

УДК 338.48:640.4

A-43

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

A-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

У ресторані подають австрійські національні страви: морквяний суп, Tafelspeis (відварена яловичина — популярна страва венської кухні, що походить з Відня. Найважливішим інгредієнтом цієї страви є не тільки м'ясо, але й густий подвійний бульйон, смажена картопля та соуси, що супроводжують м'ясо) та стейк тартар. Ресторан також славиться своїми зальцбургськими булочками, шоколадним суфле та яловичиною зі шпинатом. Обслуговування в ресторані вважається швидким, а ціни — низькими.

Висновок. Найстаріші ресторани світу приваблюють відвідувачів не тільки своєю багатою історією або природними пам'ятками. Ці ресторани славляться своєю смачною, високоякісною кухнею, а рецепти, за якими готують їхні фірмові страви, вдосконалювалися протягом сотень років. Іншими словами, ці ресторани мають довгу історію і добре зарекомендували себе завдяки смачній їжі, а також досвіду декількох поколінь кухарів.

Список використаних джерел та літератури:

1. 12 найстаріших ресторанів у світі, які працюють донині. URL : <https://mapme.club/poradi/7007-12-najstarishix-restoraniv-u-sviti-yaki-pracyuyut-donini.html> (дата звернення: 10.12.2025 р.).
2. Рейтинг найстаріших ресторанів світу. URL : <https://monitorpress.info/uk/news/12541-sklali-rejting-najstarishikh-restoraniv-svitu> (дата звернення: 10.12.2025 р.).
3. The Old House URL : <https://www.historyhit.com/locations/the-old-house-1147> (дата звернення: 10.12.2025 р.).
4. St. Peter Stifts Kulinarium. URL : <https://ru.restaurantguru.com/St-Peter-Stiftskeller-Salzburg-2>. (дата звернення: 10.12.2025 р.).

Нога Крістіна Сергіївна

здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Лисенко Олена Вікторівна

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

НАПРЯМКИ РОБОТИ ГОТЕЛЮ AQUA LIFE TOWER (БОЛГАРІЯ)

Готель Aqua Life Tower розташований за 300 метрів від берега Чорного моря в містечку Краніво (Болгарія, північний схід Болгарії, за 24 км від Варни і 42 км від Дубрени, між курортами Араняск і Альбіна, двома великими

курортами Болгарії. Загальна площа комплексу становить 40000 квадратних метрів. Він є частиною спортивно-готельного комплексу AquaLife [1].

Його мета — забезпечити проживання сім'ям з маленькими дітьми. Тип готелю: пляжний готель. Розташований за 22 км від аеропорту Варни. Для гостей доступний трансфер.

Готель пропонує номери типу DBL (Dbl Standard 2+1), TWIN та «апартаменти». Безкоштовний Wi-Fi у готелі. номери мають балкон, вид на море, сейф та окрему ванну кімнату з душем. номери прибираються щодня.

номери типу «апартаменти» мають кухню з чайником, холодильником, мікрохвильовою піччю та посудом. У номерах є телевізор, телефон, фен та кондиціонер.

У комплексі є невеликий безкоштовний басейн з шезлонгами та парасольками. Послуги готелю [2]: конференц-зал, банкетний зал, Wi-Fi, автостоянка, пральня, прибирання. Розваги - настільний теніс, фітнес-клуб, аніматори (безкоштовно). За додаткову плату - водні види спорту, масаж, сауна, турецька лазня.

Серед спортивних зручностей готель пропонує:

- Відкритий та закритий спортивний майданчик.
- Тренажерний зал.
- Міні-футбол.
- Баскетбольний майданчик.
- Волейбольний майданчик на території готелю.
- Футбольне поле.
- Прокат велосипедів.
- Майданчик для пляжних видів спорту.
- Танцювальні зали.
- Зали для хореографії.

Спортивні споруди є частиною комплексу AquaLife і використовуються спортивними командами. Індивідуальні туристи можуть користуватися ними за додаткову плату. У комплексі є спортивний табір для дітей та молоді. Це спортивний комплекс міжнародного рівня.

Комплекс може одночасно прийняти до 1400 спортсменів з 45 видів спорту. Інфраструктура комплексу призначена для організації таборів і змагань [4]. Види спорту: волейбол, баскетбол, гімнастика, гандбол, плавання, водне поло, синхронне плавання, футбол, танці. Тут часто проводяться тренувальні збори болгарської команди з плавання та команди з водного поло Kinef LLC.

Список використаних джерел та літератури:

1. Aqua Life Tower Hotel. URL : <https://joinup.ua/uk/hotel/38181> (дата звернення: 10.12.2025 р.).
2. Готель Aqua Life Tower. URL 3*. URL : <https://www.poehalisnami.ua/ua/hotels/bolgariya/kranevo/aqua-life-tower> (дата звернення: 10.12.2025 р.).

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,