

## Сучасні тенденції розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг

**Предметом дослідження** є світовий ринок готельних і ресторанних послуг.

**Метою дослідження** є визначення сучасних тенденцій розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг.

**Методи дослідження.** У статті використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

**Результати роботи.** У статті досліджено сучасні тенденції розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг. Охарактеризовано чинники динамічних змін світового ринку готельних і ресторанних послуг. Доведено необхідність розвитку концептуальних готелів, тематичних ресторанів та пропозицій ексклюзивних послуг.

**Висновки.** Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг дає змогу визначити низку основних тенденцій, що його формують. По-перше, спостерігається стрімка цифровізація всіх процесів: від бронювання та комунікації з клієнтами до впровадження інтелектуальних систем управління в готелях та ресторанах. Це потребує постійної адаптації бізнес-моделей та інвестицій у новітні технології. По-друге, зростає значення персоналізованого досвіду. Гості очікують не просто якісної послуги, а унікальних вражень, адаптованих до їхніх індивідуальних потреб та вподобань. Це потребує глибшого розуміння своїх клієнтів, використання даних для створення індивідуальних пропозицій та надання емоційно насиченого сервісу. Третім важливим аспектом є фокус на сталому розвитку та соціальній відповідальності. Споживачі все частіше обирають бренди, які відзначають екологічну свідомість, підтримують місцеві громади та дотримуються етичних стандартів. Крім того, виділяється тенденція до розмивання меж між традиційними сегментами ринку. Спостерігається розвиток гібридних форматів, таких як готелі з коворкінгами, ресторани з функціями шеф-майстерень або кейтерингові послуги, що інтегруються з подієвим менеджментом. Це свідчить про необхідність гнучкості та інноваційного підходу до формування продуктової пропозиції.

**Ключові слова:** персоналізація, цифровізація, сталий розвиток, харчування, готельні послуги, ресторанні послуги, сертифікація, світовий ринок послуг, кейтеринг, сервіс.

IVAN SICHKA

## Current trends in the development of the global hotel and restaurant services market

**The subject of the study** is the global hotel and restaurant services market.

**The purpose of the study** is to determine the current trends in the development of the global hotel and restaurant services market.

**Research methods.** The article uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of data generalization.

**Results of the work.** The article examines the current trends in the development of the global hotel and restaurant services market. The factors of dynamic changes in the global hotel and restaurant services market are characterized. The need for the development of conceptual hotels, thematic restaurants, and exclusive service offers is proven.

**Conclusions.** An analysis of the current state and prospects for the development of the global hotel and restaurant services market makes it possible to identify a number of main trends that shape its face. Firstly, there is a rapid digitalization of all processes: from booking and communication with customers to the implementation of intelligent management systems in hotels and restaurants. This requires constant adaptation of business models and investments in the latest technologies. Secondly,

*the importance of personalized experience is growing. Guests expect not just quality service, but unique experiences adapted to their individual needs and preferences. This encourages establishments to understand their customers better, use data to create individual offers and provide emotionally rich service. The third important aspect is the focus on sustainable development and social responsibility. Consumers are increasingly choosing brands that demonstrate environmental awareness, support local communities and adhere to ethical standards. In addition, there is a tendency to blur the boundaries between traditional market segments. There is a development of hybrid formats, such as hotels with co-working spaces, restaurants with chef-workshop functions or catering services that integrate with event management. This indicates the need for a flexible and innovative approach to the formation of the product offer.*

**Keywords:** *personalization, digitalization, sustainable development, food, hotel services, restaurant services, certification, global services market, catering, service.*

