



ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

VI МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

13-14 листопада 2025 року

ЛЬВІВ

Рецензенти:

доктор технічних наук, професор

Василь ПАСІЧНИЙ

(Національний університет харчових технологій)

доктор економічних наук, професор

Оксана ДАВИДОВА

(Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця)

доктор економічних наук, професор

Наталія ПАВЛЕНЧИК

*(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана
Боберського)*

Рекомендувала до друку Вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана
Боберського*

С89

Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп.

VI Міжнар. наук.-практ. конф. (13–14 листопада 2025 року, м. Львів). – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2025. – 682 с.

Збірник містить матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності», яка відбулася 13–14 листопада 2025 року. У тезах доповідей висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; інновації харчових технологій та продукції ресторанного господарства; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства; визначення шляхів розширення зв'язків між вищою освітою та бізнес-середовищем; удосконалення підходів до професійної підготовки висококваліфікованих фахівців з управління та адміністрування і сфери обслуговування.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії гостинності.

УДК 338.483.13:392.72(043.2)

Матеріали публікуються в авторській редакції

І секція СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Olena Ahmedova RETENTION STRATEGIES FOR YOUNG PROFESSIONALS IN TOURISM AND HOSPITALITY	26
Oksana Davydova INNOVATIVE RISK MANAGEMENT IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES: A SCIENTIFIC AND PRACTICAL ASPECT	30
Vitalii Bezsonnyi INTEGRATION OF EU ECOLOGICAL STANDARDS (EU ECOLABEL, GREEN KEY) INTO THE HOSPITALITY PRACTICE OF UKRAINE	35
Dariusz W. Skalski, Nataliia Tsyhanovska, Bogdan Kindzer SZTUKA ZARZĄDZANIA W USŁUGACH HOTEŁARSKICH JAKO GŁÓWNY CZYNNIK ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ	38
Nataliia Tsyhanovska, Dariusz W. Skalski, Bogdan Kindzer SKUTECZNY PROCES ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REGIONU PRZEZ USŁUGI HOTEŁARSKIE	46
Світлана Сисоєва СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ВОЄННОГО СТАНУ	52
Nataliia Yakymenko-Tereshchenko, Veronika Aksionova THE IMPACT OF SERVICE INNOVATIONS ON THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS	56
Валентина Постова ТРАНСФОРМАЦІЯ СЕРВІСУ ПІД ВПЛИВОМ ОЧІКУВАНЬ ПОКОЛІННЯ Z У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	59
Владлен Жуков ТЕХНОЛОГІЇ БЕНЧМАРКІНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	62

Володимир Казаков, Данило Гонтар ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У СТВОРЕННІ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ (на прикладі Кривого Рогу)	455
Юрій Карпенко, Сергій Горонович ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЄЮ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	460
Андрій Сова ЕКСКУРСІЙНИЙ МАРШРУТ «УКРАЇНСЬКИЙ СПОРТИВНИЙ ЛЬВІВ КІН. ХІХ – ПЕРШОЇ ПОЛ. ХХ СТ.» (НА ПРИКЛАДІ ЖИТТЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФЕСОРА ТІЛОВИХОВАННЯ СТЕПАНА ГАЙДУЧКА)	463
Валерія Ковбій, Валентина Бурак, Альона Сорокіна ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМНИХ КОМУНІКАЦІЙ У РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРПРОДУКТУ (на прикладі туристичної агенції «Одіссея»)	469
Володимир Чорний, Мирослава Данилевич СПОРТИВНІ ІГРИ У РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ ЧОЛОВІКІВ ЗРІЛОГО ВІКУ	474
Дар'я Солов'янова, Валентина Бурак ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ	477
Валерія Суслова, Валентина Бурак, Альона Сорокіна УДОСКОНАЛЕННЯ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ПЕРЕМОГА»	481
Марта Мальська, Юрій Зінько, Христина Ардан АКТУАЛЬНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК РЕФЛЕКСІЯ НА ПОТРЕБИ СУЧАСНИХ ГОСТЕЙ	485
Володимир Худоба, Володимир Тимчук, Василь Триснюк, Андрій Делятинчук ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОШУКОВОРЯТУВАЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ГІРСЬКИХ МАРШРУТАХ СВИДОВЕЦЬКОГО МАСИВУ КАРПАТ	492

Володимир Казаков

Данило Гонтар

Криворізький державний педагогічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У СТВОРЕННІ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ (на прикладі Кривого Рогу)

У сучасних умовах цифрової трансформації туристична галузь переживає революційні зміни. Глобалізація та розвиток технологій створюють нові можливості для просування туристичних продуктів і залучення нових аудиторій. Однією з найперспективніших технологій є віртуальна реальність (VR), яка дозволяє створювати інтерактивні, занурюючі туристичні продукти, забезпечуючи дистанційну участь користувача у віртуальних турах, виставках та екскурсіях.

