MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Ivan Franko National University of Lviv
Faculty of Geography
Prof. Oleh Shabliy Department of Economic
and Social Geography
Geographical Commission of the Shevchenko Scientific Society
Lviv Branch of the Ukrainian Geographical Society

LVIV HUMAN GEOGRAPHY: DIMENSIONS, CHALLENGES, CONTEXTS

MATERIALS

of scientific conference, commemorating the 80th anniversary
of the prof. Oleh Shabliy Department of Economic and Social Geography
of Ivan Franko National University of Lviv
(Ukraine, Lviv, October 23–24, 2025)

Lviv – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра економічної і соціальної географії
імені професора Олега Шаблія
Географічна комісія Наукового товариства ім. Шевченка
Львівський відділ Українського географічного товариства

ЛЬВІВСЬКА СУСПІЛЬНА ГЕОГРАФІЯ: ВИМІРИ, ВИКЛИКИ, КОНТЕКСТИ

МАТЕРІАЛИ

наукової конференції, присвяченої 80-річчю кафедри
економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія
Львівського національного університету імені Івана Франка
(Україна, м. Львів, 23–24 жовтня 2025 року)

Львів – 2025

УДК 911.3:378.4.096

Редакційна рада:
Володимир Біланюк (голова), доцент, декан географічного факультету;
Ірина Гудзеляк (заступник), доцент, завідувач кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Іван Ровенчак, професор кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Мирослава Влах, доцент кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Ярослав Івах, доцент кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Ольга Мамчур, доцент кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Любов Котик, асистент кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Юрій Борсук, асистент кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія;
Марія Хоминець (секретар), завідувач навчальної лабораторії «Атласного і тематичного картографування».

Рекомендовано до друку
Вченою радою географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка
Протокол № 8 від 22 жовтня 2025 року

Львівська суспільна географія: виміри, виклики, контексти : матеріали наукової конференції, присвяченої 80-річчю кафедри економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія Львівського національного університету імені Івана Франка (Україна, м. Львів, 23–24 жовтня 2025 року). Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2025. 344 с.

У матеріалах конференції подано статті, які присвячені історії становлення Львівської суспільно-географічної школи та її багаторічному лідерові – професору Олегу Шаблію з нагоди 90-ліття від дня його народження; теорії, методології і методам нової суспільної географії; актуальним проблемам економічної і соціальної географії, відновлення та стратегії розвитку України; тенденціям, наслідкам і підходам до вирішення демографічних та міграційних викликів; геоглобалістиці та регіональним студіям в умовах кризи світового порядку; географічній освіті та просвітньому значенні публічної географії.

Для науковців, викладачів, учителів, здобувачів освіти, фахівців-практиків та усіх, хто цікавиться проблемами суспільно-географічної науки.

Тексти подано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст статей, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Адреса оргкомітету:
Кафедра економічної і соціальної географії імені професора Олега Шаблія, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка
79000, м. Львів, вул. Дорошенка, 41, кімн. 56.
E-mail: iryna.hudzelyak@lnu.edu.ua, kafedra.lviv@gmail.com

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2025

Незалежно від наукового напряму, можна виокремити кілька повторюваних мотивів:

Оточення. Більшість трактувань наголошує на зовнішніх умовах чи середовищі, що впливають на суб'єкт дослідження.

Взаємодія. Довкілля рідко трактується як статична категорія – воно передбачає динамічні взаємини між організмами та їхнім оточенням.

Холізм. У сучасних англомовних джерелах дедалі частіше підкреслюється взаємопов'язаність природних, соціальних і технологічних систем.

Антропоцентризм vs. Екоцентризм. Частина дефініцій орієнтована на потреби й впливи людини, тоді як інші відображають екоцентричний підхід, наголошуючи на цінності екосистем незалежно від їхньої користі для людини.

