



НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

ЧАСТИНА 2



III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-
ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

12 листопада
2025 року

ХАРКІВ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної конференції
(12 листопада 2025 року)
Частина 2

Харків
2025

УДК 379.85:338.48(063)

М 26

Рекомендовано до видання рішенням Вченої ради Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (протокол № 11 від 25.11.2025 р.).

М 26 Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей III Міжнародної наук.-практ. конф. (12 листопада 2025 року, м. Харків). Частина 2. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2025. – 311 с.

Збірник містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України», яка відбулася 12 листопада 2025 року. У тезах доповідей частини 2 збірника висвітлено результати досліджень фінансово-економічних та організаційних засад розвитку сфери гостинності і туризму, а також тенденції діджиталізації та Startup-проектів у сфері туризму й гостинності.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії туризму та сфери гостинності.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

Автори несуть повну відповідальність за зміст доповідей, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-05-0571-2

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», 2025

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

МАРЧЕНКО Андрій Петрович, доктор техн. наук, професор, проректор з наукової роботи НТУ «ХПІ» – голова;

ДАНЬКО Тарас Володимирович, кандидат екон. наук, професор, директор інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» – заст. голови;

НАГІ Сабољч, Ph.D., habil., Віце-декан з міжнародних відносин, доцент Факультет економіки, Інститут маркетингу та туризму Університету Мішкольц, Мішкольц (Угорщина);

ПСКОТИ Іштван, керівник економічного факультету Інституту маркетингу та туризму Університету Мішкольц, Мішкольц (Угорщина);

ЗИПС Себастьян, Ph.D., керівник МАРКЕТИНГУ Університет прикладних наук Ціттауський університет, Герліц (Німеччина);

КОЛІСНІЧЕНКО Пауліна, докторка екон. наук, в.о. ректора WSHIU Academia Nauk Stosowanych (Poland);

АБДУНУРОВА Асем, кандидат екон. наук, доцент, декан факультету економіки та підприємництва Казахсько-Німецького університету (Казахстан);

ДЕВАДЗЕ Анзон, професор, завідувач кафедри туризму Батумського державного університету імені Шота Руставелі (Грузія);

ХОЛОДОК Валентина Дмитрівна, кандидатка наук з держ. управління, директорка Обласного комунального закладу «Харківський організаційно-методичний центр туризму»;

ГЛАДЕНКО Юрій Миколайович, директор Департаменту культури, туризму та релігій Сумської обласної державної адміністрації;

ЗГУРСЬКА Юлія Вікторівна, заступниця директора Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради;

ЧЕРНЕГА Олена Михайлівна, докторка філософії, експертка з туризму та цифри туризму в Україні, співзасновниця ГО «Цифровізація туризму та культури»;

САВИЦЬКА Наталія Леонідівна, докторка екон. наук, професорка, завідувачка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО Наталія Василівна, докторка екон. наук., професорка, зав. кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХПІ» – голова;

РАЙКО Діана Валеріївна, докторка екон. наук., професорка, завідувачка кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» – заст. голови;

БЕЗУГЛА Людмила Сергіївна, докторка екон. наук., професорка, завідувачка кафедри туризму та економіки підприємства Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»;

ВЕНГЕРСЬКА Наталя Сергіївна, заступниця Голови Спільки сільського туризму в Україні, кандидатка екон. наук, доцентка, викладачка бізнесу та економіки Міжнародного центру Ліверпульського університету імені Джона Мурса, Англія;

ГЛАВЧЕВА Юлія Миколаївна, директорка науково-технічної бібліотеки НТУ «ХПІ»;

КРАСИКОВ Михайло Михайлович, член Всеукраїнської спільки краєзнавців, професор кафедри українознавства, культурології та історії науки НТУ «ХПІ»;

ЛАРКА Людмила Сергіївна, кандидатка екон. наук, доцентка, доцентка кафедри маркетингу НТУ «ХПІ»;

НАВРОЗОВА Юлія Олександрівна, кандидатка екон. наук., доцентка, завідувачка кафедри підприємництва та туризму Одеського національного морського університету;

НИКОЛАЙЧУК Ольга Анатоліївна, кандидатка екон. наук, доцентка, завідувачка кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва Криворізького національного університету, ННІ економіки і торгівлі імені М.Туган-Барановського;

