

кафедра
туристичного
бізнесу та
рекреації
ОНТУ



Матеріали

міжнародної науково-практичної
конференції "Туристичний бізнес
та гостинність: влада, бізнес,
наука та освіта в єдиному векторі
розвитку"

Міжнародні партнери з Молдови, Румунії, Болгарії,
Польщі



25 вересня 2025

Робочі мови:
українська, англійська

Одеський національний технологічний університет
Академія економічних наук Молдови (AESM), (Республіка Молдова)
Бухарестський університет «Artifex», (Румунія)
Варненський університет менеджменту (VUM), (Республіка Болгарія)
Вище училище з агробізнесу і розвитку регіонів, (Республіка Болгарія)
Комратський державний університет (Республіка Молдова)
Познанський економічний університет, (Республіка Польща)
Сілезька Академія, (Польща)
Торгово-кооперативний університет Молдови (TCUM), (Республіка Молдова)
Навчально-науковий інститут готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та
єнології ім. О.О. Преображенського
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



**ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС ТА ГОСТИННІСТЬ:
ВЛАДА, БІЗНЕС, НАУКА ТА ОСВІТА В ЄДИНОМУ ВЕКТОРІ
РОЗВИТКУ**

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

24-25 вересня 2025 року

Одеса – 2025

УДК 338.48:640.4

Туристичний бізнес та гостинність: влада, бізнес, наука та освіта в єдиному векторі розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (24 - 25 вересня 2025 року). - Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2025. - 159 с.

Науковий редактор Добрянська Н.А. – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри туристичного бізнесу та рекреації Одеського національного технологічного університету

Редакційна колегія: Крупіца І.В. – д.е.н., професор; Лебедєва В.В. – д.е.н., професор; Ліганенко М.Г. – к.т.н., доцент; Саркісян Г.О. – д.е.н., професор; Саленко Л.Р. – асистент; Трішнін Ф.А. – к.т.н., доцент; Шекера С.С. – к.е.н., доцент; Шепелева О.В. – PhD, доцент.

У збірнику представлено роботи науковців, молодих вчених, аспірантів, здобувачів, у яких висловлено результати теоретико-аналітичних досліджень та практичні пропозиції з питань розвитку туристичного бізнесу та рекреації.

Тези надано в авторській редакції. За виклад, зміст, достовірність та якість наданих матеріалів відповідають автори.

Призначений для фахівців, науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти.

СЕКЦІЯ 2 ІННОВАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

<i>Ахмедова О.О.</i> Стратегічна роль інформаційних технологій у сфері гостинності.....	42
<i>Березівська О.Й.</i> Сrm-системи як інструмент підвищення ефективності продажів у туризмі.....	44
<i>Бовш Л.А., Коробер І.О.</i> Цифровізація ресторанного бізнесу у контексті економічної, соціальної та екологічної ефективності.....	46
<i>Брайко М.Г., Мірошніченко М.Г.</i> Контент-маркетинг для просування садиби «Козацька родина».....	48
<i>Ганжа К.І., Романчук Л.Д.</i> Інструменти емоційного маркетингу у ресторанному бізнесі.....	50
<i>Даниленко В.В.</i> Розвиток інклюзивного туризму через цифрову доступність онлайн-сервісів.....	53
<i>Камушков О.С., Назаров Г.М.</i> Інновації та цифровізація у сфері туризму та гостинності.....	55
<i>Kolodiazhna V.O.</i> Innovative models of interaction between organic production and digital tourism in the sustainable development paradigm.....	56
<i>Крупа М.О.</i> Інноваційні підходи у готельно-ресторанному сервісі як чинник підвищення конкурентоспроможності туристичних об'єктів.....	58
<i>Круніца І.В., Данукалова О.С.</i> Інновації та цифровізація у сфері туризму та гостинності.....	60
<i>Круніца І.В., Ковальчук О.І.</i> Туризм як складова рекреації.....	62
<i>Марченко О.А., Сальнікова М.В.</i> Інноваційні моделі управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства.....	64
<i>Мерчанський В.В.</i> Роль цифрових технологій у формуванні конкурентних переваг в індустрії туризму та гостинності.....	66
<i>Ремігайло І.Ю.</i> Revenue management, як цифровізація у сфері гостинності.....	68
<i>Романюк І.А., Грідіна К.Р.</i> Інноваційні підходи до аналізу поведінки туристів у соціальних мережах.....	70
<i>Саленко Л.Р., Смирнов М.О.</i> Туристично-рекреаційний потенціал сільських територій та перспективи агротуризм.....	72
<i>Свид Б.</i> Проблеми ресурсного забезпечення цифрової трансформації туристичних дестинацій.....	74
<i>Стадник М.Є.</i> Цифровізація готельно-ресторанної сфери.....	76
<i>Трішнін Ф.А.</i> Нові формати рекреаційних подорожей: поєднання відпочинку та відновлення психоемоційного стану.....	78
<i>Тютюнник С.В., Ландар Д.Ю., Яценко Д.С.</i> Використання цифрових інноваційних технологій у сфері туризму та гостинності.....	80
<i>Шекера С.С., Ніколаєва І.В.</i> Smart-освітлення та екологічні технології як складові модернізації міських парків.....	83

