

УДК 338.48:640.4

А-43

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

А-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

ЗМІСТ

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР КОНСОЛІДАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН СВІТУ

Джелела Р.І. ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ МАРКЕТИНГУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ.....	8
Коннік А.Є. МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ..	10
Москалець Д.В. РОЗВИТОК РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ В СВІТІ.....	12
Нога К.С. НАПРЯМКИ РОБОТИ ГОТЕЛЮ AQUA LIFE TOWER (БОЛГАРІЯ).....	15
Слюсар Є.Д. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	17
Кирик Н.О. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В УМОВАХ ПОСТКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ.....	19
Терентенко Д.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	21
Терентенко Д.В. РОЗВИТОК КУРОРТНОЇ СПРАВИ В РЕСПУБЛІЦІ КІПР.....	23
Чорний Ю.А. СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	26
Бугасова М.С. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ.....	28

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Ботвінов А.Р. ЗАГАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	31
Городяненко Д.О. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	33

3. Тури і ціни на відпочинок в готелі Aqua Life Tower Sports&Hotel 3* 2025-2026/ URL : <https://farvater.travel/uk/hotel/bg/aqua-life-tower/> (дата звернення: 10.12.2025 р.).
4. Aqualife спортивний комплекс (Кранєво). URL : <https://lp.flametur.kiev.ua/aqualifekanikulybolgaria> (дата звернення: 10.12.2025 р.).

Слюсар Євгенія Дмитрівна

здобувачка вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Сазонець Ігорь Леонідович

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

З огляду на сучасний стан туристичної галузі, конкуренція між готелями постійно зростає. Тому вже недостатньо просто надавати високоякісні послуги — важливо вміти правильно позиціонувати готель на ринку та ефективно просувати його серед цільової аудиторії. Позиціонування визначає те, як клієнти сприймають готель, які образи викликає його назва та чому вони обирають саме цей готель, а не інші.

Позиціонування готелю залежить від його унікальних характеристик — розташування, рівня послуг, цінової політики, дизайну, атмосфери, а також цінностей, які він передає своїм гостям. Успішний імідж створюється за допомогою поєднання візуального стилю, комунікації в соціальних мережах, якості послуг і позитивних відгуків клієнтів. Наприклад, бізнес-готель зосереджується на комфорті ділових мандрівників, конференц-залах і швидкому обслуговуванні, тоді як курортний готель зосереджується на тиші, природі та можливості відпочити з усією родиною[1].

Сьогодні неможливо просувати готельні послуги без сучасних маркетингових інструментів. Основний акцент робиться на онлайн-комунікації: управління сторінками в соціальних мережах, співпраця з блогерами, робота з відгуками на сайтах бронювання, таргетована реклама та просування веб-сайту через пошукові системи. Ці інструменти допомагають не тільки залучити нових гостей, але й зміцнити довіру до бренду та продемонструвати реальну атмосферу та переваги закладу[2].

Побудова довгострокових відносин з клієнтами є важливим аспектом просування. З цією метою готелі активно впроваджують програми лояльності,

персоналізовані пропозиції та винагороди для постійних гостей. Використання CRM-систем дозволяє відстежувати переваги клієнтів, автоматизувати комунікації та покращувати якість обслуговування[2].

Слід зазначити, що цифровізація кардинально змінює підхід до позиціонування готельних послуг. Все більше закладів використовують технології штучного інтелекту для персоналізації досвіду гостей, онлайн-реєстрації, мобільні додатки та чат-боти для бронювання та комунікації. Ці рішення не тільки полегшують процес обслуговування, але й підвищують задоволеність клієнтів. Крім того, завдяки аналізу даних готелі можуть точніше визначати свої сильні сторони та адаптувати своє позиціонування до вимог ринку.

Позиціонування та просування тісно пов'язані між собою: без чітко визначеного іміджу готелю неможливо побудувати ефективну маркетингову стратегію, а без просування неможливо донести цей імідж до споживача. Тому головним завданням сучасних готельних компаній є створення інтегрованого бренду, який буде зрозумілим, привабливим і емоційно близьким клієнтам[3].

Таким чином, правильне позиціонування та активне просування готельних послуг забезпечують стабільний розвиток, визнання та успіх на конкурентному ринку гостинності.

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 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.nauka.com.ua/index.php/ee/issue/archive> (дата звернення: 25.04. 2025 р.).
3. Сазонець І.Л., Джинджоян В.В., Яковлева-Мельник Н.Г., Седлецька О.В. Позиціонування дизайну в маркетингових стратегіях готельно-ресторанного бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 8. С. 42 – 46.