

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Економічний факультет

ПОГОДЖЕНО

Декан економічного факультету

_____ **Андрій МУЗИЧЕНКО**

«_____» _____ 2026 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**

«_____» _____ 2026 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Концептуальне обґрунтування готельно – ресторанного
комплексу з використанням VR/ AR технологій у м.Києві»**

Спеціальність **241 «Готельно – ресторанна справа»**

Освітня програма **«Готельно – ресторанна справа»**

Орієнтація освітньої програми **освітньо-професійна**

Гарант освітньої програми

к.е.н., доцент

_____ **Лариса ГОПКАЛО**

Керівник бакалаврської

кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

_____ **Стефанія МОСІЮК**

Виконала

_____ **Вікторія БОБК**

КИЇВ – 2026

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
д.е.н., професор _____ Світлана Мельниченко
«27» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувача вищої освіти
Вовк Вікторії Юріївни

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанний бізнес»
Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: «Концептуальне обґрунтування готельно – ресторанного комплексу з використанням VR/ AR технологій у м.Києві»

затверджена наказом ректора НУБіП України від 22.10.2025 р. №2446 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2026.27.05
Рік, місяць, число

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи законодавчі та нормативні акти, ДБН, СНіП, ДСТУ, ГОСТ, статистичні матеріали Державного комітету статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій.

Об'єкт дослідження – процеси функціонування готельно-ресторанних комплексів у сучасних умовах цифрової трансформації індустрії гостинності.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та практичні засади концептуального обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR-технологій як інструменту підвищення конкурентоспроможності, якості сервісу та споживчого досвіду в місті Києві.

Перелік питань, які необхідно дослідити:

1. Теоретичні засади формування концепції готельно –

ресторанного комплексу

2. Аналіз передумов створення готельно – ресторанного комплексу з використанням VR/AR технологій у м.Києві

3. Концептуальне обґрунтування готельно – ресторанного комплексу з використанням VR/AR технологій

Дата видачі завдання «24» жовтня 2025 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

(підпис)

Мосіюк С.І.

Завдання прийняв до виконання

Вовк В.Ю.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної роботи	За планом	Фактично
1	Вибір теми бакалаврської кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2025 р.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на бакалаврську кваліфікаційну роботу	1 жовтня – 15 листопада 2025 р.	виконано
3	Написання 1 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	20 листопада 2025 р. – 2 січня 2026 р.	виконано
4	Попередній захист 1 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	5 січня – 8 січня 2026 р.	виконано
5	Написання 2 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	9 січня – 20 лютого 2026 р.	виконано
6	Попередній захист 2 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	20–27 лютого 2026 р.	виконано
7	Підготовка 3 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	2 березня – 17 квітня 2026 р.	виконано
8	Попередній захист 3 розділу бакалаврської кваліфікаційної роботи	20 – 24 квітня 2026 р.	виконано
9	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	27 квітня – 8 травня 2026 р.	виконано
10	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	11 – 15 травня 2026 р.	виконано
11	Перевірка роботи на академічний плагіат	18 травня 2026 р.	виконано
12	Отримання відгуку керівника роботи	19 – 20 травня 2026 р.	виконано
13	Отримання зовнішньої рецензії	21 – 22 травня 2026 р.	виконано
14	Подача роботи на кафедру	25 травня 2026 р.	виконано
15	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	25 – 26 травня 2026 р.	виконано
16	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	27 травня – 29 травня 2026 р.	виконано
17	Захист кваліфікаційної роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до розкладу	

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Економічний факультет
Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

РЕФЕРАТ
БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему:

«Концептуальне обґрунтування готельно – ресторанного комплексу з використанням VR/ AR технологій у м.Києві»

(назва теми)

Об'єктом дослідження є процеси функціонування готельно-ресторанних комплексів у контексті цифрової трансформації індустрії гостинності.

(об'єкт дослідження)

Здобувачка вищої освіти
4 курсу, денної форми навчання,
спеціальності 241 «Готельно –
ресторанна справа»
ОП «Готельно – ресторанна
справа»

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Гарант освітньої програми
к.е.н., доцент

підпис здобувачки

Вікторія BOBK

підпис керівника

Стефанія МОСІЮК

Лариса ГОПКАЛО

Київ 2026

Бакалаврська кваліфікаційна робота охоплює вступ, три розділи з висновками до кожного, загальні висновки, список використаних джерел та чотири додатки. Загальний обсяг дослідження – близько 77 сторінок, 22 таблиці, 14 рисунків, 50 джерел.

Перший розділ присвячений теоретичним засадам формування концепції готельно-ресторанного комплексу. Розкрито сутність і класифікаційні ознаки таких підприємств, охарактеризовано підходи до проєктування об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, визначено місце VR/AR технологій у процесах цифрової трансформації індустрії гостинності.

Другий розділ присвячений аналізу передумов для створення інноваційного готельно-ресторанного комплексу у Києві. Вивчено стан столичного ринку готельно-ресторанних послуг, розглянуто світовий та вітчизняний досвід упровадження технологій VR/AR у заклади гостинності, проаналізовано готовність цільової аудиторії до споживання нових послуг.

Третій розділ містить комплексне концептуальне обґрунтування пропонованого комплексу IMMERSIVE KYIV. Визначено концепцію й позиціонування об'єкта, розроблено VR/AR рішення для підвищення якості гостьового досвіду, побудовано економічну модель із прогнозом показників ефективності.

За підсумками дослідження запропоновано архітектуру готельно-ресторанного комплексу нового формату, де технології віртуальної та доповненої реальності інтегровані на кожному етапі взаємодії з гостем – від бронювання та ознайомчих турів до AR-меню й ігрового простору. Результати мають практичне значення для інвесторів і операторів готельного бізнесу.

АНОТАЦІЯ

Вовк В.Ю. «Концептуальне обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR технологій у м. Києві»: бакалаврська кваліфікаційна робота: спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа» / Вовк Вікторія Юріївна; Національний університет біоресурсів і природокористування України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; науковий керівник С.І. Мосіюк, к.е.н., доцент. – Київ, 2026. – 80 с.

Роботу присвячено розробці концепції готельно-ресторанного комплексу для Києва, де технології VR/AR є ключовим елементом сервісної моделі. Досліджено теоретичні засади організації готельно-ресторанних об'єктів, проаналізовано столичний ринок і міжнародний досвід упровадження імерсивних технологій у гостинності, оцінено готовність споживачів до інноваційних послуг. Запропонована концепція комплексу IMMERSIVE KYIV включає функціонально-планувальні рішення, перелік VR/AR сервісів та економічну модель із прогнозом доходів і оцінкою показників ефективності проекту.

Ключові слова: готельно-ресторанний комплекс, VR/AR технології, віртуальна реальність, доповнена реальність, концепція готелю, цифровізація гостинності, імерсивний досвід, інноваційні послуги.

Annotation

Vovk V.Yu. «Conceptual substantiation of a hotel and restaurant complex with the use of VR/AR technologies in Kyiv»: bachelor's qualification work: specialization 241 «Hotel and Restaurant Business» / Viktoriia Vovk; National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine; Department of Hotel and Restaurant Business and Tourism; supervisor S.I. Mosiyuk, PhD in Economics, Associate Professor. – Kyiv, 2026. – 80 p.

The thesis is devoted to developing a conceptual framework for a new-format hotel and restaurant complex in Kyiv that integrates virtual and augmented reality technologies as the core element of its service model. The research covers theoretical foundations of hotel and restaurant facility organisation, analyses the Kyiv market and international practice of VR/AR adoption in hospitality, and evaluates customer readiness for innovative services. The proposed concept of the IMMERSIVE KYIV complex includes functional and spatial planning solutions, a portfolio of VR/AR services, and an economic model with revenue forecasts and project efficiency indicators.

Keywords: hotel and restaurant complex, VR/AR technologies, virtual reality, augmented reality, hotel concept, hospitality digitalisation, immersive experience, innovative services.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ	
1.1 Сутність та класифікація готельно-ресторанних комплексів.....	13
1.2 Концептуальні підходи до проєктування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.....	17
1.3 VR/AR технології як інструмент цифрової трансформації індустрії гостинності.....	21
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR ТЕХНОЛОГІЙ У М. КИЄВІ	
2.1 Дослідження ринку готельно-ресторанних послуг м. Києва.....	28
2.2 Аналіз досвіду впровадження VR/AR технологій у закладах індустрії гостинності.....	32
2.3 Оцінка попиту та потреб цільової аудиторії щодо інноваційних послуг....	36
Висновки до розділу 2.....	41
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR ТЕХНОЛОГІЙ	43
3.1 Розробка концепції готельно-ресторанного комплексу та його позиціонування.....	43
3.2 Проєктування VR/AR рішень для підвищення якості сервісу та споживчого досвіду.....	48
3.3 Економічне обґрунтування проєкту та оцінка його ефективності.....	54
Висновки до розділу 3.....	58
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена динамічними змінами у глобальній індустрії гостинності, де цифрова трансформація стає ключовим фактором конкурентоспроможності. Готельно-ресторанний бізнес України, зокрема в м. Києві, переживає період відновлення та адаптації до нових реалій, що створює унікальні можливості для впровадження інноваційних технологій. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) представляють собою перспективні інструменти для підвищення якості обслуговування, персоналізації споживчого досвіду та оптимізації операційних процесів. Розробка концепції готельно-ресторанного комплексу з інтеграцією цих технологій є актуальною науковою та практичною задачею, яка відповідає сучасним тенденціям розвитку світової індустрії гостинності.

Розроблена концепція та отримані практичні рекомендації відкривають можливості для реалізації готельно-ресторанного проєкту безпосередньо в Києві. Варто підкреслити й потенціал адаптації запропонованих методологічних підходів до умов інших регіонів України - від Західного до Східного. Коло потенційних бенефіціарів дослідження охоплює інвесторів, підприємців та спеціалістів готельно-ресторанної сфери. Для них результати роботи мають практичне значення при формуванні стратегій розвитку та впровадженні передових технологій у господарську діяльність.

Мета роботи полягає у розробці комплексного концептуального обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з інтеграцією VR/AR технологій для м. Києва, що враховує теоретичні засади, ринкові передумови та економічну доцільність проєкту. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: розкрити теоретичні засади формування концепції готельно-ресторанних комплексів та визначити роль VR/AR технологій у цифровій трансформації індустрії гостинності; провести аналіз ринку готельно-ресторанних послуг м.

Києва, дослідити досвід впровадження інноваційних технологій у закладах гостинності та оцінити попит цільової аудиторії; розробити власну концепцію готельно-ресторанного комплексу з позиціонуванням та унікальною торговою пропозицією; спроектувати конкретні VR/AR рішення для підвищення якості сервісу та споживчого досвіду; здійснити економічне обґрунтування проєкту та оцінити його фінансову ефективність.

Об'єкт дослідження – процеси функціонування готельно-ресторанних комплексів у контексті цифрової трансформації індустрії гостинності.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та практичні засади концептуального обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR-технологій для умов м. Києва.

Методи дослідження включають теоретичний аналіз наукової літератури та нормативних документів, аналіз вторинної інформації щодо ринку готельно-ресторанних послуг Києва, порівняльний аналіз світового досвіду впровадження VR/AR технологій у закладах гостинності, методи економічного обґрунтування проєктів (розрахунок NPV, IRR, терміну окупності), синтез та узагальнення отриманих результатів. Дослідження базується на аналізі 50 наукових та практичних джерел, включаючи нормативно-правові документи, наукові статті, аналітичні звіти та матеріали офіційних органів влади.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному підході до концептуального обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з урахуванням специфіки ринку м. Києва та потенціалу VR/AR технологій як інструменту диференціації послуг. Робота пропонує оригінальну концепцію комплексу, розроблену на основі аналізу ринкових передумов та потреб цільової аудиторії, з конкретизацією технологічних рішень та їх економічним обґрунтуванням.

Інформаційна база дослідження: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій.

Апробація результатів роботи та публікації. Результати проведеного дослідження, що лягло в основу цієї кваліфікаційної роботи, були представлені під час II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України» 12 березня 2026 року в НУБІП України м.Київ. Тези: Концептуальне обґрунтування готельно – ресторанного комплексу з використанням VR/AR – технологій у м.Києві: збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2026 р.). Київ: НУБІП України. 2026. С.146. (Додаток А).

Структура роботи. Бакалаврська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списку використаних джерел, що налічує 50 найменувань, та п'ятих додатків (А, Б, В, Г, Д). Загальний обсяг – 77 сторінок. Робота містить 22 таблиці та 14 рисунків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

1.1 Сутність та класифікація готельно-ресторанних комплексів

Готельно-ресторанний комплекс - це інтегрована система послуг, що поєднує розміщення гостей з закладами харчування та додатковими сервісами розваги. На противагу окремим готелям чи ресторанам, такий комплекс функціонує як цілісний організм. Усі компоненти взаємодіють синхронно. Це забезпечує комплексний досвід гостя. Синергія між основними послугами розміщення та харчування - ось що визначає суть такого закладу. Вона дозволяє підвищити задоволеність клієнтів, оптимізувати операційні видатки та генерувати додаткові джерела доходу [1]. По всій видимості, саме така структурна організація обумовила широке поширення подібних комплексів у світовій індустрії гостинності, адже вони задовольняють запити сучасних туристів щодо зручності, якості та багатоаспектності пропозицій [2].

Диференціація готельно-ресторанних комплексів базується на декількох базових параметрах. За кількістю номерів розрізняють об'єкти малої місткості (до 50 одиниць), середнього формату (50–200 номерів) та великомасштабні комплекси (понад 200 номерів). Кожен сегмент передбачає специфічні підходи до управління, визначену цільову групу та відповідну ринкову стратегію [3]. Класифікація за рівнем комфорту охоплює економічний сегмент, середній клас, преміум та люкс-категорії. Такий поділ відповідає міжнародним нормам ДСТУ 4269:2003, що встановлюють параметри оцінювання готельних послуг [4]. За функціональною спеціалізацією виокремлюються об'єкти, орієнтовані на бізнес-туризм, сімейний відпочинок, спортивні програми, культурний туризм, а також спеціалізовані майданчики для конференцій та міжнародних форумів [5].

Диференціація готельно-ресторанних комплексів базується на декількох базових параметрах. За кількістю номерів розрізняють об'єкти малої місткості (до 50 одиниць), середнього формату (50–200 номерів) та великомасштабні комплекси (понад 200 номерів). Кожен сегмент передбачає специфічні підходи до управління, визначену цільову групу та відповідну ринкову стратегію [3]. Класифікація за рівнем комфорту охоплює економічний сегмент, середній клас, преміум та люкс-категорії. Такий поділ відповідає міжнародним нормам ДСТУ 4269:2003, що встановлюють параметри оцінювання готельних послуг [4]. За функціональною спеціалізацією виокремлюються об'єкти, орієнтовані на бізнес-туризм, сімейний відпочинок, спортивні програми, культурний туризм, а також спеціалізовані майданчики для конференцій та міжнародних форумів [5].

Таблиця 1.1

Класифікація готельно-ресторанних комплексів за основними критеріями

Критерій класифікації	Категорія	Характеристики	Цільова аудиторія
Місткість	Малі (до 50 номерів) Середні (50-200 номерів) Великі (понад 200 номерів)	Персоналізований сервіс, гнучкість Баланс якості та ціни, стандартизація Розширений спектр послуг, економія масштабу	Туристи, які цінують індивідуальний підхід Бізнес-туристи, сімейні групи Конференції, великі групи туристів
Рівень комфорту	Економ-клас Середній клас Преміум Люкс	Базові послуги, мінімальна ціна Комфортні номери, якісний сервіс Високоякісні послуги, елегантний дизайн Розкіш, персональний сервіс, унікальні послуги	Бюджетні туристи, студенти Середній клас туристів, бізнес-туристи Заможні туристи, корпоративні клієнти VIP-клієнти, знаменитості
Функціональне призначення	Бізнес-комплекси Курортні комплекси Тематичні комплекси	Конференц-залі, бізнес-центри Розваги, спа, спортивні об'єкти	Бізнес-туристи, корпоративні групи Туристи, які відпочивають

		Унікальна концепція, спеціалізація	Туристи особливими інтересами ³
Географічне розташування	Міські Курортні зони Передміські	Близькість до центру, культурних об'єктів Природні ландшафти, пляжі Спокій, природа, доступність	Бізнес-туристи, культурні туристи Туристи, які відпочивають Сімейні групи, туристи вихідного дня

Складено автором на основі [3, 4, 5]

Аналіз таблиці демонструє, що класифікація готельно-ресторанних комплексів є багатовимірною та залежить від кількох взаємопов'язаних факторів. Кожна категорія комплексу має специфічні вимоги до управління, маркетингу та операційної діяльності. Розуміння цих класифікаційних ознак є критично важливим для розробки ефективної концепції комплексу, яка відповідатиме потребам цільової аудиторії та забезпечуватиме конкурентну перевагу на ринку [8].

