. Використання технологій для безконтактного обслуговування, онлайн-консультацій та розширення можливостей внутрішнього туризму допомогли багатьом компаніям адаптуватися до нових реалій.

Зважаючи на нестабільність і невизначеність зовнішнього середовища, а також політичні, економічні та міжнародні ризики, туристична діяльність повинна орієнтуватися на інтенсивний тип розвитку. Це означає активне впровадження інновацій, постійне вдосконалення послуг та адаптацію до змінних умов. Сфера туризму є найбільш чутливою до зовнішніх і внутрішніх змін, і саме інновації стають головним двигуном її розвитку.

У результаті дослідження було встановлено, що сучасні інноваційні технології в туризмі охоплюють широкий спектр областей, таких як:

- *Інформаційно-комунікаційні технології* - використовуються для створення та розповсюдження туристичної інформації, бронювання послуг, управління туристичними підприємствами та забезпечення зручності подорожуючих. Завдяки цим технологіям туристи можуть легко отримувати інформацію про

туристичні місця, бронювати квитки та готелі, а також відстежувати свої подорожі.

- *Технології геоінформатики* - використовуються для створення електронних карт, навігації, планування маршрутів тощо. Ці технології допомагають туристам орієнтуватися у незнайомих місцях, знаходити найкращі маршрути та отримувати інформацію про місцеві визначні пам'ятки.
- *Технології віртуальної реальності та доповненої реальності* - дозволяє створювати віртуальні тури, імітуючи реальний досвід відвідування місць, а доповнена реальність додає додаткову інформацію про реальні об'єкти, які туристи бачать перед собою (можна використовувати для віртуальних екскурсій по історичних пам'ятках).
- *Технології розумного міста* - спрямовані на підвищення ефективності та комфорту туристичних послуг через інтеграцію інфраструктури міста з інноваційними рішеннями. Це включає використання датчиків, аналітики даних та інтегрованих систем для покращення транспорту, безпеки та туристичних зручностей.
- *Розвиток технологій штучного інтелекту* - використовується для автоматизації багатьох завдань у туризмі, таких як обслуговування клієнтів, планування маршрутів та управління туристичними підприємствами.
- *Впровадження технологій блокчейну* - для підвищення ефективності та прозорості в туризмі (наприклад, може використовуватися для створення цифрових паспортів вакцинації, які можуть спростити подорожі).
- *Розвиток технологій віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR)*. Наприклад, VR може використовуватися для створення віртуальних турів по історичних пам'ятках, а AR може використовуватися для надання туристам додаткової інформації про місця, які вони відвідують.
- *Впровадження технологій 3D-друк*. Вони використовуються для створення індивідуальних туристичних сувенірів та товарів. Може використовуватися для виготовлення фігурок туристичних пам'яток або їжі, яка є характерною

для певної країни чи регіону, що додає унікальності та персоналізації туристичним пропозиціям.

Ці інноваційні технології не лише покращують якість і доступність туристичних послуг, але й відкривають нові можливості для розвитку галузі, роблячи її більш стійкою та адаптивною до змін у світовій економіці та суспільстві.

Сфера гостинності постійно розвивається і впроваджує інновації для поліпшення якості обслуговування та забезпечення комфорту гостей. Деякі з актуальних інновацій в галузі гостинності включають в себе:

1. Технології "інтернету речей" (IoT) - для покращення автоматизації готельних процесів, таких як контроль за температурою в номерах, енергоефективність та безпека.

2. Використання штучного інтелекту (AI) - для персоналізованого обслуговування гостей, прогнозування попиту та оптимізації цін на готельні послуги.

3. Розвиток мобільних додатків - для бронювання номерів, зручного реєстрації та замовлення додаткових послуг у готелях.

4. Використання віртуальної та доповненої реальності для створення унікальних вражень для гостей, наприклад, віртуальні тури по готелях або віртуальні розваги.

Ці інновації спрямовані на покращення якості обслуговування, збільшення ефективності та конкурентоспроможності готельних і гостинних закладів.

Інновації в туризмі базуються на впровадженні сучасних науково-технічних досягнень, але інноваційні рішення завжди супроводжуються ризиками. Різноманітні ризики та кількість туристичних компаній, які щороку закриваються, свідчать про те, що цей бізнес набагато складніший, ніж може здаватися на перший погляд. Застосування інноваційних технологій суттєво сприяє розвитку галузі, водночас створюючи нові виклики та загрози. На рис. 3.1 покажемо основні виклики та загрози, пов'язані з використанням інноваційних технологій в сфері туризму.