**Постановка проблеми.** Готельно-ресторанний бізнес є основним сегментом світової індустрії гостинності, є важливим у глобальній економіці, забезпечуючи зайнятість понад 300 мільйонів осіб та генеруючи щорічний обсяг доходів, що перевищує 4,5 трлн дол. США (за даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, 2024). У контексті стрімкої глобалізації, цифровізації та трансформацій, спричинених пандемією COVID-19, а також геополітичними кризами, ринок готельних і ресторанних послуг переживає фундаментальні зміни. Ці трансформації формують нові парадигми розвитку, де домінують інновації, сталість та персоналізація послуг. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю осмислення сучасних тенденцій у контексті постпандемічного відновлення. Згідно з прогнозами Statista (2025), глобальний ринок гостинності зростає до 6,2 трлн дол. США до 2028 року з середньорічним темпом зростання (CAGR) 5,8%, при цьому сегмент ресторанних послуг відзначає найвищу динаміку (+7,2% CAGR) завдяки буму швидкого харчування та доставки.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичні положення дослідження світового ринку готельних і ресторанних послуг ґрунтуються на працях Дж. Портера (конкурентні стратегії), Ф. Котлера (маркетинг послуг), І. Ханта (мотивація персоналу у сфері гостинності), Л. Беррі, А. Паррасурмана та В. Зейтхамла (модель визначення якості послуг) та сучасних концепціях сталого туризму (UNWTO, 2023), а також аналітичних працях таких організацій, як UNWTO, WTTC, Euromonitor International та Deloitte. Однак, сучасні тенденції розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг досліджені недостатньо, тому вони не узагальнені в повній мірі і потребують подальшого вивчення.

**Мета статті** – визначення сучасних тенденцій розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Світовий ринок готельних і ресторанних послуг переживає період динамічних змін, зумовлених стрімким розвитком технологій, зміною споживчих вподобань, зростаючою увагою до сталого розвитку та геополітичними факторами. Розглянемо сучасні тенденції, що формують цей ринок:

1. Персоналізація та індивідуальний підхід: 1) глибоке розуміння клієнта: готелі та ресторани все більше використовують дані про гостей (з попередніх візитів, профілі в соцмережах, відгуки) для створення унікального досвіду. Це: надання персоналізованих рекомендацій, адаптовані зручності, індивідуальні меню та послуги; 2) AI та Big Data: штучний інтелект та аналіз великих даних відіграють вирішальну роль у зборі, обробці та інтерпретації інформації про клієнтів, що дає можливість передбачати їхні потреби та надавати індивідуалізовані пропозиції.

2. Технологічна інтеграція та цифровізація: 1) мобільні технології: мобільні додатки для бронювання, реєстрації заїзду/виїзду (check-in/check-out), доступу до номерів (через смартфон), замовлення їжі та напоїв, управління послугами в номері стають стандартом; 2) IoT (Інтернет речей): Інтеграція «розумних» пристроїв у номерах (наприклад, для контролю освітлення, температури, мультимедіа) підвищує комфорт та зменшує енергоспоживання; 3) віртуальна та доповнена реальність (VR/AR): використовуються для віртуальних турів готелями, презентації меню, створення інтерактивних розваг; 4) автоматизація: роботи-асистенти, автоматизовані кухні, системи самообслуговування (кіоски) оптимізують процеси та зменшують витрати.

3. Сталий розвиток та екологічна відповідальність: 1) екологічні практики: готелі та ресторани активно впроваджують екологічні рішення: зменшення використання пластику, енергоефективні технології, сортування відходів, використання місцевих та органічних продуктів; 2) соціальна відповідальність: підтримка місцевих громад, справедлива оплата праці, співпраця з місцевими постачальниками є важливими складовими бізнес-стратегії; 3) сертифікація: зростає попит на екологічну сертифікацію готелів та ресторанів, що підвищує їхню привабливість для споживачів.

4. Нові формати розміщення та харчування: 1) гнучкі та короткострокові варіанти: поряд з традиційними готелями, підвищується популярність апарт-готелів, коворкінг-просторів з проживанням, капсульних готелів, а також сервісів оренди житла (Airbnb); 2) «домашня» їжа та автентичність: споживачі шукають автентичний місцевий досвід, що призводить до підвищення популярності сімейних ресторанів, домашніх кухонь, кулінарних майстер-класів; 3) фудтех та онлайн-доставка: інтенсивний розвиток платформ онлайн-замовлень та доставки їжі, а також «темних кухонь» (dark kitchens); 4) інтерактивний досвід: фокус переміщується з просто прийому їжі на цілісний досвід: тематичні ресторани, гастрономічні шоу, дегустації.