СТРАТЕГІЧНА РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Ахмедова О.О., д.н.держ.упр, доцент

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Індустрія гостинності охоплює широкий спектр підприємств від міжнародних мереж і курортних комплексів до невеликих незалежних операторів. Природньо, що рівень цифровізації на різних підприємствах істотно відрізняється. В той час як одні компанії швидко впроваджують нові технології, насамперед у взаємодії з клієнтами, інші реагують повільніше. Останні десятиліття позначені прискореним переходом до цифрових рішень під впливом технічного прогресу, зростання витрат і підвищених очікувань споживачів, що змушує навіть маленькі заклади застосовувати більш сучасні підходи.

Традиційно інформаційні технології використовувалися для підтримки базових операцій, таких як бронювання номерів, управління тарифами, маркетингу та реклами. Згодом спектр розширився до автоматизації процесів і покращення досвіду гостей за допомогою інноваційних рішень: мобільних додатків, соціальних мереж, аналітики, доповненої та віртуальної реальності, штучного інтелекту, робототехніки [1]. Це висуває нові вимоги до ІТ-стратегії, яка має інтегрувати сучасні технології та забезпечувати безпеку й узгодженість даних.

Дослідження підкреслюють [1 - 3], що в сучасному суспільстві інформаційні технології є ключовим чинником конкурентоспроможності закладів сфери гостинності. Водночас швидке впровадження цифрових рішень створює ризики фрагментації систем і вимагає стратегічного узгодження ІТ з бізнес-цілями. Таким чином, цифровізація виступає не лише технічним, а й управлінським викликом, що визначає стійкість та інноваційність індустрії гостинності [3].

Зважаючи на вищевикладене, вважаємо, що для визначення стратегії розвитку, будь-яке підприємство гостинності має поставити перед собою питання щодо масштабу використання інформаційних технологій у своїй роботі. Так, до базових технологій відносять ті, без яких неможливо уявити сучасну роботу підприємства (наявність інтернету, вебсайту, аккаунту хоча б в одній соціальній мережі), що створюють умови для подальшого впровадження інших, більш просунутих рішень та інновацій. Серед просунутих технологій виділяють мобільні застосунки, роботу з великими даними та використання штучного інтелекту, технології самообслуговування, віртуальну та доповнену реальність, е-комерцію і соціальну комерцію, смарт-технології управління автоматизованими системами у готельно-ресторанному бізнесі [2].

У контексті автоматизації для ресторанів і готельно-ресторанного бізнесу слід окремо підкреслити важливість сторонніх інформаційних та цифрових сервісів, тобто зовнішнього програмного забезпечення, платформ чи обладнання, які можуть інтегруватися з основною системою для розширення її функціоналу. Такі інтеграції забезпечують безперебійну, автоматизовану та комплексну роботу. Основні типи сторонніх сервісів, які зазвичай інтегрують із системами готелів і ресторанів включають:

платіжні системи та термінали, інтеграція яких дозволяє швидко й безпечно здійснювати оплату як офлайн, так і онлайн безпосередньо через POS-системи;

платформи доставки та e-commerce, які забезпечують отримання замовлень ресторанами безпосередньо з платформ доставки у POS або кухонні системи;

системи бронювання та ОТА (онлайн-турагентства), які надають користувачам можливість порівнювати й обирати готелі, авіаквитки, туристичні пакети та спеціальні пропозиції. Їх інтеграція з готельними системами управління (PMS) забезпечує автоматичне оновлення доступності номерів і бронювань;

бухгалтерське та фінансове програмне забезпечення, яке є критично важливим для бізнесу та охоплює автоматизований облік, податкову звітність, фінансовий аналіз і контроль запасів;

фіскальне обладнання / податкові рішення – обов'язкові фіскальні касові апарати та програмні РРО, які забезпечують дотримання податкового законодавства щодо видачі цифрових чеків;

CRM, email і SMS-маркетингові спеціалізовані інструменти і рішення, які інтегруються з різними месенджерами; відстежують завдання, автоматизують відправку та аналіз повідомлень тощо, допомагають відстежувати поведінку гостей, управляти їх даними, автоматизувати персоналізовану комунікацію й акції;

платформи, що забезпечують планування зустрічей, промо-кампаній, управління роботою з клієнтами;

мобільні додатки для гостей ресторанів і готелів: QR-меню, цифровий room service тощо, для покращення досвіду гостей та забезпечення безконтактного сервісу;

сервіси кібербезпеки й резервного копіювання, що гарантують збереження даних, захист від вірусів, роботу міжмережевих екранів і дистанційний моніторинг.

Таким чином, більшість технологій дають фінансовий ефект у вигляді приросту доходів або оптимізацію витрат через автоматизацію й аналітику; підвищують конкурентоспроможність; покращують якість послуг і досвід гостя завдяки персоналізації і розумним сервісам, що зменшують час обслуговування, кількість помилок персоналу; оптимізують використання технологічних і людських ресурсів; прискорюють адаптацію до волатильного попиту й дають змогу швидко масштабувати/переконфігурувати процеси; стають каталізатором інновацій – створення нових сервісів, інструментів, бізнес-моделей.

В той же час роль ІТ-стратегії як інструменту управління цифровою трансформацією підприємства може викликати низку ключових проблем, що потребують подальшого вивчення. Насамперед це кадровий дефіцит і необхідність розвитку цифрових компетентностей, управління змінами та культурною трансформацією, а також вивчення і розрахунок доцільності і рівня впровадження інформаційних технологій в залежності від рівня і статусу мережі чи підприємства сфери гостинності.

Загалом інформаційні технології у сучасній індустрії гостинності виконують ключову стратегічну функцію, оскільки поєднують операційну ефективність, інноваційність та створення конкурентних переваг. Вони забезпечують не лише автоматизацію базових процесів, а й формують нову якість клієнтського досвіду завдяки мобільним застосункам, CRM-системам, інструментам персоналізації та інтеграції зі сторонніми сервісами.

Таким чином, ІТ-стратегія в індустрії гостинності має розглядатися не як допоміжний інструмент, а як основа довгострокової стійкості й конкурентоспроможності підприємств, що визначає їхню здатність до інновацій та інтеграції у глобальну цифрову економіку.

Список використаних джерел:

1. Wynn, M., & Lam, C. (2023). Digitalisation and IT strategy in the hospitality industry. *Systems*, 11, 501. <https://doi.org/10.3390/systems11100501>
2. Iranmanesh, M.; Ghobakhloo, M.; Nilashi, M.; Tseng, M.-L.; Yadegaridehkordi, E.; Leung, N. (2022). Applications of Disruptive Digital Technologies in Hotel Industry: A Systematic Review. *Int. J. Hosp. Manag.* 2022, 107, 103304. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103304>

3. О.О. Ахмедова, І.О. Єрмаков. (2024). Публічне управління у галузі туризму та гостинності в умовах невизначеності. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права / Розділ 2 Механізми публічного управління, № 5 (2024): <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/663/598>