НОСИРЄВ Олександр Олександрович, кандидат геогр. наук., доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХПІ»;

ПАСКА Марія Зіновіївна, доктор ветерин. наук, професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського;

РЗАСВА Таміла Хафісівна, Голова Союзу професіоналів СПА, курортів та Wellness об'єктів України, голова департаменту СПА в International Board of Massage Therapists Association;

ЧЕРНІКОВА Олександра Анатоліївна, директорка туристичної компанії «RedFoxTravel»;

ШЕВЕЛЮК Михайло Михайлович, доктор філософії з культурології, керівник Української Школи Гостинності, майстер виробничого навчання кафедри ресторанного бізнесу у Львівському професійному коледжі моделювання і ресторанної справи, менеджер з розвитку готелю «Швейцарський», ресторану «Валентино»;

ЯСТРЕМСЬКА Олеся Олександрівна, кандидатка екон. наук, доцентка, докторантка, доцентка кафедри Менеджменту, бізнесу і адміністрування Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ ІІІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ І ТУРИЗМУ

Т. Коротієнко, V. Datskevych INTERNAL AUDIT IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM	12
Андренко І. Б., Лук'янчук А.І. ГЛЕМПІНГІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ РОЗМІЩЕННЯ	16
Батченко Л.В., Кочас К.В. НАУКОВО ПРАКТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	21
Батченко Л.В., Токарчук Д.О. АКТУАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	25
Бєспятюк М. В. Науковий керівник: Кудельський В. Е. РІВНІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ	30
Богдан Н.М., Малкіна Д.С. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	33
Бородай К. О., Колонтаєвський О. П. ІНСТРУМЕНТИ ТА СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	38
Важельська А.В. Науковий керівник: Долинська О. О. РОЛЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ	40
Дяченко Л. А., Теодорович Л.В. УПРАВЛІННЯ ПОПИТОМ НА РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ «СРІБНОЇ ЕКОНОМІКИ»	43
Євдокимова І.І., Стригуль Л. С. АНАЛІЗ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ГОТЕЛЮ-РЕСТОРАНУ «НАВРУЗ» (М. ХАРКІВ)	46
Євдокимова І.І., Куниця К.В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ БАРНОГО ВИРОБНИЦТВА У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	48
Іваницька Д.В. Науковий керівник: Каленська В. П. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ ТУРИСТИЧНОЇ БАЗИ “BLUE COAST RETREAT” НА 50 НОМЕРІВ	51
Кабашна А.В., Стригуль Л. С. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	54
Каролоп О.О., Мороз С. Е., Калашник О.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕРВІСНОЇ ПАРАДИГМИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	56
Козловський Є. В., Терниця В. П. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ	58
Куліш І. М. УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	60
Курашова А.О., Оболенцева Л.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ НА ТУРИСТСЬКОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	63

Лісовська Л.С., Михайлишин В.В. ІНСТИТУЦІЙНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....	66
Майорова О.С. АКТУАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	70
Несторишен І.В., Бугай І.О. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	72
Нікітін О. А. Науковий керівник: Долинська О. О. СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄС.....	74
Ніколайчук О.А., Чудновська О.В. АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	79
Ніколайчук О.А., Прівалова Л.С. СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	82
Овдієнко М.Є. Науковий керівник: Якименко-Терещенко Н.В. ІНТЕГРАЦІЯ ESG-ПОКАЗНИКІВ У СИСТЕМУ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА	85
Павлоцький В. Я. ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ	87
Побережна Н.М. ЯКІСТЬ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	91
Пономарьова Е. П., Ткачук Т. М. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ LUXURY-СЕГМЕНТУ.....	94
Божко Є.І., Корнійчук П.В. Науковий керівник: Римар О. Г. ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В РЕАЛІЯХ ВОЄННОГО ЧАСУ	96
Роїк О. Р. ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК МЕХАНІЗМ ВІДНОВЛЕННЯ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	99
Сазонов М.М., Гончаров М.С., Стригуль Л. С. ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	104
Свідло К.В., Кизим Д.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ ГАСТРОКАФЕ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	106
Середенко Н. І. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДУ ГОСТИННОСТІ	110
Овчарик Р. Ю., Сіманько К. В. БЮДЖЕТУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ВИТРАТ У ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	111
Сорока Р. С. ЧИННИКИ, ЩО СТРИМУЮТЬ БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	114
Сорокіна В. П., Костенко О. Г., Костира О. В. ВПЛИВ ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ІНЖЕНЕРНОГО ОБЛАДНАННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	116
Стець А. Ю. Науковий керівник: Хитра О. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	120

