

РОЛЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

THE ROLE OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE

Стаття присвячена визначенню основних аспектів впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туризму в Україні. Розвинена мережа готелів, високий рівень сервісу та різноманіття гастрономічних закладів стимулюють потік туристів. Готельно-ресторанний бізнес є важливим чинником підвищення привабливості та формування позитивного іміджу туристичних дестинацій; залучає значну кількість працівників різного рівня кваліфікації; відіграє ключову роль у розвитку таких спеціалізованих видів туризму, як гастрономічний, екотуризм і зелений туризм, медичний і wellness-туризм, культурно-історичний, активний та спортивний, військово-патріотичний туризм. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу є потужним каталізатором економічного зростання, оскільки сприяє активному розвитку суміжних галузей; впливає на інвестиційну привабливість дестинацій та сприяє зростанню експортного потенціалу.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, дестинація, туристичний потік, інвестиції, робочі місця, спеціалізовані види туризму, експортний потенціал.

The article is devoted to determining the main aspects of the influence of the hotel and restaurant business on the development of tourism in Ukraine. A developed network of hotels, a high level of service and a variety of gastronomic establishments stimulate the flow of tourists, providing comfortable conditions for stay and creating attractive conditions for recreation and leisure. The hotel and restaurant business is an important factor in increasing the attractiveness of tourist destinations, since high quality of service, unique offers and innovative approaches in the field of hospitality significantly increase the tourist flow and ensure sustainable development of the destination. High quality of service, unique gastronomic culture and professional positioning in the media space contribute to increasing the attractiveness of regions for tourists and investors, which in the long term leads to sustainable development of tourism. Due to the constant demand for tourist services and the expansion of the hospitality industry, this industry attracts a significant number of workers of various levels of qualification, contributing to employment of the population and economic development of regions. The hotel and restaurant business plays a key role in the development of such specialized types of tourism as gastronomic, ecotourism and green tourism, medical and wellness tourism, cultural and historical, active and sports, military and patriotic tourism. The development of the hotel and restaurant business is a powerful catalyst for economic growth, as it contributes to the active development of related industries. The formation of tourism infrastructure, the expansion of international cooperation, the creation of tourist clusters with comprehensive services, the implementation of modern digital solutions by hotel and restaurant business enterprises affect the investment attractiveness of destinations. The main factors justifying the growth of the export potential of the hotel and restaurant business include: high quality of service and unique offers, popularization of national cuisine and culture abroad, integration into international hotel and restaurant chains, digitalization and online promotion, improved transport accessibility, improved service quality and certification according to international standards.

Key words: hotel and restaurant business, destination, tourist flow, investments, jobs, specialized types of tourism, export potential.

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct82-49>

Турчиняк М.К.

к.т.н., доцент,
професор кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний
університет

Полотай Б.Я.

старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний
університет

Turchyniak Mariia

Lviv University of Trade and Economics

Polotai Bohdana

Lviv University of Trade and Economics

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес (ГРБ) є одним із ключових секторів економіки, що безпосередньо впливає на розвиток туризму, сприяє створенню робочих місць, залученню інвестицій та формуванню позитивного іміджу країни. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на туристичному ринку якість послуг гостинності стає визначальним чинником у привабленні як внутрішніх, так і іноземних туристів.

У результаті повномасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 році майже 23% представників індустрії гостинності призупинили свою діяльність, 54% працювали лише частково [1], галузь втратила до 60% працівників [2]. Кількість суб'єктів середнього підприємництва скоротилась на 19%, а малого – на 17%, що потягло за собою звільнення персоналу – його чисельність в малому готельному бізнесі скоротилась на 30%. Це позначилось на

обсягу реалізації послуг, яка знизилась на 64%, а рентабельність операційної діяльності підприємств ГРБ склала -10%, причому за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення» майже -22% [3]. Не дивлячись на складну ситуацію, у 2023 році готелі забезпечили найбільший обсяг податкових надходжень від туристичної галузі – 64% [4].