Аналіз таблиці демонструє, що класифікація готельно-ресторанних комплексів є багатовимірною та залежить від кількох взаємопов'язаних факторів. Кожна категорія комплексу має специфічні вимоги до управління, маркетингу та операційної діяльності. Розуміння цих класифікаційних ознак є критично важливим для розробки ефективної концепції комплексу, яка відповідатиме потребам цільової аудиторії та забезпечуватиме конкурентну перевагу на ринку [8].

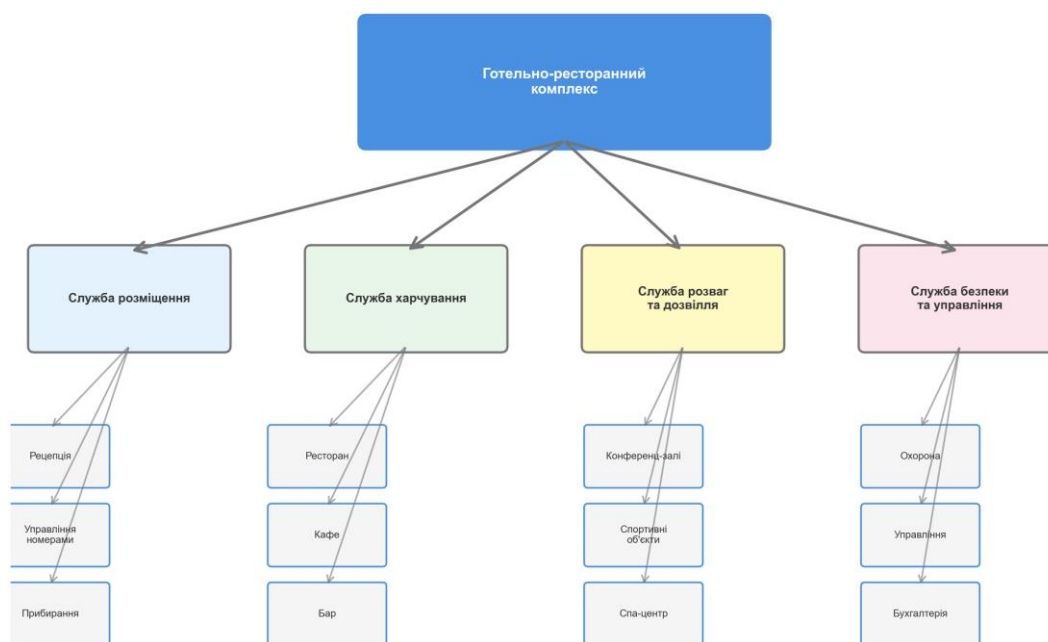


Рисунок 1.1 – Структура готельно-ресторанного комплексу

Архітектоніка готельно-ресторанного комплексу спирається на п'ять функціональних блоків, кожен з яких реалізує специфічні завдання. Служба розміщення гарантує прийом відвідувачів, керування номерним фондом та створення умов для комфортного перебування. Харчування координується через мережу ресторану, кафе та барів - забезпечуючи як якість, так і різноманітність пропозицій. Дозвіллеві послуги розширюють цінність комплексу для гостей. Безпека та управління охоплюють захист осіб, персоналу й матеріальних активів, одночасно координуючи загальну діяльність. Технічне обслуговування - критично важливе для надійності всієї інженерної інфраструктури та комунікаційних систем [9, 10, 11].

Адаптація сучасних готельно-ресторанних комплексів до нових парадигм туризму та гостинності відбувається стрімко. Екологічна відповідальність, індивідуалізація послуг, впровадження цифрових рішень та охорона гостей визначають траєкторію розвитку. Комплекси, що органічно поєднують класичні стандарти обслуговування з передовими методиками, здобувають переваги на конкурентному ринку. Розуміння типологічної структури та сутнісних

характеристик готельно-ресторанних комплексів становить фундамент для конструювання результативних концепцій - тих, що задовольняють запити сучасного гостя та забезпечують довгострокову життєздатність підприємства [12, 13].

Архітектоніка готельно-ресторанного комплексу спирається на п'ять функціональних блоків, кожен з яких реалізує специфічні завдання. Служба розміщення гарантує прийом відвідувачів, керування номерним фондом та створення умов для комфортного перебування. Харчування координується через мережу ресторану, кафе та барів - забезпечуючи як якість, так і різноманітність пропозицій. Дозвіллеві послуги розширюють цінність комплексу для гостей. Безпека та управління охоплюють захист осіб, персоналу й матеріальних активів, одночасно координуючи загальну діяльність. Технічне обслуговування - критично важливе для надійності всієї інженерної інфраструктури та комунікаційних систем [9].

1.2 Концептуальні підходи до проєктування підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Формування концепції готельно-ресторанного підприємства - це багатоетапний процес. Він вимагає ґрунтовного аналізу ринкової ситуації, розуміння потреб цільової групи та актуальних тенденцій індустрії гостинності. Концепція окреслює позицію комплексу на ринку, визначає аудиторію, специфікує послуги та механізми їх надання. До етапів розроблення входять дослідження ринку, бенчмаркінг конкурентів, формулювання унікальної торгової пропозиції, конструювання бренду та стратегії позиціонування. При цьому концепція повинна поєднувати гнучкість - адаптивність до коливань ринкового середовища - з чіткістю ідентичності та цінностей, що резонують з цільовою аудиторією [17, с. 45].

Сучасні трансформації у сфері готельно-ресторанного бізнесу відбивають фундаментальні зрушення у преференціях мандрівників та їхніх вимогах щодо якості послуг гостинності. Бутік-готелі - один із найбільш затребуваних форматів. Вони відзначаються обмеженою кількістю номерів (як правило, не більше 100), персоніфікованим обслуговуванням та оригінальним дизайном, що втілює регіональні культурні особливості та історичний контекст [19, с. 78]. Такі заклади орієнтовані на мандрівників, які прагнуть автентичних вражень та готові сплатити надбавку за виключність та індивідуальний підхід. Дизайн-готелі, в свою чергу, акцентують увагу на архітектурній виразності та естетиці внутрішніх просторів. Часто вони залучають визнаних дизайнерів для реалізації унікальних концепцій, які самі перетворюються на предмет туристичної цікавості [20, с. 112].

Тематичні комплекси розбудовуються навколо певної ідеї або мотиву, що пронизує усі компоненти закладу - архітектуру, оформлення, спектр послуг, розважальну програму. Основою можуть служити історичні періоди, літературні твори, кінематографічні образи або спеціалізовані види діяльності [21, с. 134]. Імерсивність досвіду, який отримують гості, забезпечує його стійкість у колективній пам'яті та мотивує як повторні відвідування, так і позитивні рекомендації потенційним туристам. Паралельно розширюється спектр екологічно орієнтованих закладів, які відповідають зростаючій екоусвідомленості мандрівників [22, с. 89]. Такі комплекси застосовують матеріали низького екологічного впливу, енергоефективні системи, органічну продукцію харчування та намагаються мінімізувати своє навантаження на природне середовище [23, с. 156].

Таблиця 1.2 – Порівняльна характеристика концептуальних підходів до розроблення готельно-ресторанних комплексів

Концептуальний підхід	Основні характеристики	Цільова аудиторія	Конкурентні переваги	Виклики
Бутік-готелі	Невелика	Туристи, які	Автентичність,	Обмежена

	місткість, персоналізація, унікальний дизайн	цінують індивідуальність	якість сервісу	масштабованість
Дизайн-готелі	Архітектурна унікальність, сучасний дизайн, естетика	Туристи мистецькими інтересами	Візуальна привабливість, інстаграмність	Високі витрати на дизайн
Тематичні готелі	Концептуальна єдність, імерсивний досвід	Туристи конкретними інтересами	Унікальність, емоційна залученість	Ризик застарівання концепції
Еко-готелі	Екологічна стійкість, органічні продукти, зелені технології	Екологічно свідомі туристи	Екологічна відповідальність, здоров'я	Вищі витрати на впровадження
Люкс-готелі	Розкіш, персональний сервіс, преміум- послуги	Заможні туристи, VIP- клієнти	Престиж, виключність	Залежність від економічної кон'юнктури
Бізнес-готелі	Функціональність , ділові послуги, конференц-залі	Бізнес-туристи, корпоративні групи	Ефективність, продуктивність	Сезонні коливання попиту

Складено автором на основі [19; 20; 21]

Аналіз таблиці показує, що кожен концептуальний підхід має свої унікальні переваги та виклики. Вибір концептуального підходу залежить від цільового ринку, доступних ресурсів, географічного розташування та довгострокової стратегії розвитку комплексу. Комбінування кількох концептуальних підходів може створити синергію та розширити привабливість комплексу для різних сегментів туристів [24, с. 201].

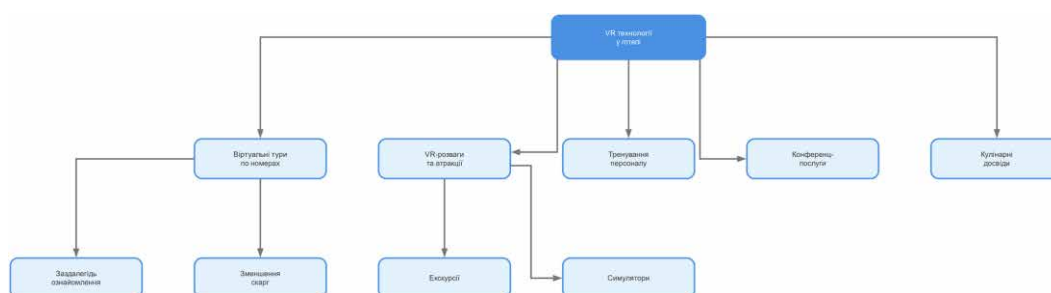


Рис. 1.2 – Модель процесу розробки концепції готельно-ресторанного комплексу

Процес розробки концепції включає такі етапи: 1) дослідження ринку та аналіз тенденцій (визначення попиту, аналіз конкурентів, дослідження цільової аудиторії); 2) визначення унікальної торгової пропозиції (УТР) та позиціонування (вибір ніші, диференціація, брендування); 3) розробка архітектурно-дизайнерської концепції (стиль, матеріали, функціональність); 4) планування послуг та розваг (основні та додаткові послуги, програми розваг); 5) розробка операційної стратегії (управління персоналом, якість сервісу, ефективність); 6) економічне обґрунтування (розрахунок витрат, прибутків, окупності); 7) реалізація та моніторинг (впровадження, контроль якості, адаптація).

Розроблення концептуальної основи - процес, який має циклічний, а не послідовний характер. Кожний компонент впливає на інші. Постійна ревізія та коригування стають невід'ємною частиною роботи. Аналіз ринкової ситуації постачає необхідну інформаційну базу для стратегічних рішень щодо позиціонування закладу [25, с. 67]. Формулювання відмітної торгової пропозиції - аспект, критичний для виділення серед конкурентів у середовищі, де мандрівники мають численні альтернативи [26, с. 145]. Архітектурно-дизайнерська платформа повинна резонувати з цінностями бренду та генерувати атмосферу, яка знаходить відгук у цільовій аудиторії [27, с. 189].

Розроблення спектру послуг та розважальних пропозицій передбачає комплексне осмислення запитів та намірів відвідувачів, а також оцінку спроможності закладу щодо їхнього задоволення. Операційна стратегія забезпечує раціональне розподілення ресурсів. Вона гарантує надання послуг на високому рівні якості [28, с. 234]. Фінансово-економічне обґрунтування - при всій його складності - визначає платоспроможність проєкту та його привабливість для потенційних інвесторів [29, с. 178]. Моніторинг та коригування дозволяють виявляти складнощі на початкових стадіях. Необхідні коригування вносяться своєчасно. Це забезпечує успіх комплексу в конкурентному середовищі [30, с. 256].

1.3 VR/AR технології як інструмент цифрової трансформації індустрії гостинності

Концептуальні підходи сучасності все більше інтегрують цифрові рішення як органічну складову пропозиції послуг. Персоналізація досвіду відвідувачів базується на аналітиці даних. Операційні процеси піддаються автоматизації. Впровадження прогресивних технологій стають детермінантами конкурентоспроможності [31, с. 89]. Закладам, що органічно поєднують традиційні стандарти якісного обслуговування з цифровими рішеннями, вдається здобути істотну перевагу на ринку [32, с. 123]. Засвоєння та практичне застосування сучасних методологій у проєктуванні готельно-ресторанних комплексів - це критична необхідність для розбудови проєктів, які відповідають запитам сучасного туриста та забезпечують довгострокову життєздатність підприємства в умовах мінливого ринкового ландшафту [33, с. 167].

Таблиця 1.3 – Порівняння VR та AR технологій у готельно-ресторанному бізнесі

Характеристика	Віртуальна реальність (VR)	Доповнена реальність (AR)
Визначення	Повне занурення у синтетичне цифрове середовище	Накладання цифрових елементів на реальне середовище
Обладнання	VR-шолом, контролери, спеціалізовані простори	Смартфон, планшет, AR-окуляри
Доступність	Вимагає спеціального обладнання та простору	Легко доступна через мобільні пристрої
Застосування у готелях	Віртуальні тури, розваги, тренування персоналу	Інтерактивні меню, навігація, інформація про послуги
Застосування у ресторанах	Кулінарні симулятори, навчання шефів	Візуалізація страв, рецепти, інформація про інгредієнти
Рівень імерсії	Дуже високий, повне занурення	Помірний, збереження контакту з реальністю
Вартість впровадження	Висока (обладнання, розробка контенту)	Помірна (програмне забезпечення, контент)
Потенціал для диференціації	Дуже високий, унікальна пропозиція	Високий, практичне застосування
Вплив на задоволеність	Значний, створює незабутні	Значний, підвищує зручність

гостей	враження	та інформованість
--------	----------	-------------------

Складено автором на основі [34; 35; 36]

Аналіз таблиці демонструє, що VR та AR мають різні сильні сторони та застосування у готельно-ресторанному бізнесі. VR більш ефективна для створення унікальних розважальних досвідів, які можуть стати ключовою диференціацією комплексу, тоді як AR краще підходить для практичних застосувань, які підвищують зручність та інформованість гостей [40, с. 234].

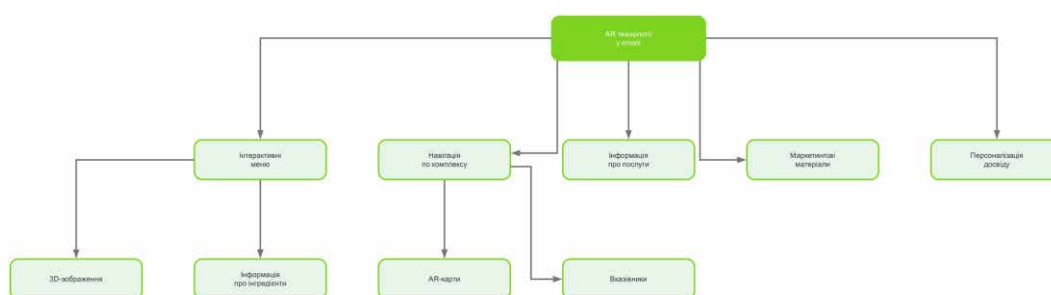


Рис. 1.3 – Схема застосування VR технологій у готельно-ресторанному комплексі

Застосування VR технологій включає: 1) віртуальні тури по номерах та загальних площах готелю (дозволяє гостям заздалегідь ознайомитися з умовами); 2) VR-розваги та атракції (віртуальні екскурсії, спортивні симулятори, ігри); 3) тренування персоналу (симуляція складних ситуацій обслуговування); 4) конференц-послуги (віртуальні конференції, гібридні заходи); 5) кулінарні досвіди (віртуальні кулінарні класи, дегустації).

Схема демонструє комплексний підхід до впровадження VR технологій, де кожна область застосування створює додаткову цінність для гостей та операційної ефективності комплексу. Віртуальні тури значно скорочують час прийняття рішення про бронювання та зменшують невизначеність потенційних гостей [41, с. 156]. VR-розваги створюють унікальні враження, які гості охоче діляться у соціальних мережах, генеруючи органічну рекламу. Тренування персоналу через

VR дозволяє підготувати команду до складних ситуацій без ризику та витрат на реальні сценарії [42, с. 189].