Харенко Д. О., Каламан О. Б. СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ: ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД У ПОВОЄННИХ УМОВАХ	123
Чернишева О. М. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	125
Чибирик М. С., Баландіна І. С. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	128

СЕКЦІЯ IV ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА STARTUP-ПРОЄКТИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Paulina Kolisnichenko, Natalia Yakymenko-Tereshchenko, Tatiana Chaika REGENERATIVE TOURISM: FROM SUSTAINABLE DEVELOPMENT TO POSITIVE TRANSFORMATION OF DESTINATIONS	133
Ivashura A. A. STARTUP PROJECTS IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF EUROPEAN UNION COUNTRIES	135
Kopiychenko Ye. A., Chaika T. Yu. DARK KITCHEN: AN INNOVATIVE SOLUTION IN THE RESTAURANT BUSINESS.....	140
Ovcharyk R., Kopotiienko T. DUE DILIGENCE OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS AND DIGITALIZATION OF ITS RESULTS IN TOURISM ENTERPRISES.....	145
Taranenko I. V., Zhykhareva-Tolstik H.O., Miliutin O.O. EXPERIENCE IN IMPLEMENTING THE EUROPEAN UNION DIGITALIZATION TOOLS IN UKRAINE DURING THE POST-WAR RECOVERY PERIOD: CASE OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY	149
Yurieva I. A., Yuriev M. O. ANALYSIS OF SCIENTIFIC VIEWS ON THE INFORMATION AND COMMUNICATION COMPONENT OF NON-CASH PAYMENTS IN THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY	152
Yurieva I. A. RESEARCH ON THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF FINANCIAL TECHNOLOGIES IN TOURISM AND HOSPITALITY: ESSENCE AND APPROACHES.....	155
Адаменко Є. С., Чепурда Г.М. КІБЕРБЕЗПЕКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЦИФРОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	157
Андріяш В. В. ОНЛАЙН-СИМУЛЯТОРИ ТА ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	161
Біловодська О.А., Біловодський І.А. СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	165
Бойко З.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ УСФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....	168
Борозенко А. В. РОЛЬ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ	169
Борецька Н.П., Крапівіна Г.О., Марченко І.Ф. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	171

Букатов А. Г., Земліна Ю. В. ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ РЕЗУЛЬТАТИ МОДЕЛЮВАННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ NORESA В УКРАЇНІ.....	176
Васильцова С. О., Гасюк М. О. ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ ПОСЛУГ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ	181
Візнюк М. С., Гризовська Л. О. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	184
Волобєєв В.Д. ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПІД ВПЛИВОМ ГЕНЕРАТИВНОГО ШІ	187
Воронкова В. Г., Андрукайтене Р.М., Нікітенко В.О. СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВІДБУДОВИ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА НА ЗАСАДАХ СТАЛОСТІ, ІНКЛЮЗИВНОСТІ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	191
Дрозденко А. В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ	196
Забалдіна Юлія, Лига Олег МАПА БЕЗБАР'ЄРНОСТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ГРОМАД.....	198
Зозульов О.В., Парфьонов О.С. ПЕРСПЕКТИВИ М2М-МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	202
Іванов А.М. ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ: АДАПТАЦІЯ ДО ВИКЛИКІВ СУЧАСНОГО РИНКУ	207
Ілляшенко С.М., Анопа А.С. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УРАЖЕНИХ ВОРОГОМ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ.....	211
Казимир Я.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	213
Колтун А.Р., Оболенцева Л.В. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ШЛЯХИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	216
Косовська К. Р., Несторишен І. В. ЯК СОЦМЕРЕЖІ ЗМІНЮЮТЬ ВИБІР ПОДОРОЖЕЙ	219
Кравченко М.В., Іванов А.М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ДРАЙВЕР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ	221
Курашова А.О., Александрова С.А. ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ У КОМУНІКАЦІЯХ З КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ СЕКТОРІ.....	225
Лепехова А. А., Субота В. М., Гревцева Н. В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ЯКА ЗМІНЮЄ ГОТЕЛІ ТА РЕСТОРАНИ	227
Літтїх М. С., Морозова-Ларіна О. І. ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕВАГИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ	230
Маслак О.І., Кулінічев П.К., Кодочигов Д.О. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	235
Масловська А. В., Антонюк К. Г. ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ СЕРВІСІВ ДЛЯ МАНДРІВНИКІВ ТА ВПЛИВ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПОВЕДІНКУ ТУРИСТІВ.....	237