Війна та економічна нестабільність в Україні значно вплинули на туристичну сферу, що вимагає розробки нових підходів до її відновлення та розвитку. Дослідження ролі готельно-ресторанного бізнесу в розвитку туризму в Україні є актуальним у контексті економічного відновлення країни, покращення туристичної привабливості та інтеграції України у світовий туристичний ринок. Визначення ключових факторів впливу дозволить розробити ефективні стратегії для стимулювання розвитку туризму та економічного зростання країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туристичної галузі України присвячено праці Денисенко М., Будякової О. [5], Юхновської Ю. [6], Яценко В. [7]. Подаков Є. [8] розглядає питання залучення значних інвестицій в готельний бізнес та його державної підтримки; Ніколайчук О. [9], Журавка Ф., Небаба Н., Юдіна О., Гапоненко С., Філатова Г. [1] наголошують на значенні ГРБ для відновлення економіки. Паньків Н., Бик В. [10] акцентують увагу на тому, що ГРБ покращує туристичну інфраструктуру країни шляхом просування екологічних практик; Носирєв О. [11] підкреслює, що готельно-ресторанний бізнес може стимулювати соціально-економічний регіональний розвиток в Україні.

Але незважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері низка питань, зокрема тих, що стосуються визначення основних аспектів впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туризму, ще недостатньо розроблені.

Постановка завдання. Метою написання статті є дослідження впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У результаті дослідження нами визначено основні аспекти впливу готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туризму (рис. 1):

1. Зростання туристичного потоку. Готельно-ресторанний бізнес є невід’ємною складовою туристичної інфраструктури, яка безпосередньо впливає на кількість відвідувачів певної дестинації шляхом:

- створення необхідної інфраструктури для туристів: доступність готелів різних категорій робить дестинацію привабливою для широкого кола

відвідувачів, а різноманітність гастрономічних закладів сприяє продовженню терміну перебування гостей. Під час війни на вітчизняному ринку з’явилися нові готелі з кількістю 200–300 номерів і сучасною інфраструктурою, що впливає на вибір місця відпочинку; так, у новорічний період 2025 р. завантаження готелів у Буковелі склало 77–84% [12].

- підтримка ділового та подієвого туризму шляхом надання конференц-залів та бізнес-обслуговування;

– сезонне та цілорічне стимулювання туристичного потоку: завдяки розвитку ГРБ туристична дестинація може залучати відвідувачів не лише в традиційний сезон, але й поза його межами, пропонуючи тематичні заходи, оздоровчі програми, програми для дітей тощо [12].

2. Підвищення привабливості туристичних дестинацій. Готельно-ресторанний бізнес є одним із ключових факторів, що визначають рівень привабливості туристичної дестинації. Якісний сервіс, різноманітність гастрономічних пропозицій та унікальні концепції розміщення безпосередньо впливають на вибір туристами певного регіону для відпочинку та ділових подорожей. Аналітичний сервіс HotelMatrix опублікував основні показники діяльності готелів у Києві, Одесі, Львові та Буковелі у червні 2024 р. (рис. 2). Спостерігалось значне зростання заповнюваності (Occ) на 38–57%, вартість середнього тарифу (ADR) становила 1881–3912 грн. за добу, дохід на доступну кімнату (RevPAR) склав 708–2217 грн. [13].

3. Формування позитивного іміджу туристичних дестинацій шляхом:

- надання готелями послуг високої якості є показником рівня туристичної дестинації й

