

УДК 338.48:640.4

А-43

*Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол від 19.02.2026 протокол № 8).*

**А-43 Актуальні проблеми розвитку доступного туризму та гостинності в Україні:** матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 18 грудня 2025 р.). Дніпро : ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2025. 153 с.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми розвитку доступного туризму та гостинності в Україні» (18.12.2025), у роботі якої взяли участь здобувачі вищої освіти закладів вищої освіти України.

Матеріали науково-практичної конференції надруковані в авторській редакції.

#### РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

докт. юрид. наук, проф. **Олег КИРИЧЕНКО** (голова); док. ек. наук, проф. **Ігор САЗОНЕЦЬ** (заст. голови); **Андрій МІРОШНИК** (секретар); канд. юр. наук **Сергій ДУБОВ**; док. ек. наук, проф. **Володимир ДЖИНДЖОЯН**; док. ек. наук, проф. **Ольга САЗОНЕЦЬ**; канд. юр. наук, доц. **Тетяна ЛЕЖНЄВА**.

© ВВПЗ ДГУ, 2025

© Автори, 2025

<b>Калалб Микита</b> ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК СКЛАДОВА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ.....	35
<b>Каніболоцька Олеся</b> ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	38
<b>Коннік А.Є.</b> СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ М. ДНІПРО.....	40
<b>Кравець Н.І.</b> ПСИХОЛОГІЯ ВОЛОНТЕРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ: ЯК СОЦІАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ ЗМІНЮЮТЬ ПОВЕДІНКУ .....	42
<b>Лещенко В.В.</b> БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	45
<b>Тонкошкур К.С.</b> ВИЯВЛЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРО.....	47
<b>Чичеріна К.О.</b> ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ОГЛЯДОВИХ ЕКСКУРСІЙ ПО МІСТУ ДНІПРО В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	49
<b>Чорний Ю.А.</b> ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	54

## **ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ**

<b>Анікін Ілля</b> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ – ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	56
<b>Базарова А.О.</b> КОМПЛЕКСНІСТЬ ТА ПЕРЕВАГИ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ РЕСТОРАНАМИ.....	59
<b>Денисенко О.Є.</b> ВПЛИВ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА SMART-ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	61

**Лещенко Вікторія Вікторівна**

здобувачка вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

Дніпровського гуманітарного університету

*Науковий керівник:*

**Сазонець Ігор Леонідович**

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри туристичного

та готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

## **БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

У нинішніх економічних умовах ресторанний бізнес є одним з найпопулярніших, але й одним з найризикованіших видів діяльності. Попит на високоякісні послуги громадського харчування постійно зростає, особливо у великих містах, де споживачі шукають не тільки смачну їжу, але й затишну атмосферу, високу якість обслуговування та унікальний стиль ресторану. Тому розробка ефективного бізнес-плану є важливим кроком у процесі створення конкурентоспроможного бізнесу при відкритті ресторану[1].

Бізнес-план — це систематизований документ, що включає ідею створення бізнесу, аналіз ринку, опис ресурсів, фінансові розрахунки та прогнози щодо діяльності. Його основна мета — визначити доцільність інвестицій, спланувати стратегію розвитку та оцінити ризики й очікувані результати. Бізнес-план допомагає майбутньому власнику ресторану побачити весь процес — від початкових витрат до періоду окупності інвестицій[2].

Розробка бізнес-плану складається з декількох послідовних етапів. Перш за все, проводиться аналіз ринку ресторанних послуг: вивчається структура попиту, смаки споживачів, рівень конкуренції, середній чек та сучасні тенденції в харчуванні. На цьому етапі важливо визначити цільову аудиторію – соціальну групу, на яку орієнтований ресторан (молодь, сім'ї з дітьми, бізнес-клієнти тощо). Це дозволяє розробити концепцію ресторану і створити унікальну комерційну пропозицію[3].

Наступним кроком є розробка концепції. Це включає вибір формату ресторану (класичний ресторан, кафе, бістро, фьюжн-ресторан, тематичний ресторан тощо), визначення стилю інтер'єру, меню, рівня цін і рівня обслуговування. Концепція повинна бути логічною, послідовною, естетичною і відображати місію закладу. Наприклад, ресторан може позиціонуватися як екологічний ресторан, що використовує місцеві продукти, або як модний ресторан з відкритою кухнею та фірмовими стравами.

Маркетингова стратегія займає важливе місце в бізнес-плані. Вона включає комплекс заходів для просування закладу на ринку: створення бренду, специфічного стилю, логотипу, управління сторінками в соціальних мережах та співпраця з місцевими постачальниками і службами доставки. Рекламу повинна створювати позитивний імідж ресторану і заохочувати до повторних відвідувань. За нинішніх обставин ефективним інструментом є цифровий маркетинг: цільова реклама, співпраця з інфлюенсерами, акції та програми лояльності для постійних клієнтів[4].