Водночас складність дослідження полягає не у виробленні єдиного визначення, а в усвідомленні гнучкості терміну й адаптації його до різних контекстів. Отже, «довкілля» відображає складність сучасного світу, де природні, соціальні й технологічні системи тісно переплетені. Розуміння цих різних підходів є необхідним для ефективної комунікації, політики та міждисциплінарних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. International Encyclopedia of Human Geography. Volume 3 (2009). Amsterdam: Elsevier. P. 505-516.
2. Encyclopedia of Global Environmental Change. Volume Two. The Earth system: biological and ecological dimensions of global environmental change (2002). Chichester: John Wiley & Sons. P. 290.
3. Environmental encyclopedia (2011). 4th ed. Farmington Hills: Gale. P. 557-559.
4. Environmental Science. A Global Concern (2024). New York: McGraw Hill LLC. 618 p.
5. Environmental Encyclopedia. Third Edition. Volume 1: A-M (2011). Editors: Marci Bortman, Peter Brimblecombe, Mary Ann Cunningham, William P. Cunningham, and William Freedman. Farmington Hills: Gale. P. 467-469.
6. Huggett Richard J. (2010). Physical geography: the key concepts (Routledge key guides). New York: Routledge. P. 59-60.

УДК 338.48:004.9:65.01

ЕВОЛЮЦІЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Ігор Пандяк, Галина Кушнірук

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

У статті проаналізовано роль інновацій у сфері гостинності. Увагу акцентовано на підвищенні задоволення гостей від поєднання досягнень цифрової трансформації у готелях, зокрема технологій штучного інтелекту та впровадження робототехніки, у поєднанні з традиційними цінностями гостинності. Поєднання традиційних цінностей з інноваціями в оперативному та стратегічному планування – ключ до конкурентоспроможних пропозицій послуг у готельній галузі.

Ключові слова: Сфера гостинності, готельне господарство, інновації, клієнт, стратегії.

EVOLUTION IN THE HOSPITALITY SECTOR: INNOVATIVE DEVELOPMENT STRATEGIES

Ihor Pandyak, Halyna Kushniruk

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine

The article analyzes the role of innovation in the hospitality industry. The focus is on increasing guest satisfaction by combining the achievements of digital transformation in hotels, in particular artificial intelligence technologies and the introduction of robotics, in combination with traditional hospitality values.

The combination of traditional values with innovations in operational and strategic planning is the key to competitive service offerings in the hotel industry.

Keywords: Hospitality industry, hotel management, innovation, customer, strategies.

Вступ. Зростаюча зацікавленість в інноваційних можливостях сьогодні вирішальний чинник у досягненні успіху на світовому ринку, де конкуренція постійно зростає. Інновації здатні створювати конкурентні переваги, проте їх впровадження та утримання можуть бути ускладнені невизначеністю технологій, нечіткістю ринкових імпульсів і складністю формування конкурентного середовища. Відсутність чітких орієнтирів і сприятливих умов може створювати значні труднощі для організацій, які прагнуть інтегрувати інноваційні рішення.

У багатьох дослідженнях наголошується, що ефективність інновацій насамперед залежить від системності, яку організації застосовують при розробці нових або вдосконалених продуктів, послуг, виробничих процесів та бізнес-операцій. Тобто, успіх інновацій – не випадковість, а результат продуманого підходу, що включає належну стратегію, ресурси та здатність організації швидко адаптуватися до змін [1].

Важливою складовою цього процесу є оцінка інноваційної готовності організації. Цей аспект, включає розробку й апробацію індикаторів для вимірювання здатності компанії впроваджувати інновації. Індикатори можуть охоплювати різні аспекти, зокрема технологічну інфраструктуру, рівень адаптації до змін, кваліфікацію персоналу, фінансову спроможність та культуру інновацій.