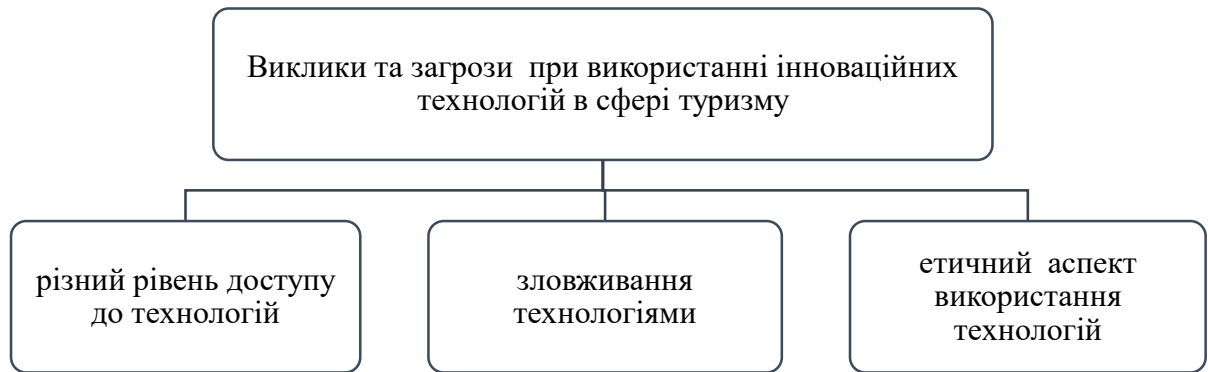


Рис. 3.1. Виклики та загрози при використанні інноваційних технологій

Джерело: складено автором

Різниця в доступі до технологій є значним викликом, який обумовлений географічними, соціальними та економічними умовами. Не у всіх регіонах світу однаковий рівень доступу до сучасних технологій, швидкого Інтернету та інших технічних засобів. Це призводить до обмежень для туристичних підприємств у покращенні і просуванні туристичного досвіду. Туристи з низьким рівнем доходу можуть не мати можливості користуватися сучасними гаджетами або програмами, що обмежує їх доступ до онлайн-сервісів. Крім того, важливо враховувати вікові різниці та цифровий розрив між поколіннями. Іноді технології можуть ставати об'єктом шахрайства або зловживань. Використання онлайн-сервісів також супроводжується ризиком витоку конфіденційної інформації, що може підірвати безпеку особистих даних туристів.

Незважаючи на ці виклики, застосування інноваційних технологій в туризмі також відкриває нові можливості для покращення сталості та управління туристичними ресурсами, що є критичним для збереження природних ресурсів і забезпечення тривалого розвитку галузі. Інноваційні технології мають великий потенціал для розвитку туризму, оскільки вони дозволяють підвищити ефективність, якість і доступність туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

Гостинність має велике значення в туризмі, оскільки вона створює приємну атмосферу для подорожуючих і впливає на загальні враження від подорожі. Вона є важливою складовою успіху будь-якого туристичного напрямку і є однією з галузей економіки, яка швидко розвивається та створює позитивний імідж країни.

Використання інновацій в туризмі сприяє адаптації галузі до змін, збереженню конкурентоздатності та підвищенню рівня задоволення туристів. Сьогодні туристичні підприємства діють у умовах жорсткої конкуренції, глобалізації та реорганізації, спрямованої на розширення діяльності, зменшення впливу туристичних агентств та перепродажу туристичних продуктів, збільшення прямих продаж через онлайн-мережі та дистанційно, підвищення ролі маркетингу та активного продвигання продуктів за допомогою інноваційних засобів просування (інформаційні технології), динамічний розвиток онлайн-бронювання та інтернет-реклами. Це вимагає від підприємств швидкого реагування, гнучкості у діяльності та змін у маркетинговій стратегії.

