

УДК 338.48:640.4

A-43

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

A-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

Жилюк Анна ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ КУЛЬТУРОЛОГІВ.....	65
Загляда В.В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....	67
Мазур В.В. РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДОСТУПНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ ФІНАНСОВИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ.....	69
Семисал Г.О. ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЕПОХИ ШІ: ВІД ЦИФРОВОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ ДО ПІСЛЯВОЄННОГО РЕНЕСАНСУ.....	73
Фоменко Д.Ю. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА АНАЛІТИКА ДАНИХ У ПРОЕКТУВАННІ ТА УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЯМИ ТА РЕСТОРАНАМИ.....	75
Чепурний Д.П. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В ГОСТИННОСТІ.....	79
Шпажнікова М.Ю. КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛІВ.....	82
Лушук Ю.Д. ВИДИ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЙОГО РОЗВИТОК.....	84
Ткачова Є.Д. ДИДЖИТАЛ-СТРАТЕГІЯ У СОЦМЕРЕЖАХ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: КЕЙС-АНАЛІЗ ГОТЕЛЮ «КОРУНА».....	86
Чумарна В.Д. ОСОБЛИВОСТІ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ АЦІОНАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ПЕКАРЕНЬ «ЛЬВІВСЬКІ КРУАСАНИ» ТА ЛОКАЛЬНОГО РЕСТОРАНУ BROOKS У МІСТІ ДНІПРО).....	89
Москалець Д.В. ЦИФРОВА ІНКЛЮЗИВНІСТЬ У РЕСТОРАНАХ: ЗАСТОСУВАННЯ QR-МЕНЮ, ОЗВУЧУВАННЯ МЕНЮ ТА АДАПТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗАМОВЛЯННЯ.....	93
Горбачова О.О. ВПЛИВ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ БРОНЮВАННЯ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	96

7. Лупашко А. (2024) Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/> (дата звернення: 30.11.2025 р.).

Шпажнікова Марія Юріївна

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

КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛІВ

З огляду на сучасний стан індустрії гостинності, комунікація є ключовим фактором ефективної роботи готелів. Вона забезпечує взаєморозуміння між персоналом і гостями, сприяє формуванню позитивного іміджу закладу та підвищує його прибутковість [1]. Успішні готелі розглядають комунікацію не тільки як процес обміну інформацією, але й як стратегічний інструмент управління, що забезпечує конкурентну перевагу на ринку послуг.

Це важливе питання, оскільки в умовах високої конкуренції на ринку готелі повинні не тільки забезпечувати комфортне проживання, але й ефективну комунікацію з гостями. Довіра гостей, їхня лояльність і бажання повернутися безпосередньо залежать від якості комунікації [2]. У цифрову епоху онлайн-комунікація — соціальні мережі, системи бронювання, електронна пошта та мобільні додатки — відіграє важливу роль у формуванні репутації готелю [3].

Метою цієї роботи є визначення ролі комунікації у формуванні прибутковості готельного бізнесу та вивчення методів підвищення ефективності комунікації між персоналом і гостями [4].

Ефективна комунікація є стратегічним ресурсом управління, що впливає на якість послуг, задоволеність клієнтів та фінансові показники готелю. Координована комунікація між відділами зменшує ризик конфліктів і прискорює задоволення потреб гостей [5].

Згідно з науковими дослідженнями, понад 70% скарг у сфері готельного бізнесу пов'язані не з якістю послуг, а з відсутністю ефективної комунікації

між персоналом [6]. Тому підвищення комунікативних навичок персоналу та впровадження сучасних цифрових комунікаційних технологій є одним з найважливіших напрямків підвищення прибутковості готелю [3].

Успішні готелі активно використовують відгуки гостей, персоналізовані пропозиції та програми лояльності, засновані на ефективній комунікації [7].

