

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО
ДЕПАРТАМЕНТ МАРКЕТИНГУ МІСТА ТА ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ
МІСЬКОЇ РАДИ**



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ
ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ»***

17 жовтня 2024 року

Вінниця – 2024

УДК 338.488.2:640.4

Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку: збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 331 с.

У збірнику наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції досліджуються проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах глобальних викликів, аналізуються стратегічні орієнтири розвитку менеджменту та маркетингу в індустрії гостинності, висвітлюються тенденції та тренди розвитку національного та міжнародного туристичного ринку в контексті сталого розвитку України, а також проаналізовано сучасні інноваційні технології в сфері ресторанного господарства.

Розраховано на науковців, викладачів закладів вищої освіти, фахівців сфери готельно-ресторанного бізнесу (HoReCa) та туризму, молодих вчених, здобувачів освітнього ступеня «магістр» та «бакалавр».

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Гирич Сергій**, канд. техн. наук, доцент.
Відповідальний секретар – **Чорна Наталія**, д-р істор. наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Кізюн Алла, канд. географ. наук, доцент;
Мазуркевич Ірина, канд. екон. наук, доцент.

Відповідальність за достовірність даних, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Онищук Віктор здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ «ХВИЛЬ КАВИ»: ВІД ВИТОКІВ ДО ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИГОТУВАННЯ КАВИ.....	265
Откаленко Ярослав здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ М'ЯСНИХ СТРАВ ПОДІЛЬСЬКОЇ КУХНІ.....	272
Пілієва Заліна здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ СЕРВІСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	278
Постова Валентина кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ВПЛИВ ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕСТОРАНІВ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	285
Свинарчук Вадим здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	293
Сінякова Анна здобувач освітнього ступеня «магістр» Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ЯКІСТЬ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.....	301

Постова Валентина, канд. екон. наук, доцент

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0056-5648>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ВПЛИВ ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ НА

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕСТОРАНІВ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Стаття розглядає актуальну проблему українського ресторанного бізнесу – використання локальних продуктів. На основі проведеного аналізу визначено переваги та виклики такого підходу, а також сформульовано практичні рекомендації для рестораторів щодо побудови успішного бізнесу з використанням місцевих продуктів.

Ключові слова: *ресторанний бізнес, Україна, локальні продукти, війна, якість страв, імідж закладу, гастротуризм, регіональні особливості.*

Постановка проблеми. Сьогодні, коли споживачі все більше цінують якість, свіжість та походження продуктів, ресторани стикаються з необхідністю постійно оновлюватися. Використання локальних інгредієнтів стало одним із найефективніших способів виділитися серед конкурентів та завоювати лояльність клієнтів. Розвиток локального харчування – це виклик і одночасно велика можливість для сучасних ресторанів.

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасний споживач все більше обирає натуральні та локальні продукти. Це створює високий попит на локальні меню в ресторанах і посилює конкуренцію на ринку. Дослідження допоможе зрозуміти, як заклади можуть скористатися цим трендом та підвищити свою прибутковість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий внесок у вивченні локальних продуктів у ресторанному бізнесі, зробили вітчизняні та міжнародні дослідники, такі як: М.З. Паска, Церклевич В. С., Діль А. В., Моцна Ю. Ю. та інші, які зосередилися на аналізі впливу локальних продуктів на розвиток сільського господарства та гастротуризму в Україні. Проте малодослідженими залишається вплив культурних особливостей різних регіонів України на вибір локальних продуктів для ресторанів

Мета статті полягає в обґрунтуванні впливу локальних продуктів на конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Війна внесла корективи у всі сфери життя, і ресторанний бізнес не став винятком. Нестабільність ринку та неможливість довгострокового прогнозування змусили рестораторів переглянути свої бізнес-моделі та адаптуватися до нових умов.

Війна також суттєво ускладнила логістичні ланцюжки, зробивши імпорт продуктів дорожчим та менш доступним. Це спонукало українських рестораторів шукати альтернативи та звернути увагу на місцевих виробників. Свіжість, якість та доступність місцевих продуктів стали ключовими факторами у формуванні меню. Шеф-кухарі демонструють креативність, адаптуючись до нових умов та створюючи унікальні страви на основі українських інгредієнтів.

Локальні продукти – це продукти, які вирощуються або виготовляються у місцевому регіоні або навіть на території самого ресторану. Використання локальних продуктів дозволяє ресторану створити унікальні страви, підтримати місцевих фермерів та виробників, а також зменшити вплив на навколишнє середовище через скорочення транспортних витрат [1].

