

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

УДК 338.48:379.8

<https://doi.org/10.33271/ebdut/89.121>

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ГОСТИННОСТІ: ВІД СТАНДАРТІВ ДО ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ

*М. В. Белобородова к. е. н., НТУ «Дніпровська політехніка», bieloborodova.m.v@ntnu.one,
orcid.org/0000-0001-8329-7679,*

*Т. І. Нікітчина, к. т. н., доцент, Одеський національний технологічний університет,
nikitchinati@ukr.net, orcid.org/0000-0002-1034-3483*

Методологія дослідження. Основними методами, використаними в дослідженні, є системний аналіз для вивчення зв'язків між окремими аспектами управління та розвитку готельного бізнесу, а також порівняльний аналіз для визначення особливостей інноваційних підходів в різних готельних закладах України. Крім того, застосовувалися елементи кейс-стаді, що дозволило на прикладі успішних готелів виявити ключові інноваційні тренди та механізми їх впровадження.

Результати. В дослідженні розглянуто сучасні концепції розвитку готелів в якості стратегічних інструментів для забезпечення конкурентоспроможності та адаптації до змін ринку. Підкреслено, що сучасний готельний бізнес фокусується на персоналізації сервісу, інтеграції технологій та впровадженні екологічних практик, що відповідають вимогам сталого розвитку. Проаналізовано еволюцію готельного сервісу в Україні, починаючи зі стандартизованого підходу до сучасної інноваційної та клієнтоорієнтованої моделі. Особливу увагу приділено використанню цифрових рішень і автоматизації, які полегшують операційні процеси та підвищують зручність для гостей. Приклади успішних українських готелів демонструють, як локальні та міжнародні тренди впливають на рівень розвитку індустрії гостинності.

Новизна дослідження полягає у визначенні ключових інноваційних компонентів, які найбільш ефективно сприяють розвитку готельного бізнесу. У роботі вперше для українського ринку розроблено модель інтеграції цифрових технологій, таких як IoT і CRM-систем, з елементами екологічного менеджменту. Також зроблено акцент на аналізі впливу сучасних соціокультурних трендів на концепцію розвитку готелів, включно з локальною адаптацією через культурні елементи в дизайні та сервісах.

Практична значущість полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій власниками та менеджерами готелів для вдосконалення бізнес-процесів, підвищення конкурентоспроможності та створення унікальних клієнтських досвідів. Зокрема, методи впровадження автоматизованих систем управління сервісом і механізми адаптації до екологічних стандартів можуть бути інтегровані як до нових, так до вже функціонуючих готельних об'єктів.

Ключові слова: готельний бізнес, концепція розвитку, інноваційні технології, персоналізація, сталий розвиток, цифровізація, управління сервісом, екологічний менеджмент.

Постановка проблеми. Готельна індустрія як специфічний вид діяльності перебуває на стику економічних, соціальних, технологічних та екологічних змін, що вимагає постійного вдосконалення та інновацій. Важливість адаптації до сучасних тенденцій, таких як цифровізація, персоналізація сервісу та екологічна відповідальність,

© 2025. М. В. Bieloborodova, Т. І. Nikitchina. Published by Dnipro University of Technology on behalf of Economics bulletin of the Dnipro University of Technology. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted reuse, distribution and reproduction in any medium provided the original work is property cited

що є ключовими факторами конкурентоспроможності, вже не є предметом дискусії.

Це – суворі необхідність. Водночас розгляд історичних трансформацій концепції гостинності важливий з точки зору контекстуальної глибини, ді дозволяє прослідкувати, як зміни у суспільстві та економіці впливали на стандарти та підходи в індустрії.

Особливо актуальним є акцент на інноваційні рішення, такі як інтеграція штучного інтелекту, використання IoT-технологій та розвиток еко-дружніх ініціатив. Це відповідає глобальним тенденціям та зростаючим очікуванням гостей, які все більше цінують зручність, технологічність та відповідальність бізнесу перед суспільством і довкіллям.

Пандемія COVID-19 стала переломним моментом для індустрії, і дослідження того, як нові виклики змінили поведінку споживачів, дозволяє використовувати отримані уроки вже у сучасних українських реаліях.

Окремої уваги з точки зору питання про трансформацію концепцій гостинності відводиться аспектам управління, фінансового обліку (USALI), маркетингового позиціонування та навчання персоналу, що є основними елементами ефективного функціонування готелю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сучасних тенденцій розвитку готельної сфери присвячені роботи таких науковців, як О. Громик [1], Т. Зубехіна та ін. [2], О. Головня [3]. Регіональні особливості індустрії гостинності у міжнародному контексті розглянуті в роботі О. Табенської [4] на прикладі Німеччини, а Г. Саркісян та ін. [5] дослідили вітчизняну специфіку на прикладі півдня України.

Окремий пласт досліджень складають статті, присвячені інноваціям та новітнім технологіям в гостинності. Наприклад, Л. Чепурда та ін. [6] дослідили низку кейсів щодо застосування інноваційних технологій в маркетингових стратегіях готельної сфери. Також варто відзначити роботу Г. Щуки та Л. Гальків [7], присвячену маркетингу партнерських відносин в туризмі та гостинності.

Управлінські та фінансово-економічні аспекти концепцій розвитку закладів розміщення досліджено в роботах В. Язіної та ін.

[8], Л. Безуглої та ін. [9], Л. Матвійчук та ін. [10].

Однак, все ще мало дослідженими залишаються аспекти, пов'язані із пошуком балансу між сучасними інноваційними технологіями та збереженням довкілля, культурної спадщини, формування персоналізованого досвіду під час подорожей. Це і зумовило вибір теми даної статті.

Формулювання мети статті. Метою роботи є формування комплексного підходу до створення концепції розвитку готелів, яка враховує сучасні технологічні та екологічні тренди, зміни в поведінці споживачів, а також специфіку українського ринку. Особливу увагу приділено ідентифікації механізмів адаптації готельного бізнесу до сучасних викликів, таких як підвищення конкуренції, запити на персоналізацію послуг та інтеграцію сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція розвитку готелю – це стратегічний план або ідея, яка визначає основні напрямки, цілі, принципи та інноваційні підходи для його розвитку, управління і забезпечення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Вона включає в себе візію та місію готелю, аналіз цільової аудиторії, вибір маркетингових стратегій, впровадження нових технологій, покращення сервісу та оптимізацію внутрішніх процесів.

Концепція розвитку є важливим інструментом для власників та керівництва готелю, адже допомагає зорієнтуватися в змінюваному ринковому середовищі, задовольняючи потреби сучасних гостей і забезпечуючи довгостроковий успіх. Вона охоплює різноманітні аспекти діяльності закладу, зокрема [6]:

1) цільова аудиторія – хто є основними клієнтами готелю (бізнесмени, туристи, родини, особи з інвалідністю тощо) та як забезпечити їх максимальний комфорт;

2) унікальна пропозиція – чим готель відрізняється від інших на ринку (наприклад, специфічний дизайн, екологічний підхід, персоналізовані послуги);

3) інновації – використання нових технологій для підвищення ефективності роботи, автоматизації процесів, а також для покращення комфорту та зручності гостей (на-

приклад, мобільні додатки для замовлення послуг, системи «розумного будинку», безконтактне обслуговування);

4) стратегії управління та сервісу – визначення стандартів обслуговування, навчання персоналу, впровадження нових сервісів для покращення досвіду клієнтів.

5) екологічні та соціальні ініціативи – все більша увага приділяється сталому розвитку, тому готелі наразі активно впроваджують елементи енергозбереження, управління відходами тощо.

6) маркетинг та позиціонування – створення образу готелю на ринку через рекламу, партнерства та інші канали просування, які допомагають залучати нових клієнтів і утримувати існуючих.

Концепція розвитку також включає розгляд потенційних ризиків і можливих змін на ринку, щоб забезпечити стійкість готелю в довгостроковій перспективі. Це може бути як розширення обсягу послуг, так і зміна місцезнаходження чи реконструкція для адаптації до нових тенденцій.