У 2020 році кількість турагентів (фізичні особи-підприємців) та туроператорів (юридичні особи), що займалися туристичною діяльністю в Україні, склала відповідно 2306 і 1561 осіб. Це на 338 та 236 осіб менше порівняно з попереднім роком. Найбільше таких осіб зосереджено у місті Київ - 273, у Дніпропетровській області - 322 та Львівській області - 168. Київ, як столиця України, є привабливим для туристів завдяки своїй архітектурі, культурним подіям і історичним пам'яткам, що складає близько 12,7% від усіх реалізованих туристичних пакетів.

Найвища активність туристичних подорожей спостерігається в областях зі столицями та культурними (історичними) центрами. Протягом останнього десятиріччя відзначається відмітне зменшення інтересу українців до внутрішнього туризму та перевищення кількості виїзних туристів над іноземними. Пандемія Covid-19 суттєво вплинула на зменшення міжнародних

подорожей по всьому світу і спонукала до відкриття нових туристичних ринків і стрімкого розвитку внутрішнього туризму.

Головною складовою сучасної туристичної індустрії є готельно-ресторанний сектор, який надає різноманітні послуги для туристів і визначає перспективи розвитку туризму. Протягом 2020 року кількість ресторанів, кафе в Україні зменшилась майже на 4 тисячі закладів. На початку 2021 року було діючих 14,7 тисяч таких закладів, що значно менш рівня 2020 року, коли в Україні працювало 18,6 тисяч закладів. Внаслідок цього обсяг ресторанного ринку скоротився майже на 30% і склав - 14,1 млрд. гривень. Загалом, у 2020 році ресторанний ринок втратив майже 6 млрд. гривень. Такий стан речей є наслідком кількох локдаунів, карантинних обмежень у галузі ресторанного бізнесу та відсутності іноземних туристів в країні

Розвиток готельно-ресторанної галузі в Україні є перспективним, враховуючи наявні рекреаційні ресурси та сприятливі умови. Однак важливо враховувати й інші чинники, що впливають на цей процес, такі як законодавче регулювання, економічна і політична нестабільність в країні. Наявність військового стану в Україні та наслідки збройної агресії створюють перешкоди для нормального розвитку готельно-ресторанного бізнесу на сучасному етапі.

Протягом п'яти років кількість суб'єктів господарювання у сфері готелів і інших засобів тимчасового розміщення в країні зросла на 471 одиницю, або 10%. Більше 76% з них є фізичними особами - підприємцями. Аналогічні тенденції спостерігаються й у сфері засобів тимчасового розміщення на відпочинок, кількість яких менша за кількість готелів майже в 1,8 рази. Фізичні особи - підприємці займають 79% від загальної кількості суб'єктів господарювання в цій категорії.

Кількість ресторанів та суб'єктів, що надають послуги мобільного харчування, зросла на 30,4% і склала 50271 одиницю в 2021 році. Значна частина суб'єктів цього бізнесу є фізичними особами - підприємцями (90%). Динаміка зростання кількості суб'єктів та значна роль фізичних осіб-підприємців свідчать про позитивний тренд у розвитку цих галузей

Кількість колективних засобів розміщення зменшилося по юридичним особам на 289 одиниці, по ФОП на 523 од. Кількість КЗР фопів перевищує КЗР юридичних осіб в 2019 році на 2083 од, в 2020 році на 1849 од.

З метою відновлення сфери туризму можна запропонувати наступні рішення для інноваційного розвитку сфери гостинності:

1. Побудова повноцінного готелю в регіонах з тривалістю туристичного сезону 3-4 місяці не завжди є доцільною. У заповідниках або природних парках це навіть заборонено. Вирішенням цих проблем є глемпінг – форма екотуризму, Глемпінг - це форма розміщення, яка комбінує зручності та розкоші готелю з натуральним середовищем та близькістю до природи, які зазвичай характерні для традиційного кемпінгу. Економічна доцільність глемпінгу базується на гармонійному поєднанні вартості послуг, цінової політики, маркетингових заходів та здатності залучати й утримувати клієнтів.

Для відновлення сфери туризму в повоєнний час ми пропонуємо використання глемпу типу – Капсула, основними перевагами якого є можливість встановлення сан-вузла, можливість експлуатувати цілий рік, стійкий до зміни погодних умов. Пропонуємо встановити та влаштувати 4 капсули на острові Бірючий, де є унікальні видів тварин і рослин. Прибуток за песимістичним сценарієм за рік становитиме 662,4 тис.грн. Термін окупності складе 2 року.