Таким чином, для досягнення успіху в умовах високої конкуренції на ринку, організації повинні не лише прагнути до інновацій, а й створювати сприятливі умови для їх впровадження, забезпечуючи чітке планування, постійну оцінку готовності та системну підтримку інноваційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Зростаюча зацікавленість в інноваціях свідчить про те, що нововведення відіграють ключову роль у досягненні успіху в умовах зростаючої конкуренції. Попри це, впровадження та утримання успішних інновацій ускладняється невизначеністю технологій, нечіткістю ринкових імпульсів і ускладненням конкуренції. Поширене твердження, що результативність інновацій насамперед визначається системними підходами, які організації застосовують для розробки нових або вдосконалення апробованих продуктів, послуг, виробничих процесів та бізнес-операцій.

У теперішній час цифрових комунікацій, звичним є інтенсивне використання мобільних пристроїв, зростання операційних можливостей, розширення цифрових сховищ, використання штучного інтелекту та спрощений доступ до цифрової інформації.

Зазначені чинники спричиняють стрімкі та трансформаційні зміни в суспільстві. Зміни в поведінці споживачів призвели до зростання очікувань клієнтів і помітно вплинули на різні галузі, зокрема готельну індустрію. У контексті переходу від інформаційної епохи до епохи досвіду, зумовленої повсюдною мобільністю споживачі потребують більше, ніж просто зручний пошук і бронювання, вони очікують персоналізованого підходу в обслуговуванні. Ця трансформація змусила готельні компанії зосередитись на клієнтоорієнтованості, гнучкості та відповідності очікуванням на всіх етапах взаємодії з гостем. Невиконання цих вимог призводить до втрати частки ринку та каналів продажу [5]. Щоб зберегти конкуренцію в цифровому середовищі, готелі вимушені конкурувати не лише між собою, а й з новими деструктивними учасниками ринку [5]. Поширення економіки спільного використання зумовило нові виклики, тоді як соціальні мережі та сервіси відгуків істотно впливають на вибір споживачів у сфері розміщення.

Попри те, що готельні компанії інформують про прямі бронювання від клієнтів, частка онлайн-агентств на ринку залишається значною. Крім того, подібні ініціативи можуть мати приховані втрати: надання фінансових стимулів для короткострокового збільшення ринкової частки без чіткої довгострокової стратегії розвитку бренду та підвищення привабливості для клієнтів здатне призвести до зниження прибутковості та ризику перетворення продукту на комерціалізований, що, у свою чергу, зменшує лояльність споживачів до бренду [5]. З огляду на це, готелям необхідно впроваджувати ефективні технології для максимального використання власних даних і глибшого розуміння потреб клієнтів. Це сприятиме більш персоналізованій взаємодії та, як наслідок, підвищенню задоволеності, лояльності й частоти

користування послугами. Такий підхід передбачає стратегічне застосування сучасних технологій для аналізу даних не лише під час перебування гостей, а й до та після нього. Водночас, у цифровому суспільстві, де зміни можуть відбуватися раптово, готельному бізнесу необхідно не лише реагувати на поточну конкуренцію, а й активно готуватися до майбутніх зовнішніх змін та загроз.

У багатьох дослідженнях наголошується, що успішна цифрова трансформація охоплює не лише впровадження технологій, а також узгодження стратегії з такими чинниками, як людський потенціал, організаційна культура, креативність, розвиток ініціатив та лідерства. Основою цифрової трансформації є акцент саме на процесі трансформації, а не лише на цифрових інструментах, що передбачає організаційну гнучкість у побудові систем, процесів, структур, а також формуванні належного мислення й культури серед працівників [4].

Дослідники також підкреслюють, що до критичних чинників успішної цифрової трансформації належать розвиток культури співпраці, застосування підходів, заснованих на аналізі даних, формування інноваційного мислення в команді та орієнтація на потреби клієнтів. В умовах загострення конкуренції за канали збуту та ринкову частку готельним підприємствам необхідно трансформувати свої бізнес-процеси, щоб адаптуватися до нової епохи мобільного підключення через численні пристрої та забезпечувати персоналізований клієнтський досвід, який перевищує очікування споживачів і сприяє їхній лояльності [5].

