

УДК 338.48:640.4

Т-33

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол від 18.06.2026 протокол № 10).

Т-33 Теорія та практика повоєнного відновлення індустрії гостинності в Україні: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 29 травня 2026 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2026. 87 с.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теорія та практика повоєнного відновлення індустрії гостинності в Україні» (29.05.2026), у роботі якої взяли участь представники закладів вищої освіти та наукових установ, недержавних установ України та зарубіжних країн

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**.

© ВНПЗ ДГУ, 2026

© Автори, 2026

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ ТА У СВІТІ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Джинджоян В.В., Берендяєв А.Р.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ..... 29

Джинджоян В.В., Пасько А.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ
ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ..... 32

Лисенко О.В., Джулай Т.О.

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В СВІТІ..... 35

Лучанська Ю.Г., Фесенко А.С.

ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ТУРИСТИЧНОЇ ГОСТИННОСТІ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ..... 38

Торяник В.М., Юдицька М.О.

ПЕРСПЕКТИВИ МІСЕ-ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ..... 41

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

Гессен А.Є.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЯК ЧИННИК ЗМІНИ
СПОЖИВЧИХ МОДЕЛЕЙ У NORECA..... 43

Груздєва О.В., Лучанська Ю.Г.

БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ
ГОСПОДАРСТВІ: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ..... 45

Лучанська Ю.Г., Груздєва О.В.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ РИБНИХ СТРАВ
ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ..... 48

Сазонець О.М.

ЦИФРОВА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ГОТЕЛЮ FAIRMONT GRAND HOTEL
KYIV У СТРУКТУРІ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ..... 52

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Джусов О.А.

МЕТОДИ АНАЛІЗУ РИНКУ АКЦІЙ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ.. 54

Лисенко О.В., Половний А.В.

РОЗВИТОК МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ MARRIOTT..... 56

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

Гессен Анатолій Євгенович

кандидат економічних наук,

доцент кафедри туристичного та

готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

ORCID: 0009-0001-0642-2242

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЯК ЧИННИК ЗМІНИ СПОЖИВЧИХ МОДЕЛЕЙ У NORECA

Цифровізація туристичної сфери докорінно змінила споживчі моделі у NoReCa, переосмисливши логіку вибору подорожі та сприйняття гостинності. Традиційно турист покладався на турагенції, каталоги та масові пропозиції, тоді як сучасний користувач отримав свободу планування через онлайн-платформи – Booking, Airbnb, Skyscanner, соціальні мережі та мобільні застосунки. Це дозволяє самостійно порівнювати ціни, читати відгуки та оцінювати сервіс ще до поїздки, що формує автономного і водночас активного споживача, який впливає на репутацію закладів [3].

У NoReCa цей процес проявляється особливо виразно. Готелі та ресторани більше не обмежуються стандартними пакетами послуг. Персоналізація стає ключовим чинником конкурентоспроможності: мобільний чек-ін, цифрові ключі, чатботи й рекомендаційні системи формують індивідуальний досвід гостя. Використання штучного інтелекту та аналітики великих даних дозволяє прогнозувати попит, підлаштовувати сервіси під конкретного користувача та динамічно коригувати ціни. Так, у готелях Hilton і Hyatt чатботи й AI-консьєржі обробляють тисячі запитів щодня, підвищуючи ефективність сервісу й задоволеність клієнтів [2].

Статистичні дані підтверджують, що цифровізація стимулює економічну ефективність галузі. В Україні у 2024 році туристична сфера сплатила до бюджету майже 2,938 млрд грн податків, що на 43% більше, ніж у 2023 році, а внесок готелів склав 1,954 млрд грн або 66,5% загальних надходжень. Водночас у Європі відновлення міжнародного туризму призвело до 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів у 2024 році, що на 11% більше, ніж у попередньому році, і відповідало абсолютному приросту близько 140 млн осіб [2, с.16].

Зміни споживчої поведінки очевидні: тепер важливий не лише комфорт і ціна, а й емоційний досвід, інтерактивна взаємодія та соціальне підтвердження якості через відгуки й соціальні мережі. Турист стає співтворцем репутації закладу, а відгуки на платформах Booking чи TripAdvisor стають потужним чинником формування довіри і попиту [3].

Технології відіграють центральну роль. VR і AR дозволяють оглянути готель або курорт ще до поїздки, створюючи впевненість у виборі. IoT та «розумні» номери забезпечують контроль освітлення, температури, безпеки, а блокчейн гарантує безпечні платежі й зберігання даних. Мобільні застосунки та безконтактні сервіси спрощують бронювання і комунікацію, а аналітика великих даних оптимізує пропозиції та підвищує конкурентоспроможність [1].

Разом із цим цифровізація створює виклики: високі початкові витрати на технології, кіберризики, технологічну залежність і зменшення людської взаємодії. Однак здатність балансувати між цифровими інструментами й персоналізованим сервісом визначає сучасну конкурентоспроможність.

Цифровізація формує нову культуру споживання: турист стає автономним, вимогливим та орієнтованим на персоналізацію й соціальне підтвердження якості. Конкурентоспроможність закладу тепер визначається здатністю поєднати цифрові технології з етичним використанням даних, високим рівнем сервісу та людяністю, що робить гостинність цінною не лише економічно, а й соціально.

Список використаних джерел та літератури:

1. Барна М., Мельник І. Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
2. Івашко Л. Digitalization of the tourism and hospitality sector // *Смарт-економіка, підприємництво та безпека*. 2025. № 1, С. 16–28. DOI: 10.60022/sis.3.(01).2
3. Popovici R., Stanciu P. Current trends and influencing factors in tourist consumer behavior // *Revista de turism - studii și cercetări în turism*. 2025. DOI: 10.4316/rdt.40.3027