Інноваційні концепції розвитку готелів стають все більш важливими в умовах сучасного ринку, де конкуренція та вимоги клієнтів швидко змінюються. Однією з таких концепцій є інтеграція новітніх техно-

логій, які полегшують процеси бронювання та перебування гостей. Наприклад, деякі готелі вже активно впроваджують системи самостійної реєстрації, коли гість може здійснити check-in та check-out через мобільний додаток або кіоск, що значно економить час і забезпечує безконтактне обслуговування.

Ще одним важливим трендом є сталий розвиток. Багато готелів розробляють екодружні концепції, спрямовані на зниження впливу на навколишнє середовище. Наприклад, готелі використовують енергоефективні технології, сонячні панелі для обігріву води, системи повторного використання води, органічні матеріали в інтер'єрі та продукти місцевого виробництва в ресторанах. Це дозволяє не лише зменшити витрати на енергетичні ресурси, а й привернути увагу до екологічної свідомості гостей.

Отже, інноваційні концепції розвитку готелів акцентують увагу на технологічних рішеннях, сталості та індивідуалізації, що дає змогу створювати більш зручні, комфортні й адаптовані до сучасних вимог умови для подорожуючих. Розглянемо більш детально, які етапи розвитку проходять концепції гостинності із плином часу на прикладі України (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи розвитку концепції гостинності в Україні

Період	Основні риси концепції гостинності
Середина XX ст.	Стандартизація, мінімальна варіативність послуг, формальне обслуговування, орієнтація на базові потреби гостей.
1990-ті роки	Початок приватизації, запозичення міжнародних стандартів, орієнтація на якість обслуговування.
2000-ті роки	Інтеграція міжнародних брендів, акцент на комфорт, зручність, передбачуваність, початок модернізації сервісу.
Євро-2012	Інновації, персоналізація послуг, тематичні номери, адаптація до потреб різних категорій гостей.
2020-ті роки	Впровадження цифрових технологій, індивідуалізація сервісу, інтеграція локальної культури, акцент на унікальний досвід гостя
Сучасний стан в умовах війни	Інноваційні концепції, екологічність, поєднання технологій і автентичності, створення емоційного зв'язку з гостем. Гуманітарна місія готелів: прийом переселенців, надання тимчасового притулку. Адаптація послуг: створення безпечних умов, облаштування укриттів, спрощення умов бронювання. Локалізація: акцент на внутрішньому туризмі, популяризація регіональних культурних і гастрономічних особливостей. Підтримка економіки: продовження роботи попри ризики, адаптація цінової політики до умов кризи. Соціальна відповідальність: співпраця з благодійними організаціями, організація збору допомоги для ЗСУ та постраждалих.

Джерело: сформовано автором на основі [11;15]

Зростаючою тенденцією є також персоналізація досвіду гостей через використання великих даних та штучного інтелекту.

Завдяки збору інформації про вподобання та звички клієнтів, готелі можуть надавати індивідуальні пропозиції та сервіси, такі як

персональні рекомендації щодо харчування, відпочинку або активностей. Наприклад, якщо гість зазвичай обирає кімнати з певними умовами освітлення або температури, система автоматично налаштує ці параметри відповідно до його попередніх уподобань.

Цікавою інновацією є також концепція «міні-готелів» або мобільних розміщень, де проживання відбувається в компактних, але комфортних модулях, що можна переміщати або змінювати залежно від сезонних потреб. Такі рішення дають можливість працювати в найбільш затребуваних місцях і залучати туристів за допомогою унікальних вражень.

Не можна оминати увагою також концепцію готелів, орієнтованих на цифрові номери, де всі аспекти перебування – від замовлення до сервісу – здійснюються через мобільні додатки, що дозволяє готелям працювати з мінімальною кількістю персоналу, але надавати високий рівень сервісу завдяки автоматизації процесів. Проте важливою умовою успіху таких готелів є ефективна система безпеки та захисту персональних даних.