Локальні продукти також можуть допомогти підвищити статус ресторану серед клієнтів, оскільки вони демонструють відданість якості, свіжості та підтримці місцевої спільноти. Клієнти все більше цінують продукти, які мають коріння в місцевій культурі та традиціях, тому ресторани, які використовують локальні продукти, можуть привертати більше уваги та збільшувати свою популярність.

Використання локальних продуктів у гастрономії може мати значний вплив на якість страв та задоволення клієнтів. Локальні продукти, зазвичай, є свіжішими, вони можуть містити менше консервантів та шкідливих речовин, що може позитивно позначитися на смакових якостях страв.

Крім того, використання локальних продуктів сприяє підтримці місцевих виробників та розвитку сільського господарства у регіоні. Це може призвести до зростання економічного розвитку та підвищення якості життя місцевого населення.

Задоволення клієнтів також може збільшитися, оскільки споживачі часто цінують автентичність та якість локальної кухні. Багато людей вважають, що страви з використанням локальних продуктів мають більш насичений смак і додатковою цінністю є підтримка місцевих виробників. Проаналізуємо вплив локальних продуктів на ресторанний бізнес (табл. 1).

Таблиця 1 – Вплив локальних продуктів на ресторанний бізнес

Фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив
Якість продукту	Вища якість, свіжість, натуральність продуктів.	Можливі сезонні коливання якості та доступності.
Ціна	Часто нижча ціна порівняно з імпортними аналогами.	Можливі коливання цін в залежності від сезону та попиту.
Унікальність	Створення унікальних страв, які неможливо знайти в інших ресторанах.	Можливі труднощі з розробкою нових страв та меню.
Імідж закладу	Підвищення престижу закладу, створення позитивного іміджу.	Можливі складнощі з позиціонуванням закладу як ресторану з локальною кухнею.
Лояльність клієнтів	Збільшення лояльності клієнтів, готовність рекомендувати заклад іншим.	Можливі обмеження у виборі страв для клієнтів з особливими дієтами або алергіями.
Підтримка місцевих виробників	Сприяння розвитку місцевої економіки.	Можливі труднощі з пошуком надійних постачальників.
Екологічність	Зменшення екологічного сліду закладу.	Можливі логістичні труднощі при доставці продуктів.
Маркетинг	Можливість створення ефективних маркетингових кампаній на основі використання локальних продуктів.	Висока конкуренція серед закладів, що використовують локальні продукти.

Отже, з одного боку, використання місцевих продуктів має значний позитивний вплив на різні аспекти діяльності закладу. Вища якість, свіжість та натуральність продуктів дозволяють створювати унікальні страви, підвищують престиж закладу та лояльність клієнтів. Крім того, використання місцевих продуктів сприяє розвитку місцевої економіки та зменшує екологічний слід закладу. Це також відкриває широкі можливості для створення ефективних маркетингових кампаній, оскільки акцент на локальності продуктів є популярним трендом у сучасному ресторанному бізнесі.

Однак, використання місцевих продуктів пов'язане з певними труднощами. Сезонні коливання якості та доступності продуктів можуть створювати певні виклики для підтримання стабільності меню. Крім того, можливі коливання цін на місцеві продукти в залежності від попиту та сезону. Труднощі можуть виникати і при розробці нових страв, особливо якщо мова йде про унікальні продукти, які не є широко відомими [2].

Використання місцевих продуктів у ресторані має як значні переваги, так і потенційні виклики. Для успішної реалізації такої концепції необхідно ретельно проаналізувати місцевий ринок, встановити надійні партнерські відносини з місцевими виробниками та розробити гнучку стратегію меню.

Вибір між використанням локальних та імпортованих продуктів є важливим стратегічним рішенням для будь-якого ресторану. Обидва підходи мають свої переваги та недоліки, які впливають на конкурентоспроможність закладу (табл. 2).

Таблиця 2 – Порівняння ресторанів, які використовують локальні продукти з ресторанами, що використовують імпортовані продукти

Критерій	Ресторани з локальними продуктами	Ресторани з імпортованими продуктами
Переваги		
Унікальність пропозиції	Використання сезонних та регіональних продуктів надає стравам неповторного смаку та аромату, що виділяє заклад серед конкурентів.	Можливість запропонувати екзотичні інгредієнти та страви, які важко знайти в місцевій кухні.
Підтримка місцевої економіки	Сприяє розвитку місцевого сільського господарства та створює додаткові робочі місця в регіоні.	Може сприяти розвитку міжнародних торговельних відносин.
Екологічність	Зменшує вуглецевий слід за рахунок скорочення транспортних витрат.	Може мати більший вуглецевий слід через довгі транспортні маршрути.
Свіжість продуктів	Зазвичай продукти свіжіші, оскільки не потребують довгого транспортування.	Свіжість продуктів може бути нижчою через тривалі терміни доставки.
Маркетингові можливості	Можливість позиціонувати себе як заклад, що підтримує місцеві традиції та дбає про довкілля.	Можливість позиціонувати себе як заклад з ексклюзивною пропозицією.
Недоліки		