2. Для залучення туристів в майбутньому в регіон пропонуємо дводенний тур за маршрутом: День 1: Мелітополь — Кирилівка — Острів Бірючий. День 2: Острів Бірючий — Генічеськ — Мелітополь.

Цей маршрут дозволить побачити різноманітні природні та культурні пам'ятки, насолодитися красою Азовського моря та відпочити на свіжому повітрі. Сподіваємось, що ця подорож буде цікавою та незабутньою!

14.06.2024

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Болтянська Л. О., Андрєєва Л.О., Лисак О. І. Економіка підприємства: навч. посібник : рекомендовано МОН України . Херсон : Олді-плюс, 2015. - 668 с.
2. Болтянська Л.О. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2017. №3(35). С. 20-27.
3. Болтянська Л.О. Тебенко В.М. Оцінка інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств Південного регіону. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки) №3 (49)*, 2023. с.135-147.
4. В Україні з початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе – НАРБ URL:<https://forbes.ua/news/v-ukraini-z-pochatku-viyini-zakrilosya-blizko-7000-restoraniv-ta-kafe-asotsiatsiya-06092022-8120> (дата звернення 22.10.23)
5. Власова Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі / Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семененко // *Культура народів Причорномор'я*. – 2009. – № 176. – С. 113–114.
6. Волков О.І., Денисенко М.П. та інш. Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник. К.: Центр учбової літератури. 2007. 662с.
7. Глобальний інноваційний індекс 2020 року. веб-сайт. URL: <https://ukrpatent.org/uk/news/main/gii2020-vid-14092020> (дата звернення: 26.02.2020).
8. Глущенко П. Тебенко В.М. Виклики та загрози використання інноваційних технологій в туризмі. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства». НУ «Запорізька політехніка». Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. - С. 153-157.
9. Грищенко О. Ф. Інноваційне рішення - ключовий фактор забезпечення сталого розвитку сучасного підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2011. № 1. С. 120-127.

10. Гуцол А. Інноваційні технології в туризмі : Навчальний посібник / укл. А. Гуцол. – Северодонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. – 343 с.
11. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.03.2023).
12. Друкер П.Ф. Бізнес та інновації = Innovation and Entrepreneurship / П.Ф. Друкер; пер. з англ. і ред. К.С. Головинського. – М. : Вільямс, 2007. – 423 с.
13. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навчальний посібник / В. В. Кавецький, І. В. Причепа, Л. О. Нікіфорова. Вінниця : ВНТУ, 2016. 136 с.
14. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / упоряд. В.А Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. К.: Слово, 2006. 372 с.
15. Завадських Г.М., Тебенко В.М. Стимулювання регіонального інноваційного розвитку на прикладі Запорізької області. Аграрна освіта: минуле, сучасне, майбутнє: зб. Матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю ЛНАУ 15-16 лист. 2021р.- Слов'янськ, 2021. С. 242-243.
16. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560 - XII від 18.09.2001 // Відомості Верховної Ради України. 2001. № 47.
17. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 // Відомості Верховної Ради України. 2002. № 14.
18. Закон України «Про туризм» URL: https://urstat.com.ua/act/pro_turyzm
19. Інновінг в туризмі : монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 532 с.
20. Інформаційно-аналітичні матеріали Міністерства енергетики та захисту довкілля України з питання “Аналіз площ природно-заповідного фонду України в розрізі адміністративно-територіальних одиниць”.- Київ, 2020.-99с
21. Кількість туристів до України URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (дата звернення 3.11.2022)
22. Ключові туристичні тренди на 2022 рік. URL: <https://www.unian.net/tourism/news/glavnye-turisticheskie-trendy-na-2022-god-vnutrenniy-turizm-i-uvelichenie-rashodov-novosti-11686351.html>