Історія трансформації концепції гостинності в Україні, як і в багатьох інших країнах, відображає поступове пристосування готельного бізнесу до змін суспільства, економіки та технологій [11]. У середині ХХ ст. основою гостинності були стандартизація та уніфікація. Готелі функціонували в межах жорстко регламентованої системи, де головним завданням було забезпечення базових потреб гостей, переважно державних службовців, туристів чи делегатів. Обслуговування мало мінімальний рівень варіативності: типові номери, стандартне меню у ресторанах і передбачуваний сервіс, який більше відповідав формальному виконанню обов'язків, ніж створенню комфортних умов чи унікального досвіду.

З переходом України до ринкової економіки у 1990-х роках готельний сектор почав зазнавати змін. Перші приватні готелі, що з'явилися в цей час, намагалися перейняти кращі світові практики, зокрема стандарти обслуговування, характерні для міжнародних брендів. Вже у 2000-х роках Україна почала інтегруватися в глобальний ринок, і готельна індустрія відчула потребу у впровадженні сучасних підходів. Цей період

відзначився появою міжнародних готельних брендів, які започаткували нові стандарти сервісу в нашій країні. Основна увага приділялася комфорту гостей, але концепція все ще залишалась переважно стандартизованою. Готелі пропонували типові послуги з акцентом на бездоганність процесів, але з обмеженою індивідуалізацією. Пріоритет надавався зручності, безпеці та передбачуваності, що особливо приваблювало бізнес-туристів.

Після Євро-2012, яке стало значним поштовхом для розвитку туристичної інфраструктури, готелі почали активно впроваджувати інновації. Саме тоді почали з'являтися перші приклади персоналізованого підходу. Власники та управлінці зрозуміли, що стандартного набору послуг вже недостатньо для залучення нових категорій гостей. Готелі почали адаптуватися до специфічних потреб клієнтів: з'явилися тематичні номери, розширені варіанти харчування, створені з урахуванням гастрономічних уподобань різних культур, а також індивідуальні пропозиції для молодят, сімей з дітьми чи любителів активного відпочинку.

У 2020-х роках, особливо після пандемії COVID-19, яка змінила поведінку туристів, концепція гостинності в Україні значно трансформувалася у напрямку персоналізації. Сучасний гість шукає не лише комфорт, а й унікальний досвід, що відповідає його індивідуальним запитам. Готелі почали використовувати цифрові технології, такі як CRM-системи, для аналізу поведінки клієнтів та створення пропозицій, які максимально відповідають їхнім потребам. З'явилися «розумні» номери з інтеграцією IoT-технологій, що дозволяють гостям самостійно налаштовувати освітлення, температуру чи розважальні системи.

Окрім цього, велика увага приділяється емоційному аспекту. Гостинність почала включати елементи локальної культури: традиційні страви, співпраця з місцевими ремісниками та організація заходів, що дозволяють зануритися в атмосферу регіону. Таким чином, концепція гостинності в Україні пройшла шлях від стандартизованого, функціонального підходу до глибокої персоналізації, яка забезпечує не лише ком-

форт, а й створення емоційного зв'язку між гостем і готелем.

В Україні також з'являються інноваційні концепції у сфері готельного бізнесу, що поєднують сучасні технології, екологічні рішення та нові підходи до обслуговування гостей. Серед успішних прикладів можна відзначити 11 Mirrors Design Hotel (Київ) [12], LOFT7 (Львів) [13], глемпінги «Есо Space» (Київська область) [14].

Так, 11 Mirrors Design Hotel орієнтується на молодіжну та бізнес-аудиторію, пропонуючи не лише елегантні номери з мінімалістичним дизайном, але й високотехнологічні рішення для комфорту гостей. Тут використовуються смарт-системи для автоматичного керування освітленням, температурою та іншими параметрами номеру. Крім того, готель має унікальне кафе на даху, де гості можуть насолоджуватися не лише смачними стравами, а й панорамними видами Києва [12].