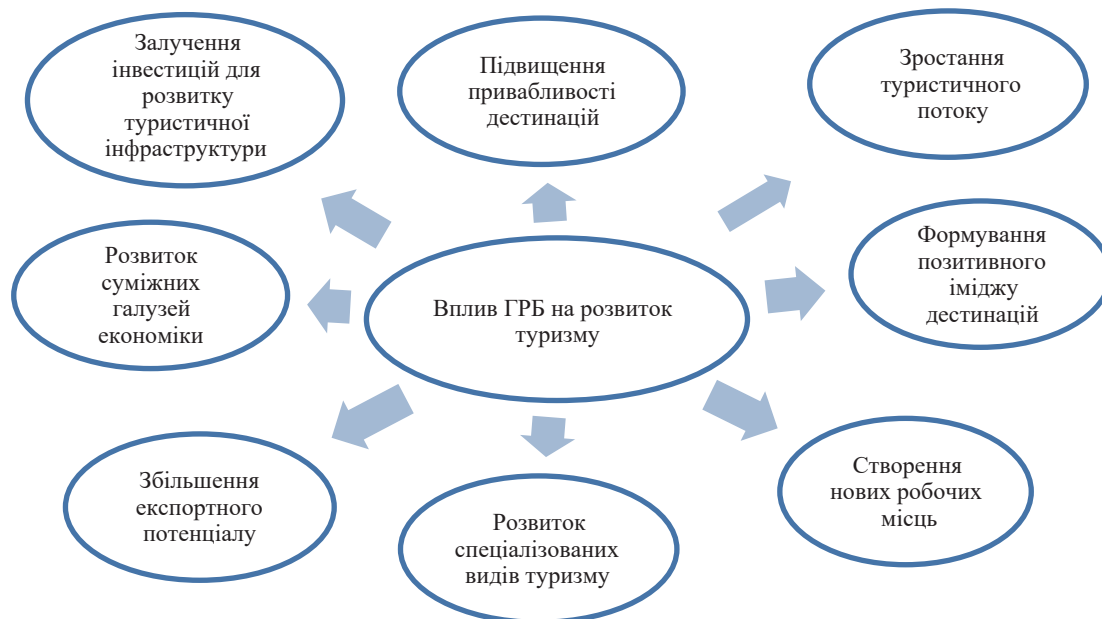


Рис. 1. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туризму

Джерело: складено автором

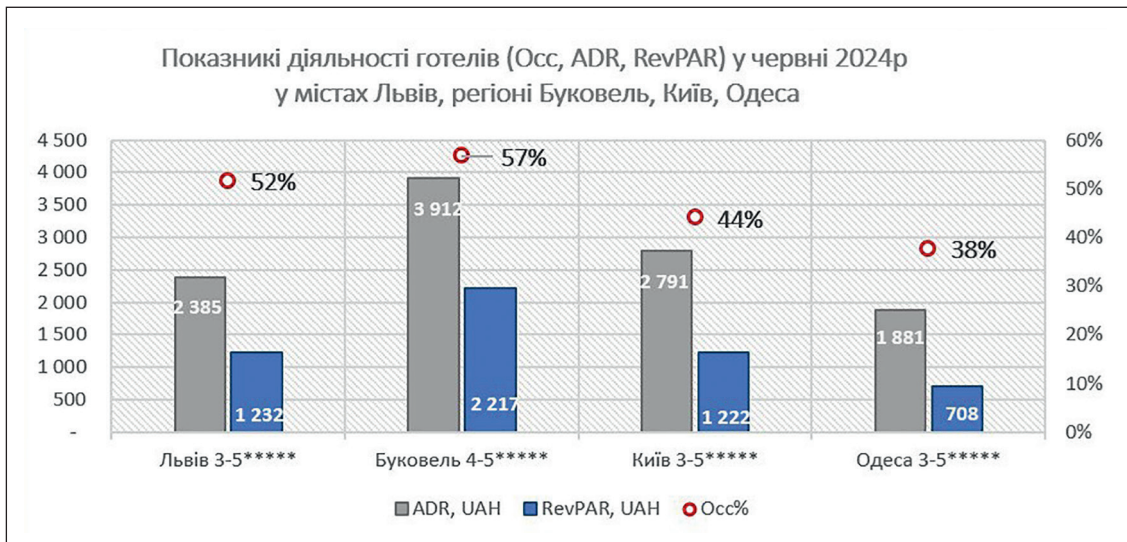


Рис. 2. Показники діяльності готелів у містах Київ, Одеса, Львів та регіоні Буковель у червні 2024 р.