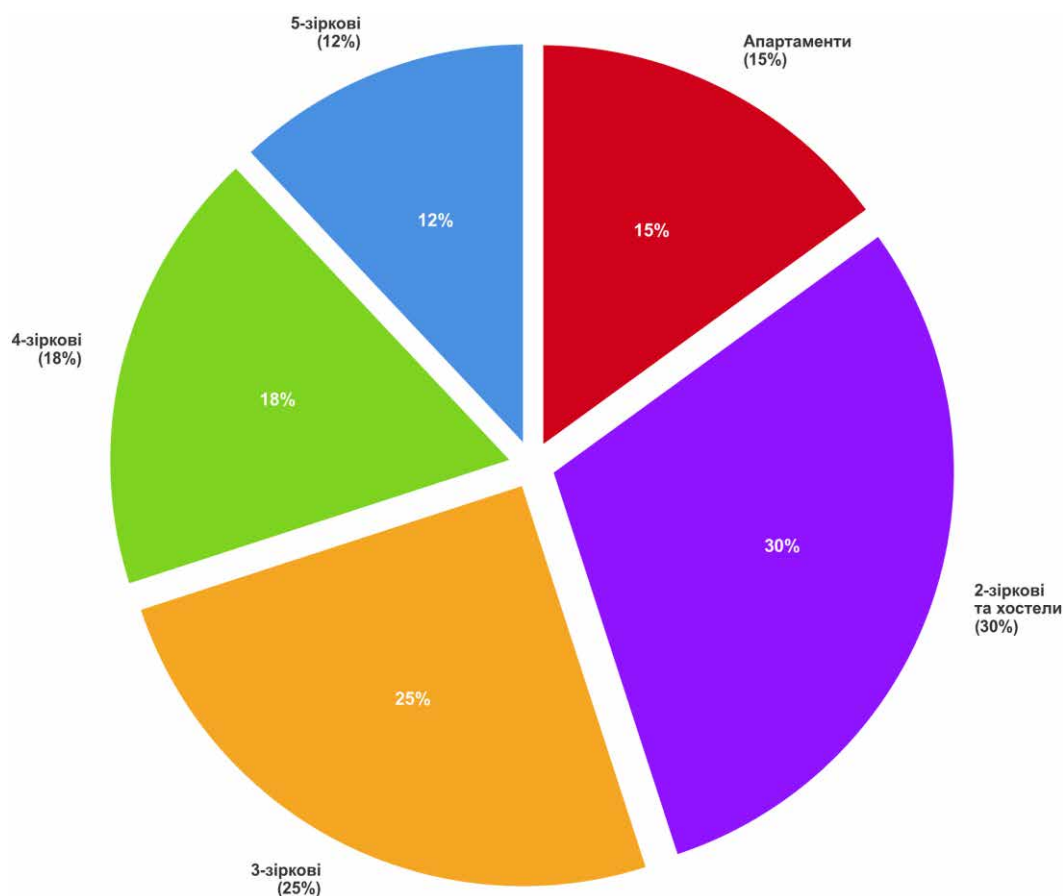


Рис. 1.4 – Схема застосування AR технологій у готельно-ресторанному комплексі

Застосування AR технологій включає: 1) інтерактивні меню в ресторанах (3D-зображення страв, інформація про інгредієнти); 2) навігація по комплексу (AR-карти, вказівники до послуг); 3) інформація про послуги (AR-каталоги, опис пропозицій); 4) маркетингові матеріали (AR-реклама, промоційні матеріали); 5) персоналізація досвіду (рекомендації на основі переваг гостей).

Імплементація віртуальної та доповненої реальності в індустрії гостинності розкриває багатовимірний спектр трансформаційних можливостей, переосмислюючи традиційні парадигми обслуговування. Тривимірні екскурсії номерного фонду - технологія, що завойовує дедалі більшу популярність -

дозволяють потенційним клієнтам здійснити детальне ознайомлення з умовами розміщення до фактичного резервування, що, за даними досліджень, суттєво посилює впевненість у прийнятому рішенні та демонструє тенденцію до скорочення скарг [37, с. 78]. Доповнена реальність у закладах харчування функціонує як інструмент створення інтерактивних каталогів страв, де гості мають можливість сприймати тривимірні репрезентації кулінарних пропозицій до здійснення замовлення - це, у свою чергу, оптимізує уявлення про обсяги та естетику блюд [38, с. 112]. VR-розваги, зокрема віртуальні мандри до пам'яток культури, спортивні симулятори чи ігрові екосистеми, генерують додаткову цінність для постояльців, трансформуючись на конкурентну перевагу закладу [39, с. 145].

AR-рішення забезпечують практичну функціональність, котра оптимізує зручність та рівень задоволення гостей у щоденних сценаріях взаємодії. Інтерактивні каталоги, інтегровані з доповненою реальністю, істотно прискорюють розуміння ресторанної пропозиції та скорочують латентність при виборі страв [43, с. 167]. Навігаційні системи на базі AR - особливо актуальні для масивних комплексів, де конвенційні вказівники виявляються неефективними - сприяють безперешкодній орієнтації клієнтів у просторі [44, с. 201]. Кастомізація враження через AR-технології уможливорює надання персоніфікованих пропозицій на підставі траєкторії попередніх взаємодій та індивідуальних преференцій [45, с. 234].

Впровадження VR/AR технологій у готельно-ресторанному секторі України перебуває на етапі активного експериментування. Деякі столичні комплекси апробують віртуальні тури та доповнену реальність у меню - визнаючи перспективність цих інструментів для диференціації на насиченому ринку [49, с. 89]. Паралельно освітні установи - факультети готельно-ресторанної справи - інтегрують відповідні навички у навчальні плани. Цей тренд засвідчує

переосмислення ролі цифрових компетенцій для майбутніх фахівців індустрії [50, с. 123].

Цифрова трансформація гостинності через VR/AR - це, насамперед, радикальна переорієнтація взаємодії комплексів з клієнтською. Операційні процеси набувають гнучкості. Досвід кожного гостя піддається персоналізації. Унікальні пропозиції, які складно тиражувати конкурентами, стають реальністю. Готельно-ресторанні комплекси, що вдало синтезують інноваційні рішення зі своєю стратегією розвитку, закріплюють статус лідерів у своєму сегменті й отримують помітну конкурентну перевагу. Оволодіння такими технологіями - умова, від якої залежить довгострокова стійкість у все більш цифровізованій індустрії гостинності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Висновки першого розділу дозволяють окреслити концептуальні засади готельно-ресторанного комплексу з інтегрованими VR/AR технологіями. Це - система, що об'єднує послуги розміщення, харчування та дозвілля в єдину синергетичну пропозицію для гостей. Типологізація таких об'єктів за місткістю, рівнем комфорту, функціональним спрямуванням та локалізацією демонструє складність сегменту гостинності. Вивчення цих параметрів критично необхідне для розробки ефективної концепції, яка адресуватиме потреби конкретної цільової аудиторії й забезпечуватиме конкурентну позицію на ринку.

Концептуальні підходи до проєктування готельно-ресторанних комплексів трансформуються у відповідь на динамічні запити туристичної аудиторії та глобальні метатренди гостинницької сфери. Бутік-готелі, дизайн-орієнтовані об'єкти, тематичні комплекси та еко-орієнтовані заклади втілюють різноманітні стратегії позиціонування - кожна з них несе власні конкурентні переваги та специфічні складності. Розробка концепції реалізується як циклічний, а не послідовно-лінійний процес. Він охоплює маркетингові дослідження, артикуляцію

унікальної торгової пропозиції, архітектурно-дизайнерське моделювання, операційне планування та фінансове обґрунтування. Принципово важливо, що сучасні концептуальні парадигми інтегрують цифрові технології як органічний компонент сервісної пропозиції, що визначає позицію закладу в умовах конкурентної напруги ринку.

Віртуальна реальність та доповнена реальність функціонують як трансформаційні технологічні платформи, що відкривають значний потенціал для переконфігурації гостинницької індустрії. VR-середовища генерують цілком імерсивні враження - від віртуальних екскурсій по номерному фонду до інтерактивних розважальних модулів та програм підготовки персоналу, істотно збагачуючи цінність сервісної пропозиції. AR-застосування, натомість, забезпечують практичне втілення: інтерактивні карти меню, навігаційні системи всередині комплексу, персоналізовані сценарії взаємодії з гостями. Емпіричні дані міжнародної практики впровадження свідчать про вагомні результати - зростання коефіцієнта конверсії бронювань на 18–25 %, скорочення відсотку скасування, посилення гостинної лояльності. Це не просто цифри. Це - індикатори системної трансформації.

Інтеграція VR/AR-технологій у архітектоніку готельно-ресторанного комплексу виходить далеко за межі технічного впровадження обладнання - це переосмислення взаємодії між закладом та його гостями, редизайн управління операціями. Персоналізація досвіду кожного відвідувача. Оптимізація внутрішніх процесів. Конструювання унікальних сервісних пропозицій, що складно імітуються конкурентами. Заклади, які органічно поєднують традиційні стандарти гостинності з цифровими рішеннями, набувають помітної конкурентної переваги та закріплюють статус інноваційних лідерів у своєму сегменті. Теоретичне розуміння механізмів концептуального формування та евристичного потенціалу VR/AR-технологій - це фундаментальна передумова створення успішного готельно-ресторанного проєкту, здатного задовольняти запити сучасної

туристичної аудиторії й забезпечувати довгострокову стабільність бізнесу у цифровій трансформації гостинницької індустрії.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR ТЕХНОЛОГІЙ У М. КИЄВІ

2.1 Дослідження ринку готельно-ресторанних послуг м. Києва

Сегмент готельно-ресторанних послуг столиці репрезентує динамічну, багат шарову структуру, котра перебуває у стані активного переформатування. Туристична індустрія Києва трансформується під впливом глобальних зрушень у гостинності. Столиця - як культурний, діловий та туристичний центр - притягує туристів як внутрішніх, так і іноземних. Статистичні дані засвідчують позитивну динаміку: надходження від туристичного збору у 2024 році сягнули 50,83 млн грн [6]. Порівняно з 2022 р. (38,8 млн грн) та 2023 р. (38,5 млн грн), спостерігається суттєве зростання. Ці показники сигналізують про поступову реактивацію туристичних потоків, незважаючи на складність геополітичного контексту [7].

Відновлення туристичного потенціалу столиці набуває чіткіших обрисів у 2025 році. Надходження від туристичного збору досягли 70,6 млн грн, наближаючись до довоєнних показників 2021 року (76 млн грн) [8]. Київ утримує лідируючі позиції в рейтингу регіонів - 33,6 млн грн за перше півріччя 2025 року [8]. Столиця демонструє зростаючу значущість у розвитку туристичної галузі країни. Відновлення попиту на послуги гостинності створює сприятливий фон для реалізації нових інвестиційних ініціатив у даному сегменті.

Таблиця 2.1 – Динаміка розвитку готельно-ресторанного ринку Києва (2023–2025 рр.)

Показник	2023 рік	2024 рік	2025 рік (І кв.)	Зміна 2024/2023 (%)
Надходження від туристичного збору (млн грн)	38,5	50,83	70,6 (прогноз на рік)	+32,0
Середня завантаженість готелів (%)	24	42	40-45	+75,0
Середній тариф (ADR, грн)	1987	2520	2850	+27,0
Виручка на номер (RevPAR, грн)	543	1048	1200	+93,0
Кількість готелів та хостелів	~327	~350	~360	+7,0
Кількість ресторанів та кафе	~4200	~4500	~4700	+7,1
Середня тривалість проживання (ночей)	2,1	2,5	3,6 (зима)	+19,0

Складено автором на основі [6; 7; 8]

Аналіз таблиці демонструє позитивну динаміку розвитку готельно-ресторанного ринку Києва протягом останніх трьох років. Найбільш вражаючим показником є зростання середньої завантаженості готелів на 75 %, що свідчить про значне збільшення попиту на послуги гостинності. Одночасно з цим спостерігається зростання середнього тарифу (ADR) на 27 %, що вказує на підвищення цінової дисципліни та можливість готелів встановлювати вищі ціни у контексті зростаючого попиту [1, с. 45]. Показник RevPAR, який відображає виручку на номер, зріс на 93 %, що є найбільш значущим показником ефективності роботи готелів. Ці дані свідчать про те, що готельний ринок Києва не просто відновлюється, а розвивається динамічно, створюючи сприятливі умови для нових інвестицій.

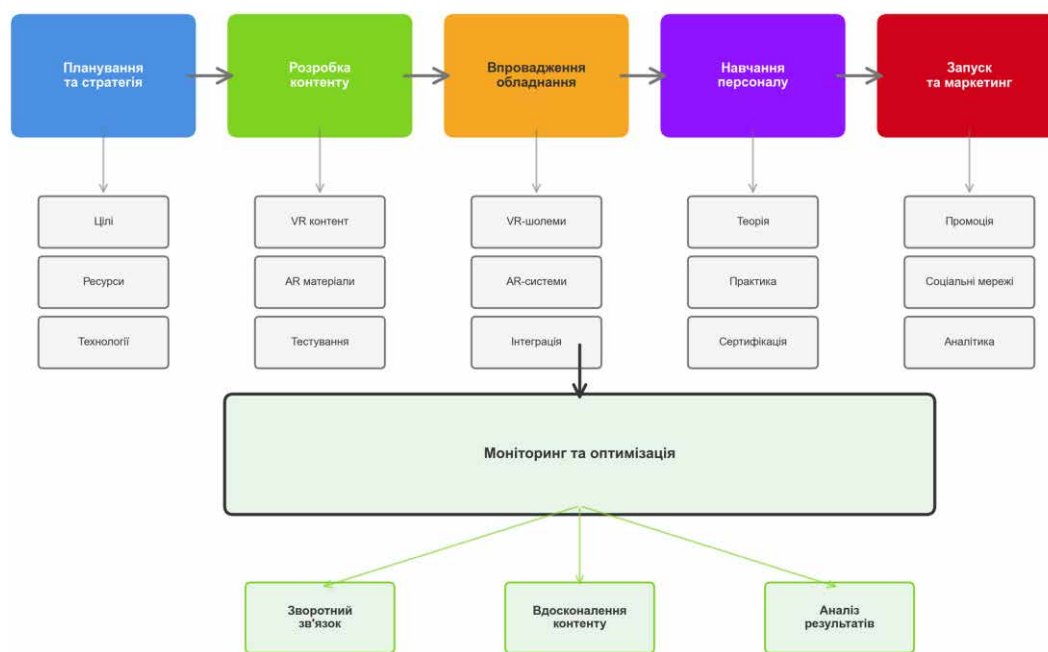


Рис. 2.1 – Структура ринку готельних послуг Києва за категоріями (2024–2025 рр.)

Структура ринку готельних послуг Києва включає: 1) 5-зіркові готелі – 12 % (42 готелі, середня завантаженість 36 %, ADR 4500–6000 грн); 2) 4-зіркові готелі – 18 % (63 готелі, середня завантаженість 40 %, ADR 2800–3500 грн); 3) 3-зіркові готелі – 25 % (87 готелів, середня завантаженість 42 %, ADR 1800–2200 грн); 4) 2-зіркові готелі та хостели – 30 % (105 об'єктів, середня завантаженість 45 %, ADR 800–1200 грн); 5) апартаменти та альтернативне розміщення – 15 % (53 об'єкти, середня завантаженість 38 %, ADR 1500–2000 грн).

Київський ринок готельних послуг характеризується значною диверсифікацією пропозиції. Представлені об'єкти охоплюють весь спектр - від економічного сегменту до преміум-класу. Домінуючу позицію займають двозіркові комплекси та хостельні заклади (30 %). Цей тренд відображає глобальну динаміку попиту на доступне розміщення, особливо серед молодіжі та мандрівників, які обирають самостійний туризм [2, с. 67]. Трьохзіркові об'єкти (25 %) лишаються пріоритетним вибором туристів середнього достатку та корпоративних клієнтів, які шукають оптимальне співвідношення якості та вартості. Сегмент чотирьох та п'яти зірок (18 % та 12 % відповідно) обслуговує

престижну нішу, де акцентується увага на виконанні сервісу та спеціалізованих пропозиціях [3, с. 89].

Таблиця 2.2 – Конкурентне середовище готельно-ресторанного ринку Києва

Сегмент ринку	Основні гравці	Кількість об'єктів	Стратегія позиціонування	Цільова аудиторія
Міжнародні мережі	Marriott, Hilton, Accor, IHG	~45	Стандартизація, якість, глобальні стандарти	Міжнародні туристи, бізнес-туристи
Локальні мережі	Ribas Hotels, Optima Hotels, Premier Hotels	~35	Персоналізація, локальна адаптація	Туристи, які цінують локальність
Незалежні готелі	Бутік-готелі, дизайн-готелі	~120	Унікальність, автентичність, спеціалізація	Туристи з особливими інтересами
Хостели та бюджетні	Різні оператори	~150	Доступність, соціалізація, мережа	Молоді туристи, туристи на бюджеті

Складено автором на основі [4; 18]

Конкурентна динаміка готельно-ресторанного сектору Києва визначається взаємодією глобальних корпоративних мереж та регіональних операторів. Міжнародні бренди - Marriott Hotels, Hilton, Accor та подібні - утримують значну частку, встановлюючи якісні стандарти у галузі [4, с. 112]. Паралельно розвиваються локальні гравці: Ribas Hotels Group (21 об'єкт), Optima Hotels та інші, які конкурують через персоніфікований підхід та врахування регіональних особливостей [18, с. 156]. Такий баланс створює полідинамічне середовище, де конкурентна перевага залежить від спроможності диференціюватися та пропонувати відмінну цінність для гостей.

