

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
NATIONAL UNIVERSITY OF FOOD TECHNOLOGIES**



**HOTEL  
ASTORIA**

**XV INTERNATIONAL SCIENTIFIC  
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**INNOVATIVE  
TECHNOLOGIES  
IN HOTEL,  
RESTAURANT  
AND TOURISM  
BUSINESS**

**May 21, 2026 / Kyiv NUFT**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**XV МІЖНАРОДНА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ**

***ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ  
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА  
ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ***

**21 травня 2026 р.**

---

**Київ НУХТ 2026**

**XV International** Scientific and Practical Conference "Innovative Technologies in the Hotel, Restaurant and Tourism Business", May, 21, 2026. Book of abstract. NUFT, Kyiv, 2026. – 254 p.

The publication contains materials of **XV International** Scientific and Practical Conference "Innovative Technologies in the Hotel, Restaurant and Tourism Business".

The publication is intended for scientists and researchers who are engaged in definite problems in the Hotel, Restaurant and Tourism Business.

ISBN 978-966-612-427-5

© NUFT, 2026

---

**Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», 21 травня 2026 р. – К.: НУХТ, 2026 р. – 254 с.**

Видання містить матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі».

Розраховано на фахівців і дослідників, які пов'язані з означеними проблемами у готельно-ресторанному бізнесі.

ISBN 978-966-612-427-5

© NUFT, 2026

*Section 8 «Digital Technologies and Digitalization for the Globalization of The Hospitality and Tourism Industry»*

*Секція 8 «Digital технології й цифровізація для глобалізації індустрії гостинності та туризму»*

1. Шатило І.О., Шидловська О.Б.	
Інноваційні підходи до формування SMM-стратегії готельного підприємства.....	199
2. Нечипорук Д., Мельник І.Л.	
Digital технології як інструмент покращення якості обслуговування туристів.....	200
3. Батиченко С.П., Булатов Д.А.	
Цифрові технології у розвитку апарт-готелів як фактор глобалізації індустрії гостинності.....	201
4. Шейко Ю.О., Штик Є.В.	
Оцінка ефективності інструментів інтернет-маркетингу в діяльності закладів індустрії гостинності.....	203
5. Бигар Д. Д., Кравчук Р.С.	
Digital технології й цифровізація для глобалізації індустрії гостинності та туризму.....	205
6. Свінтрадзе М.К.	
SMM-просування туристичних агентств як інструмент цифрового маркетингу.....	207
7. Вінніченко І.М.	
Роль контенту, генерованого користувачами, у формуванні туристичного іміджу України в умовах війни.....	208
8. Ніколайчук О.А., Мордовцева Г. В.	
Сучасні тенденції управління маркетинговою діяльністю закладу готельного господарства.....	210
9. Купач Т.Г., Задрановська А.В.	
Цифровізація туристичної індустрії України в сучасних умовах.....	212
10. Ластовська В. Я., Дуга В. О.	
Цифрові інструменти візуалізації туристичних послуг у готельно-ресторанному бізнесі та туризмі: роль VR/AR-технологій.....	215

*Section 9 «Regional Tourism: Modern Challenges and Prospects»*

*Секція 9 «Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи.»*

1. Посухова Д.О., Бондар Н.П.	
Туристична інфраструктура та фактори, що формують попит на послуги харчування в м. Умань.....	218
2. Мельник І.Л.	
Сторітейлінг як інструмент маркетингових комунікацій у просуванні туристичної дестинації.....	220
3. Сологуб Ю.І.	
Заповідні території Полісько - столичного рекреаційного району: виклики та втрати воєнного часу.....	221
4. Сологуб Ю.І.	
Трансформація туристичного сектору Ізраїлю під впливом безпекових викликів регіонального характеру.....	223
5. Гінковська Н.С., Сологуб Ю.І.	
Значення та роль культурної спадщини у розвитку туристичної діяльності.....	225
6. Баєв В.В.	
Туристичний брендинг у розвитку малих територіальних громад України.....	226
7. Чорна Н.М.	
Шлях Святого Якова в Європі та Україні як інструмент популяризації культурної спадщини регіонів.....	227

## ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА ТУРИЗМІ: РОЛЬ VR/AR-ТЕХНОЛОГІЙ

Ластовська В. Я., здобувач

Дуга В. О., ст. викладач

*Херсонський державний аграрно-економічний університет  
(ХДАЕУ), м. Херсон (м. Кропивницький)*

Сучасна індустрія готелів і ресторанів переживає масштабну фазу цифровізації, що приносить із собою нові виклики та можливості. Глобальна пандемія COVID-19 підштовхнула швидке впровадження технології безконтактного обслуговування, онлайн-бронювання та управління через мобільні додатки. Однак дедалі важливішими стають інструменти цифрової візуалізації, які допомагають клієнтові заздалегідь оцінити готель, ресторан, туристичний маршрут чи сільську садибу. Тому розвиток туризму та готельно-ресторанного бізнесу дедалі більше залежить від здатності підприємств використовувати інноваційні цифрові інструменти для представлення своїх послуг. У цьому контексті інновації в туризмі доцільно розглядати як упровадження нових ідей, технологій, продуктів, послуг або бізнес-моделей, що покращують туристичний досвід, підвищують ефективність галузі та сприяють її сталому розвитку. Такі зміни охоплюють не лише технологічний складник, а й маркетинг, управління, логістику та створення туристичних продуктів, тобто всі етапи взаємодії туриста з дестинацією, готелем, рестораном чи туристичним маршрутом [3]. Отже, цифрові технології стають не допоміжним елементом просування, а однією з умов функціонування конкурентного туристичного продукту.

Особливого значення набуває цифрова візуалізація, оскільки туристичні та готельно-ресторанні послуги мають нематеріальний характер і часто оцінюються споживачем ще до моменту фактичного придбання. Потенційний турист або гість готелю прагне заздалегідь побачити простір проживання, атмосферу ресторану, якість сервісу, маршрут подорожі, природні чи культурні об'єкти. Тому VR- та AR-технології стають важливими інструментами формування довіри до послуги, посилення емоційного впливу та зниження невизначеності під час вибору. Віртуальна реальність дає змогу користувачеві зануритися у змодельоване 3D-середовище, тоді як доповнена реальність (AR) доповнює фізичний простір цифровими елементами [2]. Загальна схема роботи доповненої реальності в усіх випадках така: камера пристрою AR (смартфона, планшета тощо) знімає зображення реального об'єкта; програмне забезпечення пристрою проводить ідентифікацію отриманого зображення, поєднує реальне зображення з його доповненням і виводить кінцеве зображення на пристрій візуалізації [5].

У туристичному бізнесі VR використовується насамперед для створення

віртуальних турів і 360°-екскурсій, які дозволяють «відвідати» готелі, музеї, природні локації чи історичні пам'ятки ще до реальної подорожі [2]. Наприклад, для сільського туризму VR-тур може показати ландшафт, умови проживання, фермерське господарство, етнографічні локації, гастрономічні майстер-класи чи місцеві маршрути. У такий спосіб турист отримує не лише інформацію, а й попередній емоційний досвід перебування в конкретному середовищі. Це важливо для малих сільських садиб, які часто не мають потужних рекламних бюджетів, але можуть конкурувати завдяки автентичності, локальній кухні, природному середовищу та персоналізованій гостинності. У готельно-ресторанному бізнесі VR/AR-технології можуть застосовуватися для презентації номерного фонду, банкетних залів, конференц-просторів, SPA-зон, ресторанів і терас [1]. Віртуальний огляд готелю або ресторану дає змогу клієнтові оцінити інтер'єр, функціональність простору, рівень комфорту й атмосферу закладу. Для ресторанів доповнена реальність може використовуватися у вигляді інтерактивного меню, 3D-візуалізації страв, демонстрації походження локальних продуктів або історії певної гастрономічної традиції. Крім того, AR-рішення можуть доповнювати сервіс у готелі: допомагати гостям орієнтуватися в приміщенні, знаходити ресторан, рецепцію, конференц-залу чи рекреаційну зону, отримувати інформацію про додаткові послуги та локальні туристичні пропозиції. Доповнена реальність також посилює інформативність туристичних маршрутів. AR-додатки можуть виконувати функції інтерактивних гідів, систем навігації та засобів інтерпретації культурної спадщини [4]. Турист, перебуваючи біля пам'ятки, може отримати історичну довідку, побачити 3D-реконструкцію об'єкта, переглянути візуалізацію подій минулого або скористатися геолокаційними підказками. Подібні рішення є важливими для міського, музейного, історико-культурного, сільського та агротуризму, оскільки вони дають змогу зробити маршрут більш змістовним без надмірного навантаження на екскурсовода або інфраструктуру. У цьому сенсі цифрова реальність формує «континуум досвіду», коли віртуальні елементи органічно інтегруються з фізичним простором і розширюють способи пізнання дестинації [4].

