

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

а також «Прапор» або «Вимпел», допомагають візуально відобразити психологічний стан учасників ринку в неоднозначних ситуаціях.

Ефективна торгова стратегія ґрунтується не на одному індикаторі, а передбачає комплексний підхід. Лінії тренду визначають загальний напрямок, осцилятори вказують точний момент для укладення торгових угод, а обсяг торгів гарантує надійність ринкових сигналів. Лише шляхом узгодження концепцій методики технічного аналізу з динамікою сировинних ринків можна розробити надійну та прибуткову модель прогнозування для ринків капіталу.

Список використаних джерел та літератури:

1. Oleksii A. Dzhusov, Mykola V. Didenko. Airbus A400M program as the next phase of European defense cooperation: management issues. American International Journal of Business Management (AIJBM) Volume 8, Issue 8 (August - 2025). URL : <https://www.aijbm.com/wp-content/uploads/2025/08/H8887104.pdf>. (дата звернення: 10.05.2025).
2. Фрідсон М., Альварес Ф. Аналіз фінансової звітності: практичне керівництво. 4-те вид. Нью-Йорк : Джон Вайлі та сини, 2011. 528 с.
3. Мерфі Д. Дж. Технічний аналіз фінансових ринків: Повний посібник із методів та прийомів торгівлі : пер. з англ. Нью-Йорк : Нью-Йоркський інститут фінансів, 1999. 576 с.
4. McCarthy P. S. Transportation Economics: Theory and Practice : textbook. Malden : Blackwell Publishing, 2001. 592 p.

Лисенко Олена Вікторівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу,
Дніпровського гуманітарного університету

Половний Артем Володимирович

здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Дніпровського гуманітарного університету

РОЗВИТОК МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ MARRIOTT

Історія компанії почалась в 1927 р. в м. Вашингтон. Подружжя Джон Уїллард та Еліс Марріотт відкрили невелику точку продажів прохолодних напоїв A&W Root Beer. Трохи пізніше до меню додали гарячі страви та

перейменували в The Hot Shoppe. Заклад знаходився поруч з летовищем і Джон Уїллард Марріотт домовився постачати харчування на борти літаків. Марріотт уклав успішні контракти з наступними авіакомпаніями: Eastern American, United і Capital Airlines.

Компанія The Hot Shoppe стала успішною і зросла до мережі ресторанів, які відкривали поруч з жвавими трасами. А вже в 1957 р. родина Марріотт відкрила свій перший мотель Twin Bridges Marriott Motor Hotel у Вірджинії на 365 номерів. Номери було обладнано радіо, телевізором, кондиціонером та телефоном. На території готелю працював ресторан Hot Shoppe. Та також працювали:

- басейн,
- зона відпочинку,
- паркування,
- перукарня,
- універсальний магазин,
- заправна станція.

В 1980 роках відбулося стрімке розширення цього готельного бізнесу та відкриття бренду середнього цінового сегменту Courtyard.

В 1993 р. компанія поділилась на дві: Marriott International та Host Marriott Corporation. З 1995 року ці компанії придбали бренди Ritz-Carlton та Renaissance. В 2016 році відбулося злиття з преміальним готельним брендом Starwood. З цього моменту Marriott - найбільша в світі готельна мережа за кількістю номерів.

На сьогодні Marriott International - це глобальна корпорація, яка включає майже 7000 готелів і яка має 13 мільярдів доларів щорічного обороту. Керує корпорацією сім'я Марріотт [1].

Marriott International - 3700 готелів в світі (67 країн). Номерний фонд - 500 тис. номерів. Також компанія керує 18 брендами мережових однотипних готелів помірного цінового сегменту.

Мережа готелів Marriott має власну філософію: «Put People First» (Люди - на першому місці), що означає:

- повагу до гостей,
- повагу до співробітників,
- створення безпечної та спокійної атмосфери перебування,
- високі стандарти обслуговування,
- перевершення очікувань гостей,
- індивідуальний підхід.

Засновники Marriott казали: «Якщо подбати про співробітників, вони подбають про клієнтів, а клієнти повернуться» [1].

Стандарти обслуговування передбачають комфорт та безпеку перебування, уважне ставлення до найменших деталей, вдалих консьєрж-сервіс. В цій корпорації діє певна корпоративна культура, що бере початок від сімейного бізнесу. Цінуються професіоналізм, досконалість та турбота про

гостей. Саме ці принципи допомагають мережі залишатися одною з перших у сфері гостинності.