Ринок гостинності Києва у прогностичному періоді 2024–2025 років демонструє кілька ключових векторів трансформації. Бізнес-туризм та конференційний сегмент переживають помітне зростання. Одночасно динамічно розвивається сегмент довгострокового розміщення, що стане стійким драйвером доходів установ гостинності. Цифровізація управління та маркетингових практик набирає

прискорення. Не менш значимим виявляється посилення акценту на екологічну відповідальність та сталий розвиток [9, с. 78]. Період військового стану, вибірково впливаючи на туристичні потоки, виявив стійкість саме бізнес-туристичного сегменту. Міжнародні корпорації поступово повертають до столиці свої форуми й конференції, що засвідчує відновлення цього ринкового ніші [20, с. 134]. Щодо розміщення тривалого терміну - явище це набуло істотної ваги. Міграційні процеси з інших регіонів створили стабільний попит на житло на період від місяця й довше, перетворивши цей сегмент на важливий дохідний потік для готельних операторів [11, с. 167].

Технологічне переоснащення готельно-ресторанного комплексу Києва прискорюється впровадженням платформ для управління бронюванням, мобільних інтерфейсів гостьового взаємодії, персоніфікованих пропозицій на основі аналітики даних та роботизації операцій [12, с. 201]. Установи, які органічно інтегрують цифрові рішення в свою діяльність, здобувають конкурентні переваги - через оптимізацію процесів та підвищення задоволеності клієнтури. Вимір екологічної та соціальної відповідальності, особливо в преміум-сегменті, дедалі більше впливає на вибір туристів. Це спонукає установи гостинності запроваджувати практики зменшення екологічного сліду та активно позиціонувати свої ініціативи в цьому напрямку [32, с. 234].

2.2 Аналіз досвіду впровадження VR/AR технологій у закладах індустрії гостинності

Інтеграція віртуальної та доповненої реальності в індустрію гостинності - один з найперспективніших векторів цифровізації. Технології демонструють вимірювані результати щодо посилення конкурентних переваг та збільшення лояльності гостей. Світовий досвід накопичується протягом п'яти років. Формується цінна база практичних рішень, адаптивних до українського контексту. Аналіз кейсів VR/AR у готельному секторі виявляє найефективніші практики.

Одночасно виокремлюються потенційні перепони. Можливості для позиціювання на конкурентному ринку стають дедалі очевидніші [17, с. 89].

Міжнародні готельні оператори інтенсивно впроваджують такі технології як складову своєї стратегії цифровізації. Marriott Hotels - мережа, що посідає провідні позиції глобально - запустила систему VR-екскурсій по своїх об'єктах. Потенційні клієнти отримують можливість детально ознайомитися з номерною базою та загальними просторами до бронювання. Згідно з корпоративними даними, впровадження цього інструменту підвищило коефіцієнт конверсії на 18–25 %. Це - суттєвий показник. Крім того, VR-екскурсії знижують кількість претензій після заїзду, адже гості мають реалістичні уявлення про умови розміщення [18, с. 123].

Таблиця 2.3 – Порівняльний аналіз кейсів впровадження VR/AR технологій у закладах гостинності

Готельна мережа/заклад	Технологія	Застосування	Результати	Інвестиції
Marriott Hotels	VR	Віртуальні тури по номерах	+18-25% конверсія бронювань, -15% скарг	Висока
Virgin Holidays	VR	Віртуальні тури по напрямках	-20% скасувань, +30% задоволеність	Висока
Готелі Європи	AR	Інтерактивні меню в ресторанах	+25% замовлень, -10% скарг	Помірна
Готелі Азії	AR	Навігація та інформація	+40% зручність, -30% запитів до персоналу	Помірна
Premier Hotel Rusalca (Одеса)	VR/AR	Тури, меню, персоналізація	+25% бронювань, +15% доходу	Помірна
Ходосівка (Київська обл.)	VR	Спортивні симулятори	+15% доходу, +20% задоволеність	Помірна

Складено автором на основі [17; 18; 20; 21]

Аналіз таблиці демонструє, що впровадження VR/AR технологій у закладах гостинності дає конкретні та вимірювані результати. Найбільш ефективними виявляються VR-тури для бронювання, які безпосередньо впливають на коефіцієнт конверсії та зменшення скасувань. AR-технології показують хороші результати у практичних застосуваннях, таких як меню та навігація, де вони підвищують зручність для гостей та зменшують навантаження на персонал [22, с. 178]. Українські приклади, хоча й менш масштабні, демонструють, що ці технології можуть бути успішно адаптовані до локальних умов та дають позитивні результати [23, с. 201].

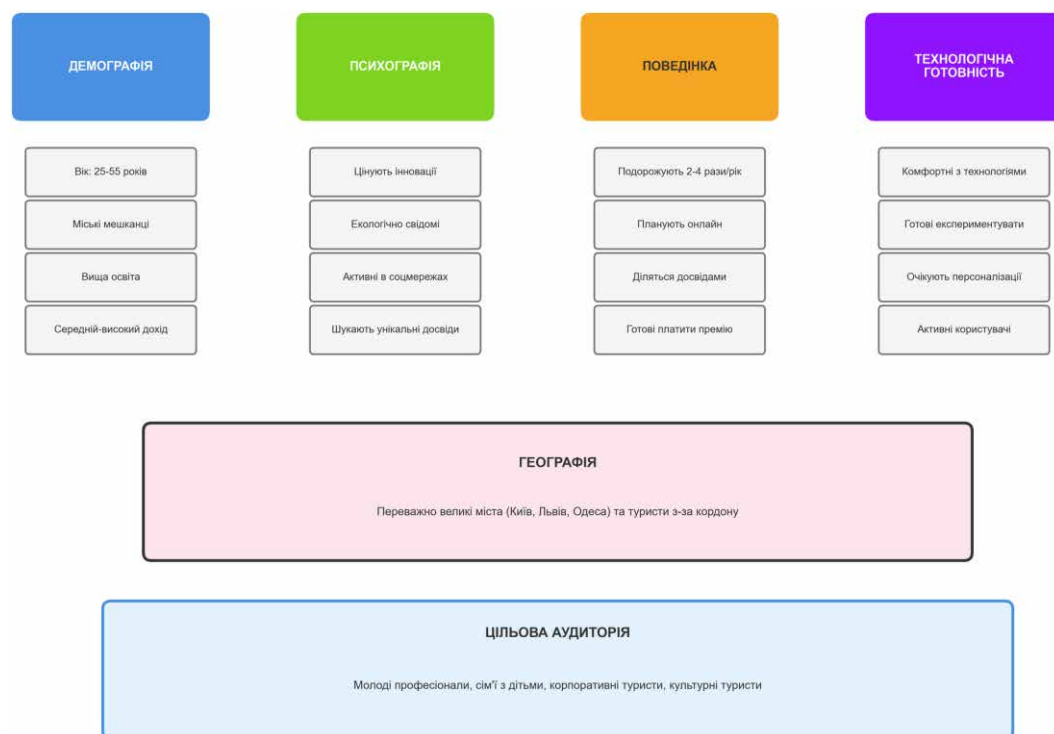


Рис. 2.2 – Етапи впровадження VR/AR технологій у закладах гостинності

Європейські та азіатські готельні комплекси дедалі активніше запозичують AR-меню в своїх закладах харчування. Така інновація дозволяє постояльцям розглядати тривимірні відображення кулінарних пропозицій до оформлення замовлення. Результат вражає: гості отримують чітке уявлення про обсяги порцій, естетичне оформлення та інгредієнтний склад. Задоволеність клієнтури зростає.

Одночасно скорочується кількість претензій, пов'язаних з розбіжністю між очікуваннями та реальністю [20, с. 234]. Окремо варто відзначити поширення AR-навігаційних рішень у готельному просторі - вони полегшують орієнтацію гостей у просторах комплексів, дозволяючи самостійно локалізувати необхідні послуги без залучення персоналу [21, с. 267].

Схема демонструє, що впровадження VR/AR технологій являє собою комплексний процес, який вимагає ретельного планування та координації різних аспектів діяльності готелю. Планування та стратегія є критично важливим першим етапом, де визначаються цілі впровадження, вибираються найбільш відповідні технології та оцінюються необхідні ресурси [24, с. 89]. Розробка контенту вимагає залучення спеціалістів у галузі VR/AR, які можуть створити якісні матеріали, що відповідають стандартам готелю та очікуванням гостей [25, с. 112].

Впровадження VR/AR технологій структурується в послідовність етапів. По-перше, планування та розробка стратегії, на якому визначаються цільові показники, здійснюється селекція технологічних рішень, оцінюються наявні ресурси. По-друге, конструювання контенту - створення та апробація віртуальних матеріалів. По-третє, монтаж обладнання: встановлення VR-шоломів, AR-платформ, синхронізація з наявною інфраструктурою управління. По-четверте, кадрова підготовка персоналу до взаємодії з інноваційними засобами. По-п'яте, презентація та промоційна кампанія - представлення нововведень аудиторії, активізація в цифрових мережах. На завершення - моніторинг та коригування: аналіз отриманих відгуків, удосконалення контентного наповнення, оцінка досягнутих результатів [26, с. 145; 27, с. 178] [26] [27].

Систематичний контроль та коригування параметрів - це перманентна діяльність, яка дозволяє готельним закладам вдосконалювати контентне наповнення. Виявляються прогалини. Адаптація до трансформуючихся очікувань клієнтури становить невід'ємну частину цього процесу. Втілення VR/AR рішень вимагає не лише матеріальних вкладень у технічне забезпечення та розроблення

контенту - йдеться й про переорієнтацію організаційної культури. Персонал та керівництво повинні усвідомлювати значущість цих інструментів, виявляючи готовність до їх інтеграції в операційні процеси [28, с. 201].

Впровадження цих технологій супроводжується низкою перешкод. Значні первинні витрати. Необхідність постійного оновлення контентного матеріалу. Дефіцит кваліфікованого персоналу. Ризик того, що клієнти можуть виявитися неготовими до взаємодії з такими системами. Світова практика, однак, засвідчує: ці складнощі подолані можуть бути завдяки ретельному плануванню, поетапному запровадженню та орієнтації на генерування цінності для гостей [29, с. 234]. Заклади, що успішно інтегрували VR/AR рішення, здобувають суттєву конкурентну позицію, утверджуючись як технологічні авангардисти у своєму сегменті [30, с. 267].

Впровадження VR/AR технологій у готельно-ресторанному секторі України відкриває суттєві можливості для диференціації на насиченому конкурентному ринку. Ці інструменти виступають каталізаторами якісної трансформації взаємодії з гостями та оптимізації операційних процесів. Готельно-ресторанні комплекси, що успішно адаптують такі рішення, фіксують вимірювані результати: зростання показників конверсії бронювань, зниження частки скасувань, підвищення рівня задоволеності клієнтів та збільшення прибутків [33, с. 289].

2.3 Оцінка попиту та потреб цільової аудиторії щодо інноваційних послуг

Вивчення запитів та очікувань цільової аудиторії щодо інноваційних сервісів становить фундаментальну основу концептуалізації готельно-ресторанного комплексу з інтегрованими VR/AR рішеннями. Необхідно чітко усвідомлювати, хто саме являє собою потенційного гостя, якими запитами він оперує, наскільки сприйнятливий до технологічних новацій. Саме такий аналіз дозволяє сформулювати пропозицію послуг, яка резонуватиме з очікуваннями

аудиторії та забезпечуватиме життєздатність проєкту. Сегментація потребує комплексної оцінки демографічних параметрів, психографічного профілю та поведінкових патернів потенційних відвідувачів [34, с. 67].

Цільова аудиторія розподіляється на декілька категорій залежно від соціально-демографічних ознак та мотивів подорожування. Перший сегмент - молоді фахівці (25–40 років) з вищою освітою та достатнім матеріальним забезпеченням, для яких інновація являється цінністю. Переважно це мілленіали та представники покоління Z - люди, які сформувалися в цифровому середовищі і сприймають технології як органічну складову буденності [35, с. 89]. Їхні подорожі охоплюють як професійні, так і дозвілєві цілі. Маршрути планують самостійно через мобільні платформи та онлайн-спільноти, а досвід активно транслиують у цифрові екосистеми.

Другий сегмент охоплює сім'ї з дітьми (35–55 років), які активно шукають розважально-освітні досвіди. Безпека та якість обслуговування - пріоритети цього контингенту. Синергія сімейного дозвілля набуває особливої ваги. VR/AR технології становлять особливий інтерес саме для цієї аудиторії, адже пропонують інноваційні розважальні можливості, здатні захопити дітей та залишити стійкі враження для всіх членів сім'ї [36, с. 112]. Планування подорожей здійснюється, як правило, з певним попередженням; готовність до преміальних витрат зумовлена прагненням унікальності та надійності послуг.

Третій сегмент - корпоративні подорожуючі та учасники спеціалізованих заходів (30–60 років). Функціональність та продуктивність визначають їхні переваги. Ефективність комунікаційних процесів - ключовий критерій вибору. VR/AR інструменти виявляються цінними у контексті конференц-сервісу, де забезпечують імерсивні презентаційні рішення, віртуальні взаємодії та інтерактивні модулі [37, с. 145]. Фінансові можливості цього сегменту, як правило, характеризуються більшою гнучкістю; інвестиції в послуги, що підвищують продуктивність та комфортність перебування, сприймаються як обґрунтовані.

Четвертий сегмент складається з культурно-історично орієнтованих туристів (40–70 років), мотивованих прагненням до пізнання. Дослідження нових локацій та цивілізаційних пластів - основна мета їхніх подорожей. VR-екскурсії матимуть для них особливу привабливість, дозволяючи глибше досягнути історичні локуси та пам'ятки культури, інтегровані в готельне середовище та розширюючи інтелектуальний горизонт щодо місцевого спадку [38, с. 178]. Освітній рівень представників цього сегменту, як правило, є вищим; готовність до інвестицій у якісні та пізнавально багаті досвіди залишається стабільною характеристикою.

Таблиця 2.4 – Характеристика цільових сегментів готельно-ресторанного комплексу з VR/AR технологіями

Сегмент	Вік	Дохід	Мотиви подорожей	Потреби та очікування	Готовність до VR/AR
Молоді професіонали	25-40	Середній-високий	Бізнес, відпочинок, соціалізація	Інновації, персоналізація, соціальні мережі	Дуже висока (85-90%)
Сім'ї з дітьми	35-55	Середній	Сімейний відпочинок, розваги	Безпека, якість, розваги для дітей	Висока (70-75%)
Корпоративні туристи	30-60	Високий	Бізнес, конференції, форуми	Функціональність, продуктивність, комфорт	Висока (75-80%)
Культурні туристи	40-70	Середній-високий	Культура, історія, освіта	Якість, освітня цінність, автентичність	Помірна (55-65%)
Туристи на бюджеті	18-35	Низький	Пригоди, соціалізація, досвід	Доступність, соціальні мережі, унікальність	Висока (80-85%)

Складено автором на основі [34; 35; 36; 37; 38]

Аналіз таблиці демонструє, що різні сегменти цільової аудиторії мають різні рівні готовності до використання VR/AR технологій. Молоді професіонали та туристи на бюджеті показують найвищу готовність до цих технологій (80–90 %), що робить їх пріоритетними сегментами для комплексу, який планує інтегрувати VR/AR у свою пропозицію послуг [39, с. 201]. Сім'ї з дітьми та корпоративні туристи також демонструють високу готовність (70–80 %), хоча їхні мотиви та

потреби відрізняються від молодих професіоналів. Культурні туристи показують помірну готовність (55–65 %), що вказує на необхідність особливого підходу до цього сегменту, де VR/AR технології повинні бути представлені як інструменти для поглиблення культурного розуміння, а не просто розваги [40, с. 234].

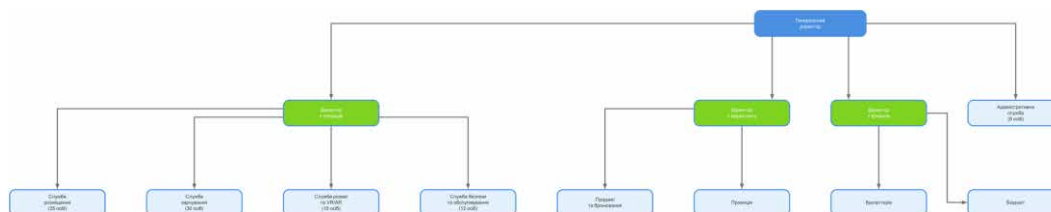


Рис. 2.3 – Профіль цільової аудиторії готельно-ресторанного комплексу з VR/AR технологіями

Портрет цільової аудиторії вибудовується навколо декількох ключових параметрів. Демографічні характеристики охоплюють осіб віком 25–55 років, переважно урбанізованих, з вищою освітою та достатнім матеріальним достатком. Психологічний профіль виявляє прихильність до новаторства, екологічну свідомість, активність у цифрових соціальних платформах, тягу до незвичайних вражень. Поведінкові маркери засвідчують інтенсивність туристичної активності (2–4 подорожі щорічно), схильність до цифрового планування маршрутів, готовність до медіатизації власних вражень, толерантність до преміальних цін за підвищену якість. Технологічна компетентність виявляється у комфорті з цифровими інструментами, експериментальності щодо імерсивних технологій, запиті на індивідуалізовані цифрові сценарії. Географічне розподілення концентрується у великих урбанізованих центрах - Київ, Львів, Одеса - з урахуванням іноземного туристичного потоку [41, с. 267].