Більшість готельних компаній намагаються вдосконалити управління взаємодією з клієнтами, оновлювати свою цифрову інфраструктуру та модернізувати платформи й системи для клієнтів, щоб максимально ефективно використовувати дані та аналітику, а також переосмислити клієнтський шлях. Головною метою є впровадження маркетингових стратегій, орієнтованих на клієнта, що дозволяють виділитися завдяки інноваціям у продуктах та послугах, орієнтуючись на досягнення високого рівня персоналізації обслуговування [5].

Для брендованих готельних мереж досягнення клієнтоорієнтованості вимагає розробки стратегії на рівні корпоративного офісу. Готелі з обмеженими ресурсами або ті, що дотримуються традиційних підходів у веденні бізнесу, стикаються з труднощами в процесі інновацій. У готельному бізнесі досягнення справжнього успіху в обслуговуванні гостей і впровадженні орієнтованих на них інновацій є рідкістю [4].

Узагальнюючи дослідження, доцільно виділити три рівні інновацій у готельній індустрії.

Перший рівень інновацій, операційно-орієнтовані, пов’язується на детальному аналізі та вдосконаленні внутрішніх процесів готелю, що не залежать від потреб та очікувань гостей. Такий підхід орієнтований на підвищення операційної ефективності, зменшення витрат та оптимізацію робочих процесів. Метою є точне налаштування кожного елементу діяльності готелю для досягнення максимальної ефективності та зниження витрат, але вони не завжди мають прямий вплив на задоволення гостей.

Хоча операційно-орієнтовані стратегії є вигідними для готелів, вони можуть негативно впливати на комфорт та задоволення гостей. Опущення у цьому напрямі може створити враження, що готель ставить свої інтереси вище за потреби клієнтів. Основна мета такої стратегії – забезпечити щоденну діяльність готелю більш ефективною та менш ресурсозатратною. Заходи можуть охоплювати впровадження нових технологій, розробку нових обов'язків персоналу або оновлення стандартів обслуговування з метою підвищення гнучкості та зменшення витрат.

Прикладом операційно-орієнтованих інновацій є автоматизація процесів, наприклад, впровадження технологій самообслуговування під час реєстрації та виїзду, цифрові консьєрж-послуги або підтримка клієнтів на основі штучного інтелекту. Нововведення не тільки заощаджують час, але й знижують витрати на робочу силу. Інший приклад – ініціативи з енергоефективності. Інвестиції в енергозберігаючі пристрої, інтелектуальні системи освітлення та використання відновлювальних джерел енергії для зниження витрат на комунальні послуги та приваблення екологічно свідомих гостей. Ще один приклад – оптимізація прибирання для підвищення ефективності, наприклад, зміна графіків прибирання, використання сучасних засобів для прибирання або надання гостям можливості відмовитись від щоденної зміни постільної білизни.

Готелям необхідно усвідомлювати, що заощадження коштів та екологічні ініціативи не повинні шкодити задоволенню гостей. Зберігаючи цей баланс, готелі можуть створити надійну основу для надання високоякісного сервісу, забезпечуючи, щоб операційні вдосконалення мали позитивний вплив на гостей.

Другий рівень, компенсаційні інновації, вони орієнтовані на гостя, мають на меті балансування між зосередженням між операційною системою готелю і гостями, менеджмент готелів усвідомлює, що операційна система впливає на гостей, тому потреби гостей – визначальні. Хоча готелі орієнтуються на гостей, проте, головною метою є зменшення негативного впливу, спричиненого операційною складовою. Однак, цей рівень має обмеження, оскільки інновації можуть не повною мірою відповідати реальним потребам і бажанням гостей. Хоча це наближає готель до орієнтації на гостя, все ж зберігається сумнів, чи справді ці зміни відповідають очікуванням клієнтів.

Як приклад, серед компенсаційних інновацій доцільно виділити такі як – компенсаційні пільги: безкоштовні послуги, надання вищої якості обслуговування щодо заявленої, компліментарні подарунки, щоб відшкодувати незручності спричинені змінами в обслуговуванні. Інший приклад – персоналізація в обслуговуванні гостей, наприклад, в обладнанні номера, виконання спеціальних запитів гостя. Ще один аспект – гнучка політика готелю: впровадження заходів, що забезпечують більшу адаптивність, таких як м'які умови скасування бронювання, можливість раннього заїзду чи пізнього виїзду, зорієнтованих на потреби різних гостей.