Не менш важливою є організаційна та адміністративна частина, яка визначає структуру персоналу, посадові обов'язки, графік роботи, систему заохочень та контроль якості. Успіх ресторану значною мірою залежить від ефективності команди — шеф-кухаря, менеджера, офіціантів, маркетолога та бухгалтера. Хороша внутрішня комунікація забезпечує високу якість обслуговування, що сприяє лояльності клієнтів[5, 6].

Фінансова частина бізнес-плану є основою для прийняття управлінських рішень. Вона включає оцінку початкових витрат (оренда, ремонт, проектування, обладнання, меблі, закупівля продуктів, заробітна плата, реклама) та прогнози щодо доходів. Такі показники, як період окупності інвестицій, точка безбитковості та рентабельність інвестицій, використовуються для оцінки ефективності проекту. Точний фінансовий аналіз дозволяє виявити потенційні ризики та розробити план їх мінімізації.

Аналіз ризиків заслуговує на особливу увагу. Найпоширеніші ризики включають коливання споживчого попиту, сезонність, зміни цін на продукти, появу нових конкурентів та проблеми, пов'язані з працівниками. Щоб мінімізувати ризики, рекомендується налагодити стабільні відносини з постачальниками, створити резервний фонд, регулярно моніторити ринок та бути гнучкими в адаптації меню та маркетингових стратегій.

Сучасний ресторанний сектор також вимагає інноваційних підходів: автоматизації бухгалтерських процесів, використання CRM-систем для управління замовленнями та впровадження систем онлайн-бронювання і мобільних додатків для клієнтів. Цифровізація дозволяє знизити витрати, поліпшити якість послуг і краще управляти закладом.

Таким чином, бізнес-план для відкриття ресторану — це не просто фінансовий документ, а стратегічний дороговказ для успіху бізнесу. Належним чином підготовлений план допомагає уникнути початкових помилок, оптимізувати ресурси та побудувати ефективну систему управління. Комплексний підхід, що враховує економічні, маркетингові, організаційні та технологічні аспекти, забезпечує стабільність і конкурентоспроможність ресторану на ринку послуг.

Отже, розробка бізнес-плану для відкриття ресторану — це не просто формальність, а основа майбутнього розвитку. Він не тільки дозволяє прогнозувати прибутковість, але й допомагає створити унікальний стиль для вашого ресторану, який відповідатиме потребам гостей і тенденціям сучасної гастрономічної культури.

**Список використаних джерел та літератури:**

1. Дейнега, О. В., Пархоменко, В. О. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 268 с.
2. Олійник, О. О. Ресторанний бізнес: економіка, управління, інновації. — Львів: «Новий Світ-2000», 2021. 298 с.
3. Porter, M. E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 2008. 396 p.
4. Маркетинг готельного та ресторанного бізнесу : Навч. посіб / Сазонець І.Л., Джинджоян В.В., Яковлева-Мельник Н.Г., Седлецька О.В.. Київ : Видавництво "Каравела". 2025, 274 с.
5. Сазонець І.Л., Гессен А.Є., Седлецька О.В., Лучанська Ю.Г. Стандарти створення безбар'єрного простору в ресторанах України на основі інклюзивних підходів. *Агросвіт*. 2025. № 7. С. 72 – 77.
6. Сазонець І.Л., Лучанська Ю.Г. Складові організації лікувального харчування у санаторно-курортних закладах. *Агросвіт*. 2025. № 15. С. 43 – 48.

**Тонкошкур Катерина Сергіївна**

здобувачка вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Дніпровського гуманітарного університету

*Науковий керівник:*

**Сазонець Ігор Леонідович**

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри туристичного

та готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

**ВИЯВЛЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРО**

Під час надзвичайного стану український туризм зазнав структурних змін, в результаті яких акцент перейшов з міжнародного ринку туристичних послуг на внутрішній ринок та відкриття нових спеціалізованих напрямків. Під час воєнного стану визначилися пріоритетні напрямки розвитку внутрішнього туризму. В цьому сегменті акцент був перенесений на західний та центральні регіони (Львів, Івано-Франківськ, Закарпаття), які вважаються відносно безпечними. У цих регіонах зросли податкові надходження від туристичної діяльності. В сфері реабілітаційного та оздоровчого туризму у відповідності до наслідків війни відбулося розширення послуг з психологічної та фізичної реабілітації військовослужбовців, членів їхніх сімей та внутрішньо переміщених осіб (ВПО)[1]. Почав розвиватися військовий (патріотичний)