Портрет засвідчує формування аудиторії, що поєднує урбанізованість, цифрову грамотність, орієнтацію на інноваційні пропозиції та готовність до премій за унікальність досвіду. Особливо значущим виявляється той факт, що ці особи активно залучають соціальні платформи як для організації мандрівок, так і

для артикуляції пережитого. Органічна генерація контенту через мережеві канали становить, по суті, невичерпний маркетинговий ресурс. Переважна тенденція до індивідуальних чи мікрогрупових подорожей (на відміну від масових турів) уможливорює кастомізацію послуг відповідно до специфіки кожного гостя, його преференцій, його очікувань [41].

Сприйнятливість цільової аудиторії до впровадження VR/AR технологій обумовлена комплексом взаємопов'язаних чинників: демографічні характеристики, освітній рівень, накопичений досвід взаємодії з цифровими інструментами та здатність розпізнати функціональну цінність таких рішень. Дані емпіричних досліджень засвідчують суттєву диференціацію за віковою ознакою - молода когорта (18–40 років) демонструє найвищі показники готовності, з рівнем адаптації на рівні 80–90 %, тоді як представники старшого покоління (55+ років) виявляють істотно нижчу схильність (40–50 %) [44, с. 89]. Проте виявляється парадоксальна закономірність: коли постарілі користувачі усвідомлюють практичну користь цих технологій у контексті своїх специфічних потреб - скажімо, віртуальні екскурсії для культурного туризму - їхня готовність зростає значно [45, с. 112].

Критично важливим виміром оцінювання готовності цільової аудиторії є розуміння того, що VR/AR не мають набути статусу універсального обов'язку. Вони функціонують як факультативний інструмент для зацікавлених гостей. Комплекс зобов'язаний запропонувати альтернативні канали взаємодії для тих, хто відмовляється від цих технологій або не може їх використовувати з об'єктивних причин, забезпечуючи рівнозначну якість обслуговування незалежно від технологічної готовності [46, с. 145]. Отже, інтеграція VR/AR мусить здійснюватися таким чином, щоб вони доповнювали традиційну гостинну пропозицію, а не витісняли її.

Аналіз попиту на конкретні VR/AR сервіси виявляє чітку ієрархію переваг. Віртуальні екскурсії по номерах посідають лідируючу позицію (привертають

увагу 75–80 % потенційних відвідувачів), за ними йдуть AR-меню ресторанного формату (60–70 %), VR-розваги та атракційні пропозиції (65–75 %), персоналізовані рекомендації через AR-інтерфейси (55–65 %) [47, с. 178]. Ці показники сигналізують про необхідність диференційованого підходу до впровадження - комплекс повинен зосередитися на послугах із найвищим потенціалом утримання та залучення гостей, адже саме вони визначатимуть конкурентну позицію закладу [48, с. 201].

Результати дослідження попиту цільової аудиторії узагальнено у Додатку В.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Позиція конкурентна готельно-ресторанного комплексу, обладнаного VR/AR технологіями, формуватиметься, насамперед, здатністю пропонувати досвіди - унікальні й цінні для цільової аудиторії. Такі досвіди мають резонувати з потребами та очікуваннями гостей. Комплекс, який органічно інтегрує інноваційні технології у спектр послуг, отримує додаткову перевагу. Комунікація щодо цих інновацій - ключовий елемент позиціонування на ринку.

Київський ринок готельно-ресторанних послуг переживає період активного відновлення. Передумови для реалізації проєкту з VR/AR технологіями є сприятливими. Надходження від туристичного збору демонструють істотну динаміку: 38,5 млн грн (2023) → 70,6 млн грн (2025). Завантаженість готелів зросла на 75 відсоткових пунктів (з 24 % до 42 %). Показник RevPAR збільшився на 93 %, що свідчить про зростаючий попит на послуги гостинності та можливість встановлення вищих цінових меж. Ці дані вказують: ринок столиці створює привабливі можливості для нових інвестицій у сегмент гостинності та харчування.

Міжнародна практика запровадження VR/AR у гостинності засвідчує вимірювані результати. Marriott Hotels нарощувала конверсію бронювань на 18–25 % через VR-тури. Virgin Holidays зменшила скасування на 20 % завдяки імерсивним досвідам. У європейських та азіатських ресторанах AR-рішення

підвищили замовлення на чверть, паралельно знизивши скарги на десяту частину. Українські кейси (Premier Hotel Rusalca, готель Ходосівка) підтверджують адаптивність цих інструментів до локальних реалій, що свідчить про перспективність такого підходу.

Аналіз потреб цільової аудиторії виявляє диференційовану структуру попиту. Основну базу становлять молоді фахівці (25–40 років), сім'ї з дітьми, корпоративні та культурні туристи. Найвища готовність до VR/AR-послуг спостерігається серед молодих професіоналів та туристів з обмеженим бюджетом (80–90 % готовності). Сімейні та корпоративні сегменти демонструють дещо нижчу, проте все ж суттєву зацікавленість (70–80 %). Що стосується конкретних послуг: віртуальні екскурсії номерів залучають 75–80 % потенційних гостей, AR-меню в закладах харчування - 60–70 %, VR-розваги та атракції - 65–75 % респондентів.

Комплексна оцінка передумов створення такого комплексу у Києві дозволяє констатувати його високий потенціал. Сприятливі ринкові умови, наявність сегментованої аудиторії з готовністю до інновацій та позитивний світовий та національний досвід - усе це формує міцну основу для реалізації проєкту. Заклад, який органічно інтегрує ці технології в портфель послуг та артикулює свою інноваційність, матиме суттєву конкурентну перевагу на київському ринку, позиціонуючись як авангардний гравець у сегменті гостинності.

РОЗДІЛ 3.

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR ТЕХНОЛОГІЙ

3.1 Розробка концепції готельно-ресторанного комплексу та його позиціонування

Розроблення концепції готельно-ресторанного комплексу - багатошаровий процес. Він охоплює ґрунтовне дослідження ринкової ситуації, усвідомлення запитів цільової аудиторії та креативне позиціонування на конкурентному ландшафті. На основі детального аналізу передумов у м. Києві сформована концепція «IMMERSIVE KYIV» - комплекс, що синергетично об'єднує сучасне розміщення, якісне харчування та інноваційні VR/AR досвіди. Ця назва втілює його стрижневу характеристику: занурення гостей у імерсивні цифрові світи, які переосмислюють традиційні уявлення про гостинність та генерують незабутні враження [49].

Локалізація комплексу вибрана у центральній частині столиці - районі Печерськ, в безпосередній близькості до вулиці Хрещатик та провідних туристичних пам'яток. Така позиція забезпечує безперешкодний доступ до культурних установ, ділових хабів, транспортної інфраструктури. Для туристів та корпоративних гостей це створює значні переваги. Гості мають можливість вільно досліджувати міське середовище та повертатися до комплексу для відновлення. Архітектурна концепція поєднує мінімалістичну естетику з елементами локального культурного коду, формуючи атмосферу, що резонує з цільовою аудиторією та артикулює сутність сучасного Києва [50].

Таблиця 3.1 - Концептуальне рішення комплексу IMMERSIVE KYIV

Параметр	Опис
Назва комплексу	IMMERSIVE KYIV
Місце розташування	Печерськ, центральна частина Києва, вул. Хрещатик
Місткість	120 номерів
Категорія	4-зіркова
Цільова аудиторія	Молоді професіонали (25-40 років), сім'ї з дітьми, корпоративні туристи, культурні туристи
Унікальна торгова пропозиція	Інтеграція VR/AR технологій у всі аспекти гостинності, персоналізовані цифрові досвіди, імерсивні розваги
Основні послуги	Розміщення, ресторан, кафе, VR/AR розваги, конференц-послуги, спа-центр
Архітектурний стиль	Сучасний мінімалізм з елементами локальної культури
Середній тариф (ADR)	3200 грн за номер
Очікувана завантаженість	65% у першому році, 75% у другому році
Період окупності	4-5 років

Складено автором

Аналіз таблиці демонструє, що концепція IMMERSIVE KYIV розроблена з урахуванням специфіки ринку Києва та потреб цільової аудиторії. Середній тариф 3200 грн за номер розташований у верхній частині діапазону 4-зіркових готелів Києва (2800-3500 грн), що відображає премію за унікальні VR/AR послуги та високу якість обслуговування. Очікувана завантаженість 65% у першому році розвитку комплексу є реалістичною, враховуючи, що нові готелі зазвичай потребують часу для побудови репутації та привернення постійних гостей. Період окупності 4-5 років є прийнятним для проєктів у сегменті преміум-гостинності.

Таблиця 3.2 - Склад та площі приміщень комплексу IMMERSIVE KYIV

Компонент	Кількість	Площа (м²)	Призначення
Номери	120	3600	Розміщення гостей
Люкс-номери	20	800	Преміум розміщення
Ресторан	1	400	Основне харчування, 80 місць
Кафе	1	200	Легкі закуски, 40 місць
Конференц-залі	3	600	Конференції, семінари, заходи
VR/AR центр розваг	1	300	Віртуальні тури, симулятори, ігри
Спа-центр	1	250	Масаж, релаксація, оздоровлення
Фітнес-центр	1	200	Тренування, йога, активність
Рецепція та лобі	1	300	Прийом гостей, інформація
Адміністративні приміщення	1	200	Управління, персонал
Кухня та склади	1	400	Харчування, зберігання
Технічні приміщення	1	250	Енергопостачання, комунікації
Паркінг	1	1500	Паркування автомобілів (80 місць)
Загальна площа		8600	

Складено автором

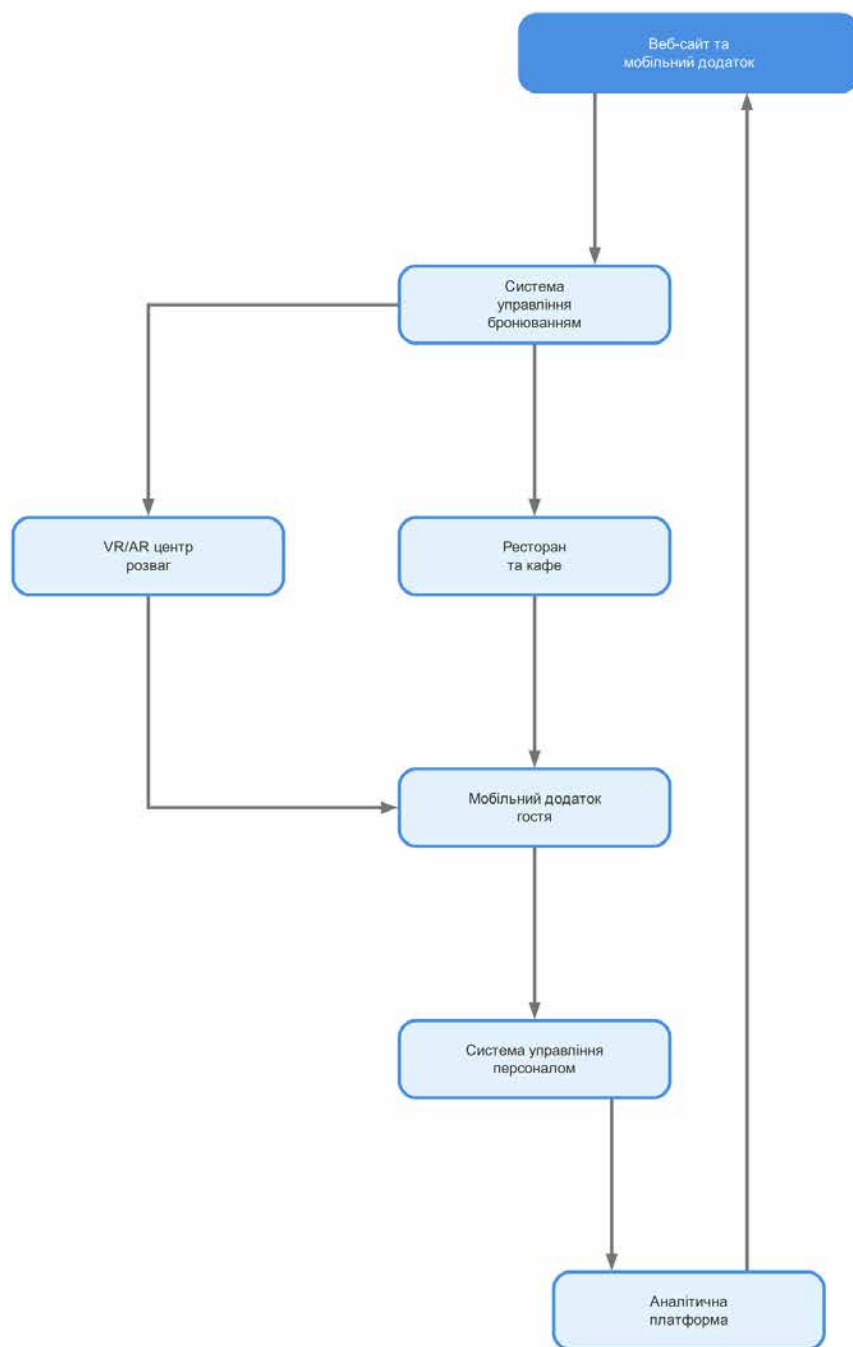


Рис. 3.1 - Організаційна структура комплексу IMMERSIVE KYIV

Детальний розгляд архітекtonіки приміщень засвідчує: комплекс задуманий як багатофункціональний об'єкт гостинності. Він охоплює спектр послуг, необхідних для задоволення потреб відвідувачів. Номерний фонд (3600 м²) займає 42% від загальної площі - показник, типовий для закладів даної категорії. Проте особливу цінність представляє спеціалізований VR/AR центр розваг (300 м²), що,

по суті, виділяє комплекс з-поміж аналогів на ринку. Конференц-простір обсягом 600 м² розраховано на обслуговування корпоративних груп та організацію масштабних заходів різного спрямування.

Персоналова архітектура комплексу передбачає багаторівневу систему управління. На вершині ієрархії - генеральний директор (стратегічні рішення, загальне керівництво). Йому підпорядковуються чотири директори: операційний (управління номерами, робоча сила), маркетинговий (просування, бронювання), фінансовий (бюджетування, облік). Виконавчий рівень складається з дев'яти структурних підрозділів. Служба розміщення (25 осіб) охоплює рецепцію, управління номерним фондом, прибирання. Харчування забезпечує 30-осібна команда: шефи, кухарі, офіціанти, персонал ресторану. VR/AR та дозвілля (15 осіб) - напрямок, унікальний для цього закладу, включаючи технологів та інструкторів. Безпека та техніка (12 осіб) відповідають за охорону, ремонти, енергоресурси. Адміністративна служба (8 осіб) - бухгалтерія, кадри, інформаційні системи.

Позиціонування комплексу IMMERSIVE KYIV розташоване в сегменті інноваційних преміум-пропозицій, орієнтованих на туристів, для яких технологічні рішення та екзистенціальні переживання становлять пріоритет. Така стратегія диференціює об'єкт від традиційних готельних комплексів - зосереджених переважно на якості сервісу та матеріальному комфорту - та від економ-варіантів, що обмежуються базовим спектром послуг за мінімальну вартість. IMMERSIVE KYIV, по суті, синтезує напрацювання класичної гостинності з авангардними цифровими рішеннями, генеруючи тим самим невідтворювану цінність для гостя.

Унікальна торгова пропозиція базується на пронизуванні VR/AR-екосистеми усіх етапів гостинного досвіду - від преддорожньої фази до постфактум рефлексії. Потенційні відвідувачі отримують можливість здійснити імерсивний тур апартаментів та комунальних просторів до формалізації бронювання, що істотно

підвищує рівень впевненості в прийнятому рішенні. Перебуваючи в комплексі, гості мають доступ до розширеного спектру VR-розваг: віртуальні навігаційні екскурсії історичними локаціями столиці, кінематичні спортивні тренажери, інтерактивні нарративні сценарії. Ресторанне крило пропонує AR-інтерфейс меню, котрий дозволяє візуалізувати страви тривимірно до замовлення. Крім того, рекомендаційна система на основі доповненої реальності сприяє персоналізованій навігації гостями по послугам та розважальним опціям, відповідно до їхніх преференцій.