LOFT7 – це готель, який активно використовує концепцію сталого розвитку та екологічної свідомості. Готель є частиною екологічно чистого комплексу, де активно впроваджуються енергозберігаючі технології. Крім того, на території закладу є власний органічний сад, з якого постачають свіжі продукти для ресторанів. Всі ці елементи допомагають готелю підтримувати екологічні стандарти та залучати гостей, які цінують сталий розвиток [13].

Глемпінги «Есо Space» поєднують сучасний сервіс із принципами сталого розвитку. Тут створюють умови для здорового відпочинку, пропонують йогу, медитації та інші релаксаційні практики для гостей. Це місце сприяє збереженню природи та забезпеченню комфорту для тих, хто шукає відпочинок у поєднанні з природою.

Проте, будь-яка концепція готельного сервісу не може уникнути недоліків. Вони можуть стосуватись як стратегічного, так і тактичного рівнів. На стратегічному рівні найчастіше зустрічається невідповідність позиціонування готелю потребам і бажанням цільової аудиторії. Наприклад, готель може позиціонувати себе як преміальний, але на практиці клієнти не отримують того рівня сервісу, який відповідає їхнім очікуванням. Така розбіжність створює негативний дос-

від, що підриває репутацію і лояльність. Крім того, концепція може виявитися застарілою, якщо вона не враховує сучасних тенденцій, таких як стійкість, цифровізація чи потреба в унікальному клієнтському досвіді [14].

На тактичному рівні недоліки проявляються через неузгодженість деталей концепції. Наприклад, якщо заявлено, що готель орієнтований на сімейний відпочинок, але простір не є зручним для дітей, це створює дисонанс. Також важливо враховувати культурну специфіку місця. Готель, розташований у регіоні з багатою історією, може втрачати клієнтів через відсутність зв'язку з місцевою спадщиною в дизайні чи сервісах.

Трансформація концепції має бути спрямована на усунення цих дисбалансів і перетворення слабких сторін на переваги. Все починається з виявлення клієнтських очікувань та переваг. Наприклад, можна занурити гостей у автентичну атмосферу через архітектурні елементи, меню, що відображає місцеву гастрономію, або інтеграцію з локальними подіями. Використання технологій, таких як мобільні додатки для зручного управління послугами чи автоматизація рутинних процесів, може значно підвищити задоволеність гостей [15].

Трансформація концепції готелю на організаційному рівні починається з чіткого розуміння місії та бачення, які мають стати основою для всіх змін. Ключовим кроком є створення команди, яка поділяє ці цінності й здатна їх втілювати. Значну увагу слід приділити аналізу поточних бізнес-процесів. Варто визначити, які з них уповільнюють роботу або викликають незадоволення клієнтів. Наприклад, складна система бронювання або тривалі чекіни можуть бути замінені сучасними цифровими рішеннями. Особливий акцент слід зробити на навчанні персоналу: курси, тренінги, а також мотиваційні програми сприятимуть розвитку культури гостинності та проактивного ставлення до потреб гостей.

Оптимізація бізнес-процесів має передбачати як оновлення технічної бази, так і реорганізацію роботи відділів. Наприклад, автоматизація рутинних операцій дозволить персоналу більше уваги приділяти спілкуванню з клієнтами. Діджиталізація, зокрема

використання мобільних додатків для замовлення послуг, може скоротити час очікування та підвищити зручність для гостей. Водночас важливо забезпечити інтеграцію процесів між різними підрозділами готелю.

Фінальним етапом трансформації є постійний моніторинг ефективності змін. Йдеться як про оцінку фінансових результатів, так і про вимірювання рівня задоволеності клієнтів. Інвестиції у внутрішні процеси – від покращення умов праці для персоналу до впровадження нових технологій – мають бути спрямовані на створення гармонійної екосистеми, де кожен елемент сприяє досягненню спільної мети. Щодо цифрових рішень для готельної індустрії, на теперішній в Україні розповсюджені одразу декілька систем.

USALI (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry), або уніфікована система обліку для готельної індустрії, забезпечує стандартизований підхід до фінансового аналізу, звітності та управління. Вона дозволяє готелям організувати облік доходів і витрат у деталізованому форматі, оскільки система дає змогу відстежувати фінансові показники в різних функціональних підрозділах: номерний фонд, харчування, спа-зона, конференц-зали тощо [8].