Джерело: [13]

покращує її імідж, посилюючи привабливість для іноземних туристів [14];

- збереження культурної ідентичності: унікальна кухня та автентичні ресторани формують гастрономічний бренд регіону, що приваблює туристів та сприяє популяризації дестинації [15];

- формування репутації дестинації в медіа-просторі: відгуки туристів у соцмережах, на платформах (Booking, TripAdvisor) створюють загальне враження про місце відпочинку; наявність зірок та нагород у готелях та ресторанах підвищує статус дестинації;

- створення туристичного магніту через інновації та ексклюзивність: концептуальні готелі та тематичні ресторани додають туристичному регіону унікальності, а використання інновацій у сфері гостинності (смарт-готелі, цифрове бронювання, персоналізовані послуги) підвищує привабливість дестинації;

- міжнародне позиціонування дестинації: ГРБ підтримує промоцію дестинації через партнерства з туроператорами, організацію прес-турів та рекламних кампаній.

4. Створення нових робочих місць. Завдяки постійному попиту на туристичні послуги та розширенню індустрії гостинності, ця галузь залучає значну кількість працівників різного рівня кваліфікації, сприяючи зайнятості населення та економічному розвитку регіонів. Основними аспектами впливу є:

- готельно-ресторанний бізнес пропонує постійну та сезонну роботу в різних сферах (адміністрування, кухарство тощо) як для кваліфікованих спеціалістів, так і для осіб без досвіду;

- відкриття нових ресторанів, кафе, готелів сприяє зростанню кількості вакансій. Так, протягом 2024-2026 рр. в Україні планується відкрити близько

45 нових готельно-апартаментних комплексів та 108 котеджних містечок готельного типу [16].

5. Розвиток спеціалізованих видів туризму. Високий рівень сервісу та адаптація закладів до потреб різних категорій подорожуючих сприяють зростанню попиту на такі види туризму:

- гастрономічний туризм: ресторани та готелі з національною кухнею стають головною атракцією для гурманів. Регіони, де традиційна кухня є частиною туристичного продукту (Львів, Одеса, Закарпаття), стають ще більш привабливими, оскільки пропонують унікальний гастрономічний досвід;

- екотуризм і зелений туризм: готельно-ресторанні комплекси, розташовані в екологічно чистих зонах, створюють умови для екологічного відпочинку; запровадження екологічних стандартів у готелях (енергозбереження, мінімізація відходів, використання альтернативних джерел енергії) робить їх привабливими для туристів [17];

- медичний і wellness-туризм: готелі з медичними та оздоровчими послугами сприяють розвитку рекреаційного та лікувального туризму; ресторани, що пропонують дієтичне або вегетаріанське меню, стають частиною wellness-туризму, орієнтованого на здоровий спосіб життя;

- культурно-історичний туризм: готелі та ресторани, оформлені в традиційному стилі, створюють автентичну атмосферу для туристів, які цікавляться історією та культурою; співпраця з місцевими музеями, театрами, ремісничими майстернями дозволяє туристам глибше зануритися в культуру регіону;

- активний та спортивний туризм: готелі, що надають послуги прокату спортивного обладнання, організації екстремальних видів відпочинку (рафтинг, альпінізм тощо) сприяють розвитку активного туризму;

– військово-патріотичний туризм: готелі можуть пропонувати спеціальні тури, що включають відвідування військових меморіалів, музеїв; ресторани можуть підтримувати військово-історичну тематику, пропонуючи спеціальні страви чи заходи, пов'язані з героїчними сторінками минулого.

6. Розвиток суміжних галузей економіки. ГРБ є мультиплікативним фактором економічного розвитку, оскільки тісно взаємодіє з іншими галузями, стимулюючи їх зростання. Готелі та ресторани є значними споживачами сільськогосподарської продукції, що стимулює розвиток фермерських господарств та агробізнесу; сприяє розвитку органічного землеробства; а харчова промисловість отримує стабільний ринок збуту для своїх товарів. Розширення мережі готелів і ресторанів стимулює попит на будівельні матеріали, меблі, обладнання для кухонь та обслуговування. Готелі та ресторани залежать від ефективної логістики для своєчасного постачання продуктів, напоїв, меблів, текстилю, що сприяє розвитку транспортних і складських компаній; внутрішній транспорт (таксі, прокат авто) розвивається завдяки попиту з боку гостей готелів та відвідувачів ресторанів. Туристи та клієнти готелів активно купують сувеніри, одяг, косметику, продукти харчування, що сприяє розвитку місцевого роздрібного бізнесу. Ресторани та готелі часто співпрацюють з місцевими артистами, організаціями заходів, музикантами, що стимулює розвиток культурної сфери. Готелі та ресторани активно використовують онлайн-платформи бронювання (Booking, Airbnb, Expedia), що стимулює розвиток IT-галузі; впровадження CRM-систем, мобільних додатків, безконтактних платежів підвищує попит на IT-послуги; просування закладів у соціальних мережах створює попит на послуги цифрового маркетингу та реклами.