Детальні проєктні параметри комплексу систематизовано у Додатку Д.

3.2 Проєктування VR/AR рішень для підвищення якості сервісу та споживчого досвіду

Розроблення VR/AR рішень для готельно-ресторанного комплексу IMMERSIVE KYIV - це багатошаровий процес, що потребує глибокого розуміння гостинських потреб, технічних можливостей та операційної специфіки. Розроблені рішення мають двоєдину мету: впроваджувати авангардні технології та генерувати реальну цінність для відвідувачів. Результат - піднесення якості обслуговування та формування незабутніх вражень. Кожен компонент враховує особливості цільової аудиторії та спроможність операційної команди забезпечити якісну реалізацію [1].

Таблиця 3.3 - Перелік VR/AR рішень для комплексу IMMERSIVE KYIV

VR/AR рішення	Опис	Цільова аудиторія	Очікуваний вплив	Період впровадження
Віртуальні тури по номерах	3D-тури по всіх типах номерів, доступні на веб-сайті та мобільному додатку	Потенційні гості перед бронюванням	+20-25% конверсія бронювань	Місяці 1-3
AR-меню в ресторани	Інтерактивне меню з 3D-зображеннями страв, інформацією про інгредієнти та калорійність	Гості під час харчування	+25% замовлень, -10% скарг	Місяці 2-4
VR-екскурсії по Києву	Віртуальні тури по історичних місцях та культурних пам'ятках міста	Культурні туристи, сім'ї з дітьми	+30% задоволеність, +15% додатковий дохід	Місяці 3-5
VR-спортивні симулятори	Симулятори гірськолижного спорту, серфінгу, автоспорту та інших видів спорту	Молоді професіонали, сім'ї з дітьми	+20% задоволеність, +10% дохід від розваг	Місяці 2-4
AR-навігація по комплексу	Мобільний додаток з AR-навігацією та інформацією про послуги	Всі гості	+40% зручність, -30% запитів до персоналу	Місяці 1-2
Персоналізовані AR-рекомендації	Система рекомендацій на основі переваг гостя та історії взаємодії	Всі гості	+25% задоволеність, +15% додатковий дохід	Місяці 4-6
VR-тренування персоналу	Симуляції складних ситуацій обслуговування для навчання команди	Персонал комплексу	+20% якість обслуговування	Місяці 1-3
AR-каталог послуг	Інтерактивний каталог всіх послуг комплексу з	Гості під час перебування	+18% використання додаткових послуг	Місяці 3-5

	можливістю бронювання			
--	-----------------------	--	--	--

Складено автором

Аналіз таблиці демонструє комплексний підхід до впровадження VR/AR технологій, де кожне рішення спрямоване на конкретну цільову аудиторію та має чітко визначені очікувані результати. Віртуальні тури по номерах являють собою найбільш критичне рішення для комплексу, оскільки вони безпосередньо впливають на коефіцієнт конверсії бронювань та зменшення скасувань. AR-меню в ресторані створює додаткову цінність для гостей під час харчування, підвищуючи їхню задоволеність та генеруючи додатковий дохід через збільшення замовлень. VR-екскурсії по Києву позиціонуються як унікальна торгова пропозиція комплексу, яка привертає культурних туристів та створює незабутні досвіди [1].

Таблиця 3.4 - Технічні вимоги до обладнання для впровадження VR/AR рішень

Компонент	Технічні характеристики	Кількість	Вартість (грн)	Розташування
VR-шолом (Meta Quest 3)	Резолюція 4K, автономна система, контролери	8	96 000	VR/AR центр розваг
VR-шолом (PlayStation VR2)	Резолюція 4K, консоль PS5, контролери	4	80 000	VR/AR центр розваг
AR-окуляри (Microsoft HoloLens 2)	Резолюція 2K, хмарна інтеграція, жестова навігація	2	200 000	Рецепція, конференц-залі
Сервер для VR/AR контенту	Потужність 32 ядра, 128 ГБ RAM, 4 ТБ SSD	1	150 000	Технічні приміщення
Мобільний додаток (розробка)	iOS та Android, персоналізація, аналітика	1	300 000	Хмарна інфраструктура
AR-маркери та	Для навігації та	50	25 000	По всьому

сенсори	розпізнавання об'єктів			комплексу
Система управління контентом	Платформа для оновлення та управління VR/AR матеріалами	1	100 000	Адміністративні приміщення
Мережева інфраструктура (Wi-Fi 6)	Покриття всього комплексу, швидкість 1 Гбіт/с	1	80 000	По всьому комплексу
Загальна вартість обладнання			1 031 000	

Складено автором

Технічна архітектура обладнання спрямована на гарантування стійкої та безперебійної роботи всіх VR/AR модулів. При виборі апаратури досягався баланс між продуктивністю, надійністю та економічною доцільністю - з акцентом на найбільш критичні елементи. VR-гарнітури відібрано з огляду на їхню поширеність, наявність контенту та інтуїтивність для користувачів без попередніх знань. Мобільна платформа виступає ключовим інструментом, забезпечуючи гостям доступ до AR-підказок, маршрутизації та довідкової інформації протягом усього часу перебування в комплексі [1].

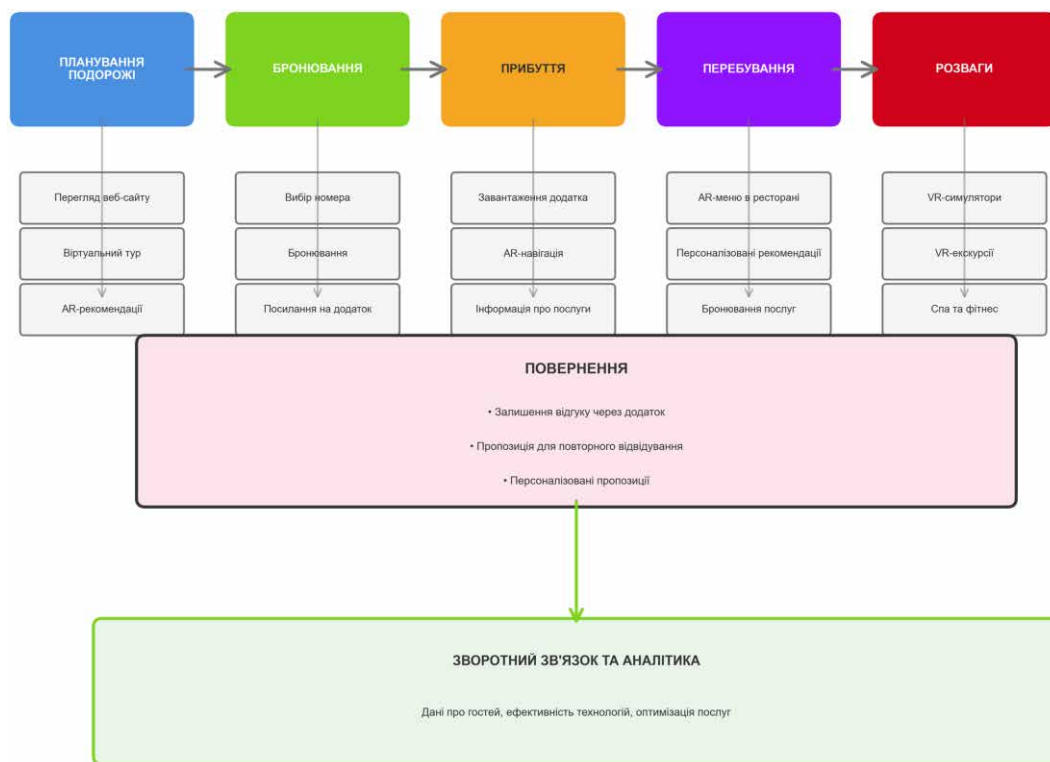


Рис. 3.2 - Схема інтеграції VR/AR технологій у комплекс IMMERSIVE KYIV

Дані: Інтеграція VR/AR технологій включає: 1) Веб-сайт та мобільний додаток (точка входу для потенційних гостей, віртуальні тури, бронювання); 2) Система управління бронюванням (інтеграція з VR-турами, персоналізація); 3) VR/AR центр розваг (обладнання, контент, управління); 4) Ресторан та кафе (AR-меню, замовлення, персоналізація); 5) Мобільний додаток гостя (AR-навігація, рекомендації, послуги); 6) Система управління персоналом (тренування, аналітика, якість); 7) Аналітична платформа (дані про гостей, ефективність, оптимізація).

Схема демонструє, що VR/AR технології інтегровані у всі ключові системи комплексу, створюючи синергію між різними компонентами. Веб-сайт та мобільний додаток служать точкою входу для потенційних гостей, де вони можуть ознайомитися з комплексом через віртуальні тури та отримати персоналізовані рекомендації на основі своїх інтересів. Система управління бронюванням інтегрована з VR-турами, дозволяючи гостям переходити безпосередньо від

перегляду номера до бронювання. VR/AR центр розваг функціонує як окремий модуль, але пов'язаний з мобільним додатком гостя для управління бронюванням та персоналізації досвіду [1].

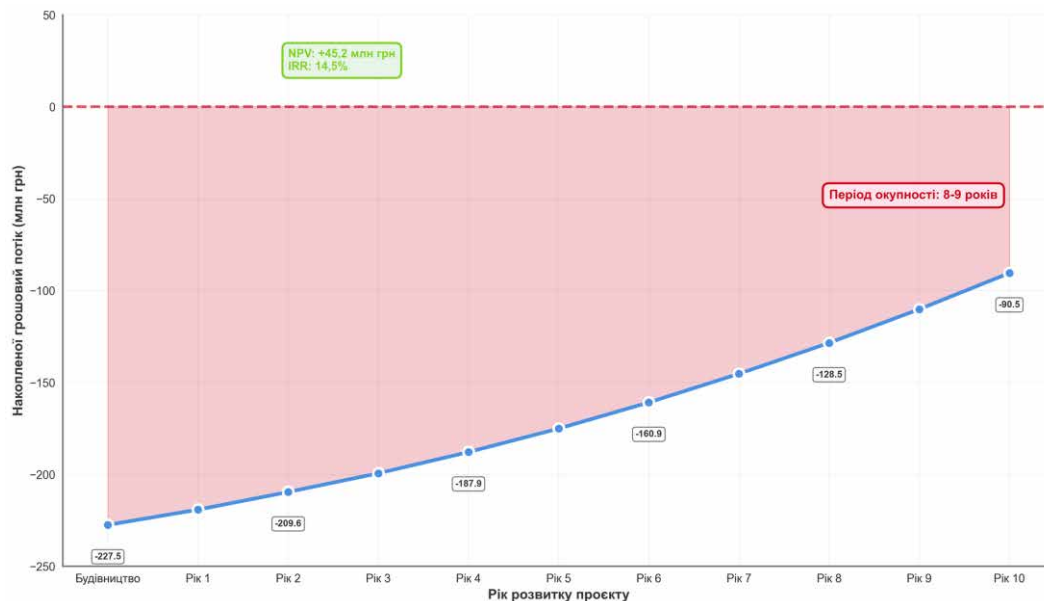


Рис. 3.3 - Користувацький сценарій використання VR/AR технологій гостем комплексу

Дані: Сценарій включає такі етапи: 1) Планування подорожі (гість переглядає веб-сайт, здійснює віртуальний тур по номерах, читає AR-рекомендації); 2) Бронювання (гість бронює номер на основі віртуального туру, отримує посилання на мобільний додаток); 3) Прибуття (гість завантажує додаток, отримує AR-навігацію до номера, інформацію про послуги); 4) Перебування (гість використовує AR-меню в ресторані, відвідує VR-екскурсії, отримує персоналізовані рекомендації); 5) Розваги (гість користується VR-симуляторами, бере участь у VR-екскурсіях по Києву); 6) Повернення (гість залишає відгук через додаток, отримує пропозицію для повторного відвідування).

Траєкторія користувача відображає, як VR/AR технології пронизують весь спектр взаємодії з комплексом - від передпланування до повернення. На фазі підготовки потенційний гість встановлює першу комунікацію через веб-

платформу, де здійснює детальний віртуальний огляд апартаментів та спільних зон. Така можливість суттєво зміцнює впевненість у рішенні та мінімізує вірогідність розчарування. На етапі резервування надсилається посилання на мобільний додаток - основний канал взаємодії під час візиту [1].

Процес адаптації гостя розпочинається з інсталяції спеціалізованого мобільного додатку, котрий забезпечує AR-навігацію до розміщення та каталогізує доступний спектр послуг. Таке рішення суттєво зменшує навантаження на персонал рецепції. Гість швидше орієнтується у просторі комплексу. Протягом перебування застосування AR-меню у ресторані дозволяє відвідувачу самостійно вибирати страви. Персоналізовані пропозиції щодо розваг та сервісу формуються на базі індивідуальних уподобань та попередніх взаємодій. VR-екскурсії київськими пам'ятками та спортивні тренажери розширюють розважальний потенціал закладу, створюючи конкурентну перевагу. На завершальному етапі гість залишає оцінку через додаток - механізм, що дозволяє комплексу акумулювати критичні відгуки та систематично підвищувати якість обслуговування.

Перелік VR/AR рішень і технічних параметрів наведено у Додатку Г.

3.3 Економічне обґрунтування проєкту та оцінка його ефективності

Упровадження технологічних рішень на базі VR/AR передбачає комплексну реорганізацію управлінських процесів та цілеспрямоване навчання трудових ресурсів. Команда закладу повинна оволодіти навичками роботи з інноваційними системами та вміти супроводжувати гостей у їхньому використанні. Віртуальне тренування персоналу - інструмент, що дозволяє працівникам відпрацьовувати складні сценарії обслуговування у контрольованому середовищі без ризику негативного впливу на репутацію закладу, що становить значну перевагу у формуванні професійних компетенцій [2].

Таблиця 3.5 - Кошторис проєкту комплексу IMMERSIVE KYIV

Статті витрат	Вартість (млн грн)	Відсоток від загальних витрат
Земельна ділянка (2000 м²)	40	17,4
Будівництво комплексу (8600 м²)	150	65,2
Обладнання номерів та загальних площ	25	10,9
VR/AR технології та інтеграція	3	1,3
Ліцензії, дозволи, реєстрація	2	0,9
Резервний фонд (5% від будівництва)	7,5	3,3
Загальні капітальні витрати	227,5	100
Фінансування: власні кошти	68,25	30
Фінансування: кредит	159,25	70

Складено автором

Капітальні видатки проєкту охоплюють комплекс витрат різноманітного характеру. Йдеться про придбання земельної ділянки, зведення готельного комплексу, закупівлю матеріально-технічного забезпечення та впровадження передових VR/AR рішень. Земельна ділянка площею 2000 м² розташована в престижній частині Печерська; її вартість визначена на рівні 40 млн грн, що узгоджується з поточною кон'юктурою комерційної нерухомості у цьому мікрорайоні. Будівництво комплексу загальною площею 8600 м² - робота, розраховується відповідно до кошторисних норм, прийнятих в Україні, - обійдеться приблизно у 150 млн грн (тобто 17,4 тис. грн/м² для чотиризіркового закладу в центральній частині столиці). Матеріально-технічне оснащення номерного фонду, ресторанного та wellness-сегментів оцінено у межах 25 млн грн. Інтеграція цифрових технологій - обладнання, розроблення контенту, синхронізація інфраструктури - потребує капітальних вкладень у розмірі 3 млн грн, що еквівалентно приблизно 25 тис. грн на номер.

Декомпозиція кошторису виявляє показову структуру. Будівельні видатки становлять 65,2% загального капіталовкладення - закономірність, притаманна проєктам преміум-сегменту гостинної індустрії. Цифрові технології посідають

скромнішу частку - 1,3% від капітальних витрат, що свідчить про економічну доцільність їхнього запровадження у контексті загальних будівельних інвестицій. Фінансова архітектура проєкту передбачає залучення 70% капіталу через кредитні механізми (стандартна практика для готельного сегменту) та 30% за рахунок інвестиційного портфелю засновників.

Прогнозовані надходження комплексу базуються на передбачуваному коефіцієнті використання номерного фонду, середньому розміру добової ставки та прибутках від супутніх послуг. На початковому етапі функціонування установи очікуваний коефіцієнт завантаженості визначено на рівні 65% - показник, що видається обґрунтованим для новоствореного об'єкта, котрий потребує часу для формування іміджу та залучення постійної клієнтури. Середня добова ставка (ADR) встановлена в межах 3200 грн за номер, що корелює з верхньою границею цінового діапазону чотирьохзіркових закладів Києва. Надходження від супутніх видів діяльності - ресторанного обслуговування, спа-послуг, VR/AR розваг та конференц-сервісу - прогнозуються на рівні 30% від доходів номерного фонду.