Для інноваційної трансформації концепції готелю USALI стає надзвичайно корисною, адже вона створює чітку картину фінансового стану підприємства і допомагає визначити точки для покращення. Наприклад, аналізуючи показники прибутковості кожного підрозділу, можна зрозуміти, які з них є найбільш перспективними для інвестицій чи модернізації.

Інша важлива функція USALI – можливість порівняння результатів з галузевими стандартами або конкурентами, що є зручним для застосування інструменту бенчмаркінгу. Завдяки стандартизованому формату, готелі можуть оцінювати свою продуктивність у контексті загальних трендів, що дозволяє виявити, де саме вони відстають і які напрями слід посилити.

Однак, без належного розуміння фінансових звітів і їхнього зв'язку з операційними процесами навіть найдетальніша система не забезпечить бажаних результатів. Аналогами USALI є інші стандартизовані

системи фінансового обліку та управління, що використовуються у сфері гостинності та суміжних галузях. Наприклад, у готельному бізнесі України застосовується HFTP (Hospitality Financial and Technology Professionals), яка також пропонує структуру обліку, орієнтовану на специфіку готельного сектора, IFRS (International Financial Reporting Standards) або GAAP (Generally Accepted Accounting Principles) [9]. Хоча вони менш детально враховують специфіку готелів, їх масштабність і адаптивність дозволяють застосовувати ці системи для великих міжнародних мереж, де потрібна уніфікація обліку на глобальному рівні.

Для комплексного управління фінансовими й операційними процесами у великих готелях також використовуються спеціалізовані програми, наприклад, Opera PMS або SAP Hospitality Solutions. Вони інтегрують фінансовий облік із системами бронювання, управління персоналом та обслуговування гостей, створюючи повний цикл контролю.

В індустрії гостинності популярним підходом є також використання Balanced Scorecard – метод, який поєднує фінансові та нефінансові показники для стратегічного управління. Деякі мережі створюють власні корпоративні системи обліку та звітності, які поєднують стандартизований підхід із можливістю врахування локальних особливостей і специфіки їхньої бізнес-моделі. Ці системи часто базуються на USALI або інших загальновизнаних стандартах, але мають додаткові модулі для внутрішніх потреб.

Висновки. Дослідження показало, що сучасні концепції розвитку готелів мають базуватися на трьох основних стовпах: технологічних інноваціях, екологічній відповідальності та персоналізації сервісу. Використання цифрових технологій, таких як «розумні» номери чи автоматизація рутинних процесів, значно підвищує ефективність роботи та задоволення клієнтів. Упровадження екологічних рішень не лише знижує витрати, але й приваблює нові категорії клієнтів. Персоналізація, як стратегія, дозволяє створювати унікальний досвід для кожного гостя, що підвищує лояльність і конкурентоспроможність. Існує широкий спектр ін-

струментів обліку та моніторингу фінансових і не фінансових показників, залежно від розміру готелю, його концепції та потреб у деталізації даних. Таким чином, український ринок гостинності, попри специфічні виклики, демонструє готовність до впровадження інноваційних концепцій, що може стати основою для подальшого зростання готельної індустрії.