Мирза О. В., Сідельніков Д. С., ІНТЕГРАЦІЯ CRM-СИСТЕМ У СТРАТЕГІЇ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	240
Миронов Ю. Б. ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ	244
Міщенко К. М., Земліна Ю. В. CRM-СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОДАЖІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	246
Міщук Є. В., Ільченко В. О. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОМ І ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ У РИНКОВІЙ ІНФРАСТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	248
Нижниченко Я. Є. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ ТУРИЗМУ Й ГОСТИННОСТІ: ІНСТРУМЕНТ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	251
Носирев О.О., Опришко А.С., Ісупова А.В. СУЧАСНІ СЕРВІСИ БРОНЮВАННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	256
Орлик О. В., Запорожченко І. Р. РОЗВИТОК ОНЛАЙН-БРОНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	260
Польова О.Л., Панасенко С.О. ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ У СИСТЕМУ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕСТОРАНУ	263
Попик М.М., Алексеев О.В. ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	266
Постова В.В., Король А.А. ТРЕНДИ МІКСОЛОГІЇ 2025: ПОВЕРНЕННЯ ДО НАТУРАЛЬНОСТІ ТА ЛОКАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ.....	268
Постова В.В. ГАСТРОНОМІЧНІ СТАРТАПИ ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУХНІ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	271
Середюк К.В., Чуприна М.В. ІНТЕГРАЦІЯ ДІДЖИТАЛ-ПЛАТФОРМ У БІЗНЕС-МОДЕЛІ МАЛИХ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	275
Смаглюк А. О. РОЛЬ BIG DATA У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЙ ГОСТИННОСТІ: АНАЛІТИКА ПОВЕДІНКИ ТУРИСТІВ	277
Смірнова Н.В., Смірнова І.В. СУЧАСНИЙ СТАН ЦИФРОВІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	278
Тарасенко Д.Є., Александрова С.А. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ: СВІТОВІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	281
Тодощук Н.А. ЦИФРОВІ-БІЗНЕС МОДЕЛІ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ HOSPITALITY 5.0.....	283
Череп А.В., Воронкова В. Г., Череп О. Г. WEB 3.0 У ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ЦИФРОВОЇ ПАРАДИГМИ В УМОВАХ ПОСТПАНДЕМІЧНОГО РОЗВИТКУ	286
Шевченко А.В. ДОСВІД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ РУАНДИ)	291
Шматок М.В. ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИБУТКОВОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	295

Шпинь В. А., Антонюк К. Г. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПРОПОЗИЦІЙ	298
Юр'єва Н. О., Антонюк К. Г. ІННОВАЦІЇ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	301
Янковець Т. М., Чекач О. І. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	303
Ясинська А.О., Оболенцева Л.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ.....	307

СЕКЦІЯ ІІІ

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ І ТУРИЗМУ

Каролоп О.О.,
кандидат педагогічних наук, доцент
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка», м. Полтава

Мороз С. Е.,
кандидат педагогічних наук, доцент
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Калашник О.В.,
кандидат технічних наук, доцент
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕРВІСНОЇ ПАРАДИГМИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Глобальні соціальні зміни, посилення екологічної свідомості та очікування нового покоління мандрівників трансформують традиційне розуміння розкоші в індустрії гостинності. Все більше гостей віддають перевагу не показній розкоші, а автентичному досвіду, персоналізованому сервісу та етичному підходу до ведення бізнесу. У цьому контексті переосмислення концепту «luxury service» стає актуальним завданням для науковців і практиків.