Зараз Marriott володіє майже 30 готельними брендами [2], наприклад:

- Рітц-Карлтон - бренд світового класу з ексклюзивними зручностями і сервісом.

- JW Marriott - вишукана розкіш, повний спектр послуг.

- W Hotels - сучасний, яскравий та модний стиль життя.

- Le Meridien - вишуканий європейський стиль.

- Design Hotels (Дизайнерські готелі) - бутик - готелі, зосереджені на дизайні, мистецтві та культурі.

- Residence Inn - номери класу «люкс», призначені для тривалого проживання.

Розглянемо приклад готелю мережі Marriott в Польщі.

Courtyard by Marriott Warsaw Airport 4* [3].

Готель розташовано у районі Frederic Chopin Airport міста Варшава.

Найближче летовище - летовище Варшава Шопен (Аеропорт Окенце) - 590 м.

Популярні визначні пам'ятки поруч:

- Warszawa Lotnisko Chopina Station - 140 м.

- Tourist Information Centre - Airport - 160 м.

- Warsaw tap water - 170 м.

- Lazienki Krolewskie w Warszawie - 6,5 км.

- Muzeum Powstania Warszawskiego - 6,9 км.

- Palace of Culture and Science - 7,2 км.

- Nowy Swiat - 7,9 км.

- Copernicus Science Centre - 8,7 км.

Вибір номерів:

- Deluxe Room, Guest room, 1 King - 26 м², 2 дорослих, 1 ліжко King.

- Grand Superior room, Larger Guest room, 2 Double - 32 м², 3 дорослих, 2 двоспальних ліжок.

- Deluxe Room, Guest room, 2 Twin - 26 м², 2 дорослих, 2 односпальних ліжка.

- Superior Room, Guest room, 1 King - 26 м², 2 дорослих, 1 ліжко King.

- Junior Suite, 1 Bedroom Junior Suite, 1 King, Sofa bed, Airport view - 52 м², 2 дорослих, 1 ліжко King та 1 диван-ліжко.

- Grand Superior room, Larger Guest room, 1 King, Corner room - 32 м².

- Superior Room, Guest room, 2 Double - 26 м².

- Chopin Suite, 1 Bedroom Presidential Suite, 1 King, Airport view, Top floor - 73 м². Макс. 2 дорослих 1 ліжко King.

- Superior Room - 26 м², 4 дорослих, 2 двоспальних ліжок або 1 ліжко King.

- Deluxe Room - 26 м². 3 дорослих, 2 односпальних ліжок або 1 ліжко King.

Особливості: комфорт номерів і якість, доступність з летовища.

Зручності: ресторани, бар, паркування, кафе, безкоштовний WI-FI, обслуговування в номерах, цілодобова рецепція.

Висновок. Мережа готелів Marriott є найбільшим готельним оператором світу, яка керує брендами вже майже 40 років. Штаб квартира мережі знаходиться в США, а готелі розташовані в 120 країнах світу. Marriott це - бренд світового класу з ексклюзивними зручностями та сервісом і ввічливим персоналом.

Список використаних джерел та літератури:

1. Уїллард Марріотт: історія успіху/ URL : <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/uillard-marriott-istoriya-uspikhu.html/>
2. Що таке 30 брендів Marriott? <https://blog.gettransfer.com/uk/transfer-tips-lifehacks/what-are-the-30-marriott-brands/>
3. Courtyard by Marriott Warsaw Airport 4*. URL : https://www.agoda.com/courtyard-warsaw-airport_4/hotel/warsaw-pl.html?cid=1844104&ds=ICP7w8oDj3mvMQdz

Лучанська Юлія Геннадіївна

викладач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету
ORCID 0009-0005-8234-6965

**УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ЗАКЛАДУ**

Сучасний ресторанний бізнес функціонує в умовах динамічних змін економічного середовища, посилення конкурентної боротьби та зростання вартості матеріальних ресурсів. У таких умовах особливої актуальності набуває проблема ефективного управління собівартістю продукції ресторанного господарства, оскільки саме цей показник визначає рівень рентабельності підприємства, його фінансову стійкість та конкурентоспроможність на ринку [1]. Раціональне управління витратами дозволяє не лише забезпечити стабільність функціонування закладу, але й створити умови для його подальшого розвитку.

Собівартість продукції ресторанного господарства формується під впливом значної кількості чинників, серед яких важливе місце займають витрати на закупівлю сировини, оплату праці персоналу, енергоносії, логістичне забезпечення та експлуатацію технологічного обладнання [2].