Література

1. Громик О.М. Оцінювання стану розвитку готельного бізнесу в Україні. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Т. 5, № 1. С. 52-62. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/issue/view/15613>
2. Зубехіна Т.В., Літовка-Деменіна С.Г., Земліна Ю.В., Поліщук В.Л. Дуб І.М. Tourist, hotel and restaurant business: innovations and trends. «Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»). 2024. № 8(36) С. 821-834. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8\(36\)-821-834](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-821-834)
3. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 48-57. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/November2019/IfmPGPubiYKSgrGsTLnS.pdf>
4. Табенська О.І. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності в Німеччині. *Інтелект XXI*. 2022. № 6. С. 51-56. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-34-31>
5. Саркісян Г., Ліганенко М., Кожевнікова В., Ткачук О. Інноваційні підходи до удосконалення концепції закладів гостинності півдня України. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. № 2(16) (2023). С. 104-117. [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2\(16\)-104-117](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2(16)-104-117)
6. Чепурда Л., Чепурда Г., Матвійчук Л. Досвід застосування інноваційних технологій в практиці реалізації методів стратегічного маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 2 (12). С. 68-76. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.9](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.9)
7. Шука Г.П., Гальків Л.І. Формування маркетингу відносин у туристичному комплексі. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2020. № 1. С. 94-100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2020_1_14
8. Язіна В.А., Стоянов Г.С., Іванцов С.В. Сучасні методики оцінки фінансового потенціалу підприємства індустрії туризму та сфери гостинності. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 10-11 (256-257). С. 161-165. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/10/10.22.topic_Viktoriia-A.-Yazina-Herman-S.-Stoian

9. Безугла Л., Пилипенко Г., Бондаренко Л. Імплементація управління якістю в туристичному підприємстві. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 1(5). С. 33-38. URL: <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/41>
10. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І., Жадько О.А. Інтеграційні процеси суб'єктів індустрії гостинності України в сучасних умовах. *Товарознавчий вісник*. 2023. № 1(16). С. 255-262. <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2023-17-21>
11. Белобородова М. Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*. 2023. № 3(25). С. 36-46. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654)
12. Офіційний сайт готелю 11 Mirrors. URL: <https://11mirrors-hotel.com/uk>
13. Офіційний сайт готелю LOFT7. URL: <https://loft7.com.ua/>
14. Офіційний сайт глемпінгів Eco Space. URL: <https://ecospace.ua/>
15. Язіна В.А., Стеблюк Н.Ф., Третьякова В.О. Управління іміджем підприємства гостинності та особливості його формування. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. №2(82). С. 86-93. http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2023/2_82_2023/15.pdf

References

1. Hromyk, O.M. (2022). Otsinyuvannia stanu rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini. Restoranniy i hotelnyi konsaltny. Innovatsiyi, T.5, (1), 52-62. <https://doi.org/10.31866/2616-7468.5.1.2022.260873>
2. Zubekhina, T.V., Litovka-Demenina, S.H., Zemlina, Yu.V., Polishchuk, V.L., & Dub, I.M. (2024). Tourist, hotel and restaurant business: innovations and trends. «Naukovi innovatsiyi ta peredovi tekhnolohiyi» (Seriya «Upravlinnya ta administruvannya», Seriya «Pravo», Seriya «Ekonomika», Seriya «Psykhohohiya», Seriya «Pedahohika», 8(36), 821-834. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8\(36\)-821-834](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-821-834)
3. Holovnia, O.M. (2019). Tendentsiyi rozvytku hotelno-restorannoho hospodarstva v umovakh formuvannya sotsialno oriyentovanoi natsionalnoi ekonomiky. Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky, (1), 48-57. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/November2019/IfmPGPubiYKSgrGsTLnS.pdf>
4. Tabenska, O.I. (2022). Suchasni tendentsiyi rozvytku industriyi hostynnosti v Nimechchyni. Intelekt XXI, (6), 51-56. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-34-31>
5. Sarkisian, H., Lihanenko, M., Kozhevnikova, V., & Tkachuk, O. (2023). Innovatsiyi pidkhody do udoskonalennia kontseptsyi zakladiv hostynnosti pivdnia Ukrainy. Nauka i tekhnika siohodni, 2(16), 104-117. [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2\(16\)-104-117](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2(16)-104-117)
6. Chepurda, L., Chepurda, H., & Matviychuk, L. (2024). Dosvid zastosuvannya innovatsiynykh tekhnolohiy v praktytsi realizatsiyi metodiv stratehichnoho marketynhu v turyzmi ta hotelno-restorannomu biznesi. Innovatsiyi ta tekhnolohiyi v sferi

poslugh i kharchuvannia, 2(12), 68-76.
[https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.9](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.9)