Сучасні тенденції у сфері готельного сервісу свідчать про зміщення акценту з матеріальної надмірності на нематеріальні аспекти обслуговування, що базуються на емпатії, гнучкості, культурній чутливості та емоційній залученості. Провідні готельні бренди впроваджують інноваційні підходи, спрямовані на створення унікального та глибоко персоналізованого гостьового досвіду, відображаючи глобальний перехід до ціннісно-орієнтованих моделей взаємодії зі споживачами в умовах змінної соціокультурної дійсності.

Наукова спільнота в наукових напрацюваннях також демонструє зростання інтересу до поняття «тиха розкіш» (quiet luxury) та його проявів у сфері сервісу. Так, Amatulli C., De Angelis M. та Stoppani A. зазначають в своїх дослідженнях, що **сприйняття доброчесності бренду** є ключовим чинником, який підсилює привабливість сталого підходу в розкішному готельному сервісі та позитивно впливає на готовність клієнтів здійснити бронювання [1]. Науковці Correia A., Kozak M. та Del Chiappa G. акцентують, що **поняття розкоші в туризмі є багатовимірним і контекстуальним**, а його сприйняття формується як під впливом соціальних очікувань, так і особистих прагнень туристів; автори доводять, що розкіш має переважно соціально зумовлене значення, хоча індивідуальні досягнення також відіграють роль у її інтерпретації [2]. **Італійські дослідники** Amatull C, Sestino A., M. Peluso A. та Guido G., наголошують, що **готовність до змін і орієнтація на статусне споживання** є ключовими чинниками, які впливають на сприйняття корисності голосових асистентів у розкішному готельному сервісі; автори доводять, що ці

два фактори можуть по-різному мотивувати гостей приймати нові технології як частину їхнього досвіду розкоші [2].

Розкіш перестає бути синонімом матеріального надміру – мармурових ванн, кришталевих люстр і обслуговування в білих рукавичках. Сьогодні, коли глобальні виклики – зміна клімату, пандемії, соціальна нерівність – змінюють стиль життя, змінюється й уявлення споживачів про цінність сервісу. Покоління Z і мілленіали, які стають основними цільовими аудиторіями індустрії гостинності, прагнуть автентичності, залучення до локального контексту, турботи про себе та навколишній світ. Це трансформує концепт «luxury» на новий рівень – тонкий, особистісний, емпатичний. Тому наукове осмислення цієї трансформації є своєчасним і стратегічно важливим.

На сьогодні ще багато готелів продовжують дотримуватися традиційної моделі «показної розкоші», яка дедалі менше відповідає цінностям сучасного гостя. Унаслідок цього зростає ризик втрати довіри та емоційного зв'язку з гостем. Вирішення цієї проблеми потребує не лише технічної модернізації, а й переосмислення суті гостьового досвіду. Пропонуються такі підходи:

- емпатичний сервіс: персонал навчається розпізнавати настрій і потреби гостя ще до того, як їх буде висловлено;

- делегування відповідальності працівникам: автономія дозволяє реагувати на нестандартні ситуації креативно;

- сенсорна тиша: створення простору, де гостеві не нав'язують сервіс, а лише м'яко пропонують його;

- інтеграція сталих практик: екологічність, етичне постачання, енергозбереження – не лише як бонус, а як частина ціннісної пропозиції.

Отже, розкіш у сучасному готельному сервісі набуває нових відтінків: від споживчої демонстративності – до емоційної інтимності. Майбутнє галузі – за готелями, які зможуть знайти унікальний баланс між технологіями та людяністю, між естетикою і цінностями, між турботою і свободою. Наукове осмислення цієї трансформації відкриває нові горизонти для досліджень на стику сервісології, психології гостя та екологічної етики.

Список використаних джерел:

1. Amatulli, C., De Angelis, M., Stoppani, A. (2021). The appeal of sustainability in luxury hospitality: An investigation on the role of perceived integrity. *Tourism Management*, 83, Article 104228. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104228>

2. Correia, A., Kozak, M., Del Chiappa, G. (2020). Examining the meaning of luxury in tourism: A mixed-method approach. *Current Issues in Tourism*, 23(8), 952–970. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1574290>

3. Amatull, C, Sestino, A., M. Peluso, A.M. and Guido, G. (2022). Luxury Hospitality and the Adoption of Voice Assistants: The Role of Openness to Change and Status Consumption. Kotur, A.S. and Dixit, S.K. (Ed.) *The Emerald Handbook of Luxury Management for Hospitality and Tourism*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 285-303. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-900-020211014>