

УДК 640.4:338.48

Журавльова С.М.

канд. екон. наук, доцент, «Запорізький гуманітарний фаховий коледж  
НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

## **ЗЕЛЕНИЙ ДИЗАЙН У ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ТРЕНДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ**

Відстежуючи тренди в сфері гостинності, можна краще зрозуміти запити гостей і побачити нові можливості для розвитку бізнесу. Йтиметься про тренди, які визначають стратегії компаній в готельно-ресторанному бізнесі. Мілленіали, або покоління Y – це люди віком 18 – 35 років, які є ранніми прихильниками технологій. Для успішного розвитку бізнесу готелям і ресторанам необхідно враховувати запити цієї аудиторії.

По-перше, мілленіали технологічно підковані. Вони активно користуються гаджетами, наприклад, для бронювання і управління замовленнями їм найзручніше використовувати мобільні додатки.

По-друге, їм потрібні враження. Згідно з дослідженням, проведеним Eventbrite, 78% людей цієї демографічної групи воліли б витратити гроші на нові враження, а не речі.

Саме завдяки мілленіалам стали популярними невеликі бутік-готелі з незвичайним дизайном і зонами для коворкінгу. Сьогодні в обмін на хороший сервіс гості готові безкоштовно рекомендувати ресторан або готель в соціальних мережах. Зате якщо хтось залишився незадоволений, то він може тут же поскаржитися у Facebook, Twitter або TripAdvisor.

Багато готелів і ресторанів намагаються додати якусь родзинку в характер, дизайн або послуги закладу – саме для того, щоб дати клієнтам додатковий привід згадати про них в соцмережах. Поліпшувати обслуговування готелям і

ресторанам сьогодні допомагає технологія штучного інтелекту [1].

Чат-боти на основі ШІ можуть відповідати на прості запитання і давати необхідні рекомендації без участі персоналу. Наприклад, чат-боти в ресторанах допомагають подивитися меню, зробити замовлення, забронювати столик, оплатити рахунок. А відома мережа Хілтон нещодавно представила розумного робота, який може відповідати на людську мову і відповідати на питання. Технології штучного інтелекту також використовуються в сфері XORECA для автоматичного аналізу даних і надання більш персоналізованих пропозицій гостям – в залежності від їх попередніх переваг. Люди, які в повсякденному житті активно використовують гаджети і різні цифрові платформи, розраховують на безперешкодну комунікацію через ці платформи і максимально зручний сервіс. Тому гравці готельно-ресторанної індустрії активно шукають нові способи використання технологій для створення очікуваного клієнтами досвіду. Те, що ще недавно здавалося фантастикою, наприклад, «розумні» номери, роботи і віртуальна реальність сьогодні вже є частиною бізнесу.

Технології перебудовують і роботу персоналу, при чому це стосується не тільки великих мереж, але і невеликих закладів. CRM-системи для готелів і ресторанів допомагають більш ефективно організувати роботу персоналу і вибудувати комунікацію з гостями. Популярні екологічні практики в готельно-ресторанному бізнесі

1. Zero waste концепція. Багато готелів і ресторанів переходять до політики «нуль відходів». Це включає компостування органічних решток, переробку сміття та відмову від одноразового пластику. Наприклад, мережі готелів Marriott і Hilton вже почали замінювати мініатюрні пластикові пляшечки для шампунів і гелів для душу на великі дозатори.

2. Локальні та органічні продукти. Заклади дедалі частіше співпрацюють із місцевими виробниками, підтримуючи локальну економіку та скорочуючи вуглецевий слід через зменшення транспортування продуктів. Органічні ферми, натуральне вино та фермерські сири стають основою меню багатьох ресторанів.

3. Використання відновлюваних джерел енергії. Готелі все частіше

інвестують у сонячні панелі, геотермальні системи опалення та енергозберігаючі технології. Наприклад, мережа Six Senses активно використовує сонячну енергію для роботи своїх курортів.

4. Екологічний дизайн та матеріали. Нові готелі проектуються з урахуванням принципів сталого будівництва: використання натуральних матеріалів, енергоефективних вікон, систем збору дощової води. У декорі все частіше можна побачити меблі з вторинної сировини чи перероблених матеріалів.

5. Скорочення водоспоживання. Установка сенсорних кранів, систем повторного використання води та заохочення гостей повторно використовувати рушники стали стандартом у багатьох готелях [2].

Гості стають більш екологічно свідомими. За останніми дослідженнями, близько 70% туристів готові платити більше за проживання чи послуги в готелях і ресторанах, які дотримуються екологічних стандартів. Особливо це актуально для молоді: покоління Z і міленіали активно обирають заклади, які підтримують екологічні ініціативи. Попри позитивні тенденції, екологічна трансформація готельно-ресторанного бізнесу не позбавлена труднощів. Висока вартість впровадження зелених технологій, складність інтеграції сталих практик у старі будівлі та недостатня підтримка з боку урядів часто уповільнюють цей процес.

В Україні екологічні тренди також набирають популярності. Деякі заклади, такі як готель Radisson Blu в Києві чи мережа ресторанів «Хлібний», вже впровадили стратегії сталого розвитку. Зростає попит на еко-курорти в Карпатах, де відвідувачам пропонують повний «зелений» пакет: органічну їжу, проживання в екологічно чистих будинках та активний відпочинок на природі. Індустрія гостинності рухається в напрямку більшої екологічності, і цей тренд, схоже, стане лише сильнішим [1].

Таким чином, адаптація до екологічних трендів стає не лише питанням іміджу, а й необхідністю для виживання в умовах мінливого ринку.

### **Список використаних джерел:**

1. Тренди, які змінюють готельно-ресторанний бізнес. URL: <http://proficlub.ua/uk/interesting/horeca-trends/> (дата звернення: 29.09.2025).
2. Тітомир Л.А., Коротич О.М., Халілова-Чуваєва Ю.О. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка харчової промисловості 2021 рік*. Т. 13. Вип. 3. С. 88-93.