5. Здоров'я та благополуччя (Wellness): 1) здорові опції в меню: зростає попит на вегетаріанські, веганські, безглютенові, низькокалорійні страви, а також страви, багаті на поживні речовини; 2) wellness-інфраструктура: готелі все більше пропонують спа-центри, фітнес-клуби, йога-студії, басейни, а також програми для покращення фізичного та ментального здоров'я; 3) «цифровий детокс»: деякі готелі пропонують спеціальні зони або номер для «цифрового детоксу» для тих, хто бажає відключитися від цифрового світу.

6. Досвід та враження (Experiential Travel): 1) пошук самобутності: мандрівники прагнуть отримати унікальні враження, активний відпочинок та можливість спробувати щось нове; 2) готелі як «місцеві» центри: готелі стають не просто місцем для ночівлі, а й платформою для вивчення місцевої культури, мистецтва, кухні; 3) інтеграція з місцевою громадою: готелі та ресторани все частіше співпрацюють з місцевими майстрами, музеями, проводять культурні заходи.

7. Безпека та гігієна: 1) підвищені стандарти: пандемія COVID-19 значно підвищила вимоги до гігієни та безпеки. Готелі та ресторани впроваджують розширені протоколи очищення, дезінфекції, соціального дистанціювання; 2) прозорість: важливою є прозорість щодо заходів безпеки, що вживаються, щоб заспокоїти гостей.

8. Гнучкість та адаптивність: 1) швидка реакція на зміни: здатність швидко адаптуватися до нових умов (економічних, політичних, соціальних) є важливою для успіху в готельній та ресторанній індустрії; 2) різноманіття форм власності та управління: зростає популярність моделей франчайзингу, управління брендами, а також партнерств.

Ці тенденції взаємопов'язані та створюють новий ландшафт для світового ринку готельних і ресторанних послуг, де успіх залежить від здатності пропонувати не лише якісні послуги, а й унікальні, персоналізовані, технологічно досконалі та екологічно відповідальні враження. Світовий ринок готельних і ресторанних послуг переживає зміни, зумовлені цілою низкою чинників: від технологічного прогресу до мінливих споживчих уподобань та глобальних подій. Розуміння цих тенденцій є основним для успішного розвитку та підвищення конкурентоспроможності в галузі. Однією з важливих тенденцій є стрімкий розвиток цифрових технологій. Від онлайн-бронювання та мобільних додатків до штучного інтелекту, що персоналізує пропозиції, цифровізація охоплює всі аспекти гостинності. Готелі та ресторани активно впроваджують інноваційні рішення для покращення клієнтського досвіду, оптимізації операційних процесів та збору даних для аналітики. Спостерігається зростання значення персоналізації та унікального досвіду. Споживачі, особливо представники молодших поколінь, все частіше шукають не просто місце для ночівлі чи прийому їжі, а незабутні враження. Це стимулює розвиток концептуальних готелів, тематичних ресторанів та пропозицію ексклюзивних послуг, що відповідають індивідуальним запитам. Актуальними залишаються питання сталості та екологічної відповідальності. Готелі та ресторани все більше уваги зосереджують на зменшенні свого впливу на довкілля, використовуючи екологічно чисті матеріали, оптимізуючи споживання енергії та води, а також підтримуючи місцевих постачальників. Ця тенденція відображає зростаючу екологічну свідомість споживачів.

## Висновки

Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг дає змогу визначити низку основних тенденцій, що його формують. По-перше, спостерігається стрімка цифровізація всіх процесів: від бронювання та комунікації з клієнтами до впровадження інтелектуальних систем управління в готелях та ресторанах. Це потребує постійної адаптації бізнес-моделей та інвестицій у новітні технології. По-друге, зростає значення персоналізованого досвіду. Гості очікують не просто якісної послуги, а унікальних вражень, адаптованих до їхніх індивідуальних потреб та вподобань. Це потребує глибшого розуміння своїх клієнтів, використання даних для створення індивідуальних пропозицій та надання емоційно насиченого сервісу. Третім важливим аспектом є фокус на сталому розвитку та соціальній відповідальності. Споживачі все частіше обирають бренди, які відзначають екологічну свідомість, підтримують місцеві громади та дотримуються етичних стандартів. Крім того, виділяється тенденція до розмивання меж між традиційними сегментами ринку. Спостерігається розвиток гібридних форматів, таких як готелі з коворкінгами, ресторани з функціями шеф-майстерень або кейтерингові послуги, що інтегруються з подієвим менеджментом. Це свідчить про необхідність гнучкості та інноваційного підходу до формування продуктової пропозиції.