Об'єктом дослідження виступив процес створення туристичних продуктів із використанням технологій VR. Предмет дослідження – технологічні підходи та методичні засади застосування VR для розробки туристичних продуктів на прикладі Криворізької DESTИНАЦІЇ. Метою роботи стало визначення ефективних методів використання VR для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів та популяризації.

VR є інтерактивним комп'ютерним середовищем, яке моделює реальні або вигадані об'єкти та події, забезпечуючи ефект присутності. До основних характеристик VR найчастіше відносять: імерсивність – повне занурення користувача у віртуальний світ; інтерактивність – можливість взаємодії з об'єктами та середовищем; реалістичність – високоякісна графіка та автентичність відображення; мультисенсорність – стимуляція кількох органів чуття; реакція у реальному часі – миттєва відповідь системи на дії користувача; формат взаємодії – індивідуальний або колективний.

Когнітивний аспект VR включає активацію просторового мислення, уяви та орієнтацію у змодельованому середовищі. VR

застосовується не лише в освіті та спорті, а й у туризмі для створення інтерактивного та емоційного досвіду.

Світовий досвід впровадження VR показує, що у країнах Європи, Азії та Близького Сходу VR активно застосовується у туризмі. Прикладами можуть слугувати VR-тури древнім Римом в Італії, віртуальні тури до DMZ і палацу Кьонбоккун у Південній Кореї, VR-модель «Smart Dubai» в ОАЕ, VR-екскурсії для людей з обмеженими можливостями у Великобританії, VR-маркетинг готелів у США, віртуальні тури по Лувру в Парижі у Франції, VR-презентації місць, зруйнованих стихійними лихами в Японії та ін.

VR дозволяє туристам ознайомлюватися з об'єктами ще до відвідування, підвищує доступність туризму, сприяє збереженню культурної спадщини та формує емоційний зв'язок із дестинацією. *Фактично VR технології виступають фактичним прев'ю до реальних екскурсій.* І це треба розуміти, що *VR технології не можуть замінити реальні об'єкти, враження і особливо процес формування відчуттів, спілкування, отримання певних навичок під час екскурсій.*

Ще одним вагомим аргументом на користь VR є його доступність у використанні та багаторазовість контенту. Одного разу створений віртуальний тур може слугувати інструментом маркетингу та навчання протягом тривалого часу, зберігаючи високу якість презентації та можливість інтерактивної взаємодії. Крім того, сучасні VR-пристрої, дозволяють досягати високої чіткості зображення, автономності роботи та точного відстеження рухів користувача, що робить досвід максимально реалістичним та привабливим. Використання VR також сприяє розвитку соціальної взаємодії, адже інтегровані платформи дозволяють одночасну долю людей із різних регіонів світу, об'єднуючи їх у спільних подіях, екскурсіях чи навчальних заходах.

До переваг та викликів VR у туризмі можна віднести кілька показників. Серед *переваг* слід виділити: доступність – віртуальні подорожі без фізичного переміщення, економічність – зменшення витрат на транспорт, проживання та харчування, інтерактивність та емоційне залучення, персоналізація маршрутів за допомогою AI, AR, MR; екологічність – зменшення навантаження на природу. До певних *проблем* упровадження VR у туризмі можна віднести – висока вартість

створення контенту, обмежений доступ до VR-пристроїв і стабільного інтернету, втрата емоційної автентичності подорожі, відсутність стандартів та необхідність підготовки персоналу, психологічні та фізичні обмеження користувачів, втрата прямого, а інколи і фізичного контакту з екскурсійним об'єктом (наприклад, дегустації у гастрономічних турах провести дистанційно неможливо).

Водночас ефективне використання VR у туризмі потребує комплексного підходу, що включає якісну розробку контенту, доступність обладнання, навчання персоналу та продуману маркетингову стратегію. Лише поєднання технологічних інновацій із креативними ідеями та орієнтацією на потреби різних категорій туристів забезпечити стале зростання цієї технології та її інтеграцію як важливої складової туристичного досвіду.

У сучасних умовах цифровізації туризму Кривий Ріг поступово інтегрує інноваційні технології у популяризацію локальних дестинацій. Особливо актуальним є створення віртуальних турів. Це завдання стоїть у Програмі розвитку промислового туризму на період до кінця 2026 року. Для індустріальних міст, як Кривий Ріг, де туризм має специфічну індустріальну спрямованість, створення віртуальних турів відкриває нові можливості для залучення аудиторії з інших регіонів України та світу, навіть за умов воєнного стану. Це не лише сприяє формуванню позитивного іміджу дестинації, а й диверсифікує економіку.