Наявність відкритих каналів комунікації (телефон, чат-бот, електронна пошта, соціальні мережі) дозволяє швидко задовольняти потреби гостей, вирішувати конфлікти та запобігати негативним відгукам.

Внутрішня комунікація між працівниками готелю є важливим аспектом: чіткий обмін інформацією між керівництвом, рецепцією, службою прибирання та рестораном допомагає забезпечити узгодженість процедур та високий рівень обслуговування [1].

Корпоративна культура, заснована на комунікації, створює згуртованість серед співробітників, що позитивно впливає на мотивацію та ефективність роботи. Зовнішня комунікація включає співпрацю з клієнтами, партнерами, туристичними агентствами та ЗМІ. Від якості цих відносин залежить імідж готелю на ринку, кількість бронювань та середні витрати гостей [2].

Ефективна комунікаційна стратегія дозволяє готелям не тільки утримувати постійних гостей, але й залучати нових завдяки позитивним рекомендаціям, соціальним мережам та сарафанному радіо.

Високий рівень комунікаційної культури створює емоційний комфорт для гостей і залишає позитивне враження, що мотивує гостей робити повторні бронювання. Внутрішня комунікація підвищує мотивацію співробітників і зменшує плинність кадрів, що безпосередньо впливає на прибутковість [5].

Отже, ефективна комунікація є невід'ємною частиною стратегії підвищення привабливості готелю. Вона визначає рівень задоволеності гостей, створює позитивний імідж та забезпечує стабільний розвиток готельної індустрії.

Список використаних джерел та літератури:

1. Гуткевич С. О. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 312 с.
2. Зайцева І. М. Маркетинг у готельному бізнесі. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 245 с.
3. Кузьменко О. І. Цифрові комунікації в індустрії гостинності. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 198 с.
4. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг гостинності і туризму. — Київ: Альтерпрес, 2018. — 640 с.
5. Головка А. В. Управління якістю обслуговування в готельному господарстві. Одеса: ОНЕУ, 2022. — 276 с.
6. Лук'янова В. А. Психологія сервісу та комунікацій у готелі. Київ: КНТЕУ, 2017. 210 с.

7. Сазонець І.Л., Зінкевич С.Р. PR та реклама в маркетинговому середовищі в умовах глобальних тенденцій функціонування готельного бізнесу. *Агросвіт*. 2024. № 17. С. 49 – 54.

Лушук Юрій Дмитрович

здобувач вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Седлецька Олена Володимирівна

старший викладач

кафедри туристичного та

готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

ВИДИ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЙОГО РОЗВИТОК

Готельний сектор характеризується постійними змінами та високою конкуренцією. Саме тому для досягнення конкурентної переваги недостатньо обмежуватися лише аналізом конкурентів. Навіть найменші інновації, впроваджені в готелі, можуть допомогти йому виділитися серед інших. Інновації в готельному секторі спрямовані на підвищення операційної ефективності готелю. Ці інновації можуть втілюватися у вигляді нових ідей, технологій, послуг або процесів, спрямованих на оптимізацію операцій та підвищення ефективності, а також на створення унікальних і незабутніх вражень для гостей[1].

Практично кожен готель має конкурентів, і щоб привабити мандрівників, потрібно виділятися серед інших. Саме тут і проявляється важливість інновацій. Інновації в готельній галузі — це не просто модне слово, це - стратегія для готелів, які хочуть процвітати на цьому конкурентному ринку. Інновації надають готелю наступні переваги: конкурентна перевага, покращення якості обслуговування гостей, операційна ефективність, генерація доходів, сталий розвиток, репутація бренду, забезпечення майбутніх перспектив.

Інновації у готельній галузі змінюють спосіб роботи готелів та їх взаємодію з гостями. Цей динамічний розвиток стимулює не лише необхідність задоволення зростаючих очікувань сучасних мандрівників, а й мету створення більш сталого та взаємопов'язаного майбутнього для готельного сектору[3]. Доцільно розглянути деякі нові форми інновацій у цій галузі: