

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

Лучанська Ю.Г.

УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ..... 59

Саленко Андрій Сергійович

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЦІ MCKINSEY В
АНАЛІЗІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ 62

Ярмолюк Д.І., Новіцька С.О.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕС-ГОТЕЛЕМ
В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... 64

**ЗНАЧЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ТА
КУРОРТНОЇ СПРАВИ В СТВОРЕННІ УМОВ ДЛЯ РЕАБІЛІТАЦІЇ
УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ ТА ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ, ЩО
ПОСТРАЖДАЛО ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Баб'як О.В.

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОЗДОРОВЧИХ ПРОГРАМ
В УКРАЇНІ..... 68

Горшкова Л.О., Бойченко С.О.

ПОТЕНЦІАЛ WELLNESS-ГОТЕЛІВ У СИСТЕМІ МЕНТАЛЬНОГО
ВІДНОВЛЕННЯ В ПОВОЄННИЙ ЧАС..... 70

Лучанська Ю.Г., Малєєва І.О.

ІНКЛЮЗИВНИЙ СЕРВІС ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ
ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ..... 73

Торяник В.М., Подольський Д. Р.

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ІНТЕГРАЦІЇ WELLNESS & SPA
У ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОМУ ТУРИЗМІ..... 76

КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ

Кривенко С.В.

ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ..... 78

Лисенко О.В., Седлецька О.В., Круглик А.В.

ПОРІВНЯННЯ ФОРМАТІВ ГОТЕЛЬНОГО БРЕНДУ ING HOTELS &
RESORTS..... 80

Сазонець О.М., Чичерина К.О.

ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЯХ..... 83

КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ

Кривенко Сергій Вікторович

кандидат технічних наук, доцент

старший науковий співробітник

науково-дослідної лабораторії з

актуальних проблем менеджменту та гостинності

науково-дослідного інституту

Дніпровського гуманітарного університету

ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Реклама є ключовим компонентом готельної галузі, оскільки її продуктом є послуга. Такі фактори, як нематеріальність, нерозривність, мінливість якості та миттєве споживання, роблять готельний продукт складним комплексом споживчої цінності. З огляду на особливості готельної індустрії реклама є найважливішим інструментом маркетингу послуг та невід'ємною частиною маркетингового комплексу. У цих умовах готелі активно використовують потенціал свого бренду та іміджу через різні рекламні канали для просування своїх послуг[1].

Після визначення цільової аудиторії та точок взаємодії з клієнтами готель повинен оцінити та вибрати свої рекламні інструменти. У великих готелях це завдання зазвичай виконує відділ маркетингу, тоді як для менших готелів це доцільно доручити професійній ІТ-компанії, щоб заощадити час і кошти.

Основними інструментами цифрового маркетингу для готельної галузі є:

1. Релевантна цифрова реклама. Вона є дуже ефективною та недорогою. Цей вид реклами дозволяє готелям доносити рекламні повідомлення безпосередньо до своїх гостей. За допомогою ненав'язливої реклами готель може ефективно спілкуватися з потенційними гостями. Для цього виду реклами надзвичайно важливим є вибір правильних ключових слів. Такі сервіси, як Wordstat, Google Analytics та AdWords, допомагають готелям визначати релевантні пошукові запити. Релевантна цифрова реклама має багато переваг порівняно з іншими формами реклами. Цей вид реклами допомагає охопити потенційних гостей, які шукають готель у конкретному місці.

Релевантна цифрова реклама забезпечує майже миттєві результати. Оскільки вона є недорогою, готелі з обмеженим бюджетом також можуть використовувати цю рекламу. Гнучкі налаштування дозволяють готелям встановлювати рекламні пріоритети відповідно до бюджету, регіону та інтересів клієнтів, а також відстежувати результати в режимі реального часу.

2. Медійна відео реклама демонструє рекламні ролики цільовій аудиторії на різних веб-сайтах. Вона надає додаткові рекламні та маркетингові можливості завдяки використанню стандартних платформ, таких як YouTube, а також партнерських платформ Google, наприклад Facebook та Instagram.

Варіанти медійної відео реклами підкреслюють унікальні особливості готелю, залишаючи позитивне враження на клієнтів та викликаючи інтерес до готельної галузі. Переваги цього виду реклами включають максимальне охоплення цільової аудиторії, привернення її уваги без значних витрат, низьку вартість за перегляд та високий рівень залученості[2].

Сучасні рекламні агентства значною мірою покладаються на цифрові технології для створення рекламних кампаній. З цією метою вони аналізують маркетингові комунікації та діяльність конкурентів, координують і ретельно контролюють рекламний процес, забезпечують узгодженість у всіх цифрових каналах та аналізують ефективність рекламних заходів. Цифровий маркетинг продовжуватиме розвиватися та розширюватися[3]. Цифрові технології допомагають готелям охопити ширшу клієнтську базу та збільшити свої доходи. Цифровий маркетинг формує позитивний імідж готелю серед клієнтів та зміцнює лояльність до бренду.

Список використаних джерел та літератури:

1. 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.
2. 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.
3. Сазонець О.М., Гессен А.Є., Седлецька О.В., Яковлева-Мельник Н.Г. Електронний маркетинг і графічний дизайн у готельному бізнесі. *Ефективна економіка*. 2025. № 4. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/issue/archive> (дата звернення: 25.04. 2026 р.).