Цифрові та VR-технології у розвитку туризму Кривого Рогу, на сьогоднішній день можна охарактеризувати наступним чином:

1. *Впроваджені VR та 360-тури*: на платформі TrueVirtualTours пропонує віртуальні маршрути містами України, включаючи Кривий Ріг; в рамках проєкту «Kryvyi Rih. Martian Chronicles», з понад 20 панорамними локаціями, урбаністичних та індустріальних краєвидів з постапокаліптичними картинками; знятий Кривий Ріг у *4K walking tour LaVieZine*, де місто представляється у вигляді високоякісного міського відеотуру. Метою такого туру є створення ефекту присутності, ознайомлення з атмосферою міста, використання для планування маршрутів та промоції, що забезпечує імерсивність, реалістичність та доступність на будь-яких пристроях, включаючи VR.

2. *Впроваджені VR у роботу музеїв та відео галереї.* Так, Криворізький історико-краєзнавчий музей використовує відеогалерею під Квітковими годинами (2D і 3D, англійська версія). Галерея доступна для різних аудиторій, поєднує традиційну музейну практику з цифровими технологіями. Для послуг відвідувачів є зручні диванчики та 15 спеціальних окулярів. Відеогалерея має чіткий графік роботи та доступні ціни на відвідування.

3. *Проведення онлайн-екскурсій.* Наприклад, під час ковіду викладачі-практики (практикуючі гіді) кафедри туризму та економіки КДПУ проводили трансляції до Південного ГЗК та інших районів міста з використанням цифрових технологій та інструментів (телефон, штатив, мікрофон). Це було віртуальне відвідування залізничного кар'єру. Проведення онлайн-екскурсій дало можливість показати панорамні види кар'єру, музей Південного ГЗК та геологію широкої аудиторії за межами міста. У 2020 році, з нагоди 245-ї річниці Кривого Рогу, Інститут розвитку міста разом із місцевими гідями запустив серію із семи півгодинних онлайн-екскурсій за одним маршрутом кожним районом міста.

4. *Створення у VR-360 серії відеофільмів* про різні індустриальні об'єкти і виробництва у Кривому Розі. Це подорожі до шахти «Тернівська» зі спуском під землю та видобутком залізної руди, коксохімічне виробництво, до велетенського залізничного кар'єру Південного ГЗК, виготовлення сталі та окремо сталевих дротів у сортопрокатному цеху металургійного комбінату «АрселорМіттал Кривий Ріг» та ін. Потребують віар-окулярів. Фільми широкого використовуються на різних фестивалях, виставках та подіях.

5. *Створення відеофільмів у VR-360 про маршрути активного туризму:* сплави річкою Інгулець, виготовлені туристичним клубом активного відпочинку «Pedali-Sandali» та веломаршруту містом від ГО «Ukrainian Bike Family».

В умовах воєнної години, обмежень безпеки чи складної логістики саме такі формати дозволяють зберігати інтерес до культурної та індустриальної спадщини, підтримувати імідж міста як відкритого та технологічного, а також створювати нові шляхи залучення аудиторій – від школярів до іноземних туристів.

Цифрові рішення стають невід’ємною складовою туристичної складової міста, яке ще донедавна не було туристичним.

Висновки. VR є потужним інструментом трансформації туризму, що поєднує маркетингові, освітні та соціальні функції. Його застосування дозволяє підвищити доступність, інклюзивність та створювати емоційно насичений досвід для користувачів. Успішне впровадження VR потребує якісного контенту, підготовки персоналу, продуманої маркетингової стратегії та технічної підтримки. Для Кривого Рогу VR може стати ефективним інструментом розвитку туристичної індустрії, залучення нових аудиторій та популяризації регіональних ресурсів.

Ключові слова: туристичний кластер, туризм, регіон.

Список використаних джерел:

1. Казаков В. Л. Старий залізорудний Кочубеївський рудник – потенційний скансен гірничої справи початку XX століття на Криворіжжі. Геологічні музеї і колекції: їх роль в науці, освіті та туризмі : матеріали наук.-практ. міжнар. конф. Львів : Каменяр, 2025. С. 170–172.

Наукове видання

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

*Збірник тез доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(13-14 листопада 2025 року, м. Львів)*

Матеріали публікуються в авторській редакції

Відповідальна за випуск

Марія Паска

Комп'ютерне верстання

Зореслав Романів

Дизайн

Зореслав Романів



**Львівський державний університет фізичної культури імені Івана
Боберського**

79007, м. Львів, вул. Костюшка, 11

тел. +38 (067) 3026120

<http://www.ldufk.edu.ua/>

e-mail: maria_pas@ldufk.edu.ua

ЛЬВІВ – 2025