Водночас VR/AR-технології пов'язані не лише з маркетингом, а й зі сталим розвитком туризму. Надмірне туристичне навантаження на популярні місця спричиняє забруднення, деградацію природних ландшафтів і виснаження ресурсів, тому туристична галузь дедалі активніше звертається до концепцій сталого, екологічного та відповідального туризму [2]. Віртуальні тури можуть частково зменшувати антропогенний тиск на вразливі екосистеми й історичні пам'ятки, зберігаючи при цьому їхню доступність для широкої аудиторії [4]. Для агротуристичних і сільських дестинацій це відкриває можливості популяризації локальних ресурсів без їх надмірної експлуатації. Отже, VR- та AR-технології є сучасними цифровими інструментами візуалізації туристичних, готельних і ресторанних послуг. Вони дають змогу ще до подорожі або відвідування закладу ознайомитися з туристичною дестинацією, готелем чи рестораном, підвищують рівень довіри клієнтів, покращують комунікацію та формують емоційне залучення споживача. Використання цифрової візуалізації

сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, розвитку смарт-туризму та популяризації туристичних продуктів і послуг. Поширення VR/AR-рішень також створює можливості для удосконалення сервісу, персоналізації туристичного досвіду та формування сучасного конкурентоспроможного туристичного продукту.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням практичного використання VR/AR-технологій у діяльності туристичних і готельно-ресторанних підприємств, оцінкою їхнього впливу на поведінку споживачів, розвиток туристичних дестинацій і підвищення якості сервісу. Актуальними залишаються питання доступності таких технологій для малого бізнесу, їх інтеграції з концепціями сталого туризму, а також використання VR/AR-рішень як інструментів створення емоційно безпечного та адаптивного сервісу. Такі цифрові технології можуть сприяти зменшенню сенсорних тригерів, підвищенню психологічного комфорту гостей і формуванню позитивного клієнтського досвіду, що корелює із сучасними дослідженнями neurobehavioral technologies та trauma-informed service у сфері гостинності й туризму [6]. У кінцевому результаті впровадження VR/AR-рішень сприятиме формуванню більш інноваційної, клієнтоорієнтованої та психологічно безпечної моделі туристичного й готельно-ресторанного сервісу, підвищенню лояльності споживачів, розвитку цифрового туризму та зміцненню конкурентних позицій підприємств на сучасному ринку послуг.

#### Література

1. Єфремов А. О., Дуга В. О. Роль інноваційних технологій та цифрових рішень в готельно-ресторанному бізнесі. *Наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку*: зб. тез наук. праць XIV Міжнар. наук. конф. (Прага, Чехія, 28 верес. 2023 р.) / ГО «Міжнародний науковий центр розвитку науки та технологій». Прага, 2023. С. 12–14.

2. Живко З., Єлінецька І. Інноваційні стратегії розвитку туристичної галузі: виклики, адаптація та перспективи. *Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування*: тези доп. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24–25 квіт. 2025 р.) / за заг. ред. Н. Павленчик. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2025. С. 169–173.

3. Лисюк Т. В. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. Луцьк: ФОП Мажула Ю. М., 2025. 323 с.

4. Миронов Ю. Б. Феномен цифрової реальності в туризмі. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 12 листоп. 2025 р.). Харків: НТУ «ХПІ», 2025. Ч. 2. С. 244–246.

5. Що таке доповнена реальність? TeachHub. URL: <https://teach-hub.com/scho-take-dopovnena-realnist/> (дата звернення: 08.05.2026).

6. Shkrabov B., Duha V. Neurobehavioral Technologies in the Hospitality and Tourism Industry: From Classical Approaches to Trauma-Sensitive Service. *Black Sea Science 2026: Proceedings of the International Competition of Student Scientific Works*. Odesa: Odesa National University of Technology, 2026. С. 1203–1219.