Хоча цей підхід краще відповідає потребам гостей, він не завжди може повністю задовольнити їхні очікування, оскільки компенсаційні заходи можуть не збігатися з конкретними потребами або вподобаннями кожного гостя. Щоб цей підхід був ефективнішим, готелі повинні глибше вивчати уподобання своїх клієнтів і надавати більш персоналізовані компенсації. Наприклад, більш регулярний збір відгуків гостей, сегментацію профілів для визначення відповідних компенсацій.

Третій рівень інновацій, проривні інновації, найбільш орієнтується на задоволення гостей. Він включає радикальні зміни в обслуговуванні, спрямовані на створення нової цінності та значного покращення очікувань клієнта. Для цього рівня інновацій необхідне глибоке розуміння уподобань гостей, готовність до ризиків та значні інвестиції в нові технології та ідеї.

Проривні інновації в готельній індустрії пов’язуються з кардинальними змінами у підходах обслуговування гостей [2]. Така стратегія передбачає впровадження ідей, які радикально змінюють ставлення до гостей. Метою цих інновацій є створення унікальної ціннісної пропозиції, що дозволяє готелю вирізнятися на конкурентному ринку.

Приклади проривних інновацій – індивідуалізована тривалість перебування: надання гостям можливості вибирати час заїзду та виїзду, що забезпечує високий рівень персоналізації та гнучкості, порівняно з традиційними підходами в індустрії; передові технології в номерах – оснащення номерів сучасними технологіями, такими як голосове управління, віртуальна реальність або персоналізовані потокові сервіси для забезпечення унікального, сучасного перебування; інноваційні програми лояльності – створення програм лояльності, що виходять за межі звичних систем накопичення балів, пропонуючи гостям унікальні можливості, зокрема індивідуальні послуги, доступ до спеціальних заходів або участь у громадських ініціативах.

Проривні інновації в готельному секторі передбачають інтеграцію трансформаційних ідей, які докорінно змінюють обслуговування гостей. Це не просто покращення, а радикальні зміни, що відповідають на зростаючі очікування гостей та прогресивний розвиток технологій. Переваги таких інновацій значні: вони дозволяють готелям виділятися на ринку, пропонувати високо персоналізовані та незабутні враження для гостей, а також позиціонувати себе як лідера, орієнтованого на гостя. Такі інновації здатні не тільки задовольняти, а й передбачати та формувати майбутні потреби й уподобання гостей.

Впровадження трансформаційних інновацій завжди пов'язане з певними ризиками, зокрема можливістю невдачі. Однією з поширених помилок є уявлення, що всі такі інновації вимагають значних фінансових вкладень. Насправді багато інновацій можуть починатися з мінімальних інвестицій, особливо якщо вони ґрунтуються на вже наявних технологіях або

використовують нові тенденції. Основною проблемою часто є не обсяг інвестицій, а подолання консервативного мислення, яке широко поширене в галузі. Багато керівників готелів не готові відмовитись від звичного досвіду, що затримує впровадження інновацій. Ключовим моментом є розгляд інновацій як стратегічних інвестицій, що приносять довгострокові вигоди, а не як витрат, які необхідно уникати.

Готельна індустрія історично повільно адаптує нові технології, і багато готелів досі працюють на застарілих системах, що ускладнює їх здатність впроваджувати інновації та задовольняти потреби сучасних клієнтів. Така затримка у впровадженні нових технологій зумовлена не стільки швидким розвитком технологій, скільки консервативним підходом серед керівників готелів. Вони часто не мають чіткого розуміння того, як технології можуть покращити обслуговування гостей і підвищити ефективність операцій.