## Список використаних джерел

1. Бородина О. А., Ляшенко В. І. Пovoєнне відновлення економіки: світовий досвід та спроба його адаптації для України. Вісник економічної науки України. 2022. № 1. С. 121–134.
2. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Каганець-Гаврилко Л. П., Гуштан Т. В., Крамченко Р. А. Конкурентні технології в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2023. 184 с.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Лазур С. П., Важинський Ф. А. Міжнародна економіка в таблицях, схемах, формулах, задачах і прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2019. 258 с.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Індус К. П. Міжнародні фінанси і фінансовий менеджмент в задачах та прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2020. 161 с.
5. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Каганець-Гаврилко Л. П., Ярема Т. В., Брензович О. І.

Міжнародний інвестиційний менеджмент: підручник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2025. 193 с.

6. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2015. 324 с.

7. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 5/1(132). С. 58–62.

8. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюха Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2021. 189 с.

9. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.

10. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.

## References

1. Borodina, O. A., & Lyashenko, V. I. (2022). Povoyenne vidnovlennya ekonomiky: svitovyy dosvid ta sproba yoho adaptatsiyi dlya Ukrainy [Post-war economic recovery: world experience and an attempt at its adaptation for Ukraine]. *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrainy – Bulletin of Economic Science of Ukraine*, 1, 121–134. [in Ukrainian].
2. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Kahanets-Havrylko, L. P., Hushtan, T. V., & Kramchenko R. A. (2023). *Konkurentni tekhnolohiyi v mizhnarodniy ekonomitsi* [Competitive technologies in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Lazur, S. P., & Vazhynskyy, F. A. (2019). *Mizhnarodna ekonomika v tablytsyakh, skhemakh, formulakh, zadachakh i prykladakh* [International Economics in Tables, Schemes, Formulas, Problems and Examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Vazhynskyy, F. A., & Indus, K. P. (2020). *Mizhnarodni finansy i finansovyy menedzhment v zadachakh ta prykladakh* [International finance and financial management in problems and examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
5. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Kahanets-Havrylko, L. P., Yarema, T. V., & Brenzovych, O. I. (2025). *Mizhnarodnyy investytsiynyy menedzhment* [International investment management]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
6. Kolodiychuk, A. V. (2015). *Innovatsiynyy rozvytok promyslovosti: zavdannya upravlinnya pry vrakhuvanni umov nedoskonaloyi konkurentsiyi* [Innovative development of industry: the tasks of management taking into

account the conditions of imperfect competition]. Lviv: League Press. [in Ukrainian].

7. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

9. Krykavskyy Ye. V., Kosar N. S., Mnykh O. B., & Soroka O. A. (2004). Marketynhovi doslidzhennya [Marketing research]: Teaching. manual Lviv: Lviv Polytechnic National University, Intelktzahid. [in Ukrainian].

10. Prymak, T. O. (2009). Marketynhova polityka komunikatsiy [Marketing policy of communications]: Tutorial. Kyiv: Atika, Elga–N. [in Ukrainian].

**Дані про автора**

**Січка Іван Іванович,**

к. е. н, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно–ресторанного господарства ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4136-3890>

e-mail: [ivan.sichka@uzhnu.edu.ua](mailto:ivan.sichka@uzhnu.edu.ua)

**Data about the author**

**Ivan Sichka,**

Ph.D. of Economics, Associate Professor of the Department of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Management, Uzhhorod National University

e-mail: [ivan.sichka@uzhnu.edu.ua](mailto:ivan.sichka@uzhnu.edu.ua)

*Надходження статті до редакції 02.01.2026*

*Прийнято до друку 14.01.2026*

*Опубліковано 29.01.2026*