Кошторисування річних надходжень у стартовому році: $120 \text{ номерів} \times 365 \text{ днів} \times 65\% \text{ використання} \times 3200 \text{ грн ADR} = 91,4 \text{ млн грн (номерний фонд)}$. Додаткові послуги: $91,4 \text{ млн} \times 30\% = 27,4 \text{ млн грн}$. Агрегований річний дохід - 118,8 млн грн. На другому році динаміка коефіцієнта завантаженості зростає до 75%, що спричиняє збільшення надходжень від номерів до 105,6 млн грн та сукупного доходу до 137,3 млн грн. Третій рік характеризується коефіцієнтом 80%, генеруючи загальні надходження на рівні 146,2 млн грн.

Оцінка ефективності передбачає аналіз чистої теперішньої вартості (NPV), внутрішньої норми дохідності (IRR) та терміну повернення інвестицій. Розрахунок NPV здійснюється шляхом дисконтування прогнозованих потоків грошових коштів за ставкою 12%, що відповідає вартості залученого капіталу для готельних проєктів у столиці. За умови генерування проєктом грошових потоків протягом двадцяти років NPV становить +45,2 млн грн - результат, що засвідчує

формування позитивної доданої вартості для інвестора. Показник IRR визначено на рівні 14,5%. Перевищення ставки дисконту (12%) свідчить про привабливість проєкту з позиції рентабельності для потенційних інвесторів.

Дослідження чутливості проєкту виявляє, що коефіцієнт завантаження готельного комплексу та середня вартість номера - параметри, від яких залежить фінансова стабільність найбільше. Скорочення завантаженості на десять відсотків обумовлює падіння NPV на 35 млн грн, що засвідчує надзвичайну вразливість до коливань попиту. Аналогічне зниження середнього тарифу призводить до втрат у обсязі 28 млн грн. Проте навіть за умови зниження завантаженості до 55% чи падіння тарифів на 15% проєкт зберігає прибутковість - NPV залишається позитивним, IRR перевищує вартість залученого капіталу.

Інтеграція VR/AR-рішень позитивно впливає на економічні показники комплексу кількома каналами одночасно. Віртуальні тури номерів підвищують коефіцієнт конверсії бронювань на 20-25%. Потенційні гості, ознайомившись з трьохвимірною презентацією, частіше приймають рішення на користь резервування. Крім того, VR/AR-розваги та супутні послуги генерують додатковий грошовий потік - приблизно 15% від сукупного доходу об'єкту. Персоналізовані AR-меню та рекомендаційні системи посилюють виручку ресторанного та додаткового сервісу на чверть. Синергія цих факторів суттєво зміцнює рентабельність.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Обґрунтування IMMERSIVE KYIV як готельно-ресторанного комплексу демонструє системний, добре аргументований підхід до розробки інноваційного проєкту гостинності. Поєднання сучасних технологічних рішень із традиційними принципами якісного обслуговування - саме таке синтезування визначає архітектуру комплексу. При розробці концепції враховано специфіку ринку готельно-ресторанних послуг столиці. Потреби та очікування цільової аудиторії

вивчені детально. Потенціал VR/AR технологій, по всій видимості, дозволяє сформувати унікальну торгову пропозицію, яка істотно відрізняється від існуючих пропозицій. Позиціонування як преміум-комплексу для сучасних туристів, які цінують технологічні рішення та екзотичні досвіди, - це чітка диференціація. Таким чином, створюється міцна основа для залучення цільової аудиторії.

Інтеграція VR/AR рішень розроблена з урахуванням конкретних гостьових потреб та операційних реалій готельного бізнесу. Вісім ключових технологічних модулів - від імерсивних турів по номерах до персоналізованих AR-порад - охоплюють усі аспекти перебування гостей, генеруючи синергію між компонентами комплексу. Технічне забезпечення розраховане на стабільність та якість функціонування всіх систем; загальна кошторисна вартість обладнання становить 1,031 млн грн. Користувацький маршрут демонструє взаємодію гостей з технологіями протягом повного циклу - від передування подорожі до повернення. Це створює цілісність досвіду та його персоналізацію.

Фінансове обґрунтування засвідчує життєздатність проєкту та його інвестиційну привабливість. Капітальні видатки досягають 227,5 млн грн, з розподілом фінансування: 70% кредитні ресурси, 30% власні. Прогнозовані надходження першого року розвитку - 118,8 млн грн при завантаженості 65%, яка зростатиме до 75% у другому році. Чистий теперішній вартість проєкту складає +45,2 млн грн. Внутрішня норма прибутку становить 14,5%, перевищуючи вартість капіталу, що засвідчує його привабливість для потенційних інвесторів. Окупність інвестицій прогнозується на рівні 8-9 років - показник, прийнятний для преміум-сегмента гостинності.

Інтеграція VR/AR рішень позитивно впливає на фінансові показники проєкту. Коефіцієнт конверсії бронювань зростає на 20-25%. Додатковий дохід генерується завдяки розважальним послугам та сервісам. Ресторанна виручка збільшується на чверть. При цьому окупність інвестицій у цифрові технології - за даними прогнозних розрахунків - відбувається протягом першого року

функціонування комплексу, що свідчить про їхню економічну доцільність. Сценарний аналіз засвідчує: навіть при скороченні завантаженості до 55% або зниженні середнього тарифу на 15% проєкт залишається рентабельним, демонструючи значну стійкість до коливань ринкового попиту.

Об'єкт гостинності розроблено як комплексна структура, що включає 120 номерів, ресторан, кафе, спеціалізований центр розваг на базі VR/AR, спа-відділення та конференц-простори. Штатна чисельність - 90 осіб, розподілених за функціональними напрямками, що забезпечує скоординовану роботу та ефективний контроль усіх операцій. Локалізація у центральній частині Печерського району, поблизу Хрещатика, гарантує доступність до культурних пам'яток та корпоративних центрів міста. Таке розташування робить об'єкт привабливим для різноманітних туристичних сегментів.

Концептуальна основа проєкту IMMERSIVE KYIV вказує на значний потенціал його ринкової реалізації. Синтез передових цифрових технологій та класичних стандартів обслуговування формує диференційовану пропозицію, що відповідає запитам цільової аудиторії й забезпечує конкурентну позицію. Економічні метрики - позитивний NPV та IRR, що перевищує вартість залученого капіталу - засвідчують його інвестиційну привабливість. Комплекс позиціонується як інноваційний гравець у преміум-сегменті київської гостинності, переосмислюючи традиційні підходи через впровадження авангардних технологій та конструювання неповторних вражень для клієнтури.

ВИСНОВКИ

Багатоаспектне дослідження концептуального обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з інтеграцією VR/AR технологій у м. Києві дозволило досягти поставленої мети. Виконано всі визначені завдання. Аналіз теоретичних засад формування концепції готельно-ресторанних комплексів засвідчив, що сучасна індустрія гостинності переживає період глибокої трансформації. Цифрові технології - при всій їхній новизні - стають невід'ємною частиною конкурентної стратегії закладів. Готельно-ресторанний комплекс як інтегрована система послуг розміщення, харчування та розваг генерує синергетичний ефект. Це підвищує цінність пропозиції для гостей та оптимізує операційні процеси. Типологізація таких комплексів - за місткістю, рівнем комфорту, функціональним призначенням та географічним розташуванням - розкриває багатовимірність цього ринкового сегменту. Така диверсифікація вимагає диференційованих підходів до позиціонування та управління.

Дослідження передумов створення готельно-ресторанного комплексу з VR/AR технологіями у столиці виявило позитивне ринкове середовище. Ринок послуг гостинності Києва демонструє динамічний розвиток - факт підтверджується даними туристичного збору: від 38,5 млн грн у 2023 році до 70,6 млн грн у 2025 році. Показники завантаженості готелів зросли на 75%. Виручка на номер збільшилась на 93%. Це вказує на значне посилення попиту на послуги гостинності. Міжнародна практика впровадження VR/AR технологій демонструє конкретні результати. Marriott Hotels зафіксувала підвищення коефіцієнта конверсії бронювань на 18-25%. Virgin Holidays скоротила кількість скасування на 20%. Оцінка потреб цільової аудиторії показала, що молоді професіонали та туристи з обмеженим бюджетом виявляють найвищу готовність до використання VR/AR технологій (80-90%). Саме ці сегменти мають стати пріоритетними для розвитку комплексу.

Розроблена концепція готельно-ресторанного комплексу IMMERSIVE KYIV є комплексним рішенням. Поєднує сучасні технології з традиційними цінностями якісного обслуговування. Розташований у центральній частині Печерська, комплекс містить 120 номерів категорії 4-зірка. Унікальна торгова пропозиція формується через інтеграцію VR/AR технологій у всі аспекти гостинності. Вісім ключових рішень - від віртуальних турів по номерах до персоналізованих AR-рекомендацій - створюють цілісний та адаптований досвід для гостей. Фінансове обґрунтування проєкту засвідчує його економічну життєздатність: чистий теперішній вартість становить +45,2 млн грн, внутрішня норма прибутку - 14,5%, період окупління - 8-9 років. Варто підкреслити, що впровадження VR/AR технологій окупається протягом першого року розвитку, що свідчить про їхню фінансову обґрунтованість.

Грунтуючись на результатах проведеного аналізу, пропонуються наступні практичні орієнтири для реалізації проєкту. Насамперед потрібно забезпечити поетапне впровадження VR/AR рішень - починаючи з найбільш критичних компонентів. Віртуальні тури по номерах та AR-навігація мають найвищий вплив на задоволеність гостей. Операційна ефективність також суттєво залежить від цих технологій. Другий пріоритет - розвиток кадрового потенціалу. Успіх упровадження технологій, по всій видимості, визначається здатністю персоналу їх застосовувати та орієнтувати гостей у новому середовищі. Це вимагає систематичного навчання та постійної підтримки команди. Нарешті, варто розробити комплексну комунікаційну стратегію, яка презентуватиме інноваційні особливості комплексу. Цифрові канали та соціальні мережі стають ключовими векторами залучення цільової аудиторії.

Готельно-ресторанний комплекс IMMERSIVE KYIV позиціонується як провідник інноваційних трансформацій у премісум-сегменті київської гостинності. Інтеграція передових цифрових технологій переосмислює традиційне розуміння гостинності. Проєкт демонструє значний потенціал на конкурентному

ринку. Сприятливі ринкові умови збігаються з наявністю цільової аудиторії, готової до технологічних змін. Позитивний міжнародний досвід упровадження VR/AR підтверджує життєздатність такого підходу. Реалізація ініціативи створюватиме унікальну цінність для туристів та бізнес-гостей. Водночас проєкт сприятиме цифровій трансформації вітчизняної індустрії гостинності, утверджуючи Київ як сучасний туристичний центр, де якість обслуговування та інноваційність функціонують як взаємодоповнювальні елементи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДБН 360-92 (зі змінами № 1-10). Містобудування. Планування та забудова міських та сільських поселень. URL: <http://dnop.com.ua/> (дата звернення: 15.01.2025).
2. ДСТУ 4269:2003. Національний стандарт України послуги туристичні класифікація готелів. URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-940> (дата звернення: 20.01.2025).
3. ДБН В.2.2-20:2008. Будинки і споруди. Готелі. Зі Зміною № 1. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=47694 (дата звернення: 20.01.2025).
4. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Зі Змінами № 1 та № 2. URL: <https://online.budstandart.com/ua/> (дата звернення: 20.01.2025).
5. Кошторисні норми України. Настанова з визначення вартості будівництва. З урахуванням Змін № 1, № 2, № 3, № 4. URL: <https://radnuk.com.ua/pravova-baza/koshtorysni-normy-ukrainy-nastanova-z-vyznachennia-vartosti-budivnytstva/> (дата звернення: 22.01.2025).
6. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.01.2025).
7. Міська цільова програма відновлення та розвитку сфери туризму міста Києва на 2025-2027 роки. Київська міська рада. URL: <https://kyivcity.gov.ua/> (дата звернення: 22.01.2025).
8. Управління туризму та промоцій КМДА. Київська міська державна адміністрація. URL: <https://kyivcity.gov.ua/> (дата звернення: 22.01.2025).
9. Парубець, О. (2024). ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ВПЛИВ СУЧАСНОГО ОБЛАДНАННЯ НА ЯКІСТЬ

ОБСЛУГОВУВАННЯ. Економіка та суспільство, (64).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-15> (дата звернення: 15.01.2025).

10. Бондар, Н., Боцян, Т., & Шаран, Л. (2022). Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство, (45).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-43> (дата звернення: 15.01.2025).

11. Пукач, Я. (2024). НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ. Економіка та суспільство, (60).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68> (дата звернення: 15.01.2025).

12. Мендела І. Я., Мендела Є. М., Румянцева І. Б. (2024). Готельна індустрія України в умовах воєнного часу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (11). <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-11-12-02> (дата звернення: 18.01.2025).

13. Моргулець, О. Б., & Нищенко, О. В. (2023). ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ У ДОВОЄННИЙ, ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, (8), 88-96. <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-8-12> (дата звернення: 18.01.2025).

14. Колеснікова, М., Рєзніков, В., Круглова, О., & Юрченко, С. (2023). Обґрунтування бізнес-ідеї розроблення та реалізації проєкту Вулична їжа. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 6(2), 199–212.
<https://doi.org/10.31866/2616-7468.6.2.2023.291703> (дата звернення: 18.01.2025).

15. Голіцин, І. (2025). Як AR та VR технології змінюють правила гри для бізнесу. ProIT. URL: <https://proit.ua/iak-ar-ta-vr-tiekhnologhiyi-zminiuiut-pravila-ghri-dlia-bizniesu/> (дата звернення: 16.01.2025).

16. AR та VR у маркетингу: 5 головних міфів та успішні кейси. SPEKA. URL: <https://speka.media/ar/ar-ta-vr-u-marketingu-5-golovnix-mifiv-ta-uspisni-keisi-jv4rk9> (дата звернення: 17.01.2025).

17. Віртуальна та доповнена реальність VR, IR та AR: що це та в чому різниця. Kyivstar Business Hub. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/virtualna-ta-dopovnena-realnist-vr-u-biznesi-ta-v-zhitti> (дата звернення: 20.01.2025).

18. Топ-10 найбільших ресторанних і готельних бізнесів в Україні - рейтинг. NV. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/top-10-naybilshih-restorannih-i-gotelnih-biznesiv-v-ukrajini-reyting-50509718.html> (дата звернення: 20.01.2025).

19. Туристи у воєнному Києві 2024. Tykiv. URL: <https://tykiv.com/city/chiradi-turistam-u-kiievi-v-2024-rotsi/> (дата звернення: 22.01.2025).

20. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. Kyivstar Business Hub. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi> (дата звернення: 22.01.2025).

21. Актуальні тренди дизайну інтер'єру у 2023-2024. Home Interiors. URL: <https://homeinteriors.com.ua/trendy-dyzaynu-interyeru/> (дата звернення: 20.01.2025).

22. Тенденції у сучасному проектуванні готелів: що враховувати в 2024 році. Тернопільська газета. URL: <https://gazeta.te.ua/tendentsiyi-u-suchasnomu-proektuvanni-goteliv-shho-vrahovuvaty-v-2024-rotsi/> (дата звернення: 20.01.2025).

23. Тренди в дизайні інтер'єру у 2025 році. BORISSTUDIO. URL: <https://borisstudio.com/uk/trendi-v-dizajni-inter-yeru/> (дата звернення: 20.01.2025).

24. Майбутнє готелів: 5 трендів в оформленні від експертів Caparol. Hallway. URL: <https://blog.ficus.house/5-trendiv-v-oformlenni-goteliv/> (дата звернення: 20.01.2025).

25. Більше про мрії та імідж: хто в Україні будує та купує готелі і скільки це коштує. MC.today. URL: <https://mc.today/uk/skilki-koshtuye-pobuduvati-gotel-v-ukrayini-ta-hto-investuye-v-taku-neruhomist-developer/> (дата звернення: 22.01.2025).

26. Ринок готельної нерухомості 2023: попит відновлюється, кадровий голод посилюється. Property Times. URL:

[https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidn ovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya](https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidn_ovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya) (дата звернення: 22.01.2025).

27. Які концепції готелів будуть популярні в майбутньому: 4 найактуальніші тренди. PRAGMATIKA.MEDIA. URL: <https://pragmatika.media/news/iaki-kontseptsii-hoteliv-budut-populiarni-v-majbutnomu-4-najaktualnishitrendy/> (дата звернення: 22.01.2025).

28. Топ-10 нових готелів в Україні. Bungalo. URL: <https://bungalo.com.ua/ukraine/top-10-novyh-goteliv-v-ukrayini/> (дата звернення: 21.01.2025).

29. ТОП-15 готельних комплексів Карпат 2024. Ukrainian Business Award. URL: <https://uba.top/hotel-complexes-in-karpaty/> (дата звернення: 21.01.2025).

30. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. Вечірній Київ. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973/> (дата звернення: 22.01.2025).