Готелі повинні формувати культуру, яка сприяє гнучкості та відкритості до інновацій. Впровадження технологій – це не лише дотримання актуальних трендів, але й переосмислення того, як вони можуть додавати цінність для гостей і допомогти готелю виділитися на конкурентному ринку. Проблеми цифровізації в готельній індустрії виникають не тільки через консервативне керівництво, але й через вплив менталітету постачальників технологій, які відіграють важливу роль у розвитку галузі. Багато з них також схильні до консерватизму. Такий підхід постачальників відображається в дизайні та оновленнях їхніх продуктів. Наприклад, такі технології, як системи управління доходами, хоча й ефективні в оптимізації прибутку від номерів, часто не інтегруються з вимогами та уподобаннями гостей. Це обмежує можливості для готелів використовувати технології не лише для збільшення доходів, а й для комплексного покращення обслуговування гостей.

Прогресивний менеджмент у готелях стикається з викликами подолання внутрішнього консерватизму та стимулювання постачальників технологій до розробки більш інноваційних моделей, орієнтованих на потреби гостей. Для готельєрів важливо продемонструвати постачальникам реальний попит на гнучкі, засновані на даних і орієнтовані на гостей технології. Готелі повинні чітко визначати свої потреби та розуміти, як технологічні інновації можуть допомогти їм досягти цілей щодо підвищення рівня задоволення гостей, ефективності операцій та забезпечення довгострокової конкурентоспроможності [3]. Майбутнє готельної індустрії залежить не лише від того, наскільки готелі впроваджують цифровізацію, але й від того, чи постачальники технологій будуть розвивати продукти, які підтримують більш інноваційні, адаптивні та орієнтовані на гостей операції в готельному секторі.

Впровадження новітніх технологій у готельному бізнесі викликає значні занепокоєння щодо безпеки даних та конфіденційності інформації. Забезпечення захисту конфіденційних даних стає пріоритетом, оскільки галузь активно інтегрує передові технології, зокрема інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), хмарні обчислення та Інтернет речей (IoT). Проте, переваги цих інновацій необхідно збалансувати з вимогами щодо захисту даних клієнтів і підтримки високих стандартів конфіденційності.

Запровадження технологічних рішень у готельному бізнесі, таких як повністю автоматизовані електронні системи, вимагає комплексної оцінки безпеки інформаційних технологій та практик забезпечення конфіденційності. Це необхідна умова для забезпечення дотримання нормативних вимог та ефективного захисту конфіденційних даних клієнтів.

Зростаюча залежність від хмарних обчислень та Інтернету речей (IoT) в індустрії гостинності породжує нові проблеми щодо безпеки даних та конфіденційності. Взаємопов'язаність цих технологій вимагає впровадження строгих протоколів для автентифікації даних, контролю доступу та захисту від можливих кіберзагроз.

Крім того, використання біометричних даних і збір персональної інформації для поліпшення якості обслуговування клієнтів ставить перед індустрією гостинності необхідність забезпечення надійних систем безпеки та конфіденційності для захисту даних споживачів.

Індустрія гостинності зазнає значних змін завдяки стратегіям цифрового маркетингу, зокрема в контексті інтелектуального туризму. Інтеграція передових технологій та підходів, орієнтованих на дані, суттєво змінила спосіб взаємодії готельних підприємств з подорожуючими, а також дозволила надавати індивідуалізований досвід. Метою цього дослідження є підкреслення важливості проведення наукових досліджень для сприяння розвитку та

управлінню інтелектуальним туризмом. Воно також акцентує на значному впливі цифрового маркетингу на формування галузі інтелектуального туризму [3].

Висновки. Подолання цифрового консерватизму в готельній індустрії є вагомою проблемою, що зумовлює необхідність співпраці між власниками готелів та розробниками технологій. Така співпраця є основою для створення технологічної системи, яка не тільки відповідає поточним операційним потребам, але й підтримує інновації, покращуючи обслуговування гостей.

Впровадження сучасних інновацій у готельній сфері передбачає подолання не лише технологічних викликів, а й внутрішніх культурних та ментальних перешкод. Це вимагає стратегічного бачення, відкритості до нових можливостей і здатності постійно адаптуватися до змін у вподобаннях гостей і розвитку технологій.