Сезонність	Асортимент страв може змінюватися в залежності від сезону.	Можливість пропонувати стабільний асортимент страв протягом року.
Доступність продуктів	Не завжди є можливість знайти необхідні продукти в достатній кількості та за прийнятною ціною.	Більша доступність продуктів, але зазвичай за вищою ціною.
Ціна	Можуть бути вищі ціни на локальні продукти через менші обсяги виробництва та додаткові витрати на доставку.	Можуть бути нижчі ціни на імпортовані продукти за рахунок масштабів виробництва.
Якість продуктів	Якість може залежати від конкретного постачальника та може бути менш стабільною.	Якість продуктів зазвичай стандартизована, але може бути нижчою через використання консервантів та інших добавок.

Отже, вибір між локальними та імпортованими продуктами залежить від багатьох факторів, таких як концепція ресторану, цільова аудиторія, бюджет, регіон розташування та особисті переконання власника. Оптимальний варіант – це комбінація обох підходів. Використання локальних продуктів дозволить створити унікальну пропозицію та підкреслити свою прихильність до екологічних цінностей. Водночас, імпортовані продукти можуть додати різноманітності в меню та задовольнити потреби більш широкого кола клієнтів [3].

Також географічне розташування та культурні традиції кожного регіону України мають значний вплив на вподобання споживачів та, відповідно, на конкуренцію в ресторанному бізнесу. Розуміння цих особливостей є ключовим для успішного розвитку ресторану.

Оскільки Україна має багату різноманітність регіонів, кожен з яких має свої унікальні географічні, кліматичні та культурні особливості, це значно впливає на доступність локальних продуктів, кулінарні традиції та, відповідно, на конкурентоспроможність ресторанів (табл. 3).

Таблиця 3 – Порівняльний аналіз кулінарних традицій українських регіонів

Регіон України	Характерні географічні та кліматичні особливості	Традиційні (локальні) продукти	Кулінарні традиції	Можливі концепції ресторанів
Західна Україна	Карпати, Полісся, помірний клімат	Гриби, ягоди, мед, картопля, фрукти, м'ясо (свинина, баранина)	Вареники, деруни, борщ, голубці, пампушки, кваси	Карпатський ресторан, гуцульська хата, закарпатська корчма
Центральна Україна	Лісостеп, чорноземні ґрунти	Зернові, овочі, фрукти, м'ясо (свинина, яловичина)	Борщ, вареники, галушки, пампушки, млинці	Українська традиційна кухня, ресторан з акцентом на сезонні продукти
Східна Україна	Степи, чорноземні ґрунти	Зернові, соняшник, овочі, м'ясо (яловичина)	Борщ, вареники, галушки, салати, м'ясні страви	Козацький ресторан, степовий корчма
Південна Україна	Степи, Чорне море	Овочі, фрукти, виноград, риба, морепродукти	Рибні страви, овочеві рагу, плови, виноробство	Рибний ресторан, винний бар, ресторан кримськотатарської кухні

Табл. 3 надає відмінну основу для розуміння різноманітності української кухні та її потенціалу для розвитку ресторанного бізнесу. Вона чітко демонструє, як географічні та кліматичні особливості кожного регіону формують унікальні кулінарні традиції та пропонують широкі можливості для створення тематичних ресторанів.

Аналіз по регіонах України:

1. Західна Україна:

- карпатський колорит (акцент на лісових продуктах, м'ясі та кисломолочних продуктах створює основу для автентичних карпатських ресторанів з фокусом на сезонності та традиційних рецептах);

- етнографічні особливості (гуцульська та закарпатська кухні пропонують широкий спектр страв, які можуть стати основою для тематичних ресторанів).

2. Центральна Україна:

- класична українська кухня (регіон відомий своїми традиційними стравами, які можуть бути основою для ресторанів, що пропонують класичну українську кухню);

- сезонність (чорноземи забезпечують різноманітність овочів та фруктів, що дозволяє створювати сезонні меню).

3. Східна Україна:

- степова тематика (акцент на зернових, соняшнику та м'ясі відкриває можливості для створення ресторанів з козацьким колоритом);

- прості та ситні страви (традиційні страви східної України відрізняються своєю простотою та ситністю, що може бути цікавим для туристів).