23. Козлова А.І. Індикатори інноваційного розвитку економіки і промислових підприємств *Ефективна економіка*. 2014. №10. URL: www.economy.nayka.com.ua (дата звернення: 26.02.2019).
24. Коноваленко А. С. Елементи маркетингового механізму. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2019. № 23. С. 66–73. DOI: <http://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2019.23.0.66>
25. Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні // *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. №2(12). С.18-23.
26. Куклінова Т. В. Сучасні тенденції та фактори Інтернет-торгівлі в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць*. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 95 -102.
27. Левицька І.В. Ефективність інноваційної діяльності в готельноресторанному бізнесі / І.В. Левицька // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2012. – № 12. – С. 87-93. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>
28. Лисак О. І., Андрєєва Л.О., Тебенко В. М. Інноваційні методи інтернет-торгівлі. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2020. № 2 (42). С. 83-92.
29. Лифарь П. Тебенко В.М. Роль інноваційних технологій в туризмі. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», НУ «Запорізька політехніка». Запоріжжя. 10 листопада 2023р. С. 367-370.
30. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик: навч. посібник. К.: Академвидав. 2007. 462 с.
31. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку: Монографія / Л.О. Андрєєва та інші. Мелітополь: Люкс, 2021. 300 с.
32. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР .Дата оновлення: 16.10.2020. URL: https://urst.com.ua/pro_turyzm/st-4 (дата звернення 7.12.2022)

33. Ресторанний ринок скоротився на 6 млрд грн у 2020 році. Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/news/karantinniy-rik-dlya-ukrainskikh-restoraniv-ta-kafe-v-2020-mu-ikh-kilkist-zmenshilas-mayzhe-na-4-000-zakladiv-30032021-1255>
34. Сапроненко А., Тебенко В.М. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього». Відокремлений структурний підрозділ «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету». 30 листопада 2023 р. – с.103-107.
35. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://u.to/ZXmaHw> (дата звернення 10.01.2023)
36. Структура розподілу ресторанного ринку України в 2020 році. URL: <https://vlasnasprava.ua/struktura-rozpodilu-restoranogo-rinku-ukraini-v-2020-roci/> (дата звернення 24.10.23)
37. Ставська Ю.В. Особливості та зміст інновацій в сфері гостинності. *ЕКОНОМІКА. ФІНАНСИ. МЕНЕДЖМЕНТ*: актуальні питання науки та практики 2018. №3. С 35-46.
38. Тебенко В.М. Інноваційний розвиток сфери гостинності. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства». НУ «Запорізька політехніка». Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. С. 1199-1203.
39. Тебенко В.М. Розвиток туристичного підприємництва. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту». ХПФК Національного університету «Львівська політехніка». Хмельницький. 23 листопада 2023 р. с. 107-110.
40. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор», №3(70). 2022. С. 70-75

41. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Пріоритетні напрями інноваційного розвитку. Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету: електронне наукове фахове видання ТДАТУ; гол. ред. д.т.н., проф. В.М. Кюрчев. Мелітополь: ТДАТУ, 2022. Вип. 12, том. 3. С. 34-46.

42. Тебенко В.М., Лифарь П. Туристична галузь – шлях відновлення. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 27 жовтня 2022 р. Полтава, 2022. С.1426-1428.

43. Терещук Н.В. Інноваційні технології в індустрії гостинності. Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища. Вип. 69. 2022. С.155-162.

44. Титаренко Л. М., Рябокiнь Є.О. Підприємництво у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» №9. 2021 р.

45. Ткаченко А.М. Інновації та їх роль у готельно-ресторанному господарстві. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2017. № 3 (96) с.29-33.

46. Тривожний відпочинок. Журнал Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/trivozhniy-vidpochinok-popit-na-turistichni-mistsya-vseredini-kraini-zris-u-devyat-raziv-viruchka-goteliv-na-zakhodi-ukraini-na-50-chomu-i-yak-ukraintsi-podorozhuyut-pid-chas-viyni-31082023-15301>

47. Туристична діяльність в Україні URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення 5.11.2022)

48. Туристична статистика URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya>

49. Туристична статистика. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», URL:

<https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (дата звернення 10.01.2023)

50. The Impact of Green Tourism on the Development of the Regional Economy. Nepomnyashchyu, O., Yekimov, S., Springer, 2023. Lecture Notes in Networks and Systems. Т. 574, с. 1589–1595. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-21432-5_170

51. Havryliuk, S. Melko, L. Uvarova, G. Karyuk, V. and Mihus, I. (2021), “Implementation of the model of innovative tourist product in Ukraine: financial and economic aspects”, Financial and credit activity: problems of theory and practice, Vol. 1, no. 36, Pp. 219-232