Три ключові стратегії інновацій, які визначають майбутнє готельної індустрії:

– Інновації зсередини для покращення операційної ефективності – автоматизація та оптимізація процесів, щоб знизити витрати та підвищити продуктивність;

– Інновації, орієнтовані на враження гостей – акцент на задоволення клієнтів і персоналізацію послуг, що підвищують рівень обслуговування;

– Інновації, що змінюють ситуацію на ринку – нові підходи до очікувань гостей, такі як використання штучного інтелекту або технологій сталого розвитку, які змінюють сприйняття послуг гостями.

Готелі повинні прагнути гармонійного поєднання цих стратегій. Операційна ефективність є основою, але вона не повинна ставити під загрозу задоволення гостей. Водночас, інновації повинні бути надійними і не змінювати основні стандарти обслуговування. Важливою умовою є забезпечення стійкості послуг при впровадженні нових технологій.

Адаптація до змін на ринку та технологічних тенденцій є життєво важливою для забезпечення подальшого успіху. Інвестиції в нові технології, навчання персоналу та сталий розвиток є ключовими для того, щоб готель не лише залишався актуальним, але й просувався до більш інноваційного і орієнтованих на гостей перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Жиленко К. М., Самойленко А. О., Ставицька А. В. Інновації та практики в менеджменті сфери гостинності. *Вчені записки : зб. наук. пр. Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана.* 2024. Вип. 36. С. 59–69. https://ir.kneu.edu.ua/items/94c52140-a0a1-4311-bd5c-550adeeb1c25

2. Busulwa, R., Pickering, M., & Mao, I. (2022). Digital Transformation and Hospitality Management Competencies: Toward an Integrative Framework. International Journal of Hospitality Management, 102, 103132. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431921002759

3. Innovation and Technology in Hospitality Sector: Outcome and Performance (Molina-Castillo et al., 2023). Businesses, 1, 198-220. https://doi.org/10.3390/businesses3010014

4. Giannoukou, I., Nikolopoulou, A., & Halkiopoulos, C. (2022). Tourists' and Employees' Psychology in the Framework of Strategic Management in Greek Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics, 699–721. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92491 1_42

5. Lam, C., Law, R. (2019). Readiness of upscale and luxury-branded hotels for digital transformation. International Journal of Hospitality Management, 79, 60-69. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.12.015.

ЗМІСТ

Розділ 1. ПРОФЕСОР ОЛЕГ ШАБЛІЙ – НАУКОВЕЦЬ, ПЕДАГОГ, ЛІДЕР ЛЬВІВСЬКОЇ СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНОЇ ШКОЛИ…….. 6

Гудзеляк Ірина
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ І СОЦІАЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ІМЕНІ ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ У 2015–2025 РОКАХ: ДОСЯГНЕННЯ І ВИКЛИКИ…….. 6

Садова Уляна
ВІД ГЕОГРАФІЇ ПРОСТОРУ ДО ГЕОГРАФІЇ ГІДНОСТІ…… 13

Влах Мирослава
НАУКОВА МОВА ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ ЯК ПОШУК ІСТИНИ…….. 16

Мариняк Ярослав
СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ НАПРЯМКИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ОЛЕГА ШАБЛІЯ... 24

Жукова Анна
ПРОФЕСОР ОЛЕГ ШАБЛІЙ ЯК ТВОРЕЦЬ НАУКОВОЇ ШКОЛИ: ПЕДАГОГІЧНИЙ І ДОСЛІДНИЦЬКИЙ ВИМІР…….. 30

Грицевич Володимир
РОЛЬ ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ У ВПРОВАДЖЕННІ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ЛЬВІВСЬКІЙ СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІЙ ШКОЛІ…… 33

Котик Любов
ВНЕСОК ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ У НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ КАФЕДРИ: НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ СЕМІНАРИ…….. 36