7. Залучення іноземних інвестицій. ГРБ відіграє важливу роль у формуванні привабливого інвестиційного клімату, сприяючи економічному зростанню регіонів та залученню як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Нами визначено основні фактори впливу готельно-ресторанного бізнесу на інвестиційну привабливість дестинацій:

– формування туристичної інфраструктури: розвиток готелів та ресторанів стимулює зростання туристичних потоків, що створює сприятливі умови для залучення інвесторів. За прогнозами, після закінчення війни кількість туристів в Україні може зрости до 14,5 млн. осіб на рік. Якщо кількість номерів у готелях не буде відповідати попиту, знадобиться збільшення номерного фонду принаймні на 30-40% від наявної кількості [16];

– створення туристичних кластерів із комплексними послугами стимулює довгострокові інвестиційні проекти;

– впровадження сучасних цифрових рішень (онлайн-бронювання, автоматизація обслугову-

вання, smart hotel технології) приваблює інвесторів, орієнтованих на інноваційний розвиток; інвестування у «зелені» технології, енергоефективні готелі та екологічно чисті ресторани відповідає сучасним глобальним трендам і є перспективним напрямком для залучення коштів;

– активний розвиток ГРБ сприяє зростанню податкових надходжень до місцевих і державного бюджетів, що може стимулювати державні програми підтримки інвесторів; запровадження податкових пільг для інвесторів у сфері гостинності створює додаткові стимули для вкладень у цей сектор.

8. Збільшення експортного потенціалу. ГРБ як важлива складова економіки України може відігравати значну роль у розвитку експорту послуг. До основних чинників, що обґрунтовують зростання експортного потенціалу готельно-ресторанного бізнесу нами віднесено:

– висока якість обслуговування та унікальні пропозиції в готелях і ресторанах приваблюють іноземних туристів; формування конкурентоспроможного туристичного продукту (автентична кухня, етноготелі, гастротури) робить країну цікавою для відвідувачів;

– інтеграція в міжнародні готельно-ресторанні мережі: українські заклади можуть ставати частиною глобальних готельних та ресторанных брендів, підвищуючи рівень сервісу та залучаючи інвестиції;

– підвищення якості сервісу та сертифікація за міжнародними стандартами: відповідність українських готелів і ресторанів міжнародним стандартам (ISO, HACCP) дозволить їм приваблювати іноземних туристів.

Висновки. Готельно-ресторанний бізнес є важливим елементом формування позитивного іміджу туристичних дестинацій, відіграє ключову роль у зростанні туристичного потоку, створює значну кількість робочих місць, є важливим драйвером розвитку спеціалізованих видів туризму, підвищує інвестиційну привабливість регіонів та збільшує експортний потенціал. Подальші перспективи дослідження вбачаємо у визначенні тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Zhuravka F., Nebaba N., Yudina O., Haponenko S., Filatova H. The hospitality market in Ukraine: War challenges and restoration possibilities. *Innovative Marketing*. 2023. № 19(1). P. 140–150.

2. Як український ресторанный бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. URL: <https://usionline.com/iak-ukrainskyj-restorannyj-biznes-adaptuietsia-do-vykykiv-vijny-doslidzhennia/> (дата звернення: 07.01.2025).

3. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках». Національна туристична

організація України: веб-сайт. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (дата звернення: 07.01.2025).

4. У 2023 році туристичний бізнес сплатив на 32% більше податків. URL: <https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-turystychnyy-biznes-splatyv-na-32-bilshe-podatkv> (дата звернення: 07.01.2025).

5. Denysenko M., Budiakova O. Features of economic development of hotel and restaurant business. *Економіка та держава*. 2020. № 10. С. 19–23.