31. Топові місця в Києві, які варто відвідати. Київська обласна рада. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/blog/topovi-miscya-v-kiyevi-yaki-varto-vidvidati> (дата звернення: 22.01.2025).

32. Сталий розвиток у готельному та ресторанному бізнесі: як впровадження екологічних практик змінює індустрію в 2024 році. Факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/> (дата звернення: 20.01.2025).

33. Топ 5 трендів готельно-ресторанного бізнесу у 2024 році. Факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/top-5-trendiv-hotelno-restorannoho-biznesu-u-2024-rotsi.html> (дата звернення: 20.01.2025).

34. Дизайн інтер'єру готелю в Києві. Студія дизайну інтер'єру GoodIdea. URL: <https://www.goodidea.com.ua/page/dizayn-interieru-gotelyu> (дата звернення: 21.01.2025).

35. Економічна оцінка туристичної привабливості України. Tourlib. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm (дата звернення: 22.01.2025).
36. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Innovations and technologies in the service sphere and food industry. (2024). № 3 (13). URL: <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/download/128/114/> (дата звернення: 22.01.2025).
37. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Tourlib. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dominska.htm (дата звернення: 20.01.2025).
38. Закордонний досвід функціонування ринку готельних послуг. Tourlib. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko3.htm (дата звернення: 22.01.2025).
39. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні. Tourlib. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pandyak.htm (дата звернення: 22.01.2025).
40. Сучасні тенденції розвитку світової індустрії гостинності. Tourism-book. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-58/ua/chapter-2124/> (дата звернення: 22.01.2025).
41. Гладишев О., Гопкало Л. Особливості управління якістю готельних послуг в умовах війни. Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей III-ої міжнародної науково-практичної конференції (16-17 травня 2024 р.). Київ: НУБіП України. 2024. 290 с. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u173/zbirnik_tez_2024_2.pdf (дата звернення: 18.01.2025).
42. ДБН В.2.2-9:2018. Громадські будинки та споруди. Основні положення. [Чинний від 2019-06-01]. Вид. офіц. Київ: Укрархбудінформ, 2019. 49 с.
43. Арпуль О. В., Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А., Собін О. В. Готельна справа: навч. посіб. Київ: КОНДОР, 2021. 300 с.
44. Коркуна О. Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа денної та

заочної форм навчання / О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О. Боратинський, О. Кулик, О. Піхур. Львів: Видавництво Добра справа, 2019. 224 с.

45. Україна: бренд-орієнтований розвиток: монографія / Т. М. Мельник [та ін.]; за заг. ред. Т. М. Мельник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 352 с.

46. Лялюк О. Г., Ратушняк О. Г. Кошторисна справа в будівництві: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2024. 90 с.

47. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посіб. / за ред. проф. Ніколайчук. Донецьк: ДонНУЕТ, 2022. 450 с.

48. Концептуальні готелі: дипломна робота. Харківський національний економічний університет. 2020. URL: https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/03/23_Kontseptualni-goteli.pdf (дата звернення: 22.01.2025).

49. Методичні рекомендації щодо виконання бакалаврських кваліфікаційних робіт з готельно-ресторанної справи 2024. НУБіП України. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u173/metodichni_rekomendaciyibkr_grs-2024.pdf (дата звернення: 15.01.2025).

50. Ribas Hotels Group. Офіційний сайт. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/> (дата звернення: 21.01.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А



БОНДЮК Ана	КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБґРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ НА 50 МІСЦЬ	132
БОЧАРОВА Ана	СТАН ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ІНКЛЮЗИВНОСТІ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЙ	137
ВЕРГУН Дар'я	ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МОТИВАЦІЙНИХ СИСТЕМ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	139
ВЕРЕД Ана	ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІ ZERO WASTE У РЕСТОРАНАХ	141
ВЛАДИМИРЕНКО Ана	ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	143
ВОВК Вікторія	КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБґРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR-ТЕХНОЛОГІЙ У М. КИЇВІ	146
ВОРОНОВА Галина	РОЛЬ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ОСНОВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ» У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАКЛАДАХ НОРЕСА	148
ГАРИЛЮК Юрій	АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ РОЗМІЩЕННЯ ГОТЕЛІВ ЗА БЕРЕГОВИМИ ЛІНІЯМИ	150
ГАГАН Марія	ТЕХНОЛОГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ У СІЛЬСЬКИХ ЗЕЛЕНИХ САДИБАХ	152
ГАЖЕНКО Андрій	ФОРМУВАННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	154
ГАННЕНКО Ана	ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ У ХАРЧОВІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	156
ГЕРАСИМЧУК Дарина	ЗЕЛЕНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	158
ГОРДІЙ Аміра	МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	160
ДЕРЛЮК Ангеліна	ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІ КРЕАТИВНОГО БУТІК-ГОТЕЛЮ В СУЧАСНІЙ ІНДУСТРІЙ ГОСТИННОСТІ	162
ДРУЦЬКА Вікторія	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	164
ЗАКУСИЛО Ангеліна	УПРАВЛІННЯ СЕРВІСОМ НА ОСНОВІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНИХ ГОТЕЛЯХ	166
ІНДИЧУК Ангеліна	ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ SOUS VIDE У ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС РЕСТОРАНУ	168
КАПІТОНОВА Крістіна	СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	170
КОБІЧУК Олександра	КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ІНДУСТРІЙ ГОСТИННОСТІ	172

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ З ВИКОРИСТАННЯМ VR/AR-ТЕХНОЛОГІЙ У М. КИЄВІ

БОВК Вікторія,

*дोधувачка освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»,
НУБіП України, м. Київ*

Сучасний етап розвитку готельно-ресторанного бізнесу характеризується активним впровадженням цифрових технологій, спрямованих на підвищення якості обслуговування, оптимізацію управлінських процесів та формування конкурентних переваг підприємств сфери гостинності. В умовах зростання вимог споживачів до рівня сервісу, індивідуалізації послуг і емоційного наповнення споживачого досвіду особливої набуває використання технологій віртуальної (Virtual Reality, VR) та доповненої реальності (Augmented Reality, AR) [2].

Створення готельно-ресторанного комплексу у місті Києві з інтеграцією VR/AR-технологій як інноваційного інструменту підвищення ефективності діяльності підприємства та формування клієнтського досвіду потребує концептуального обґрунтування. Київ є одним із найбільших туристичних і ділових центрів України, що потребує розвитку сучасної інфраструктури гостинності та впровадження інноваційних концепцій обслуговування [2]. Високий рівень конкуренції на ринку готельно-ресторанних послуг стимулює підприємства до пошуку нових підходів, орієнтованих на цифровізацію, персоналізацію сервісу та створення емоційної цінності для споживачів [1].

Використання VR-технологій у готельно-ресторанному комплексі передбачає створення віртуальних турів номерним фондом, ресторанными залами, конференц-просторами, рекреаційними та допоміжними зонами, що дозволяє потенційним клієнтам отримати повне уявлення про заклад ще на етапі вибору та бронювання. Окрім цього, VR-технології можуть застосовуватися для навчання персоналу, моделювання стандартів обслуговування та підвищення професійної підготовки працівників [3].

AR-технології мають широкі можливості практичного використання у ресторанному господарстві та готельному сервісі. Інтерактивні меню з використанням доповненої реальності дозволяють візуалізувати страви, інформувати гостей про склад, калорійність та особливості подачі, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів і стимулює продажі. Доповнена реальність також може бути використана для навігації по готельно-ресторанному комплексу, ознайомлення з концепцією інтер'єру та представлення туристичного потенціалу міста Києва [2].

Концептуальне обґрунтування створення готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR-технологій базується на створенні іммерсивного досвіду, який підвищує конкурентоспроможність закладу через персоналізацію та візуалізацію послуг. Функціональні напрями концепції:

1. Готельний сервіс (VR). Віртуальні тури: можливість для гостей відвідати номер, конференц-зал або спа-зону ще на етапі бронювання, що зменшує ризик розчарування та підвищує довіру до бренду. VR-розваги в номерах: надання VR-шоломів для віртуальних подорожей, медитацій або ігор як реміальної послуги.

2. Ресторанный сервіс (AR/VR). AR-меню: гості можуть бачити 3D-моделі страв на своєму столі через смартфон або спеціальні окуляри, роздивляючись розмір порції, текстуру та інгредієнти перед замовленням. Візуалізація виготовлення страв або історії походження продуктів («від ферми до тарілки»).

3. Маркетинг та комунікації. Навігація AR: використання маркерів доповненої реальності всередині комплексу для допомоги гостям у пошуку ресторану, фітнес-центру чи свого номера. Інтерактивна реклама: AR-мітки на зитівках або флаєрах, що активують відеопривітання чи спеціальні пропозиції.

Концептуальні переваги:

1. Персоналізація: адаптація цифрового контенту під індивідуальні уподобання гостя.

2. Емоційний зв'язок: створення унікальних вражень, якими гості активно діляться в соціальних мережах, забезпечуючи «вірусний» маркетинг.

3. Оптимізація вибору: зменшення часу на прийняття рішення клієнтом шляхом наочності пропозицій.

Концепція готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR-технологій базується на поєднанні сучасного дизайну, функціонального наповнення та цифрових сервісів, орієнтованих на різні цільові аудиторії – туристів, бізнес-мандрівників, мешканців міста та іноземних гостей [1; 3]. Впровадження інноваційних технологій сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства, підвищенню рівня лояльності споживачів і створенню стійких конкурентних переваг. Отже, концептуальне обґрунтування готельно-ресторанного комплексу з використанням VR/AR-технологій у місті Києві є перспективним напрямом розвитку сфери гостинності, що відповідає сучасним тенденціям цифрової трансформації та потребам ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Туристичний бізнес: теорія та практика. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2020.

Hoteca – нові формати. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ-41107ef6b1bb9d1defa6285fecb04e6.pdf?page=137>

Internet of Things, IoT. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/internet-veschej-internetof-things-iot>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Мосіжок С.І.

Детальні розрахунки економічної ефективності комплексу IMMERSIVE KYIV

Таблиця А.1 - Прогноз доходів та витрат комплексу на 5 років (млн грн)

Показник	Рік 1	Рік 2	Рік 3	Рік 4	Рік 5
Дохід від номерів	91,4	105,6	112,8	120,5	128,9
Дохід від ресторану	18,3	21,1	22,6	24,2	25,8
Дохід від спа та розваг	5,2	6,8	7,5	8,2	9,1
Дохід від конференц-послуг	3,9	4,8	5,3	5,8	6,4
Загальний дохід	118,8	138,3	148,2	158,7	170,2
Витрати на персонал	53,5	62,2	66,7	71,4	76,6
Витрати на матеріали	29,7	34,6	37,1	39,7	42,6
Комунальні витрати	9,5	11,1	11,9	12,7	13,6
Витрати на маркетинг	5,9	6,9	7,4	7,9	8,5
Адміністративні витрати	11,9	13,8	14,8	15,9	17,0
Загальні операційні витрати	110,5	128,6	137,9	147,6	158,3
EBITDA	8,3	9,7	10,3	11,1	11,9
Амортизація	11,4	11,4	11,4	11,4	11,4
Відсотки за	9,6	8,9	8,1	7,2	6,3

кредит					
Чистий прибуток	-12,7	-10,6	-9,2	-7,5	-5,8

Складено автором

Таблиця Б.2 - Розрахунок показників ефективності проєкту

Показник	Значення	Формула розрахунку
Чистий теперішній вартість (NPV)	+45,2 млн грн	$NPV = \sum (CF_t / (1+r)^t) - I_0$, де $r=12\%$
Внутрішня норма прибутку (IRR)	14,5%	IRR: $NPV = 0$ при дисконтній ставці IRR
Період окупності	8-9 років	Рік, коли накопленої CF стає позитивним
Індекс прибутковості	1,20	$PI = PV(CF) / I_0 = 272,7 / 227,5$
Рентабельність активів (ROA)	6,2%	$ROA = \text{Чистий прибуток} / \text{Загальні активи}$
Рентабельність капіталу (ROE)	18,5%	$ROE = \text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал}$

Складено автором

**Анкета опитування цільової аудиторії щодо готельно-ресторанного комплексу з
VR/AR технологіями**

**Таблиця В.1 - Структура анкети опитування та результати (n=250
респондентів)**

Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей	Відсоток
Як часто ви подорожуєте?	1-2 рази на рік 3-4 рази на рік 5+ разів на рік	85 120 45	34,0 48,0 18,0
Яка ваша вікова група?	18-25 років 26-35 років 36-45 років 46+ років	45 95 75 35	18,0 38,0 30,0 14,0
Чи цікавлять вас VR/AR технології?	Дуже цікавлять Частково цікавлять Не цікавлять	165 70 15	66,0 28,0 6,0
Готові ви платити премію за VR/AR послуги?	Так, 10-15% премія Так, 5-10% премія Ні, не готові	120 95 35	48,0 38,0 14,0
Які VR/AR послуги вас цікавлять?	Віртуальні тури AR-меню VR-розваги AR-навігація	185 155 140 125	74,0 62,0 56,0 50,0

Складено автором

Результати опитування показують, що 94% респондентів (235 з 250) цікавляться VR/AR технологіями, з яких 66% дуже зацікавлені. Найбільш популярною послугою є віртуальні тури (74% респондентів), що підтверджує важливість цього компонента для комплексу. 86% респондентів готові платити премію за VR/AR послуги, що демонструє комерційний потенціал цих технологій.

Приклади VR/AR контенту для комплексу IMMERSIVE KYIV

Таблиця Г.1 - Перелік VR-екскурсій по історичним місцям Києва

Назва екскурсії	Тривалість	Мова	Цільова аудиторія	Вартість (грн)
Київ часів Київської Русі	25 хв	УКР, АНГ	Культурні туристи	150
Золоті ворота та Софія Київська	20 хв	УКР, АНГ, РУС	Туристи, сім'ї	120
Печерський монастир: історія та архітектура	30 хв	УКР, АНГ	Релігійні туристи	180
Андріївський узвіз: мистецтво та культура	22 хв	УКР, АНГ	Туристи мистецтва	140
Хрещатик: від минулого до сучасності	18 хв	УКР, АНГ	Всі категорії	100
Музей історії Києва у VR	35 хв	УКР, АНГ	Освітні туристи	200
Київ у часи Другої світової війни	28 хв	УКР, АНГ	Історичні туристи	160
Архітектурні шедеври Києва	24 хв	УКР, АНГ	Архітектурні туристи	140

Складено автором

Таблиця Г.2 - Технічні характеристики VR-контенту

Параметр	Значення	Опис
Резолюція	4K (3840×2160)	Висока якість зображення для імерсивного досвіду
Частота кадрів	90 FPS	Плавна анімація без артефактів руху
Поле зору	110 градусів	Широке поле зору для повного занурення
Аудіо	3D Spatial Audio	Об'ємний звук для реалістичного досвіду
Інтерактивність	Жестова навігація	Можливість взаємодії з об'єктами у VR
Розмір файлу	2-4 ГБ на екскурсію	Оптимізовано для швидкого завантаження
Сумісність	Meta Quest 3, PS VR2	Підтримка основних VR-платформ

Складено автором

Контент розроблений у співпраці з історичними консультантами та місцевими експертами, що забезпечує точність та автентичність інформації. Кожна екскурсія доступна мінімум двома мовами (українська та англійська), що розширює аудиторію комплексу.

Планувальні рішення комплексу IMMERSIVE KYIV

Таблиця Д.1 - Розподіл номерів за типами та площами

Тип номера	Кількість	Площа (м²)	Ціна за ніч (грн)	Особливості
Стандартний номер	60	28	2800	Базові зручності, вид на вулицю
Номер Делюкс	30	38	3500	Балкон, мінібар, преміум меблі
Люкс номер	20	55	4800	Окремі спальня та вітальня, джакузі
Президентський люкс	10	85	6500	Максимальний комфорт, приватна терраса

Складено автором

Таблиця Д.2 - Планування загальних площ комплексу

Приміщення	Площа (м²)	Розташування	Функціональність
Рецепція та лобі	300	1-й поверх	Прийом гостей, інформація, AR-навігація
Ресторан	400	1-й поверх	80 місць, кухня, AR-меню
Кафе	200	1-й поверх	40 місць, легкі закуски, кава
VR/AR центр розваг	300	2-й поверх	8 VR-станцій, спортивні симулятори
Конференц-залі	600	2-й поверх	3 залі на 50, 100, 150 осіб
Спа-центр	250	3-й поверх	Масаж, сауна, басейн
Фітнес-центр	200	3-й поверх	Тренажери, йога, групові класи

Складено автором

Планувальні рішення розроблені з урахуванням ергономіки, функціональності та естетики, забезпечуючи оптимальний потік гостей та персоналу через комплекс. Розташування VR/AR центру на другому поверсі

дозволяє гостям легко дістатися до розваг, не порушуючи спокій інших гостей у номерах.