Рудакевич Іван
ДОСЛІДЖЕННЯ МІСТА ЛЬВОВА У НАУКОВИХ ПРАЦЯХ ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ…….. 45

Шевчук Любомира
УЧАСТЬ ПРОФЕСОРА ОЛЕГА ШАБЛІЯ У СТАНОВЛЕННІ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛЕННЯ НАУК ПРО ЗЕМЛЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ МАЛОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ…….. 49

Заставецька Леся, Мариняк Ярослав, Стецько Надія
ВІДОМІ ГЕОГРАФИ, ЩО ПОХОДЯТЬ ІЗ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇХ НАУКОВІ ЗВ'ЯЗКИ З ГЕОГРАФІЧНИМ ФАКУЛЬТЕТОМ ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА…….. **58**

Стебельський Ігор
ПРОФЕСОР ШАБЛІЙ – СПРИЯТЕЛЬ МОГО ВНЕСКУ ДО СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ УКРАЇНИ…….. 65

Жук Петро
ПРОФЕСОР ОЛЕГ ШАБЛІЙ ЯК ПЕДАГОГ І НАСТАВНИК…….. 68

Білецький Мирослав
60 РОКІВ ПРАЦІ ПОРУЧ ІЗ ПРОФЕСОРОМ…….. 72

Розділ 2. ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ І МЕТОДИ НОВОЇ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ…….. 76

Кузишин Андрій
ПРАКТИКА «РОЗУМНОГО СКОРОЧЕННЯ»: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ…… 76

Дністрянський Мирослав
ДЕЯКІ ЗАКОНОМІРНОСТІ Й ТРЕНДИ ВЗАЄМОПОВ'ЯЗАНОГО ПЕРЕБІГУ ІСТОРИЧНИХЕТНОГЕОГРАФІЧНИХ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ 81

Сегіда Катерина, Маляренко Костянтин
ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР ПРОСТОРОВОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ 86

Івах Ярослав
ЕКОНОМІКО-ГЕОГРАФІЧНИЙ НАПРЯМ ДОСЛІДЖЕНЬ КАФЕДРИ 90

Воловик Володимир, Поліщук Ірина, Івасик Ольга
ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ДОВКІЛЛЯ» У ЗАРУБІЖНИХ ДЖЕРЕЛАХ 93

Пандяк Ігор, Кушнірук Галина
ЕВОЛЮЦІЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ 96

Юровчик Володимир, Распопов Євгеній , Тарасюк Людмила
МЕТОДИКА ТА АЛГОРИТМИ КОНСТРУКТИВНО-ГЕОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІСІВ І ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ 102

Альтгайм Любов
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ ДО ГЕОГРАФІЇ 108

Перхач Оксана
ЕКОМОДА – НАПРЯМ СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 111

Розділ 3. ЕКОНОМІЧНА І СОЦІАЛЬНА ГЕОГРАФІЯ: ПРОБЛЕМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ 116

Мельничук Анатолій, Федоряка Валерія, Гнатюк Світлана, Дєхтєрьов Кирил, Сотник Анастасія, Степанов Михайло, Федоренко Павло
АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА РЕФОРМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕКОЛОНІЗАЦІЇ УКРАЇНИ 116

Івах Ярослав
ВІЙСЬКОВО-ПОЛІТИЧНІ ТА ГЕОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 119

Запотоцький Сергій, Пасько Володимир, Запотоцька Вікторія, Левицька Ольга
ВПЛИВ ВІЙСЬКОВИХ ДІЇ НА МЕДИЧНУ ІНФРАСТРУКТУРУ УКРАЇНИ: МАСШТАБИ ВТРАТ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ВИКЛИКИ 124

Баришполь Світлана
СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ 129

Мальська Марта, Гаталяк Оксана, Ганич Наталія
АДАПТАЦІЯ ТУРИЗМУ, ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ДО УМОВ ВОЄННОГО ЧАСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ 132

Жук Петро
ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ДИНАМІКИ СТАНУ НАВКОЛИШНЬОГО ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ 137