7. Shchuka, H.P., & Halkiv, L.I. (2020). Formuvannya marketynhu vidnosyn u turystychnomu kompleksi. Naukovyy visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya : Ekonomichni nauky, 1, 94-100. <http://doi.org/10.37734/2409-6873-2020-1-12>

8. Yazina, V.A., Stoyanov, H.S., & Ivantsov, S.V. (2022). Suchasni metodyky otsinky finansovoho potentsialu pidpriemstva industriyi turyzmu ta sfery hostynnosti. Aktualni problemy ekonomiky, (10-11), 256-257, 161-165. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/10/10.22.topic_Viktoriia-A.-Yazina-Herman-S.-Stoian

9. Bezuhla, L., Pylypenko, H., & Bondarenko, L. (2022). Implementatsiya upravlinnia yakistiu v turystychnomu pidpriemstvi. Innovatsiyi ta tekhnolohiyi v sferi poslugh i kharchuvannia, 1(5), 33-38.

[https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.6)

10. Matviychuk, L.Yu., Lepkyy, M.I., & Zhadko, O.A. (2023). Intehratsiyni protsesy subiektiv industriyi hostynnosti Ukrayiny v suchasnykh umovakh. Tovaroznavchyy visnyk, 1(16), 255-262. <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2023-17-21>

11. Bieloborodova, M.V. (2023). Sotsialna vidpovidalnist zakladiv industriyi hostynnosti v Ukrayini: retrospektyvnyy analiz. Ekonomichni horyzonty, 3(25), 36-46. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654)

12. 11 Mirrors Hotel. Official website. Retrieved from <https://11mirrors-hotel.com/uk>

13. LOFT7 Hotel. Official website. Retrieved from <https://loft7.com.ua/>

14. Eco Space Glamping. Hotel. Official website. Retrieved from <https://ecospace.ua/>

15. Yazina, V.A., Steblyuk, N.F., & Tretiakova, V.O. (2023). Upravlinnia imidzhem pidpriemstva hostynnosti ta osoblyvosti yoho formuvannia. Naukovyy pohliad: ekonomika ta upravlinnia, 2(82), 86-93. <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-82-13>

EVOLUTION OF HOSPITALITY CONCEPTS: FROM STANDARDS TO PERSONALIZATION

M. V. Bieloborodova, Ph. D (Econ.), Dnipro University of Technology,

T. I. Nikitchina, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Odesa National University of Technology

Methods. The main method used in the study is a system analysis to study the connections between individual aspects of hotel business management and development, as well as a comparative analysis to determine the features of innovative approaches in various hotel establishments in Ukraine. In addition, case study elements were used, which allowed using the example of successful hotels to identify key innovation trends and mechanisms for their implementation.

Results. Modern concepts of hotel development as strategic tools for ensuring competitiveness and adaptation to market changes are examined in the research. It is emphasized that modern hotel business focuses on personalization of service, integration of technologies and implementation of environmental practices that meet the requirements of sustainable development. The evolution of hotel service in Ukraine is analyzed, starting from a standardized approach to a modern innovative and customer-oriented model. Particular attention is paid to the use of digital solutions and automation that facilitate operational processes and increase convenience for guests. Examples of successful Ukrainian hotels demonstrate how local and international trends affect the level of development of the hospitality industry.

Novelty of the study lies in identifying key innovative components that most effectively contribute to the development of the hotel business. For the first time, the work developed a model for the integration of digital technologies, such as IoT and CRM systems, with elements of environmental management for the Ukrainian market. The emphasis is also placed on analyzing the impact of modern socio-cultural trends on the concept of hotel development, including local adaptation through cultural elements in design and services.

Practical value lies in the possibility of using the proposed recommendations by hotel owners and managers to improve business processes, increase competitiveness and create unique customer experiences. In particular, methods for implementing automated service management systems and mechanisms for adapting to environmental standards can be integrated into both new and already operating hotel facilities.

Keywords: hotel business, development concept, innovative technologies, personalization, sustainable development, digitalization, service management, environmental management.

Надійшла до редакції 24.01.25 р.