6. Юхновська Ю. О. Вплив готельно-ресторанного бізнесу на розвиток туристичної галузі України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 3(71). С. 148–154.

7. Яценко В. М. Готельно-ресторанне господарство як складова туристичної галузі, його розвиток та сучасні тенденції. *Вісник Черкаського університету*. 2018. № 4. С. 116–122.

8. Подakov Є. С. Сучасний стан, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку готельного бізнесу в Україні. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 321–325.

9. Ніколайчук О. А. Оцінка стратегії розвитку готельно-ресторанного господарства України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2023. № 18. С. 74–83.

10. Паньків Н. Є., Бик В. І. Екологізація готельно-ресторанної сфери в контексті сталого розвитку туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 2. С. 146–156.

11. Носирев О. Вектори розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в умовах трансформаційних процесів. *Соціально-економічні проблеми і держава (електронний журнал)*. 2023. Вип. 1(28). С. 3–16.

12. Карпати б'ють рекорди відвідуваності взимку. URL: <https://open4business.com.ua/karpaty-byut-rekordy-vidviduvanosti-vzymku/> (дата звернення: 20.01.2025).

13. Показники діяльності готелів у червні 2024 року. URL: <https://horeca-ukraine.com/pokazniki-dijalnosti-goteliv-u-cherвні-2024-roku/> (дата звернення: 12.01.2025).

14. Бондарчук К. П., Кифяк О. В., Горішевський П. А. Аналіз взаємодії маркетингу й обслуговування клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі України. *Академічні візії*. 2024. Випуск 30. С. 1–10.

15. Щука Г. П., Венгерська Н. С., Безрученков Ю. В. Автентична кухня як основа розвитку ринку гастрономічного туризму Закарпаття. *Економіка і регіон*. 2023. № 4 (91). С. 59–67.

16. Буденко Т. Амбітні плани. В Україні збираються побудувати 45 нових готелів у найближчі два роки. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/de-pobuduyut-novi-goteli-v-ukrajini-ta-skilki-vzhe-goteliv-v-krajini-novini-ukrajini-50455485.html> (дата звернення: 11.01.2025).

17. Світлицький О. В., Горішевський П. А., Халілова-Чуваєва Ю. О. Інноваційні стратегії в управлінні готельно-ресторанними послугами: від зелених ініціатив до соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 60.

War challenges and restoration possibilities. *Innovative Marketing*, vol. 19(1), p. 140–150. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.19\(1\).2023.12](http://dx.doi.org/10.21511/im.19(1).2023.12)

2. Jak ukrajinskij restorannyj biznes adaptujetsja do vyklykiv vijny: doslidzhennja [How the Ukrainian restaurant business adapts to the challenges of war: research]. Available at: <https://usionline.com/iak-ukrajinskij-restorannyj-biznes-adaptuietsia-dovyklykiv-vijny-doslidzhennja/> (accessed January 7, 2025) (in Ukrainian)

3. Strategichna Dorozhnja karta "Vidnovlennja ma-logho ta serednjogho biznesu u sektori turizmu ta ghostynnosti v 2023–2033 rokakh" [Strategic Roadmap "Restoration of small and medium-sized businesses in the tourism and hospitality sector in 2023–2033"]. Natsionalna turystychna orghanizacija Ukrainy. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (accessed January 7, 2025) (in Ukrainian)

4. U 2023 roci turystychnyj biznes splatyv na 32% biljshe podatkiv [In 2023, the tourism business paid 32% more taxes]. Available at: <https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-turystychnyy-biznes-splatyv-na-32-bilshe-podatkv> (accessed January 7, 2025) (in Ukrainian)

5. Denysenko M., Budiakova O. (2020). Features of economic development of hotel and restaurant business. *Ekonomika ta derzhava*, vol. 10, p. 19–23. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.10.19

6. Jukhnovs'ka Ju. O. (2019). Vplyv ghoteljno-restorannogho biznesu na rozvytok turystychnoji ghaluzi Ukrainy [The impact of the hotel and restaurant business on the development of the tourism industry in Ukraine]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 3(71), p. 148–154. (in Ukrainian)