4. Південна Україна:

- морська тематика (наявність Чорного моря робить цей регіон ідеальним для створення рибних ресторанів);

- виноробство (виноградники та виноробство створюють можливості для винних барів та ресторанів з акцентом на місцевих винах);

Рекомендації для розвитку ресторанного бізнесу:

- акцент на локальні продукти – використання місцевих продуктів не тільки покращує смак страв, але й підкреслює автентичність ресторану;

- сезонні меню – створення сезонних меню дозволяє використовувати свіжі продукти та привертати увагу клієнтів;

- тематичний дизайн – оформлення ресторану в стилі, що відповідає регіону та кулінарним традиціям, створює неповторну атмосферу;

- розвиток гостротуризму – співпраця з туристичними агентствами та організація гастрономічних турів допоможуть залучити нових клієнтів;

- просування в соціальних мережах – активна присутність в соціальних мережах дозволить розповісти про ресторан ширшому колу людей;

- створення унікальної пропозиції – кожен ресторан повинен мати свою унікальну пропозицію, яка відрізнятиме його від конкурентів [4].

Українська кухня має величезний потенціал для розвитку ресторанного бізнесу. Використовуючи різноманітність регіональних особливостей, можна створювати унікальні та успішні ресторани. Так як українська кухня переживає ренесанс, відкидаючи радянські стереотипи та повертаючись до своїх коренів, то з'являється все більше закладів, які пропонують автентичні страви, розкриваючи

багату історію та культуру української гастрономії. Українські кухарі не просто готують їжу, а розповідають історії через смак, популяризуючи національну кухню як в Україні, так і за її межами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Війна стала катализатором змін у ресторанному бізнесі України, стимулюючи перехід на локальні продукти. Це не лише покращило якість страв та сприяло розвитку місцевої економіки, а й дозволило ресторанам створити унікальну пропозицію та залучити нових відвідувачів. Однак, цей процес супроводжується певними викликами, пов'язаними з сезонністю, вартістю та доступністю локальних продуктів.

Аналіз впливу локальних продуктів на український ресторанний бізнес свідчить про значні позитивні зміни. Свідомий вибір місцевих виробників дозволяє ресторанам підвищити якість страв, створити унікальну пропозицію та сприяти розвитку місцевої економіки. Гості закладу все більше цінують автентичність та свіжість продуктів, що позитивно впливає на лояльність до даних закладів.

Водночас, використання локальних продуктів має свої особливості. Сезонність, коливання цін та обмеженість асортименту можуть створювати певні труднощі для рестораторів. Тому важливо розробляти гнучку стратегію закупівель та меню, а також будувати міцні партнерські відносини з місцевими виробниками.

Регіональні особливості України створюють різноманітну палітру смаків та традицій. Використання локальних продуктів дозволяє ресторанам підкреслити свою унікальність та залучити туристів.

Перспективою подальших досліджень є визначення економічного ефекту від використання локальних продуктів для ресторанів та місцевих виробників, а також визначення моделі співпраці між ресторанами та місцевими фермерами, які є найбільш ефективними.

Список використаних джерел:

1. Паска М. З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 98–103.

2. Посто́ва В. В. Гастрономічна спадщина подільської кухні: нові можливості ресторанів формату «Local food». *Готельно-ресторанний сервіс та регіональна кухня Поділля* : матеріали VII Міжвуз. наук.-практ. конф., м. Хмельницький; 12 квіт. 2023 р. Хмельницький, 2023. С. 19–21.

3. Посто́ва В.В. Локальна кухня: сучасний тренд у ресторанному бізнесі. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. С. 84-86

4. Церклевич В. С., Діль А. В., Моцна Ю. Ю. Потенціал сезонних страв в стратегічному управлінні закладом ресторанного господарства «LOCAL FOOD». *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 9. С. 71–79.

УДК 351

Свинарчук Вадим

здобувач освітнього ступеня «магістр»

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО
ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ**

У статті розглядаються проблеми функціонування національного туристичного ринку України в умовах повномасштабної війни, спричиненої російським військовим вторгненням. Автор аналізує вплив війни на міжнародний та внутрішній туризм, відзначаючи значне скорочення туристичних потоків, проблеми з логістикою та руйнуванням інфраструктури. Описується адаптація туристичних компаній до нових реалій через волонтерську діяльність та евакуацію біженців. Також досліджується фінансовий стан галузі та динаміка податкових надходжень у воєнний період. Основна увага приділяється викликам, що постали перед туризмом, та перспективам відновлення галузі в повоєнний період.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СТАН,
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ»***

17 жовтня 2024 року

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 2024 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 19,23.
Обл.-вид. арк. 15,35. Тираж . Зам. №

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25