7. Jacenko V. M. (2018). Ghoteljno-restoranne gho-spodarstvo jak skladova turystychnoji ghaluzi, jogho rozvytok ta suchasni tendenciji [Hotel and restaurant industry as a component of the tourism industry, its development and current trends]. *Visnyk Cherkaskoho universytetu*, vol. 4, p. 116–122. (in Ukrainian)

8. Podakov Je. S. (2024). Suchasnyj stan, investy-cijna pryvablyvistj ta perspektyvy podalshogho rozvytku ghoteljnogho biznesu v Ukraini [Current state, investment attractiveness and prospects for further development of the hotel business in Ukraine]. *Ekonomichniy prostir*, vol. 191, p. 321–325. (in Ukrainian)

9. Nikolajchuk O. A. (2023). Ocinka strategiji roz-vytku ghoteljno-restorannogho ghospodarstva Ukrainy [Assessment of the development strategy of the hotel and restaurant industry in Ukraine]. *Visnyk Kharkiv-skoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, vol. 18, p. 74–83. (in Ukrainian)

10. Panjkiv N. Je., Byk V. I. (2023). Ekologhizacija ghoteljno-restorannoji sfery v konteksti stalogho roz-vytku turizmu v Ukraini [Greening the hotel and restau-rant sector in the context of sustainable tourism develop-ment in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 2, p. 146–156. (in Ukrainian)

11. Nосyrjev O. (2023). Vektory rozvytku ghoteljno-restorannogho i turystychnogho biznesu v umovakh transformacijnykh procesiv [Vectors of development of hotel, restaurant and tourism business in the context of transformation processes]. *Sotsialno-ekonomichni prob-lemy i derzhava*, vol. 1 (28), p. 3–16. (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Zhuravka F., Nebaba N., Yudina O., Haponenko S., Filatova H. (2023). The hospitality market in Ukraine:

12. Karpaty biut rekordy vidviduvanosti vzymku [The Carpathians break attendance records in winter]. Available at: <https://open4business.com.ua/karpaty-byut-rekordy-vidviduvanosti-vzymku/> (accessed January 20, 2025) (in Ukrainian)

13. Pokaznyky diialnosti hoteliv u chervni 2024 roku [Hotel performance indicators in June 2024]. Available at: <https://horeca-ukraine.com/pokaznyky-dijalnosti-goteliv-u-chervni-2024-roku/> (accessed January 12, 2025) (in Ukrainian)

14. Bondarchuk K. P., Kyfiak O. V., Horishevskiy P. A. (2024). Analiz vzaiemodii marketynhu y obsluhovuvannia kliientiv u hotelno-restorannomu biznesi Ukrainy [Analysis of the interaction of marketing and customer service in the hotel and restaurant business of Ukraine]. *Akademichni vizii*, vol. 30, p. 1–10. (in Ukrainian)

15. Shchuka H. P., Venherska N. S., Bezruchenkov Yu. V. (2023). Avtentychna kukhnia yak osnova

rozvytku rynku hastronomichnoho turyzmu Zakarpattia [Authentic cuisine as the basis for the development of the gastronomic tourism market in Transcarpathia]. *Ekonomika i rehion*, vol. 4(91), p. 59–67. (in Ukrainian)

16. Budenko T. Ambitni plany. V Ukraini zbyraiutsia pobuduvaty 45 novykh hoteliv u naiblyzhchi dva roky [Ambitious plans. Ukraine plans to build 45 new hotels in the next two years]. Available at: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/de-pobuduyut-novi-goteli-v-ukrajini-ta-skilki-vzhe-goteliv-v-krajini-novini-ukrajini-50455485.html> (accessed January 11, 2025) (in Ukrainian)

17. Svitlynets O. V., Horishevskiy P. A., Khalilova-Chuvaieva Yu. O. (2024). Innovatsiini stratehii v upravlinni hotelno-restorannymy posluhamy: vid zelenykh initsiatyv do sotsialnoi vidpovidalnosti [Innovative strategies in hotel and restaurant management: from green initiatives to social responsibility] *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 60. (in Ukrainian)